

服务范围：

“苏超””期间常州的出圈为全市文旅企业在暑期带来了流量和客流，据携程平台数据，暑期来常省内游客在地人均消费全省第一、门票人均消费全省第一。随着“苏超””进入淘汰赛，常州的热度将回落，又恰逢十一后，文旅市场进入淡季，文旅企业在营销推广上的竞争压力将会较为突出。经前期与各旅游企业座谈，企业迫切希望市级层面统筹引导“苏超””后时代的流量转化，以联合营销的方式助推企业稳住客源基本盘，创新营销模式，拉动文旅消费。

服务要求：

（一）线下联合营销

围绕元旦、春节这两个重要时间节点，针对秋冬季文旅产品特点，拟采购一批沪宁高速沿线和重点客源地核心社区、产业园区广告资源集中营销推广常州城市品牌和文旅产品，并根据企业在本年度营销活动中的绩效进行资源分配，提升常州文旅整体形象和竞争力。

（二）线上联合营销

围绕重要营销节点和文旅产品，根据企业需求，组织自媒体博主开展针对性的探店和产品推广，以游客、用户视角体验旅游产品，并带动销售。

服务时间：自合同签订并生效后的 180 天。

服务标准：

类型	数量及周期
收费站出入口及高速立柱广告牌	收费站出入口及高速立柱广告牌 10 块*3 个月
客源地市场（上海） 核心社区梯户框架广告	梯户不少于 1000 个*2 个月
客源地市场（杭州/合肥） 核心社区梯户框架广告	梯户不少于 1500 个*2 个月
客源地市场（上海/杭州/合肥） 核心产业园区广告	整包（不少于 3 个核心园区）*1 个月

自媒体博主邀请采风推广	150 条
-------------	-------