

用户需求书

项目名称：“来海南、酷一‘夏’”2023海南酷玩嘉年华推广活动

项目编号：HNDGF-2023-014

项目预算：280万元（A包：90万 B包：100万 C包：90万）

一、项目背景

为常态化开展好全省旅游营销工作，深入挖掘购物旅游、康养旅游、研学旅游、热带雨林生态旅游等新业态消费潜力，全力打造丰富“酷酷的海南”旅游宣传新IP的内容，不断提升海南旅游的知名度和美誉度，让海南旅游实现淡季不淡。

二、活动时间：2023年7月-8月（拟定）

三、活动地点：海南省

四、活动内容及要求

A包：利用携程平台开展宣传推广活动

依托携程大平台、大流量、国际化和全行业资源整合优势，以及海南夏季旅游的优势资源，联动海南旅游企业，共同推出1大品牌馆、5大主题旅游线路产品、5大线上主题营销活动、1大主题微综艺，通过系列活动宣传推介海南夏季风景，推广海南雨林、海洋、环岛旅游公路等新业态新产品，抢先占领夏季旅游市场先机，打造海南夏季潮流旅行IP。

1. 定制“酷酷的海南”品牌馆

在携程平台打造“酷酷的海南”活动品牌馆，品牌馆包括但不限于头图、活动资讯、景区景点、酒店住宿、旅游线路、购物信息、玩法攻略等板块。通过线上营销活动，向游客及时发布海南夏季旅游活动资讯，打造并发布海南夏季五大主题旅游产品。

2. 开展五大线上主题营销活动

一是开展旅行人格测试互动活动。设计并制作心理测试答题测算出旅行人格，根据测试结果跳转到对应的海南旅游产品页面，吸引用户购买海南夏季旅游产品。

二是线上产品优惠促销活动。在携程平台推出多项线上优惠产品。围绕海南目的地优质酒店、民宿、景区、租车等多个产品业务推出优惠促销活动，发放旅游消费券不少于 10 万元。

三是定制五大旅游线路产品。针对海南酷玩类型的产品特色进行差异化定制，并结合夏季游客出行的特点，定制打造 5 条“酷酷的海南”主题旅游线路产品。

四是定制玩法攻略。定制海南特色游玩攻略，针对不同游玩类型产出如网红打卡、海上运动、雨林运动等攻略。针对不同人群至少定制年假旅行、游玩类型两种攻略。

五是发布#酷酷的海南话题。依托携程超大流量曝光位，在携程有关平台发布#酷酷的海南话题，通过趣味短视频、图文等方式为活动宣传预热，宣传海南夏季旅游方式。

要求：携程 APP 话题页面及 banner（海南）不少于 10 天，攻略目的地瀑布流前十位不少于 1 天。

3. 打造旅行类微综艺

邀请不少于 3 名旅游 KOL 达人组成一支深度体验式团队共赴一场酷酷的海南之旅。全程以图文、视频等多种形式记录酷酷的海南的独特魅力，拍摄旅行微综艺节目，串联 N 个海南夏季特色旅游点。

4、宣传推广

媒体宣传：旅游平台微博号不少于 12 条、旅游平台微信号不少于 6 条、旅游平台微信视频号不少于 3 条、旅游平台抖音号不少于 4 条等。

KOL 社交媒体宣传：将产生的综艺正片 1 条（不少于 3 分钟），发布不少于 3 个平台、将产生的综艺花絮 1 条（不少于 3 分钟），发布不少于 3 个平台、将产生的综艺图文 1 篇，发布不少于 3 个平台等。

B包：利用美团平台开展宣传推广活动

本次活动以酷酷的海南为营销重点，基于美团多渠道流量宣传，以音乐作为切入点，打造多个异业联动的海南夏季营销文化传播活动，通过内容营销体现海南酷玩体验，展现海南丰富的旅游资源。一是联动音乐平台进行相互引流，在音乐平台上直接点击海南的景点跳转购买。二是联合茶饮品牌进行异地宣传活动。三是邀请音乐+KOL到海南做一场微综艺，举办小型线下夏日音乐会。

1. 美团站内专题页运营推广

在美团设计策划、制作并上线创意 H5 酷酷的海南专题主题宣传页面，包括但不限于海口或三亚任一城市不少于 5 天的美团 App 周边游弹窗、景点门票弹窗、周边游 banner 等。建设海南官方文旅品牌阵地，使专题页成为系列活动承载入口，持续向全国游客推广“酷酷的海南”主题活动。

2. 开展文旅+茶饮品牌异业联动合作宣传

联合知名连锁茶饮品牌在海南重点客源城市不少于 5 家店推出主题饮品，制作并投放海南旅游资源茶饮杯套，同时通过美团外卖团队及 KOL 分享传播（包括但不限于微博、微信公众号软文推广、大众点评达人图文攻略形式线下探店等），吸引受众自主传播参与。

3. 开展音乐环岛旅游营销事件

邀请知名音乐人、音乐爱好者等组团进行海南深度游，为海南定制相关主题原创歌曲，发布微综艺视频。

以音乐团游玩海南的景点露出进行种草或多方位宣传海南，多渠道铺排宣发，同时在大型电商平台推出同款旅游线路优惠活动。宣传推广方式包括但不限于音乐网公众号头条、社群传播，覆盖私域不少于 10 万人、微博话题创建运营、不少于 5 名百万微博达人宣发、微博内容推广、微信公众号软文推广、大众点评达人线下探店等。

4. 举办线下音乐派对

围绕海南旅游文化资源举办线下音乐活动（现场美陈包括但不限于打卡、互动、背景美陈，木质结构、异性特装结构、懒人沙发及沙滩桌不少于 20 张等。）发布原创主题曲，举办市集活动，融合露营、电音等元素营造海南主题风格场景，并通过微博、微信、达人推广等形式宣传海南特色的文化资源、旅游资源、美食和非遗资源。

C包：利用去哪儿平台开展宣传推广活动

利用去哪儿平台资源，以“酷酷的海南”为主题，聚焦年轻用户群体，紧扣主题定制线上话题，设置大奖激发用户参与话题互动，同时线下举办潮流派对活动引领年轻人的玩乐方式，选择海南最酷的玩法。邀请 KOL 达人共同参与传播，为平台年轻用户群体种草海南新玩法。全面升级“酷酷的海南”海南旅游官方旗舰店，发布主题线路产品，通过线上海报预热，校园渠道微信社群投放，进一步宣传海南旅游优惠政策、种草“酷酷的海南”旅游方式，精准营销推介。

1. 定制主题线上话题

紧扣“酷酷的海南”主题定制线上话题，利用去哪儿 APP 引流话题，发放奖品激发用户进行话题互动。上线主题旗舰店，发放不少于 40 万元海南旅游产品优惠券。

策划设计“酷酷的海南”话题征集活动页面，发布相关活动信息，通过首页二屏热门话题引流，引发用户关注不低于 100 万。

2. 举办线下潮流派对

举办线潮流派对，通过设置露天电影、市集活动等。

邀请旅行 KOL 达人全程直播，并通过文章（攻略）、图文、直播、短视频、VLOG 等内容实时社交扩散。产出（每位达人）：1）不少于 2 条预热微博。2）不少于 2 场直播，每场直播时间不少于 60 分钟。3）不低于 2 条 vlog 视频，单个视频时间不低于 1 分钟，发布不少于 2 个平台（抖音、微博等）依托自身强大的粉丝群进行图文和视频直播，展现海南超酷玩法。

高校社群传播：设计“酷酷的海南”主题标签海报不低于 3 张，不低于 10 所高校微信社群宣传。

五、商务要求

- 1、服务期：2023年6月—7月（拟定）。
- 2、服务地点：具体以合同签订为准。
- 3、付款方式：合同签订后，甲方支付合同金额50%预付款。本项目按合同要求执行结束后，乙方提供结案报告及相关验收证明材料，经甲方验收合格后，乙方提供等额有效发票，甲方支付合同金额50%。
- 4、验收：供应商在申请支付尾款前需提供活动照片、视频、项目验收报告、活动宣传资料、媒体报道等验收材料，在合同执行过程中需严格按照项目预算表收集整理相关佐证材料，合同预算表要作为结案报告的验收依据。
- 5、报价：报价不得高于采购预算金额，报价应为履行项目一切相关费用的包干价，应包含上述所有活动内容及要求。