

服务范围：

根据《关于加快推进全市文商旅融合发展的实施意见》要求，常州市文广旅局从2023年起采取联合营销、广告投放、话题共创等方式对文旅企业开展的城市和产品融合营销优秀案例进行奖励，在全年重点时间段针对沪宁线重点客源地尤其是上海市场开展核心住宅、高校、高速沿线、线上流量等广告投放，经项目测评，广告平均触达率高达77.8%。根据前期调研座谈，中华恐龙园、天目湖、春秋淹城乐园等重点景区反映今年市场相较于往年更加内卷，对广告投入、品牌营销等方面的需求持续增大，经广泛征求意见，应几大主力景区要求和秋冬季文旅产品特点，拟采购一批沪宁高速沿线和上海核心社区、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。

服务要求：

（一）沪宁线高速广告投放

沪宁高速公路作为一条全封闭、高等级、多功能的现代化高速公路，具有便捷、舒适、安全、视野开阔、车流量大的特点，年通车次可达1.26亿辆，常州处在沪宁线的中间点位，南京方向一线和上海方向一线是常州景点景区客流的重要来源。根据前期调研和征求意见，景点景区普遍反映沪宁线高速广告性价比稳定，且符合当前景区营销需求。建议采购方案如下：

1. 广告形式：高速口落地大牌、高速路立柱广告牌等

2. 主要点位：沪宁高速南京主线出入口、沪苏交界、苏锡交界、常州主要出入口等不少于9个沪宁线高速热门广告位。

3. 投放周期：1个季度

（二）上海重点社区、园区广告

上海是长三角地区常州旅游市场的重点客源地，同时也是年轻中产创新人才的聚集地，具有较强的规模性和带动性，同时根据之前广告投放效益评估，上海核心社区及产业园区规模化广告投放触达率稳定，接收目标人群可控，可形成整合传播效果，每月精准触达人数超百万人次。考虑秋冬及跨年文旅产品适用家庭消费，建议围绕核心产业园区和核心社区进行针对性的广告投放。

1. 广告形式：产业园区墙面灯箱、柱面灯箱、餐厅台卡等；社区梯户广告、户外广告等。

2. 投放周期：产业园区投放1个月；社区投放2个月。

服务时间：签订合同之日起至项目完成。

服务标准：

类型	数量
G42 沪宁高速主力服务区广告牌	3 块*1 季度
沪宁高速常州出入口及苏州、无锡、镇江段等立柱广告牌	6 块*1 季度
上海核心产业园区广告 (含墙面灯箱、柱面灯箱、餐厅台卡等)	整包 (不少于 3 个核心园区) *1 个月
上海核心社区广告 (含梯户框架广告、户外立牌等)	整包 (梯户不少于 1000 个, 户外不少于 500 个) *2 个月