

# 用户需求书

## 一、项目背景

欧洲客源市场是我省重点培育的境外高端客源市场。加快引入欧洲客源对于提升我省国际化与入境游水平、优化我省入境客源结构具有重要意义。计划在2018年英国市场海南目的地营销成果的基础上，2019年继续在英国市场投放海南旅游广告，通过在全球旅游内容排名前列的新闻类媒体、英国优质旅行杂志及高消费人群聚集地区的户外广告，包含地铁、公交站牌、户外大牌来加深海南印象，提升海南旅游品牌知名度，并从传播的深度、广度上进行升级，使潜在入琼游客对海南旅游资源有更为充分的认知。

## 二、项目预算

本次项目预算为¥748万元

## 三、项目内容及要求

### （一）投放海南旅行杂志广告

在《The Times travel Magazine》（《泰晤士报旅行》杂志）

1. 投放版面：整版彩色
2. 广告类型：硬广
3. 投放频次：1次
4. 投放日期：6月

### （二）投放报纸广告

在《The Telegraph》（每日电讯）投放广告。

1. 投放版面：整版彩色
2. 广告类型：硬广
3. 投放频次：1次
4. 投放日期：5月

### **(三) 投放海南旅游网站和新媒体广告**

**1. The Telegraph (每日电讯网站+自媒体) 视觉故事专题页 (visual-stories)。**

(1) 投放位置: 网站、app 广告、每日电讯社交媒体平台自媒体

(2) 广告类型: 需要特别创意的视觉故事专题页

(3) 投放频次: visual-stories 1 次、自媒体平台 2 次, 1 个月

(4) 投放时间: 6 月

#### **2. Trip Advisor (猫途鹰)**

(1) 投放位置: 英国 (精准锁定英国对中国感兴趣的用户, 在 App 和网站进行广告投放)

(2) 广告类型: 展示广告

(3) 投放频次: 2 次, 2 个月

(4) 投放时间: 6-7 月

#### **3. The Telegraph (每日电讯网站) 软文**

(1) 投放版面: 网站的旅游板块

(2) 广告类型: 带 3 分钟视频的软文

(3) 投放频次: 1 次, 1 个月

(4) 投放时间: 5 月

#### **4. The Telegraph (每日电讯网站) 旅游原生视频广告**

(1) 投放版面: 网站的旅游板块

(2) 广告类型: 30 秒视频广告

(3) 投放频次: 2 次, 2 个月

(4) 投放时间: 5-6 月

#### **5. Google (谷歌)**

(1) 投放位置：英国（关键字搜索、广告联盟、视频发现、视频插播、Gmail 邮件直达）

(2) 广告类型：效果类广告

(3) 投放频次：2 个月

(4) 投放时间：6-7 月

#### **(四) 投放海南旅游户外广告（地铁、公交车站、户外大牌）**

**1. 地铁大屏广告（挑选伦敦市内繁华地段且乘客集中的 18 个地铁站点，进行地铁大屏广告投放。）**

(1) 投放位置：18 个地铁站

(2) 广告类型：48 sheet cross track

(3) 投放频次：2 周

(4) 投放时间：6 月

**2. 公交车站（挑选伦敦市内 80 个繁忙公交路线的站点，进行公交站数字屏广告投放。）**

(1) 投放位置：80 个繁华地段 6 sheet 公交站牌

(2) 广告类型：公交站牌广告

(3) 投放频次：2 周

(4) 投放时间：6 月

**3. 户外大牌（在金丝雀码头金融区人口密集区域，进行户外广告投放。）**

(1) 投放位置：金丝雀码头

(2) 广告类型：户外大牌

(3) 投放频次：2 周

(4) 投放时间：7 月

#### **(五) 投放海南旅游电视广告及旅游专题**

在电视台 SKY（天空）卫视 China Hour 频道投放广告

#### **1. 30 秒广告**

- (1) 投放位置：China Hour
- (2) 广告类型：30 秒广告
- (3) 投放频次：每小时两次，每天 8 次，3 个月
- (4) 投放时间：5-7 月

#### **2. 30 分钟专题片**

- (1) 投放位置：China Hour
- (2) 广告类型：30 分钟专题片
- (3) 投放频次：每月 2 次，3 个月
- (4) 投放时间：5-7 月

### **四、商务要求**

- 1、服务期：5-7 月。
- 2、成果交付地点：采购人指定的交付地点。
- 3、付款方式：由采购人与成交人在合同中约定。