

服务要求

鉴于乙方所属各宣传平台，针对甲方在政策宣传、亮点展现、品牌打造等方面存在的宣传需求，为助推甲方高质量发展，乙方为甲方提供涵盖线上线下的多维度宣传方案，具体内容如下：

（一）移动端宣传：

聊城市新闻传媒中心移动端宣传矩阵包括：

聊城新闻客户端；聊城大健康视频号、公众号；主流聊城视频号、聊城日报抖音号；聊城日报微信公众号；聊城头条微信公众号；聊城新闻网微信公众号；掌中聊城微信公众号；直播聊城news微信公众号；聊城日报今日头条号；聊城日报微博；聊城晚报微博；聊城新闻网微博等移动端平台，总粉丝量达到1000万+。

乙方旗下移动端宣传矩阵经过近年的精心打造，无论是粉丝量还是关注度、浏览量、点击率，在聊城当地都有着很强传播的优势。基于当下人们的阅读习惯和传播趋势，乙方在提供广播、电视、报纸等传统优质内容的基础上，在移动端集中发力，推出一批人民群众喜闻乐见的短视频、专题片、微电影、微信公众号深度报道等，从不同角度树立甲方形象（好政策、好经验、好做法、好医生、好护士），展现甲方最新医疗技术，加强群众与甲方的联系。

借助以上平台，在手机端乙方围绕甲方亮点工作将推出以下合作内容：

1、优先原则。甲方作为乙方优质合作客户，乙方充分借助主流媒体的权威性以及“四力”即“传播力、引导力、影响力、公信力”，发挥主流媒体的平台、技术、人才、设备、策划等无可比拟的优势，围绕甲方重点工作开展全媒体策、采、编、发服务，在同等条件下，优先协调选派、安排部室精干力量、资深人员提前介入，为甲方提供策划、视频、文案、深度报道等，及时挖掘甲方宣传亮点，此项可分解为：

（1）策划、制作专题片 2 个（7 分钟左右/个）

（2）策划、制作微电影 1 部（7 分钟左右/个）

（3）拍摄院史馆老专家口述历史《聊医记忆》短视频 12 期。

（4）电视编播部发挥技术、人才优势，根据甲方需求为其制作精品短视频 5 个。

2、聊城市新闻传媒中心基于强大的舆情监测平台，依托领先的技术架构和

数据分析能力，将根据甲方的需求，提供以下舆情数据服务：

（1）舆情监测：乙方将定期收集、整理和分析与甲方相关的舆情信息，包括但不限于资讯、社交媒体评论、论坛帖子等。

（2）舆情分析：乙方将对收集到的舆情数据进行深入分析，并根据甲方需要提供详细的报告和建议，帮助甲方了解公众对其看法和态度，以及舆情对甲方形象的潜在影响。

（3）舆情预警：乙方将设立舆情预警系统，及时监测和发现与甲方相关的重要舆情事件，并及时向甲方提供预警信息，以便甲方能够及时采取应对措施。

（4）根据甲方需要，乙方提供舆情分析指导等线下服务。

3、乙方在综合频道主打栏目为甲方提供资讯报道，每条15秒左右。

4、在聊城客户端等移动端平台为甲方播发信息20条/年。其内容为综合频道主打栏目、日报、晚报等刊播内容进行二次传播。

（二）节点宣传：

根据甲方实际需求，为甲方提供1个日报整版（可拆解为2个1/2版或3个1/3版）版面。

（三）纸媒宣传：

乙方旗下《聊城日报》和《聊城晚报》日发行量近8万份，做到了机关、企事业单位、学校、乡镇的全覆盖，是全市独一无二的传播平台。

1. 在聊城日报显著版面刊发甲方重要信息；

2. 通过《聊城日报》健康版，向社会推介甲方及甲方下属脑科医院知名专家和学科带头人（优质形象宣传），内容同步在移动端呈现，不少于12篇/年，不低于一千字/篇；

3. 通过《聊城晚报》健康版，围绕临终关怀、急救案例、治愈案例等讲好甲方及甲方下属脑科医院的暖心故事，不少于10篇/年，每次不少于四分之一版；

（四）电视、电台宣传：

1. 《生活与养生》栏目充分发挥主流媒体作用，与甲方强强联合、精诚合作，已经成为聊城观众一档最权威、最实用、最贴心的家喻户晓的养生品牌节目。该栏目主要以专家访谈为主，在综合频道黄金时间日播（5分钟），全年365期不间断。

2. 乙方为甲方及下属脑科医院提供民生频道主打栏目内专题以及资讯报道，介绍医院动态，围绕重点科室、领军人物、典型事例等方面开展宣传。多角度制作播出民生频道相关栏目内专题报道。每期2分钟，全年播出4期；乙方为甲方下属脑科医院提供科普访谈，由医院选派医生专家在民生频道相关栏目内科普健康知识，讲解疾病防治、身心调理、查体康复等科普内容。每期2分钟，全年10期。

3. 乙方为甲方下属分院（脑科医院）在《聊城新闻》制作尾屏广告，全年/365期，每期/10秒。

4. 乙方为甲方聊城市人民医院在经济广播《健康有约》制作20秒音频广告，每周播放5次，全年播放260次。及医师节，护士节，短视频制作各1条，播放1次。

5. 乙方为甲方在综合频率提供《对话大医生》栏目，时长为44分钟，每周/1期，全年52期。