

序号	构成服务费名称	内容描述	数量	单位	单价	合价	(承接单位名称)
1	电视健康节目制作	服务内容 (1) 在电视端继续推出健康节目,策划制作电视节目整体视觉包装系统,体现卫生健康行业特色。 (2) 专题策划卫生健康政策举措、工作成效、职业精神等内容的主题访谈;针对社会公众关心关切的热点健康话题,结合各类健康科普日,策划科普访谈。节目中要以采访、体验等不同形式体现与公众的交互性参与性。其中不少于12期节目要使用互联网手段或视频连线等方式走进社区、医院、企业、学校等,基层群众参与节目。	1	项	27700 00	27700 00	浙江广播电视集团
		2.服务要求 (1) 选择全省覆盖的电视台播出,首播播出时间在晚间黄金时间 19:30-20:00 期间,每日定时播出,全年准确率达到 95%以上,确保高质量播出。					

	(2) 卫生健康政策类主题访谈（每期时长约 30 分钟）和科普类访谈（每期时长约 20-30 分钟），必须为原创节目，首播的总期数不少于 78 期。在 2025 年 12 月 31 日之前，完成不少于 40 期；在 2026 年 1 月-7 月期间，完成不少于 38 期。并在其它时段安排重播。 (3) 围绕《健康浙江》栏目的需求，策划制作多个不同版块的短视频节目（时长 3-5 分钟），在电视端健康栏目中首播播出 60 期以上，含重播不少于 290 次。在 2025 年 12 月 31 日之前，首播播出 30 期以上（含重播不少于 145 次）；在 2026 年 1 月-7 月期间，首播播出 30 期以上（含重播不少于 145 次）。					
	(4) 在采购人规定的范围内，供应商拟定节目选题，经采购人审核确认后，由供应商负责联系并完成拍摄制作。供应商需具备可长期使用的固定拍摄场地和外场具备拍摄场地，保证节目录制的稳定性，同时安排专业内容制作团队，创新节目形式，进行场景制作、内容策划及舞美灯光设计等，使节目具有指导性、实用性和互动性，以达到最好的宣传效果。 (5) 做好节目的全媒体传播，做到媒体传播定位精准、曝光量大。 (6) 配备编导、摄像、后期制作等专业人员，建立一支定制化的运营团队。设驻场人员 1 名。					

		服务内容 (1) 做好视频号整体运营策划，负责所有视频的上线运营包括内容规划、选题设计、上线文案、内容话题、发布封面等。 (2) 围绕卫生健康中心工作、重点工作和群众热切关注的卫生健康问题，全年策划拍摄编辑制作适合新媒体传播特点的短视频不少于 200 条（其中原创短视频不少于 66 条）。在 2025 年 12 月 31 日之前，完成不少于 100 条（其中原创短视频不少于 33 条）；在 2026 年 1 月-7 月期间，完成不					
2	“健康浙江”视频号运营宣传	少于 100 条（其中原创短视频不少于 33 条）。 (3) 开展视频号日常维护，包括强化品牌形象，增强用户活跃度和粘性，开发完善账号功能，调整更新账号栏目以及故障排除、定期巡检和推广优化等服务。 2.服务要求 (1) 在采购人规定的范围内，供应商拟定视频选题和拍摄制作，成片经采购人审核确认后，由供应商发布。 (2) 供应商需具有政务类新媒体视频账号运营经验，且取得显著运营成果。团队需配备编导、摄像、后期制作等专业人员，建立一支定制化的运营团队。	1	项	620000	620000	浙江广播电视集团



		(3) 视频号原则上经常更新, 全年总浏览量不少于 60 万次, 获赞量不少于 5 万次。其中, 在 2025 年 12 月 31 日之前, 短视频浏览量不少于 30 万次, 获赞量不少于 2.5 万次; 在 2026 年 1 月-7 月期间, 短视频浏览量不少于 30 万次, 获赞量不少于 2.5 万次。 (4) 提升对外宣传层级, 积极向上送稿, 力争全年被国家和省级主流媒体采用视频号内容不少于 30 条, 其中人民日报、新华社和央视等央媒采用共计不少于 10 条。 (5) 拓宽信息收集推广渠道, 建立覆盖全省、贯通到县的含卫生健康机构以及融				
		媒体的通联队伍。 (6) 因偶然突发性宣传工 作需求, 要求供应商在 2 小时内 紧急响应并赶到现场进行拍 摄采访和视频制作发布等工 作, 双方协商在最短时间 内解决需求。				