

三亚市旅游发展局

三旅发函〔2024〕26号

三亚市旅游发展局关于 2024年三亚旅游季度主题推广活动的 询价邀请函

各相关单位：

三亚市旅游发展局（以下简称“市旅发局”）是三亚市委市政府为高质量高标准全面推进海南国际旅游消费中心建设、提升三亚旅游国际化水平、进一步开拓国内外客源市场而依法登记设立的法定机构，是履行国家赋予海南自由贸易港大胆试、大胆闯的使命，探索全国旅游体制改革创新经验的排头兵。

为做好2024年三亚旅游营销工作，主题化精准夯实国内旅游根基，现拟举办2024年三亚旅游季度主题推广活动，目标在于突出2024年营销推广季度主题内容，配套2024（第三届）三亚城市旅游节活动宣发，制造活动热门话题等线上线下宣传矩阵，营造全年精彩活动氛围。主题推广活动将围绕“整合营销”为目标进行，即在境内重点核心客源城市，能够把主要客源城市的目标客群一次性囊括和触达，每个季度持续发声，争取达到整体活动效应最大化，以线上线下的整合方式达到推广宣传、巩固提

升国内客群的效果。现面向各相关单位进行关于采购 2024 年三亚旅游季度主题推广活动服务的公开询价，详细要求如下：

一、项目名称

2024 年三亚旅游季度主题推广活动

二、项目时间

拟定 2024 年 3 月-2024 年 12 月

三、项目内容

策划推广主题并围绕 2024 年第 2-4 季度开展主题策划，制定相应主题（可在拟定基础上再创意和升级）、口号视觉设计及延展，并根据主题规划选择三亚市重点核心客源地城市进行我局三亚旅游季度主题推广营销，设计不同的推广场景、地点及形式（线上或线下）以整合营销的方式开展推广工作。拟定选址 5 座城市于 3-12 月期间进行季度主题推广活动，拟定季度主题推广活动的落地城市及日程拟安排如下（拟）：

序号	时间节点	城市	主题	形式
1	2024 年 3 月/12 月	三亚	2024（第三届）三亚城市旅游节开/闭幕式	线下活动仪式+达人带货直播+线上传播
2	2024 年 4/5 月	广州	艺术季主题推广	可从方案活动形式（一）、（二）内容中根据策划和创意内容择选
3	2024 年 6/7 月	上海	亲子季主题推广	
4	2024 年 7/8 月	成都	亲子季主题推广	
5	2024 年 10/11 月	北京	蜜月季主题推广	

				相应形式。
备注：具体方案可根据策划及创意内容设置活动地点及线上/线下形式和内容。				

四、项目预算

人民币 1,800,000 元（人民币壹佰捌拾万圆整）

五、投标材料

有意向投标的单位须准备以下材料：

- （一）服务报价明细；
- （二）营业执照复印件；
- （三）法人代表身份证正反面复印件；

（四）信用查询记录 [可通过信用中国（www.creditchina.gov.cn）或中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询并打印网站查询结果截图。对被列入失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的单位市旅发局有权拒绝其参与本次项目竞标]；

（五）活动方案（包括但不限于活动内容及策划创意说明、季度主题创意、整体视觉效果、媒体宣传方案、公共安全及应急安全保障方案、预算清单、最终呈现的拟定活动内容三维效果图或视频等）；

（六）以往项目的优秀案例（如具备知名国内外品牌、国内外旅游目的地活动设计、创意策划、优质线上线下宣传效果等的过往案例，市旅发局将优先考虑）。

(七) 报价清单，根据提交的方案内容，制定项目内容详细报价清单，不得恶意低价竞标，报价低于项目总预算 80% 或者超出总预算，均视为无效报价方案。

六、投标形式

请有意向投标的单位按要求将投标材料按第四条顺序依次准备并将纸质版壹式叁份（须加盖公章）、电子版壹份（存于优盘、移动硬盘等移动储存介质中）放入文件袋密封，文件袋须在封口处加贴密封条并盖章，文件袋外侧须在醒目处清晰标明投标项目名称、投标单位名称及负责人联系方式。如需要，请有意向投标的单位配合线上或线下讲标。

请各相关单位于 2024 年 3 月 7 日（周四）18:00 前将投标材料送至（或邮寄至）三亚市旅游发展局（地址：海南省三亚市吉阳区新风街 279 号蓝海华庭 C 栋 15 层；联系人：综合管理部张震宇，联系电话：15981214963）。

附件：2024 年三亚旅游季度主题推广活动方案



（联系人：王翠；联系电话：0898-88561622）

（此件主动公开）

附件

2024年三亚旅游季度主题推广活动方案

一、活动背景

为做好2024年三亚旅游营销工作，主题化精准夯实国内旅游根基，现拟举办2024年三亚旅游季度主题推广活动，目标在于突出2024年营销推广季度主题内容，配套2024（第三届）三亚城市旅游节活动宣发，制造活动热门话题等线上线下宣传矩阵，营造全年精彩活动氛围。主题推广活动将围绕“整合营销”为目标进行，即在境内重点核心客源城市，能够把主要客源城市的目标客群一次性囊括和触达，每个季度持续发声，争取达到整体活动效应最大化，以线上线下的整合方式达到推广宣传、巩固提升国内客群的效果。

二、活动内容

（一）活动名称

2024年三亚旅游季度主题推广活动

（二）活动时间

拟定2024年3月-2024年12月

（三）组织机构

主办单位：三亚市旅游发展局

（四）主题（拟）

第二季度：“龙腾三亚 “艺”起趣度假”

第三季度：“龙腾三亚 Cool 夏阖家欢”

第四季度：“龙腾三亚 甜蜜满天涯”

(五) 活动城市及日程安排(拟)

序号	时间节点	城市	主题	形式
1	2024年3月/12月	三亚	2024(第三届)三亚城市旅游节开/闭幕式	线下活动仪式+达人带货直播+线上传播
2	2024年4/5月	广州	艺术季主题推广	可从方案活动形式(一)、(二)内容中根据策划和创意内容择选相应形式。
3	2024年6/7月	上海	亲子季主题推广	
4	2024年7/8月	成都	亲子季主题推广	
5	2024年10/11月	北京	蜜月季主题推广	

备注：具体方案可根据策划及创意内容设置活动地点及线上/线下形式和内容。

三、活动形式

(一) 公众活动

旨在以消费者端为目标对象，根据全年及季度主题开展推广工作，建立消费者心智，激发消费者来三亚旅游度假的欲望，能用喜闻乐见、易于网络传播的形式，带来三亚的别样体验。具体内容参考方向：

1. 公众场地城市推广体验活动：三亚城市体验活动将以潮玩生活体验为主，结合国内和三亚时下最新潮的游玩项目为活动内容，将飞盘、露营、冲浪、滑板等游玩方式融入在活动中，活动地点选址上更多元化，将开放三亚和当地两地的品牌进行活动共创，形式上不再单一受限，将三亚旅游体验元素融合在不同的游玩形式中，如脱口秀、换装体验、特色饮品吧、潮玩市集、萌宠主题等多元化体验。需结合时下受欢迎的活动形式进行公众活动搭建，包括但不限于：沉浸式三亚旅游体验光影展、三亚主题市集活动、三亚城市旅游快闪活动、三亚主题新兴旅游体验等，活动现场需具备高互动性及趣味性，并能时刻围绕三亚旅游目的地形象提升以及三亚旅游知名度宣传为主基调，进行相关设计打造，为公众（年轻客群）带去打造新颖的三亚城市旅游公众活动。

2. 目标人群：活动所在地的消费者市场，尤其以 18-35 岁年轻客群为代表。

（二）线上营销推广活动

可根据全年及季度主题、策划创意内容制定传播规划，同时结合线下露出和线上宣传，打造小场景大宣发或纯网络热点内容，最终实现既有曝光量又有成交量目标，相关内容参考方向：

1. 品牌 IP 联动：联动与三亚旅游形象匹配的品牌 IP 进行联动合作，挖掘三亚特色、彰显三亚魅力、提升三亚文旅热度。

2. 三亚品牌事件营销活动：应根据三亚旅游体验及旅游目的地感受，通过策划、组织和利用具有新闻价值、社会影响以及名人效应的人物或事件，制造具有新闻价值的事件（如地铁广告、街头任意门、创意十字路口等活动），能够引起公众情感共鸣，给更多公众“种草”三亚，并吸引“拔草”三亚，事件营销内容打造需要与三亚旅游宣传推广匹配，通过媒体渠道进行三亚旅游营销的事件传播，吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注，提高三亚旅游的知名度、美誉度，树立三亚良好的旅游目的地形象，促进三亚旅游消费增长，增进三亚旅游目的地市场影响力。

3. 主会场/话题阵地：上线三亚话题词+主会场阵地，依据淡旺季供给与内容策略，持续运营更新种草短视频+直播大场预告+商家商品推荐+激励活动等多元信息。

（三）2024（第三届）三亚城市旅游节开/闭幕式活动

2024（第三届）三亚城市旅游节将举办线下开/闭幕仪式，并采用线上直播互动的形式，拉开/落下系列活动帷幕。开/闭幕仪式将联动政府、媒体、服务商、文旅行业商家等共同沉浸式探讨和解读文旅新消费，发布三亚城市文旅指数和活动内容，展现旅游三亚城市繁荣度，展示文旅新消费活力，通过开/闭幕仪式拉开/完结城市旅游节三亚系列活动。

四、宣传方案

针对总体方案制定全年传播规划，并在如下活动中需满足以下要求：

（一）公众活动

每场公众活动不少于 10 家媒体报道或媒体报道总量不少于 50 条。

（二）线上营销推广活动

通过联动“2024（第三届）三亚城市旅游节”话题并配套头部达人、商家、文旅达人直播及线下推广活动，推动三亚旅游城市文化宣传和文旅数字化建设，线上平台传播专属话题不小于 5 亿次。同时每个季度各策划 1 个热点，带动话题提高全量内容曝光和影响力，登榜热点不少于 2 个（登榜同城热榜/种草榜/全国榜）。

五、活动预算列表

项目	明细	预算
2024 年三亚旅游季度主题推广活动	活动场地租赁及其他相关配套服务等费用	2024 年三亚旅游季度主题推广活动总计不超过 180 万元
	设计费用（包含但不限于物料、视觉、主题创意等设计）	
	搭建制作费用（包含不限于场地搭建、场外拍照展区、手举牌、装饰、签到板、桌面台卡、宣传资料、根据需求制作伴手礼等）	
	宣传费用（视频制作、媒体宣传渠道、邀请 KOL/KOC、图片拍摄直播等）	

三亚市旅游发展局人员差旅费用
活动服务费用
其它费用（如 IP 合作费用（如有））

备注：2024 年三亚旅游季度主题推广活动预算需包含三亚市旅游发展局 3-5 位工作人员相关差旅、食宿等费用，相关费用将按最终结算价据实结算。预算分配可根据实际在总价范围灵活调整。