**3.1采购项目概况**

“长安医学”“秦药”品牌宣传推广。在覆盖面广、传播力强的媒体平台全方位多渠道宣传“长安医学”“秦药”品牌，进一步提升品牌认知度影响力。

推广渠道：国家级传统电视媒体频道，收视率在国内具有明显优势；新媒体应属于国家级平台，应具有独特性、权威性，传播模式为矩阵同步播出；交通场站应为国家或省会城市重点交通枢纽，有足够的规模、客流量和影响力；西安市内公共平面载体应处于车流人流等相对集中的要道或主要地段。“长安医学”“秦药”品牌发布会及宣传活动以现场形式发布，要求场所合适、内容丰富、创意新颖、流程合理。活动应注重扩大品牌影响力，需省级主流媒体及若干新媒体同步直播，在国内其他省市媒体同步或以其他方式宣传报道。

**3.2服务内容及服务要求**

**采购包1：在央视投放宣传视频**

1、投标人具有中央广播电视总台广告代理证明材料（包含但不限于代理授权书、代理协议、证书等）；

2、投标人广告片剪辑达到中央广播电视总台技术标准，像素≥1920×1080，全屏画面；

3、采购人提供素材，中标人负责宣传视频内容的二次制作；

4、宣传视频时长：≥10秒有声视频；

5、投放频道及时段（至少包含以下频道）：

①中央电视台中文国际频道（CCTV-4）；

投放时段：每日19：00前后5分钟内；

投放频次：每日1次；

②中央电视台新闻频道（CCTV-13）；

投放时段：每日新闻30分前5分钟内；

投放频次：隔日1次；

③中央电视台农业农村频道（CCTV-17）；

投放时段：每日18：30—22：00时段内；

投放频次：每日≥2次；

6、投放周期：≥连续90天；

7、投标人须为本项目宣传提供优质的增值服务，包含但不限于增加频道、时段、次数以及其它媒体投放平台等。

8、及时统计投放情况，项目执行结束后提交总结报告（图文，电子版及纸质版）。

**采购包2：在新媒体投放宣传视频**

1、采购人提供素材，中标人负责宣传视频内容的二次制作；共44集，每集时长5分钟，需在国家级媒体账号播放至少1轮。

2、投标人应具备至少一个国家级媒体发布的能力，以及该媒体官方账号在其他主流新媒体平台发布的能力。

3、需在国家级新媒体PC端建立2个及以上专题，专题设计风格需要满足招标方要求，专题内完整发布宣传视频。

4、需在国家级媒体账号、至少4个以上的主流新媒体平台进行视频发布。

5、投标人需对该项目进行不少于三次报道(包含前期预热及全过程)。

6、根据国家级新媒平台播出审核要求，投标人应具备对所播出视频进行后期制作资质和修改的能力。

7、统计投放情况并在结束后提交总结报告(图文，电子版及纸质版)。

**采购包3：在高铁站媒体投放宣传海报**

1、采购人提供素材，中标人负责宣传海报内容的二次制作；

2、投放方式：使用LED电子屏；

3、投放位置及要求：

①西安北站出发层候车大厅：乘客等候区刷屏机，不少于28个、56面，媒体尺寸≥ 2.5 m× 1.0 m，播放频次：≥10s/190次/天；

②西安北站到达层出站口：不少于8块联播屏，媒体尺寸≥4.0m×2.0 m，播放频次≥10s/600次/天；

投放周期：≥连续90天。

1. 及时统计投放情况，项目执行结束后提交总结报告（图文，电子版及纸质版）。

**采购包4：在机场媒体投放宣传海报**

1、采购人提供素材，中标人负责宣传海报内容的二次制作；

2、投放方式：使用LED电子屏；

3、投放位置及要求：

①西安咸阳国际机场T3航站楼安检口与出发候机厅通道横屏：媒体尺寸≥9.0 m× 3.0 m，放频次≥5s/1000次/天；

②西安咸阳国际机场T3航站楼到达层出口通道、引桥处户外横屏：媒体尺寸：≥ 16.0 m× 4.0 m，播放频次≥15s/120次/天；

③西安咸阳国际机场T2、T3航站楼出发、到达层出入口双面联播屏：不少于15块，每个媒体尺寸：≥1.0m× 2.0 m；

播放频次：≥5s/900次/天；

1. 投放周期：≥连续90天。

5、及时统计投放情况，项目执行结束后提交总结报告（图文，电子版及纸质版）。

**采购包5：在西安市重点区域户外大屏投放海报（一）**

1、采购人提供素材，中标人负责宣传海报内容的二次制作；

2、投放方式：使用LED电子屏；

3、投放位置及要求：

①西安市新城区北大街十字东南角国美电器楼面户外大屏，投放媒体面积≥200m2，播放频次≥15s/120次/天；

②西安市碑林区雁塔路中段赛格电脑城楼面户外大屏，投放媒体面积≥200m2，播放频次≥15秒/200次/天；

③西安市雁塔区雁塔南路银泰国际购物中心（大唐不夜城店）楼面户外**三联**大屏，投放媒体面积≥200m2，播放频次：≥15秒/120次/天；

④S1机场专用高速收费站双面大屏，单面投放面积≥200m2，播放频次≥15秒/500次/天；

4、投放周期：≥连续90天。

5、及时统计投放情况，项目执行结束后提交总结报告（图文，电子版及纸质版）。

**采购包6：在西安市重点区域户外大屏投放海报（二）**

1、采购人提供素材，中标人负责宣传海报内容的二次制作；

2、投放方式：使用LED电子屏；

3、投放位置及要求：

①西安市未央区西安大融城楼面户外大屏，媒体投放面积≥100m2，播放频次≥15秒/120次/天；

②西安市未央区汉神购物广场楼面（凤城八路与文景路十字西南角）户外大屏，媒体投放面积≥100m2，播放频次≥15秒/120次/天；

③西京医院东西主要路段：天彩大厦苏宁电器楼面户外大屏、益田假日酒店楼面户外大屏；每个媒体投放面积≥100m2，播放频次≥15秒/120次/天；

④西安市内便民多媒体宣传屏：投放位置不少于100个点位，播放频次≥15秒/240次/天；

4、投放周期：≥连续90天。

5、及时统计投放情况，项目执行结束后提交总结报告（图文，电子版及纸质版）。

**采购包7：陕西中医药“长安医学”“秦药”品牌发布会**

1、组织举办线下发布仪式

①合理确定线下发布仪式场地（可容纳500人以上，室内），提供场地规划方案；

②合理确定线下发布仪式流程、内容，应包括品牌解读、视频播放、授牌等，具体事宜与甲方商定；

③做好接待、安保、主持及全程宣传等；

④制作相关视频宣传片（含预热、现场）。

2、活动宣传

①前期预热宣传：覆盖传统媒体（电视、广播及报纸，以下同）及主流新媒体平台10个以上；

②仪式正式宣传：全方位宣传现场活动，媒体应包括国家、省级（含外省）传统媒体和多个主流新媒体平台；

③不少于5个国家和省级传统媒体记者现场进行采访报道，另需要在不少于10个省、市媒体进行宣传报道；

④不少于10个主流新媒体同步直播和报道；

⑤力争在中国中央广播电视台进行新闻报道。

3、提供经费预算情况。

4、及时统计投放情况，项目执行结束后提交总结报告（图文，电子版及纸质版）