附件1：

2024年品牌联名拉新推广营销活动

相关要求

为了让更多市民了解体彩大乐透，实现品牌知名度的进一步提升，实现“拉新培育，扩大购彩群体”的目标。采购人计划与快递行业品牌（以下简称联名品牌）进行跨界联名合作，利用合作品牌的会员基数优势开展线上拉新推广宣传。同时，在人流较大的商业综合体（商业街）联合开展线下品牌联名推广宣传地推活动，用创意互动的游戏环节，在新春到来之际增加地推活动的趣味性，提升购彩者的品牌粘性，开拓流量池，以期实现体彩品牌影响力攀升。具体要求如下：

1. **活动时间**

2024年2月8日之前完成

1. **活动地点**

重庆市人流密集的商业综合体（商业街）

1. **目标用户**

青年群体、年轻家庭和商务客群

1. **活动目的**

（一）拉新培育，扩大购彩群体

通过主城多个区域核心商圈的线下推广，吸附更广域的流量参与活动，维系老用户，带动新用户，从而助力销售转化。

（二）夯实形象，传播愉悦

以良好的品牌视觉与推广语言，塑造并夯实品牌新形象，增强品牌识别度与好感度，有效传递公益事业的精神价值。

（三）成为城市级品牌地推事件

依托多渠道且立体的线上线下推广传播与跨界品牌自身的品牌效能，实现曝光量，成为城市级的品牌地推事件。

1. **活动形式**
2. 线上抽奖活动。利用联名品牌方的线上平台，开展特色新年抽奖活动，引入热点话题营销，同时在游戏中植入体彩大乐透和联名品牌方的促销代金券(大乐透代金券由采购人提供，其它费用及奖品由中标供应商提供）及现金红包，现金红包奖励的总金额不低于4万元。要求线上至少开展4场抽奖活动，联名品牌私域粉丝量应不低于40万，参与总人数不低于20万。

（二）联名品牌需有不低于100个实体门店或者营销点位对本次活动进行联名宣传曝光及推广，形式不限于张贴海报、地推、活动宣传展架等形式，触达人群需不低于10万青年群体。

（三）线下地推活动。需选择人流密集的商业中心或商业街区人流相对集中的区域开展2场新年地推系列活动，每场活动时间为2天，其中必须有一场活动安排在周末开展。供应商负责场地租赁以及环卫、市政、公安、信访、街道、当地政府、物业管理等部门的沟通协调工作；项目撤展后，负责拆卸、移除、运输相关物料和设备。地推活动搭建面积不低于150平米，现场设置舞台区、游戏区、礼品兑换区、拍照打卡点等展示区。设置不低于4个参与性强、创意新颖的互动活动。在游戏环节中寓教于乐，让参与者在游戏中了解大乐透品牌。每场地推活动的参与总人数不低于1000人，地推活动的礼品总量不低于2000份，价值不低于4万元，需要有体彩大乐透品牌logo标识露出。

1. **方案要求**

供应商在应标时须提交详细的活动实施方案，方案主题要鲜明，内容要有新意，包括场地选择及落实情况，执行团队人员落实情况，活动开展的具体形式及内容，互动环节设计方案，宣传方案，安保方案，应急预案，效果评估方案等。同时，在方案沟通或活动执行过程中，如采购人与中标供应商在沟通过程中发现其并不能达到采购人意图，或经会商并不能实现采购人想要达到的效果，采购人将重新选择其它供应商。

1. **其它**

项目策划、执行供应商应负责为采购人联络符合要求的

联名品牌方。