

附件

四川省第五人民医院媒体合作项目需求

为进一步提升我院的品牌知名度、影响力，增强公众对医院老年医学模式的认知，启动本次媒体合作项目。通过与优质主流媒体资源的深度合作，构建全方位、多层次的宣传矩阵，实现医院品牌价值的有效传播与转化。

一、合作媒体范围

（一）主流官方媒体

借助主流官方媒体其权威性与公信力，发布医院重大新闻、公益活动、医疗成果等内容，传递官方声音，塑造医院正面形象。

（二）专业医疗媒体

国内知名医疗专业媒体，以及专注于健康科普的新媒体平台，针对医疗从业者、患者及健康关注人群，传播医院的专科优势、前沿技术、科研成果等专业内容，提升医院在医疗行业内的专业影响力。

（三）户外与场景媒体

根据医院宣传需求，可选择城市核心商圈 LED 大屏、地铁、公交、社区宣传栏等户外及场景媒体，针对特定区域、特定人群进行精准宣传，提升医院在本地市场的曝光度。

二、宣传内容

（一）品牌形象宣传

1.医院整体品牌宣传：突出医院的历史沿革、发展定位、诊疗环境及综合实力等，通过媒体平台进行广泛传播，强化公众对医院品牌的认知。

2.老年特色品牌宣传：针对医院的老年诊疗模式、老年诊疗技术、老年学科建设、老年友善服务等，深入挖掘学科优势、诊疗特色、专家团队、成功案例等内容，制作专题报道、短视频、科普文章等，提升知名度与影响力；及时报道如“1+4+N”“首诊+分诊”“内外科共管”“老年特色门诊”“让老年人重获高质量生活行动”等创新老年医学模式，通过专业解读、案例分享等形式，向公众普及我院老年诊疗特色优势与应用价值，塑造老年特色品牌形象。

3.专家团队品牌宣传：介绍医院知名专家的专业背景、擅长领域、从医经验及学术成就，通过媒体平台展示专家的专业形象与人文关怀，体现老年医院专业特色。

（二）公益与社会责任宣传

1.公益活动报道：对医院开展的万名医护走基层、义诊活动、健康讲座、贫困患者救助、对口支援等公益活动进行全程跟踪报道，通过图片、视频、文字等形式，展示医院的社会责任担当，传递正能量，提升医院的美誉度。

2.公共卫生知识普及：结合季节特点、疾病流行趋势等，制

作通俗易懂的健康科普内容，如疾病预防、养生保健、合理用药等知识，通过媒体平台定期发布，为公众提供科学的健康指导，树立医院的健康服务品牌形象。

（三）患者服务与体验宣传

1.适老化服务举措推广：宣传医院在优化诊疗流程、改善就医环境、提升服务质量等老年友善服务方面推出的新举措、新服务，如一次挂号管五天、全院一张床、一站式服务中心、互联网+护理服务等，让患者在就医体验上有获得感。

2.患者故事分享：征集并分享患者在医院的就诊经历与康复故事，通过真实案例展现医院的医疗水平与人文关怀，增强公众对医院的信任感与认同感，如叙事护理、“家”文化等。

三、宣传形式

（一）图文类

包括新闻通稿、专题报道、科普文章、图文海报等，要求内容严谨、表述准确、图文并茂，适合在纸媒、微信服务号/公众号、小红书等平台发布。

（二）视频类

涵盖探院探科 Vlog、专科介绍片、专家访谈视频、科普短视频、纪录片等，视频画面清晰、声音清楚、剪辑流畅，符合不同媒体平台的播放要求。

（三）直播类

开展老年健康科普直播、学术会议直播、义诊活动直播等，

通过实时互动形式，增强与公众的沟通与交流，提升宣传的时效性与互动性。

（四）活动类

联合媒体共同举办法学研讨会、公益义诊活动、老年健康体检营等线下活动，扩大宣传影响力，提升公众参与度。

四、合作媒体服务

（一）策划能力

合作媒体须具备专业的策划团队，能够根据医院的宣传需求与目标，结合媒体平台特点，制定具有针对性、创新性的宣传策划方案，包括宣传主题、内容框架、传播渠道、实施步骤及效果评估方法等，确保宣传活动的有效性与可操作性。

（二）内容制作能力

1.文字创作：拥有资深的文字编辑团队，能够撰写高质量的新闻稿件、专题报道等文字内容，语言表达准确、生动、通俗易懂，符合不同媒体平台的风格要求。

2.视觉制作：具备专业的摄影、摄像、视频剪辑、设计等团队，能够拍摄制作高品质的图片、视频、海报等视觉内容，确保内容的视觉效果与传播吸引力。

（三）媒体资源整合能力

合作媒体需拥有丰富的媒体资源，能够整合不同类型、不同层级的媒体平台资源，为医院提供全方位、多渠道的宣传服务，实现宣传内容的最大化传播。同时，能够根据宣传需求，

协调媒体平台的版面、时段、位置等资源，确保宣传内容的最佳展示效果。

（四）传播能力

合作媒体须具备强大的传播执行能力，能够根据宣传策划方案，高效、精准地将医院宣传内容在合作的各媒体平台进行发布与推广。具体包括：

1.能够利用其媒体平台自身的流量优势及用户基础，确保宣传内容的快速触达与广泛覆盖，特别是针对老年人群体、患者及家属、医疗从业者等目标受众的精准推送；

2.具备多平台协同传播能力，能将同一核心宣传内容根据不同媒体平台的特性进行适配性调整与分发，形成线上线下联动、多渠道共振的传播效应，扩大宣传声量；

3.拥有一定的话题引导能力，能结合医院重要事件、特色活动等，提升宣传内容的互动性和二次传播效果，确保医院的品牌信息和核心价值得到有效传递。

（五）效果监测与评估能力

合作媒体需建立完善的宣传效果监测体系，能够对宣传内容的曝光量、阅读量、点赞量、评论量、转发量等数据进行实时监测与统计分析。在每个宣传阶段结束后，向医院提交详细的效果评估报告，总结宣传工作的成效与不足，提出改进建议，为后续宣传工作提供参考。

（六）沟通与协作能力

合作媒体需指定专门的项目对接人员，与医院宣传统战科保持密切沟通，及时了解医院的宣传需求与动态，反馈宣传工作的进展情况。在宣传实施过程中，能够积极配合医院的工作安排，及时调整宣传策略与内容，确保宣传项目的顺利推进。

五、项目预算与合作期限

（一）项目预算

本次媒体合作宣传项目预算包含媒体版面费、内容制作费、活动执行费、效果监测费等所有相关费用。合作媒体需根据医院的宣传需求与合作内容，制定详细的预算报价方案，明确各项费用的构成与标准。

（二）合作期限

本次项目合作期限为一招二年，合同一年一签，经考核合格后续签次年合同。

六、其他要求

1.合作媒体需严格遵守国家法律法规、医疗行业相关规定及宣传纪律，确保宣传内容的真实性、合法性、准确性，不得发布虚假、误导性信息，不得损害医院的品牌形象与声誉。

2.宣传内容的版权归属双方协商确定，未经医院书面同意，合作媒体不得擅自将宣传内容用于其他商业用途。

3.合作媒体需对合作过程中了解到的医院机密信息、患者隐私等内容严格保密，不得泄露给任何第三方。

4.如遇重大突发公共卫生事件或医院重大应急情况,合作媒体需积极配合医院开展应急宣传工作,及时发布权威信息,引导舆论方向。