**服务要求**

采购包1：华商报

标的名称： 华商报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 1. 服务内容

1、报纸 《华商报》健康版/医疗特刊 围绕医院推广的专家、技术、科室、大事记等相关内容名进行刊发（护士节、医师节、年终医疗总评榜等节点） 29cm\*21cm（半版）黑白版面 1次29cm\*10cm（四分之一版）横黑白版面 1次 |
| 2 |  | 2、短视频 华商健康发布视频号 记者探院/第医现场科普短视频 3分钟以内 3次 |
| 3 |  | 3、直播华商健康发布 视频号 陕西名医大联播 1小时内 1次 |
| 4 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 5 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 6 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 7 |  | 三、服务要求方正采编系统、摄影、摄像、剪辑及采编记者人员配备 |

采购包2：二三里

标的名称：二三里

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 | 参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 1. 服务内容

1、二三里新闻资讯类旗舰栏目《今日西安》短视频发布：10次。由二三里对医院重要事件或科普内容进行采编。发布平台：《今日西安》视频号。 |
| 2 |  | 2、二三里资讯app信息流发稿：30次（在不打扰用户体验的前提下，在用户查看的feed流里插入软文；让软文成为有用的资讯；曝光时间段长，用户可见性高；预计曝光量：800万（截至2025年3月，二三里APP全国下载用户1720万+，注册用户1055万+） |
| 3 |  | 1. 技术要求

1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 4 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 5 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 6 |  | 1. 服务要求

1、拥有摄影、摄像、剪辑及采编专业要求 |
| 7 |  | 2、高效成熟的制作团队，采编组分工明确，责任到人。 |
| 8 |  | 3、发布及审核稿件高效及迅速 |

采购包3：凤凰网

标的名称：凤凰网

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 1. 服务内容

1、新华联播网LED屏媒上推广5天 |
| 2 |  | 2、《科室解码》视频1期（时长：2-3分钟内） |
| 3 |  | 3、i健康科普视频1期（时长：1-3分钟内） |
| 4 |  | 4、媒体平台优质资源位推广。 |
| 5 |  | 5、合作期内活动跟踪报道。 |
| 6 |  | 6、项目简报1期。 |
| 7 |  | 1. 技术要求

1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 8 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 9 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 10 |  | 1. 服务要求

1、新华联播网LED屏媒上推广5天:医院的重要宣传节点或形象宣传可以在西安重要地标的1块大屏推广5天 。 |
|  11 |  | 2、《科室解码》1期：以可视化形式全面展示科室环境、服务特色、科研技术、医护团队、就医流程等内容，通过视频拉近与用户的距离，提高其对医院的熟悉度和品牌影响力。（时长：2-3分钟内） |
| 12 |  | 3、i健康科普视频1期：通过结合时下健康热点，打造妙趣横生的趣味科普视频。通过移动端趣味科普提高百姓的健康素养的同时，借助凤凰网陕西既有的品牌影响力提升医院的品牌形象。（1-3分钟） |
| 13 |  | 4、媒体平台优质资源位推广：在拥有的媒体宣传平台上面全面的对西安市儿童医院宣传推广。（具体发布时间以媒介排期为准） |
| 14 |  | 5、活动跟踪报道：在合作期内对合作方所提供的动态信息，经审核合规后进行刊发。 |
| 15 |  | 6、项目简报1期：媒体简报收集整理，制作活动传播总结报告，合作期内提供。 |

采购包4：国广国际

标的名称：国广国际

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、根据甲方需求，拍摄制作一期视频，时长3分钟左右； |
| 2 |  | 2、甲方提供素材，乙方翻译并在 Facebook、x等海外社交媒体英文推广6次。 |
| 3 |  | 二、技术要求1、短视频包含主题策划以及具体执行和后期剪辑制作等服务（视频格式mp4，清晰度1920\*1080高清）； |
| 4 |  | 三、服务要求1、人员配置：为保证此次项目圆满完成，拟为此次活动配备策划组、视频摄制组、等组别，配合完成项目执行。整体项目由主要领导担任负责人，对项目进行统筹安排。 |
|  5 |  | 2、专业设备：视频摄制采用索尼A7M3 镜头；大疆如影rs稳定器； |
| 6 |  | 3、服务标准：保证项目按时、高效完成；力求在短视频分发中取得突出传播效果；力求在海外平台多次曝光并搜集精彩互动内容进行二次传播。 |

采购包5：健康报

标的名称：健康报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容提供 3000 字左右宣传内容深度策划服务 1 次，在《健康报》纸媒（黑白版）刊登。 |
| 4 |  | 二、服务要求1、派专人为第一责任人与甲方对接，积极配合甲方的相关宣传工作，对项目工作所有资料内容统一专人管理确保应急、保密工作到位。 |
| 3 |  | 2、供应商需根据采购人的报道需求认真准备文案。结合实际情况，多维度视角，进行宣传，服务过程专业、规范。 |
| 4 |  | 3、服务响应及时，解决问题有效，服务内容全面。 |
| 5 |  | 4、交付成果：（需最终达到的服务目标）供应商应严格按照甲方提出的时间、内容、质量等需求完成项目。 |

采购包6：陕西日报

标的名称：陕西日报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、陕西日报4—10版四分之一版广告三次。 |
| 2 |  | 2、群众新闻网新闻配合10篇 |
| 3 |  | 3、陕西日报全年新闻配合 |
| 4 |  | 4、送陕西日报当日报纸100份 |
| 5 |  | 1. 技术要求

1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 6 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 7 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 8 |  | 三、服务要求1、刊发稿件由陕西日报记者、编辑现场采访、采写、发布。 |
| 9 |  | 2、稿子三审三校由陕西日报进行修改、完善和刊发。 |

采购包7：腾讯

标的名称：腾讯

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、走进临床科室1期 |
| 2 |  | 2、医声来了短视频4期 |
| 3 |  | 3、医学科普条漫2期 |
| 4 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 5 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 6 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 7 |  | 三、服务要求1、服务内容、要求、质量：我司将充分利用腾讯平台的10亿+高用户、高频次使用以及强互动体验的优势进行宣传推广，通过多类型、多维度、多渠道进行医院品牌的广泛传播。 |
| 8 |  | 2、服务周期：我司保证在365个日历日范围内配合医院各项重大新闻宣传、重点科室、明星专家、优势诊疗技术的宣传推广。 |
| 9 |  | 3、质量保证：我司与西安市儿童医院成立项目小组，明确分工、确定时间表，稳妥推进筹备和落实工作，确保圆满完成各项计划。 |
| 10 |  | 4、后续服务承诺：在合作期内配合医院的各项宣传活动、采访，不另外加价，权责相关以合同为准。 |
| 11 |  | 5、交付成果：（需最终达到的服务目标）对医院的诊疗技术、设施设备、专家团队、医院文化，依托腾讯平台，更好的输出医院独有的品牌形象，使公众更多地理解和支持医院，并让更多的患者享受医院的医疗服务。1. 与医院宣传科及专家沟通话题脚本、拍摄进度。
2. 文案出策划案脚本与院方及专家沟通。
3. 确定文案脚本的准确无误。
4. 制作人员，拍摄设备准备。
5. 原始资料留存。
 |

采购包8：健康零距离

标的名称：健康零距离

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、西安广播电视台《健康零距离》周一板块节目《璐璐跑健康》拟进行医院重点科室宣传推介3期。 |
| 2 |  | 2、《健康零距离》访谈节目拟进行专家的宣传推介3期 |
| 3 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 4 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 5 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 6 |  | 三、服务要求1、成立服务项目组，由专人对接，负责节目的沟通、拍摄、嘉宾的时间预约及沟通，保证节目的顺畅播出 |
| 7 |  | 2、节目播出平台：西安广播电视台一套《健康零距离》节目中播出，播出视频发医院宣传科保存 |
| 8 |  | 3、按照约定保质保量的完成2025年的西安电视宣传播出任务 |

采购包9：三秦都市报

标的名称：三秦都市报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、派专人为第一责任人与甲方对接，积极配合甲方的相关宣传工作。 |
| 2 |  | 2、根据西安市儿童医院的报道需求认真准备文案。 |
| 3 |  | 3、结合实际情况，多维度视角，进行宣传。 |
| 4 |  | 4、整版广告2期（黑白）1/4版广告1期（黑白） |
| 5 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 6 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 7 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 8 |  | 4、发挥供应商互联网信息处理能力，结合实际情况发挥正向引导。 |
| 9 |  | 三、服务要求1、整版广告2期加四分之一版1期 广告（黑白） |
| 10 |  | 2、秦闻APP、三秦网日常稿件的采访、编写、刊发（不限制次数） |

采购包10：阳光报

标的名称：阳光报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容在《阳光报》刊登2次1/2版面有关西安市儿童医院重点科室或知名专家推荐专题版面稿件。 |
| 2 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 3 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 4 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 5 |  | 三、服务要求要有专人对接，要有专业设备，保证售后。 |

采购包11：新浪

标的名称：新浪

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、新浪陕西首页:健康板块展示与推荐医院官方微博6天，健康板块推荐医院知名专家教授;新浪陕西健康频道:《你好健康》视频栏目3期。《捉谣记》栏目2期。 |
| 2 |  | 2、微博:①新浪陕西官方微博矩阵:@陕西健康微博直发4次;②@陕西健康微博账号Pc焦点图4天。 |
| 3 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 4 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 5 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 6 |  | 三、服务要求1、在我院的服务工作过程中，需严格执行国家的相关法律法规，尊重并贯彻我院的意见，维护需方的利益，积极制定严格的内容制作、审核、发布的相应流程，同时在服务过程中，密切与我院配合，随时随地提供全过程、全方位的服务，保证各项工作的顺利进行。 |
| 7 |  | 2、整体策划统筹保证:严格做好该项目的前期策划设计，文稿，客户服务等。项目组长和资深人员对各个环节严格把关，以确保最终创意产品及媒体宣传效果及进度。在节假日或其它医疗节点，策划营销方案，消耗服务项目内容。 |
| 8 |  | 3、内容发布：为该项目组建各专业齐全的工作人员。有关医院的新闻热点话题以及社会活动，都及时发布之新闻平台，保证新闻的时效性，一般在新闻活动发生的2天内及时发布。 |
| 9 |  | 4、审核及具体安排:配置足够的支持人员，按组分配工作计划，确保海报、长图、视频等创意服务在宣传计划时间内完成。营销方案或活动节点确定后7天日内及时完成产品设计制作，对于不定期的相关数据统计需求在3个工作日内完成。 |
| 10 |  | 5、紧急事项处理措施：派资深代表人员及时处理工作期间出现任何的问题，实时统计新闻服务及创意内容服务进度，随时协调以求为医院更好的宣传推广。 |

采购包12：央广网

标的名称：央广网

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、图文产品类：图文产品制作，2条； |
| 2 |  | 2、图文产品类：海报制作，1张； |
|  |  | 3、央广网PC端陕西频道文字链广告，一屏文字链，3条。 |
| 3 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 4 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 5 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 6 |  | 三、服务要求1.专项服务工作人员素质保障在接受项目委托后和后续项目实施过程中，需根据本项目实施情况和运行情况确定具有较强专业工作能力的专项服务小组，同时配备熟悉国家及地方的法律法规和相关政策、具有较高的综合素质和组织能力的工作人员担任项目负责人，负责项目整体的服务与执行，保证本项目的顺利开展。 |
| 7 |  | 2.项目服务实施方案保障需以项目服务的实施方案为主要任务准则和要求，在项目实施阶段将及时跟进、制定项目宣传计划方案，完善项目中各工作环节的流程和要求并认真执行。 |
| 8 |  | 3、资料信息报告收集保障针对项目所需资料文件及相关信息，系统收集、筛选相关文字资料，如出现资料不全、无资料等情况，须及时向相关部门提出索要，在不能取得有关资料时，及时反映告知项目负责人，并在报告中特别说明情况，或将会产生的影响结果予以说明; |
| 9 |  | 4、相关法律法规保障在宣传工作中，必须严格按照《宪法》、《中华人民共和国广告法》、行政主管部门的相关规章制度开展每项工作，壮大主流思想文化能力，旗帜鲜明发声。 |
| 10 |  | 5、审核责任相关制度保障依据供应商单位相关管理制度及发展体系，在项目执行与服务过程中，明确分工、明确责任，实行责任追究制，保障项目的顺利实施。 |

采购包13：西安晚报

标的名称：西安晚报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、西安晚报半版黑白广告2期 |
| 2 |  | 2、西安发布、西安新闻网等媒体同步发布相关新闻稿件 |
| 3 |  | 二、技术要求1、派专人为第一责任人与甲方对接，积极配合甲方的相关宣传工作。 |
| 4 |  | 2、供应商需根据采购人的报道需求认真准备文案。结合实际情况，多维度视角，进行宣传。 |
| 5 |  | 三、服务要求充分利用媒体资源做好全方位宣传，有效满足人民群众对医疗卫生事业发展的需求，增进对医院的了解和认知，凸显甲方文化建设和建设发展成果，树立医院品牌形象，扩大医院影响力和知名度。 |

采购包14：西安日报

标的名称：西安日报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、西安日报半版黑白广告2期 |
| 2 |  | 2、西安发布、西安新闻网等媒体同步发布相关新闻稿件 |
| 3 |  | 二、技术要求1、派专人为第一责任人与甲方对接，积极配合甲方的相关宣传工作。 |
| 4 |  | 2、供应商需根据采购人的报道需求认真准备文案。结合实际情况，多维度视角，进行宣传。 |
| 5 |  | 三、服务要求充分利用媒体资源做好全方位宣传，有效满足人民群众对医疗卫生事业发展的需求，增进对医院的了解和认知，凸显甲方文化建设和建设发展成果，树立医院品牌形象，扩大医院影响力和知名度。 |

采购包15：抖音

标的名称：抖音

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、医院宣传定制品牌视频5条 |
| 2 |  | 2、今日头条新闻稿件发布10条 |
| 3 |  | 3、协助医院做抖音、今日头条平台宣传工作 |
| 4 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 5 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 6 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 7 |  | 三、服务要求1、视频拍摄团队要求编导、摄像、后期、制片人员配备齐全。每次视频拍摄前根据甲方需求撰写视频脚本，甲方确认脚本后，在约定时间内拍摄、制作完成视频。 |
| 8 |  | 2、专人对接医院，做到实时响应。 |

采购包16：搜狐

标的名称：搜狐

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、海报设计24期 |
| 2 |  | 2、主题电子长页/数独长图2期 |
| 3 |  | 3、健康节点科普视频4期 |
| 4 |  | 4、四端同步发稿50篇 |
| 5 |  | 5、搜狐新闻app新闻推荐1次 |
| 6 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 7 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 8 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 9 |  | 三、服务要求1、人员配置要求：服务团队的人员构成需要配备专业的设计师（负责海报设计、电子长页设计）、视频制作人员（负责科普视频制作）、文案编辑（负责稿件撰写）、推广运营人员（负责多平台发布及推广） |
| 10 |  | 2、专业设备要求：根据服务内容，在执行项目过程中需使用专业设备，设计软件（Adobe Photoshop、Illustrator 等）、视频制作软件（Adobe Premiere Pro、After Effects 等）、摄影摄像设备（高清摄像机、专业相机、稳定器等）。 |
| 11 |  | 3、服务标准要求：建立服务质量评估体系，从内容质量、发布及时性、推广效果等方面进行评估。制定服务响应时间标准，对于医院提出的修改意见，服务团队需在24小时内给出反馈，48 小时内完成修改。规定服务的保密要求，确保医院的信息安全。 |

采购包17：起点新闻

标的名称：起点新闻

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、科普短视频10条：1-3分钟短视频，结合动画、医生讲解、情景演绎等方式呈现。 |
| 2 |  | 2、图文信息15条：图文结合，适合社交媒体传播。 |
| 3 |  | 3、直播活动2场：专家在线答疑+健康科普讲解，每场1小时左右。 |
| 4 |  | 4、图解制作2条：信息长图或H5，适合快速传播。 |
| 5 |  | 二、技术要求1、围绕医院全年宣传工作大局，做好疾病预防和科普教育，满足公众对健康科普的需求日益增长，通过多元化的宣传方式，提升医院品牌影响力，增强家长对儿童健康管理的认知，同时树立医院专业、权威、亲民的形象。  |
| 6 |  | 2、通过短视频、图文、直播等形式，扩大医院影响力。增强健康科普效果，以通俗易懂的方式传播儿童健康知识，提高家长的健康管理意识。通过直播、互动问答等形式，拉近医院与患者家庭的距离，提升信任感。助力医院公益形象，传递医院的社会责任感。 |
| 7 |  | 3、整合起点新闻客户端和西部网PC端等平台渠道，建立专题专区、置顶推荐、话题推广等。 |
| 8 |  | 三、服务要求1、人员：选择专职运营人员负责项目对接及策划。派遣专业视频、骨干编辑人员等负责视频摄制及内容更新推荐等工作。  |
| 9 |  | 2、设备：微单2台、灯光麦克、三脚架、高配电脑、直播推流设备、设计软件。 |

采购包18：都市快报

标的名称：都市快报

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、线上直播义诊活动，提升美誉度和品牌影响力，3次； |
| 2 |  | 2、通过短视频，对常见病防治、疫苗接种、营养膳食等知识进行科普，3次； |
| 3 |  | 3、通过微博，对新技术、新设备以及专业团队进行报道，加强互动，1次； |
| 4 |  | 4、发布微信帖：对医院的亮点特色进行着重包装，突出建院宗旨和医院优势，3次。 |
| 5 |  | 5、医院内部：病房电视系统、候诊区互动大屏播放媒体采访内容。 |
| 6 |  | 二、技术要求1、通过官方媒体渠道，涵盖微信公众号、微博、抖音等主流新媒体平台，进行优质内容输出及资源位的曝光，增强病患的认可度； |
| 7 |  | 2、借助千万粉丝的的强大传播力，加强健康科普宣传，促进医患沟通，让更多患儿及家长便捷获取西安市儿童医院的资讯、以及医疗服务信息； |
| 8 |  | 3、包含3场移动直播、1条微信公众号、3条原创微博、3条原创短视频。 |
| 9 |  | 三、服务要求1、内容策划：提供选题策划及脚本撰写，内容有创意，能有效达到宣传目的；  |
| 10 |  | 2、视频制作：短视频拍摄剪辑，要求视频画质清晰，音频清晰无杂音，专家采访需画面稳定、光线适宜；经过医院相关部门审核后发布。 |
| 11 |  | 3、运营推广：根据平台特点和用户群体，优化内容形式和传播方式，保证阅读量、播放量、互动量等关键指标。 |
| 12 |  | 4、设计师：海报、长图、封面图提供，需要排版美观、有吸引力，符合医院品牌形象。 |

采购包19：中新社

标的名称：中新社

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、文字产品制作与传播（5期）策划并制作高质量图文信息内容，涵盖医院动态、健康科普、特色专科介绍等方向，适配微信公众号、媒体网站等多平台传播需求。内容包含文案撰写、视觉设计、排版优化及多平台适配调整。 |
| 2 |  | 2、视频融媒体内容制作与推广（3期）制作精品短视频及融媒体内容，包括专科技术介绍、医护团队访谈等。视频符合高清标准，适配主流传播平台，并配以字幕及特效，提升内容吸引力。 |
| 3 |  | 3、新媒体矩阵运营与活动支持（2期）通过微博、客户端等新媒体平台策划推广活动，结合话题运营、互动直播等形式增强品牌曝光。提供合作期内线上线下活动的全流程传播支持，涵盖活动预热、现场传播及后期总结。 |
| 4 |  | 4、项目成果总结（1期）编制项目总结简报，包含阶段性成果分析、传播数据报告及优化建议，以标准化格式提交，为后续品牌建设提供参考依据。 |
| 5 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 6 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 7 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 8 |  | 三、服务要求1、专业团队配置配备经验丰富的策划、设计、运营及项目管理团队，团队成员具备医疗行业相关服务经验。安排专人定期与医院沟通项目进展。  |
| 9 |  | 2、技术支持与设备保障使用专业摄影摄像设备及后期制作软件，确保内容制作质量。实时跟踪传播效果，并提供透明化数据报告。 |
| 10 |  | 3、服务标准与响应时效需求确认后需快速响应并提交方案，传播数据报告，包含曝光量、互动率等核心指标，确保服务流程规范高效。定期召开项目进度会议，及时调整策略以匹配医院品牌建设目标。 |

采购包20：澎湃新闻

标的名称：澎湃新闻

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | 一、服务内容1、澎湃新闻APP陕西频道信息流服务5次； |
| 2 |  | 2、网络资讯整理研判咨询服务； |
| 3 |  | 3、双方基于推广策略咨询建立良好沟通机制，如有大型主题活动优先考虑对方。 |
| 4 |  | 二、技术要求1、通过全方位的推广渠道，进行多平台持续内容输出及资源位的曝光，提高医院的品牌影响力。 |
| 5 |  | 2、通过对医院的特色专科、先进硬件设备、专业团队等情况进行详细的介绍，从而增强病患的认可度。 |
| 6 |  | 3、对医院的亮点特色进行着重包装，突出医院优势；重点介绍服务理念，突出医院建院宗旨、院训等提高医院的品牌影响力。 |
| 7 |  | 三、服务要求1、人员配置本项目配备专人作为应急专员，及时回复医院消息，作好日常宣发工作，及时参加医院的线下活动。  |
| 8 |  | 2、应急预案设立网络资讯专员，委派专人协助医院进行相关工作；建立内容错误预案，当服务的内容有误时，应及时根据错误情况进行内容更正。 |
| 9 |  | 3、现场管理预案项目执行期间，供应商将成立专项负责团队，并建立7\*24小时响应机制，及时沟通采购方需求、调整现场执行方案。 |
| 10 |  | 4、沟通审核机制健全沟通渠道，及时对项目生产内容进行加工、审核，经医院确认无误后再发布。 |