

包 1：新媒体平台全案运营服务 1(宣传方向：外科类手术及术后康复)

运营维护的医生不少于 8 个医生

1、内容要求：拍摄制作高水准的系列短视频，要求具有鲜明的主题性、原创性、科普性、高品质，能够对受众产生强烈吸引力。短视频需要充分表现医院医务人员新面貌新形象及专业技术的宣传，进一步提升科室人员知名度与美誉度。通过系列短视频的拍摄制作，起到良好的医务人员形象的宣传效果，以及科普价值。

2、知识产权：项目所包含的视频整体包装（包含画面、文字、音乐、配音等）和素材资料的著作权与使用权归属采购人；乙方须承诺所交付成品中的画面、音乐、配音等，未侵犯他人的商标权、专利权、肖像权、著作权等在先权利，否则因此产生的一切法律后果以及责任由乙方承担。

3、运营平台：供应商能够在新媒体平台（包括但不限于抖音、快手、小红书、视频号、百家号等），不少于四个平台开通医生个人帐号，并负责合作期内的日常运营维护。

4、运营安排：合作方应负责医生个人短视频的策划、拍摄、剪辑制作、发布和后台维护，并保证每天在开通平台发布内容，实现良性循环和可持续发展。重点内容同步在相关医疗健康类媒体网站进行发布。

5、发布安排：每天都有视频在各个平台进行发布，每年每个账号发布总作品不低于 365 条；

6、附加服务：合作方应邀请每位被运营专家（最终所达成合作运营的专家）每年不低于三期媒体科普节目，以扩大专家影响力和互联网搜索效果，在不低于 10 家媒体平台进行发布推广。

7、原创性：保证所有视频内容均为原创，不得出现抄袭、盗用等情况，签署原创内容承诺函，并且真实拍摄视频数量应占年度视频总量的 80%以上，年度合作结束，提供视频情况说明；

8、拍摄计划：制定详细的拍摄计划、拍摄人员和拍摄设备安排，每周每位医生至少保证有一次拍摄，拍摄场景应该包含但不限于门诊、查房、手术室等场景；拍摄设备应包含单反、灵眸等各类不同场景的拍摄设备，且拍摄设备为每位医生单独使用，不互相掺杂；

9、价格情况：本项目为总价承包，合同价款已含全部费用，包含但不限于供应商的设备维护，供应商工作人员的交通食宿、社会保险等。每位医生的所有账号平台每个月的总运营费用不超过 14000 元。

10、达到效果：每位医生的账号，按一年计算，总发布视频不低于 365 条，总播放量不能低于 1200 万次，涨粉量不能低于 3 万人，线上线下接诊病人不能低于 200 人；重点科室账号，可以选择以科室整体业务增长量高于医院平均水平的百分点计算（具体百分点再做协商），且可以要求增加重点科室账号年度发布视频的总数量。

11、剪辑制作：剪辑所用电脑不低于 i5 处理器，且配备工作站、移动硬盘等储存设备，且所剪辑备用视频不低于 5 期；

12、总结制度：每月应出具每个账号的运营总结数据，包括但不限于发布视频数量、总播放量、粉丝增长量、平均播放量等；每季度出具每个账号的运营分析报告，包括但不限于上一季度每个月的数据，优点，不足，需要调整方向等。

13、服务要求：能提供策划、文案、拍摄、制作一站式服务，保证日更新，全天随时响应。

14、运营管理制度：固定项目负责人，负责统筹协调，确保项目安全顺利推进，主要技术人员策划、拍摄、剪辑、包装等相关短视频拍摄制作人员提供全程专业服务。应急方案：预防优先-双方专人会审制度。如遇突发情况，保证第一时间协调，能够迅速处理问题。

15、设备水平：拥有可以拍摄超清格式及更加清晰视频的摄像机、单反；可以灵活方便拍摄的运动相机、灵眸相机等，方便特殊场景拍摄使用；高音质收音无线麦克风；便携式提词器；便携式补光灯以及高功率补光灯；无人机；摇臂；稳定器；i5 处理器及以上剪辑电脑。

16、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，需及时响应。

17、其他要求

(1)有协调沟通、宣传推广的执行能力，可确保优质、安全的按期完成任务。

(2)所制作和发布宣传的内容质量及技术规范符合国家行业最新标准，满足采购人要求。

(3)保守采购人信息商业秘密，杜绝发生知识产权纠纷或其它不良的负面影响。

(4)采购人可享有信息的选择权或优先权。

(5)项目服务所有相关费用和权利义务包括在合同价款中。

包 2：新媒体平台全案运营服务 2(宣传方向：中医、男科)

1、技术要求（运营维护的医生不少于 3 个医生）

(1)账号建设：对新媒体个人账号进行整体设计、包装。

每个账号，每年总播放量不能低于 100 万次，涨粉量不能低于 2 万人，线上线下接诊病人不能低于 200 人

(2)发布平台：包括但不限于抖音、快手、小红书、视频号等，至少有一个主宣发平台。

(3)内容创作：围绕医生专业领域，结合健康科普、门诊日常及受众需求，策划多样性视频内容。（如健康小贴士、病例分享、门诊故事、热点策划等），要求内容原创兼具专业性趣味性，确保内容专业易懂，且利于传播。保持每天更新，每周实地拍摄服务不少于 2 次。

（4）专业团队：团队人员应具备健康领域视频服务经验。固定项目负责人，负责统筹协调，确保项目安全顺利推进，安排专业拍摄/后期剪辑/医学相关背景审核人员等固定团队为账号运营提供全程专业服务。

（5）应急方案：建立双方固定的沟通、审核机制，如遇突发情况，保证第一时间协调，能够迅速处理问题。

（6）及时响应：对医院提出相关短视频制作或修改需求后，第一时间响应，并提交视频策划/修改方案。

（7）数据管理与分析：每月提交视频传播数据报告，内容涵盖播放量、点赞数、评论数、转发数、完播率、粉丝增长等核心指标，并提供数据来源的官方截图或后台导出文件。

（8）供应商需整合自身资源，为项目提供跨平台宣传支持，包括但不限于抖音、视频号、其他媒体平台。

（9）设备水平：拥有摄像机/单反相机/无人机/无线麦克/灯光等拍摄所需全系专业设备。

（10）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，供应商需及时响应。

2、其他要求

（1）有协调沟通、宣传推广的执行能力，可确保优质、安全的按期完成任务。

（2）所制作和发布宣传的内容质量及技术规范符合国家行业最新标准，满足采购人要求。

（3）保守采购人信息商业秘密，杜绝发生知识产权纠纷或其它不良的负面影响。

（4）采购人可享有信息的选择权或优先权。

（5）项目服务所有相关费用和权利义务包括在合同价款中。

包 3：新媒体平台全案运营服务 3(宣传方向：脊柱)

1、技术要求（运营维护的医生不少于 3 个医生）

（1）内容创作：围绕科室业务、健康热点、结合医生专业领域及受众需求，策划多样化视频内容(如科普讲解、病例健康知识等)，要求内容兼具专业性与趣味性，确保内容专业、易懂且具有传播性。

（2）发布安排：每周至少跟拍 5 次，如查房或者口播科普策划等。同时能在跟拍过程中发掘亮点和优质内容，进行拍摄、剪辑制发布；一年发布总作品不低于 330 条；在原有平台基础上涨粉 30%；全年总播放量不低于 500 万，全年合作结束人次进行考核；线上线下就诊不低于 240 人次。

（3）发布平台：供应商能够在新媒体平台（包括但不限于抖音、快手、小红书、视频号、百家号等），不少于 3 个平台开通医生个人帐号，并负责合作期内的日常运营维护。

（4）运营管理制度：固定项目负责人，负责统筹协调，确保项目安全顺利推进，主要技术人员策划、拍摄、剪辑、包装等相关短视频拍摄制作人员提供全程专业服务。应急方案：预防优先-双方专人会审制度。如遇突发情况，保证第一时间协调，能够迅速处理问题。

（5）专业团队：安排专业拍摄人员、后期剪辑人员、医学相关专业背景审核人员等全岗团队为医院相关短视频拍摄制作提供全程专业服务，团队人员具有健康领域视频服务经验。

（6）及时响应：对医院提出相关短视频制作需求后，第一时间响应，并提交视频策划方案。

（7）按时履约：制作方案经医院通过后，第一时间组织专业团队启动短视频拍摄制作工作，在医院要求的时间内保质保量完成视频制作。

（8）数据管理与分析：每月提交视频传播数据报告，内容涵盖播放量、点赞数、评论数、转发数、完播率、粉丝增长等核心指标，并提供数据来源的官方截图或后台导出文件。利用数据对视频效果进行深度分析，根据医院目标（如提升品牌知名度、科普医学知识等）提出优化建议，形成数据驱动的内容迭代方案。

（9）服务响应与沟通机制：明确紧急情况的响应时效，在接到医院关于视频内容紧急修改、舆情处理等需求时，需在 1 小时内响应，并在规定时间内提供解决方案。建立固定的沟通会议机制，每周召开项目进度沟通会，每月进行项目总结会，确保双方及时同步信息、解决问题。

（10）内容创作与版权：医院享有短视频的完整知识产权不得擅自使用或授权第三方使用。建立内容审核流程，除自身知识产权，包括但不限于复制权、发行权、信息网络传播权等，未经审核外，医院有权在视频发布前进行最终审核，供应商需根据医院反馈及时调整内容，直至符合要求。

(11) 安全与合规：遵守医院内部安全管理制度，如进入医院拍摄时遵守院感防控规定、保护患者隐私（未经授权不得拍摄患者面部及个人信息）等，违反规定需承担相应责任。确保视频内容符合医疗广告管理办法、互联网信息服务管理办法等相关法律法规，避免出现夸大宣传、误导公众等违规行为。

(12) 培训与知识转移：在项目执行过程中，为医院相关人员提供短视频运营培训，内容包括基础拍摄技巧、简单剪辑方法、平台运营规则等，提升医院自主运营能力。项目结束后，向医院移交完整的项目资料，包括原始素材、工程文件、传播数据报告、运营经验总结等。

(13) 设备水平：满足项目交付所需的摄像设备（包括但不限于摄像机、镜头、灯光设备、收音设备、轨道等辅助设备）。

2、其他要求

- (1) 有协调沟通、宣传推广的执行能力，可确保优质、安全的按期完成任务。
- (2) 所制作和发布宣传的内容质量及技术规范符合国家行业最新标准，满足医院要求。
- (3) 保守医院相关信息商业秘密，杜绝发生知识产权纠纷或其它不良的负面影响。
- (4) 按照医院要求，在合同规定期限内完成并保证满足合同各项条款。

包 4：新媒体平台全案运营服务 4(宣传方向：体检、医学运动)

1、技术要求（运营维护的医生不少于 2 个医生）

(1) 专业度：要求团队具备医疗领域宣传经验，能够精准提炼宣传学科优势、专家资源及特色诊疗技术，实现专业医疗内容向大众传播的高效、转化。

(2) 视频制作实力：拥有成熟的音视频制作团队，确保具备高质量视频策划、拍摄及后期制作能力。

(3) 新媒体运营经验：配备专业新媒体运营团队，涵盖内容策划、视频制作、数据分析等岗位。

(4) 内容创作：围绕科室业务、健康热点、结合医生专业领域及受众需求，策划多样化视频内容（如科普讲解、病例分享、健康知识等），要求内容兼具专业性与趣味性，确保内容专业、易懂且具有传播性。每周为每个账号产出 3 条视频，全年不低于 150 条，每个科室每月实地拍摄服务不少于 2 次。

(5) 直播服务：每个科室每月最少一场线上直播，内容涵盖健康科普、患者答疑等，需提前梳理用户留言并制定直播方案；另外结合媒体自身优势为科室提供直播服务，全年不低于 5 场。

(6) 平台推广与合作：供应商需整合自身优势，为科室提供宣传支持，联动运营的高

流量账号（粉丝量不低于 50 万）与科室共创视频，全年每个科室不少于 5 条，实现引流推广。

（7）医院重大活动宣传：结合自身平台为医院全年图文宣传不少于 10 篇，医院大型活动拍摄活动视频不少于 3 条。

（8）账号运营指标：一年发布总作品不低于 150 条；在原有平台基础上涨粉 30%；全年总播放量不低于 100 万，视频点赞量超 200 的内容 10 条、超 500 的内容 5 条。供应商能够在新媒体平台（包括但不限于抖音、快手、小红书、视频号、百家号等），不少于 3 个平台开通医生个人帐号，并负协助日常运营维护。

（9）人员与设备要求：

人员配置：供应商需组建专项服务团队（不少于 9 人），包含：内容策划与文案撰写、拍摄素材后期剪辑制作、账号管理与数据监测、统筹全流程服务。

设备要求：拍摄制作视频或直播时，需提供专业拍摄设备，包括但不限于尼康、佳能或索尼等单反相机并配备稳定器，保证视频拍摄质量。如有需要，配备无人机进行航拍，保证镜头素材画面丰富、全面。

（10）服务规范与保障：所有发布内容需符合国家法律法规及平台规则，严格保护患者隐私与医生知识产权，发布前提交院方审核。

包 5：新媒体平台全案运营服务 5(宣传方向：口腔)

1、发布安排：每周至少跟拍一次，比如查房或者口播科普、策划等，同时在跟拍过程中发掘亮点和优质内容；全年涨粉不低于 2 万，总播放量不低于 100 万，全年线上线下就诊不低于 200 人次，每半年考核一次，考核方式具体再协商（运营维护 1 个医生）。

2、服务要求：能提供策划、文案、拍摄、制作一站式服务，保证日更新，全天随时响应。

3、运营管理制度：固定项目负责人，负责统筹协调，确保项目安全顺利推进，主要技术人员策划、拍摄、剪辑、包装等相关短视频拍摄制作人员提供全程专业服务。应急预案：预防优先-双方专人会审制度。如遇突发情况，保证第一时间协调，能够迅速处理问题。

4、设备水平：拥有索尼、松下系摄像机/索尼、佳能系单反相机/大疆无人机/索尼无线麦克风/大疆无线麦/RODE 无线麦/爱图仕/神牛外拍闪光灯等拍摄所需全系专业设备。

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，供应商需及时响应。

6、其他要求

- (1) 有协调沟通、宣传推广的执行能力，可确保优质、安全的按期完成任务。
- (2) 所制作和发布宣传的内容质量及技术规范符合国家行业最新标准，满足采购人要求。
- (3) 保守采购人信息商业秘密，杜绝发生知识产权纠纷或其它不良的负面影响。
- (4) 采购人可享有信息的选择权或优先权。
- (5) 项目服务所有相关费用和权利义务包括在合同价款中。

包 6：新媒体平台全案运营服务 6(宣传方向：皮肤)

1、发布安排：每周跟拍 1 次，如查房或者口播科普、策划等，同时在跟拍过程中发掘亮点和优质内容；全年涨粉不低于 1.5 万，总播放量不低于 700 万，全年线上线下就诊不低于 150 人次，每半年考核一次，考核方式具体再协商（运营维护 1 个医生）。

2、服务要求：能提供策划、文案、拍摄、制作一站式服务，保证日更新，全天随时响应。

3、运营管理制度：固定项目负责人，负责统筹协调，确保项目安全顺利推进，主要技术人员策划、拍摄、剪辑、包装等相关短视频拍摄制作人员提供全程专业服务。应急预案：预防优先-双方专人会审制度。如遇突发情况，保证第一时间协调，能够迅速处理问题。

4、设备水平：拥有索尼、松下系摄像机/索尼、佳能系单反相机/大疆无人机/索尼无线麦克风/大疆无线麦/RODE 无线麦/爱图仕/神牛外拍闪光灯等拍摄所需全系专业设备。

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，供应商需及时响应。

6、其他要求

- (1) 有协调沟通、宣传推广的执行能力，可确保优质、安全的按期完成任务。
- (2) 所制作和发布宣传的内容质量及技术规范符合国家行业最新标准，满足采购人要求。
- (3) 保守采购人信息商业秘密，杜绝发生知识产权纠纷或其它不良的负面影响。
- (4) 采购人可享有信息的选择权或优先权。
- (5) 项目服务所有相关费用和权利义务包括在合同价款中。