

服务范围：

当前，借助高流量新媒体平台优势，采用短视频、直播、慢直播等方式成为城市文旅营销推广的重要方式。根据省政府办公厅对全省政务新媒体工作的相关要求，2023年拟面向符合资质要求的第三方机构（即主流新闻媒体、具有互联网新闻采编发布服务资质的主流新闻网站等）公开招标，确定委托运营方。

服务要求：

以“心动常在”“美好如常”为定位，放大常州文旅之美，增加达人打卡、探店攻略等原创短视频制作质量，提高受众参与度（视频播放、点赞、转发等），提升传播裂变效果。同时增设小红书账号。

服务时间：签订合同之日起一年

服务标准：

（一）内容定位

1. 小红书账号——潮流时尚、CITYWALK发现

常州市文化广电和旅游局账号定位为转角发现常州不知道的美，打造新消费、夜经济、新时尚等垂直类账号，针对女性与年轻受众群体，发现传统景区之外的常州新玩法、新攻略。邀请小红书达人以及通过广域内容数据推送运营，有效实现常州文旅新媒体矩阵账号的联动，包括重点事件传播的热度提高、打造爆款视频内容与图文，实现合理量级的交互和二次传播（点赞、评论、转发等）。

2. 抖音号——分享美好生活

抖音和常州文旅联合，触达嗨玩时代，通过年轻人的创造力和创新能力，打造新的城市文旅品牌形象，在国内首先树立“年轻人必打卡一座城”的标杆。围绕常州“欢乐休闲”“自然康养”“非遗民俗”“文化艺术”“美食潮玩”五大体验。

推广形式：创意短视频。

内容方向：旅游攻略、四季美景、博主推介、热点制造、城市印象、系列短剧等。

3. 微信视频号——月月有主题、季季有看点、全年有亮点

（1）创意策略：根据平台不同的传播规律以及受众属性，微信视频号主打中长视频，结合古风国潮等元素，展现城市文旅特色，引导受众出游消费。

（2）系统创作：以四季为轴，采用分主题、互动式，结合直播、慢直播、话题挑战赛等形式，制作探访式、微纪录片式、剧情式、游玩攻略等片风属性的原创视频，打造沉浸式体验场景，全面推广常州特色文旅产品，展示“长三角休闲度假中心”形象。

(3) 制造话题：抓住社会热点，迅速跟进制造关联话题，通过相关话题维持并推高抖音号和视频号的流量。

(二) 传播效果

1. 抖音号全年播放量不少于 2500 万次，微信视频号全年播放量不少于 100 万次。

2. 根据实时节点，将相关主题视频向更多新媒体平台、融媒体手机端推送，实现矩阵式传播推广效应。

3、所有短视频文件均需得到采购人确认内容无误后，于约定时间内进行上线推送。原则上短视频在内容创作、文案创意、后期配音、特效处理上，不得涉及政治敏感话题、有伤风化和文雅、鼓励消极生活和铺张浪费、引导不正确价值观、地域歧视等内容和话题，不得恶意炒作爆点事件，未经采购人明确允许，不得蹭娱乐热度、不得炒作突发事件、不得制造引起社会反感和不适的话题内容。

4、拍摄素材、成品产权不可用于其它商业用途，版权归属于常州市文化广电和旅游局，可用于其官方视频号等其他官方渠道宣传。