

第二包（媒体宣传服务项目）

一、项目需求

通过媒体平台进行健康信息传播，旨在提升医院品牌区域知名度，触达更多本地常住人口。

二、项目预算：每年人民币 12 万元。

三、宣发内容

新技术新业务宣传，典型人物专访，实效短新闻、资讯，新媒体图文、视频，大型活动新闻报道、主题报道等。

四、宣发渠道：省级媒体、新媒体等平台。

五、宣发形式

1. 传统媒体

根据医院发展，能提出选题方向，优化需求配合采访报道，在省级媒体电视端主流栏目播出，每季度一期。电视端午间黄金时间段 12:30-12:40 时长：不少于 1 分钟。

2、新媒体平台（新媒体平台，包括但不限于微信、微博、抖音、快手、小红书、百家号等，时长：1 分钟-2 分钟，宣发平台不少于三种）

2.1 能策划契合医院发展的新闻选题，在微信/抖音等平台宣发，每季度最少 1 条。

2.2 能到院策划、采访并在新闻新媒体平台上及时发布新闻稿件与视觉内容，每季度至少一期。

六、服务要求

1. 投标人应具备行政主管部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》；
2. 专业拍摄团队：需安排策划、记者、摄像、后期剪辑、包装、配音等人员为相关新闻采访拍摄制作提供全程专业服务；
3. 执行管理制度：要有固定项目负责人，负责统筹协调，确保每次采访或报道安全顺利推进，主要技术人员应为在职记者/摄像/编导等，确保新闻报道质量安全；
4. 应急方案：需有严格的三审三校制度保证新闻安全播出，如遇突发事件，保证

第一时间协调，能够迅速处理问题；

5. 服务承诺：保持良好沟通，较强的执行能力，遇到突发问题等不可预估等情况时，能及时响应；

6. 设备水平：包含但不限于摄像机、单反相机、三脚架、无人机、无线麦克、外拍闪光灯等拍摄所需全系专业设备。

7. 能提供客观真实的**数据统计与分析**，包含但不限于以下内容，生成详细的数据分析报告，为医院评估服务效果和优化服务提供依据。

7.1 新闻播出后，媒体端提供收视率数据，包括但不限于地区、年龄比例等。

7.2 新闻宣发后，新媒体端提供发布平台阅读量，转发量等数据。

8. 拥有主流媒体资源及新媒体矩阵运营案例。

9. 年度考核材料：中标人为采购人提供数据分析报告。