# 用户需求书

一、项目背景

韩国是我省亚洲旅琼客源第一位及第二大外籍游客输出国。目前我省共开通有四条往返于韩国的航线，为提升航班上座率和收客率，增强航空公司、包机商和地接社的信心，增加韩国游客入境上座率，扩大海南旅游在韩国市场的影响力，进一步巩固市场成果，拟在韩国投放海南旅游广告。

二、项目预算：500万元

三、项目内容及要求

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 编号 | 广告类型 | 媒体名称 | 广告规格 | 投放频率 | 投放月份 | 备注 |
| 1 | 电视媒体 | 电视购物频道 | 60min/期 | 1期/周 | 2018.4-2018.9 | 精选2家知名电视购物频道，投放时间覆盖韩国几大长假前后，进一步提高海南旅游在韩国的知名度，引导消费者选择海南作为长假出行目的地 |
| 2 | 《做家务的男人们》（第二季） | 1期取景 | 首播1期，重播4期 | 2018.4 | 通过明星的家庭旅行展现海南特色旅游资源 |
| 3 | 平面媒体 | 《世界旅游新闻报》 | 内页整版 | 26期 | 2018.4-2018.9 | 韩国本土知名旅游咨询媒体，广告投放时间为全年覆盖 |
| 4 | 《Tour de Monde》 | 内页整版 | 7期 | 2018.4-2018.10 | 韩国最早最权威的旅游休闲类专业杂志，广告投放时间为全年覆盖 |
| 5 | 《Golf Digest》 | 内页整版 | 7期 | 2018.4-2018.10 | 韩国覆盖人群最广的高尔夫专业杂志，广告投放时间为全年覆盖 |
| 6 | 户外媒体 | 仁川国际机场LED广告 | 30s  视频广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 出发大厅德威航空值机柜台附近LED广告，配合韩国两大旅展进一步做好展会营销 |
| 7 | 金海国际机场LED广告 | 30s  视频广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 出发大厅釜山航空值机柜台附近LED广告，配合韩国两大旅展进一步做好展会营销 |
| 8 | 首尔地铁2号线屏蔽门广告 | 海报广告，2块\*2站 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 弘大入口站、市厅站，选择在暑假这一重要的家庭出行时间前后进行投放覆盖，引导消费者选择海南作为长假出行目的地 |
| 9 | 首尔地铁4号线屏蔽门广告 | 海报广告，2块\*2站 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 东大门站、明洞站，选择在暑假这一重要的家庭出行时间前后进行投放覆盖，引导消费者选择海南作为长假出行目的地 |
| 10 | 首尔公交车车身广告 | 370cm\*100cm海报广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 市区主要公交车体，选择在暑假这一重要的家庭出行时间前后进行投放覆盖，引导消费者选择海南作为长假出行目的地 |
| 11 | 釜山公交车车身广告 | 370cm\*100cm海报广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 市区主要公交车体，选择在暑假这一重要的家庭出行时间前后进行投放覆盖，引导消费者选择海南作为长假出行目的地 |
| 12 | 院线媒体 | 连锁影院映前广告 | 20s+10s映前广告 | 2800次/天 | 2018.4-2018.9 | 在韩国首尔明洞、江南、弘大，釜山西面、光复路等主要人群聚集区的CGV影院等大型连锁影院投放海南旅游宣传映前广告 |
| 13 | 线上媒体 | Tour.interpark.com | 288mm\*257mm横幅广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 韩国旅游网站访问量排名第一的优秀旅游网站 |
| 14 | www.onlinetour.co.kr | 280mm\*165横幅广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 专业的旅游预订网站 |
| 15 | hanatour.com | 288mm\*257mm横幅广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | HanaTour和ModeTour是韩国最知名的两家销售类旅行社网站，在韩国旅游业拥有举足轻重的地位，特别是针对出境游旅行的需求者来讲，是几乎必须要查询目的地信息、预订机票及酒店的网站 |
| 16 | www.modetour.com | 288mm\*257mm横幅广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 |
| 17 | 朝鲜日报移动客户端 | 640mm\*96mm广告 | 每天 | 2018.4-2018.10 | 韩国最权威的新闻媒体《朝鲜日报》的移动客户端，是网友了解潮流发展趋势最重要的高水平信息平台 |
| 18 | 第三方  评估服务 |  |  | 3次 | 2018.4-2018.10 | 第三方候选机构是独立的国际认证专业机构，分三个阶段对广告内容及受众群进行评估，形成广告投放效果测评报告。前期：建立调研模型，模型比对修改，网上系统测试。中期：样本抽取，问卷调研。后期：数据分析，总结报告。 |

**四、商务要求**

4.1 报价：以人民币填报货物的唯一单价，投标总价高于采购预算的供应商，其投标将被否绝；任何多方案的报价，将不予接受；供应商自行考虑市场风险，所报价格应包含本项目所产生的一切费用。

4.2 投放周期：2018年4月-10月

4.3付款方式：由采购人和中标供应商在合同中约定

4.4履约保证金：

1）供应商在接到中标通知七日内，向采购人交付中标合同金额的10%作为履约保证金，然后签订正式合同。

2）履约保证金在本项目首次上刊验收合格后七个工作日内全额返还。

3）如果中标供应商接到中标通知七日内未能交付中标合同金额的10%作为履约保证金，不予签订正式合同，取消其中标资格，同时报主管部门处理并追究其法律责任。

4）签订合同后，没有履行合同能力的或所提供的服务不符合合同规定及招标文件规定的标准的，采购人有权拒绝合作，给采购人造成损失的，追究其法律责任。