**采购需求**

一、服务形式

按照以活动带品牌、线下促线上的宣传思路，今年合作由去年硬广合作模式调整为“硬广＋活动＋新媒体”的新合作模式。

二、服务思路

硬广常规用于各部门公益品牌露出；活动满足宣传新要求的线下露出，并与文旅热点相结合，达到线下线上的全覆盖；新媒体在扩大宣传覆盖的同时，利于线上传播，精准定位有车一族和热爱运动、追求高品质健康生活的年轻族，起到拉新，并最终转化为新的购买力的宣传目的。

三、采购内容

1.广播广告：用于公益品牌宣传，覆盖全天不同时段，总共160天，15秒/次，8次/天，共1280次。

2.落地推广活动：拟选定“携手公益体彩 共建绿色家园”植树活动、河南交通广播登山节、中国·郑州沿黄赏樱徒步大会（可冠名）、“爱心助考”活动——体彩公益助考驿站、中国体育彩票·2024直通巴黎观赛沙龙（深度定制）等5个品牌活动。在活动现场进行体彩露出，宣传内容包括但不限于活动冠名、现场背景板、道旗、体彩大乐透彩票赠送、即开展台展示及售卖等。

3.新媒体宣传：短视频1条；广播连线2次；微信推送5条；以及其他新媒体平台资源1条和关键词回复30天（关键词回复用于配合线上广告。例如，宣传高考服务站，听众可在微信平台上发送“服务”了解，微信就会给他单独回复体彩的服务点的详细地址和电话）。