新平彝族傣族自治县文化和旅游局

2023年预算重点领域财政项目文本公开

1. 项目名称

“新平号”高铁冠名宣传项目补助经费。

1. 立项依据

高铁是中国新名片，是国家综合实力、高品质的象征，拥有国家高度的权威背书和情怀加持，新平作为文旅深度融合的“旅游目的地”，选择全球嘱目的中国高铁作为合作伙伴，能够为品牌赋予极高的价值，提高新平的知名度与美誉度，打造强势传播声量。

1. 项目实施单位

新平大美文化传媒有限公司。

1. 项目基本概况

中老铁路作为泛亚铁路中线的重要组成部分，中老铁路主动融入和服务“一带一路”，北接玉溪，向南途经普洱、西双版纳，至中老两国边境口岸磨憨，与在建的中老铁路磨万段相连。项目的建成，推动着中老两国和东南亚各国间的往来发展，将为中国和东南亚国家的经济文化交流发挥积极作用。

高铁是中国新名片，是国家综合实力、高品质的象征，拥有国家高度的权威背书和情怀加持，新平作为文旅深度融合的“旅游目的地”，选择全球嘱目的中国高铁作为合作伙伴，能够为品牌赋予极高的价值，提高新平的知名度与美誉度。

同时，依托高铁线路的带动可与沿线的北京、上海、杭州、南昌、贵州、长沙、南宁等经济发达地区的优质客源形成互联互通、资源转换，促进新平旅游业及相关产业快速传播。

1. 项目实施内容

选择省外（首推沪昆线）或省内（首推中老铁路）的列车，可冠名为“滇中绿谷·大美新平”号，以高铁列车的外车身彩贴、头枕巾、小桌板、行李架等9大媒体形成矩阵传播，全方位营造新平号传播效力，列车冠名视觉冲击力强，到达率高，可使旅客强行记忆。

紧紧抓住云南接下来的两大热点事件：生物多样性大会期间，冠名“沪昆线”，在昆明举办盛大的首发仪式。中老铁路开通时，将冠名线路移至“中老线”，在当时举办首发仪式。新平列车冠名搭载云南两大热点事件，将宣传效果成倍放大。

三年合作期内，新平高铁列车冠名的合作可不固定为某一条线路，可根据当下时段列车途径区域热度（热点）或新平的营销节点，来调整上刊媒体的列车线路。如沪昆线媒体上刊后，遇玉磨铁路线开通，可将画面移至玉磨铁路线列车上上刊；两会期间，也可调整到昆明—北京线上；遇广州等地重大活动时段前后，也可调整到昆明—广州线上等等。

新平可联动当地的企事业单位，共同打造高铁列车特色展示空间，以更高效、更快速的方式覆盖目标区域，达到双赢的效果。

1. 资金安排情况

高铁列车冠名所需经费由县级财政预算安排，第一年由财政安排280.00万元补助新平大美文化传媒有限公司，第二年、第三年由财政补助差额部分，若运营有盈利财政不再补助。当年预算由新平彝族傣族自治县文化和旅游局上报，资金由新平彝族傣族自治县文化和旅游局拨付给新平大美文化传媒有限公司。

1. 项目实施计划

按计划配合第三方完成外车身彩贴、头枕巾、小桌板、海报、行李架彩贴、语音播报、列车LED屏、列车电视、玻璃门贴共9种宣传媒体的制作。

1. 项目实施成效

（一）高铁权威背书+场景共鸣。高铁正在改变中国“经济版图”，给多个行业带来巨大商机。一是高铁广告已成为亿万品牌梦寐以求的流量新入口，影响着主流人群的消费选择，提升了品牌的发展速度和高度；二是利用高铁媒体自带的权威属性，精准捕捉各类商务旅游优质人群，能实现与品牌的高度契合，打造高质量传播场景；三是高铁舒适、便捷的出行场景也赋予人们独特的情感温度。旅途中，旅客将被新平元素立体化围绕，乘客有更多的时间接触并主动阅读广告信息，从而引起共鸣与同理心，形成品牌的强曝光和转化，新平优质资源将得到全面展现，传播效果翻倍。

（二）全媒体矩阵传播+营销闭环。接入全国八纵八横高铁网络，网状的高铁线路将“滇中绿谷大美新平”的形象成功连接到全国各个经济圈。一是选择高铁列车冠名作为传播的快车道，可以为新平提供一个完整的广告展示空间，从车内到车外的全方位覆盖，听觉+视觉的多维度、高频次传播，让目标人群深入感知新平的全新形象，在旅客和新平之间搭建是一座流动的信息桥廊；二是利用高铁专列首发启动仪式创造话题与爆点，通过线上线下联动，广告持续渗透，并配合多家权威媒体报道，营造声势；三是列车内开展近距离互动，实现营销上的闭环，高效占据目标人群旅行途中碎片化时间，并通过现场互动，矩阵式品牌传播激发乘客自传播及全媒体二次传播（特别是社交媒体传播），扩散线上传播效果。

（三）实现品牌价值及经济效益双升级。“新平号”高铁冠名列车，能成功打造一张展现品牌形象、彰显品牌实力的流动广新平名片”。一是增强新平“打造中国花腰傣文化旅游目的地”的支撑力；二是配合媒体+活动双向输出，吸引目标客群的关注度，随着影响力的慢慢发酵，将为当地的产业发展、招商引资带来明显的转化效果。