

2024 金华文旅省级主流媒体推广活动项目

验收报告

2024 年 4 月,金华市文化广电旅游局通过公开招标采购 2024 金华文旅省级主流媒体推广活动项目,浙江日报传媒有限公司(以下简称“浙报”)以 99.3 万元的价格成交。自合同签订以来,浙报充分发挥媒体推广资源,将我市文旅景观、美食非遗等资源进行梳理,结合我市出台的文旅惠民等政策,以年轻群体喜闻乐见的音乐会、展览等互动性较强的形式让金华文旅走进高校,深入大学生群体,并取得一系列显著成果。现已完成合同要求内容,现将完成情况总结如下:

一、合同约定内容

(一) 完成文旅进高校系列活动

走进浙江省内高校,举行不少于 3 场面向高校的文旅推介,通过文旅资源推介、文艺表演、音乐分享、展览互动等形式向省内高校师生全面推介金华文旅资源。

(二) 媒体拓展宣传

在国家、省、市等各级媒体上发布稿件和专题,并在新媒体平台中以视频分享、话题挑战等形式提高活动的曝光度和影响力。

各级媒体宣传数量约定如下:

- 1.国家级媒体: 在国家级媒体上至少出现15次。
- 2.省级媒体: 在省级主要媒体对三场活动至少宣传15次。
- 3.地市级媒体: 地市级媒体对系列活动宣传至少10次。

4.活动相关的文旅短视频发布不少于6次。

二、履约完成情况

(一) 活动落实情况

浙报已走进浙江省内3所高校，并举行进高校文旅推介活动：分别于5月25日在浙江师范大学开展金华文旅青春启航高校推广系列活动（浙江师范大学专场），6月18日在浙江音乐学院举办“浙里金彩 音你而来”金华文旅青春启航高校推广系列活动（浙江音乐学院专场），12月9日在浙江传媒学院进行“青春风华 热浪成歌”2024年浙江传媒学院青春歌会暨金华文旅青春启航走进浙传专场活动。

三场活动结合音乐、美食、非遗等不同元素通过“音乐会+文旅推介+市集展览”的形式进行全面推广，吸引了大学生群体的广泛关注和参与。在浙江师范大学的活动中，加入了AI作品展区，展出了利用人工智能技术创作的金华自然风光主题画作，展示了科技与传统艺术的结合；在浙江音乐学院的活动中，结合“大学毕业季”的特殊时间节点，通过音乐会、展览和互动等形式介绍金华，让学生们释放青春活力的同时，近距离了解金华的文化和旅游资源；在浙传的活动中结合学校艺术传媒类氛围及优势，与青春音乐会融合，通过6名高校宣推官表演，展现金华文旅资源。

金华文旅青春启航高校推广系列活动是我局针对大学生群体，推出的“新政策、新产品、新活动、新场景、新玩法”等系列活动，旨在利用大学生的二次传播力，打造金华文旅线上相关热点话题，树立“年轻态”“鲜活化”的金华文旅品牌

新形象，吸引更多人赴金旅游打卡。三场活动总计 3000 人参与，有效激发大学生在新媒体平台宣传金华文旅的热情。

（二）媒体宣传情况

项目执行方面，浙报已围绕落地活动，发布宣传共 51 次，其中国家级媒体宣传 16 次，省级媒体宣传 18 次，地市级媒体宣传 11 次，相关文旅短视频宣传 16 次（其中 6 次与推介活动相关），已超过合同约定次数。

媒体宣传方面，金华文旅青春启航系列活动，联动新华社客户端、人民日报客户端、人民网、文旅中国、中国旅游报、央视网、学习强国、浙江日报潮新闻、浙江卫视中国蓝、浙江之声微博、金彩云、金华发布等近 30 家国家级，省、市级纸媒、新媒体平台发布百余次；联动各大浙江师范大学官方账号、浙江音乐学院官方账号以及浙江传媒学院音乐账号及大学生青春文旅推介官共同推广金华文旅进高校活动，分享金华文旅资源产品；联动浙江省政务新媒体矩阵、小红书、抖音、B 站、微博、爱奇艺、金华文旅、等平台进行活动直播，总曝光量达 1600 余万。

上述宣传在新媒体端引起了强烈反响，为金华文旅在年轻人群体中树立了良好形象。

经审核，该项目已符合验收标准，同意支付项目尾款 496500 元（大写：肆拾玖万陆仟伍佰元整）

金华市文化广电旅游局

2024 年 12 月 17 日

验收人：




