|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **需求明细表** | | | | |
| **序号** | **项目名称** | **计量单位** | **数量** | **参数要求** | **备注** |
| 1 | 消毒知识科普广告 | 项 | 1 | 一、宣传内容  呼吸道疾病高发期，家庭消毒如何做？  1.家庭成员无呼吸道疾病时，环境以保持清洁为主，做好室内通风换气，加强手卫生。  2.家庭成员患呼吸道疾病时，保持家中环境和物品清洁，有明确污染或必要时，可进行消毒处理。  二、核心传播目标（核心诉求）  1.传递科学消毒观念： 明确 “分场景消毒” 逻辑（无病时以清洁为主 vs 有病时针对性消毒），避免公众过度消毒或防护不足。 强化 “通风、洗手、重点消毒” 等可操作动作，降低家庭防护门槛。 2.适配高频场景：聚焦家庭日常高频场景（如客厅、餐桌、洗手台），避免抽象化表达，确保观众 “一看就懂、一学就会”。  三、广告设计要求  尺寸：按公交车车身侧面和车尾标准尺寸设计。  视觉焦点区域：核心画面需位于车身中部。  传播特点：群众在车身前停留的时间比较短，要在 3 - 5 秒的注视时长内给人留下视觉烙印。要求广告以能够传播有效信息的图片为主，再用简短的标语作为文字辅助。  四、投放要求  路线选择：需提供三条具有高人流量、覆盖不同区域（如商业区、住宅区、办公区等）的公交路线。  车辆安排：每条路线确定一辆车况良好、外观整洁的公交车用于广告投放。广告投放期间，确保车辆正常运营，不得因车辆维修等原因长时间中断广告展示。  五、服务期限  广告投放服务期限为一年，验收合格之日起计算。 |  |