

2025

健康能量站

全民健康服务平台

央视网大健康类IP合作推介方案

健康能量站





2 0 3 0



加快健康中国建设

“健康中国” 2030 规划纲要

中共中央、国务院
2016年10月25日

加强健康教育
普及健康科学知识
提高全民健康素养

“十四五” 国民健康规划

国务院办公厅
2022年4月27日

普及健康生活方式
加强健康促进与教育
深入开展健康知识宣传普及

关于建立健全全媒体健康 科普知识发布和传播机制 的指导意见

中央宣传部 国家卫健委
2022年5月31日

建立健全全媒体健康科普
知识发布和传播机制
增加全社会健康科普知识
高质量供给

共建共享·全民健康

大健康行业现状

产业痛点

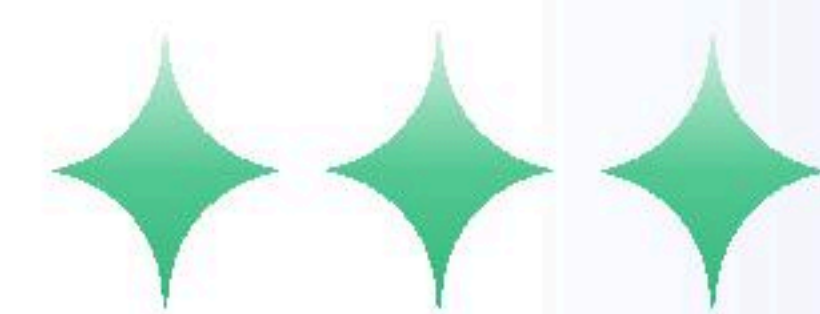
- 医疗保健行业规范日渐完善
- 品牌产品宣传受强监管和信息披露规则的限制
- 品牌与产品不能同时露出
- 大健康消费产业结构升级



监管严格

传播问题

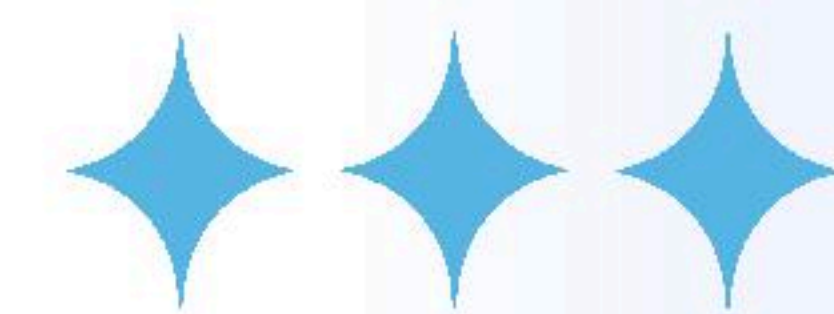
- 公信低，专家权威受质疑
- 形式旧，科普形式单一化
- 渠道杂，缺乏直面C端渠道
- 内容乱，科普谣言难分辨
- 传播难，品牌传播受限制



信息庞杂

消费需求

- Z世代是健康消费新势力
- 大众对准确健康类资讯、优质科普知识需求上升
- 品牌心智强化，健康消费者对大品牌的偏好明显



健康意识强

价值引导

以主流媒体形成矩阵舆论传播，
加强全平台知识科普和价值引导

中心引流

碎片信息整合输出，设置中心化议题，
引发全社会对健康议题的关注



各级各类媒体加大健康科学
知识宣传力度,积极建设和规
范各类广播电视等健康栏目,
利用新媒体拓展健康教育。

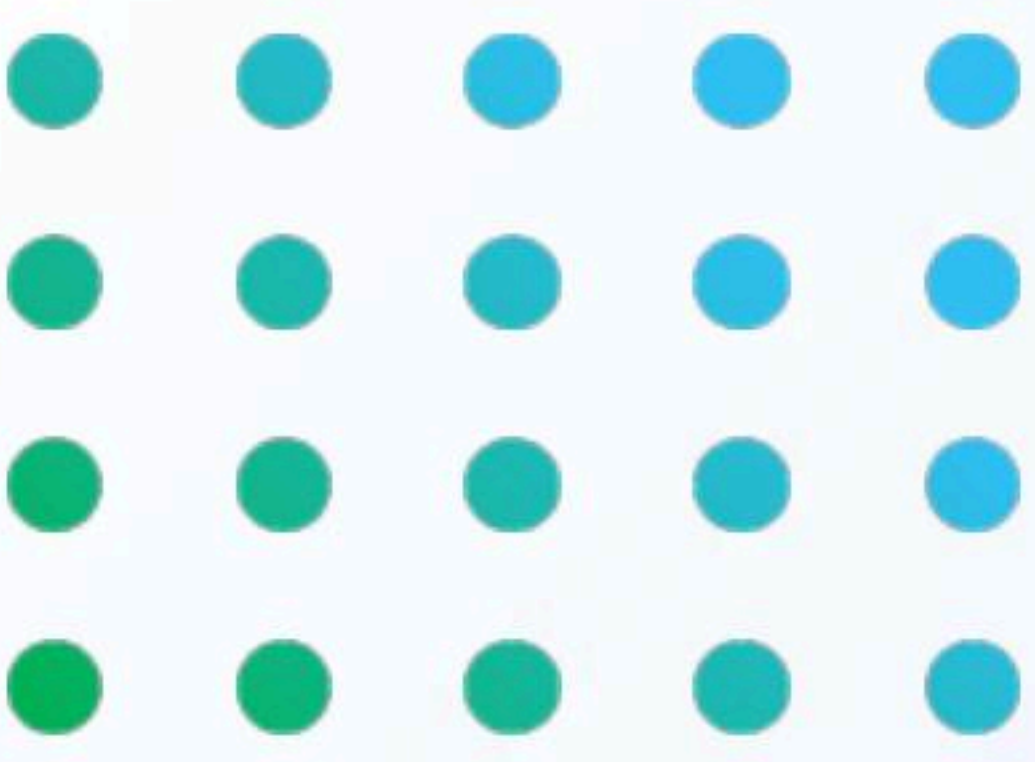
——
“健康中国2030”
规划纲要

权威内容

专业内容输出，在科普医学知识
的同时完成品牌本土化品类教育

内容裂变

提供大众需要的专业知识科普，引导
内容自然裂变，有效开启话题热度



央视网落实国家《健康中国2030》战略

倾力打造的大健康类内容IP

在每年的健康日、节日节气等节点

为用户提供权威、科学、实用、亟需的健康知识

全民健康服务平台

《健康能量站》简介



央视网在每年健康日、节气等相关的节点推出专题节目策划，邀请卫健委专家、三甲医院知名医生、资深运动员等行业权威加盟，向消费者提供疾病预防、治疗康复、保健保养、公益关爱等大健康知识内容科普，打造国内最具专业、权威性的全民健康服务平台。

健康日选题合作

新媒体端联动传播

创新科普节目样态

多元内容合作形式

健康行业权威资源

科普

最硬核的健康知识

输出

最先进的保健理念

同步

最热点的健康话题

为消费者·提供权威健康知识获取平台

为医者·搭建央媒知识科普输出渠道

为大健康·打造大众双向沟通桥梁

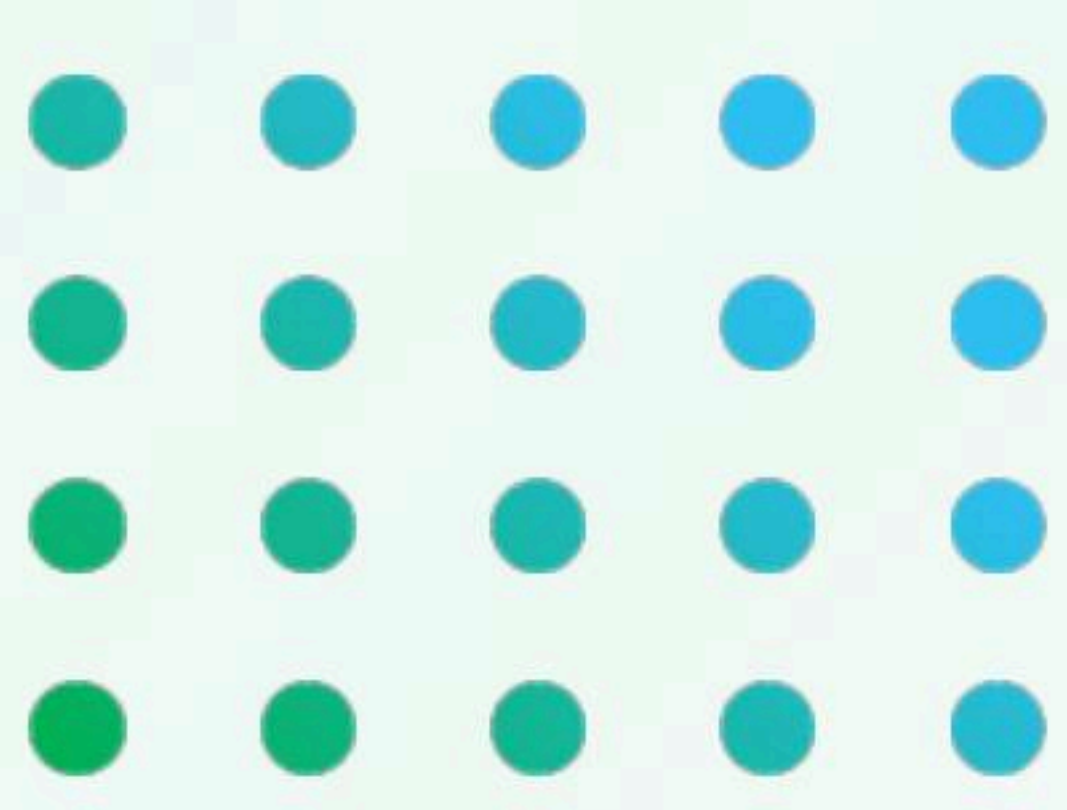
线上节目发起倡议、小屏新媒体端进行用户互动，扩大活动声量

品牌定制线下公益或Social话题进行用户互动传播，激活品牌私域流量

2025节点规划-健康日

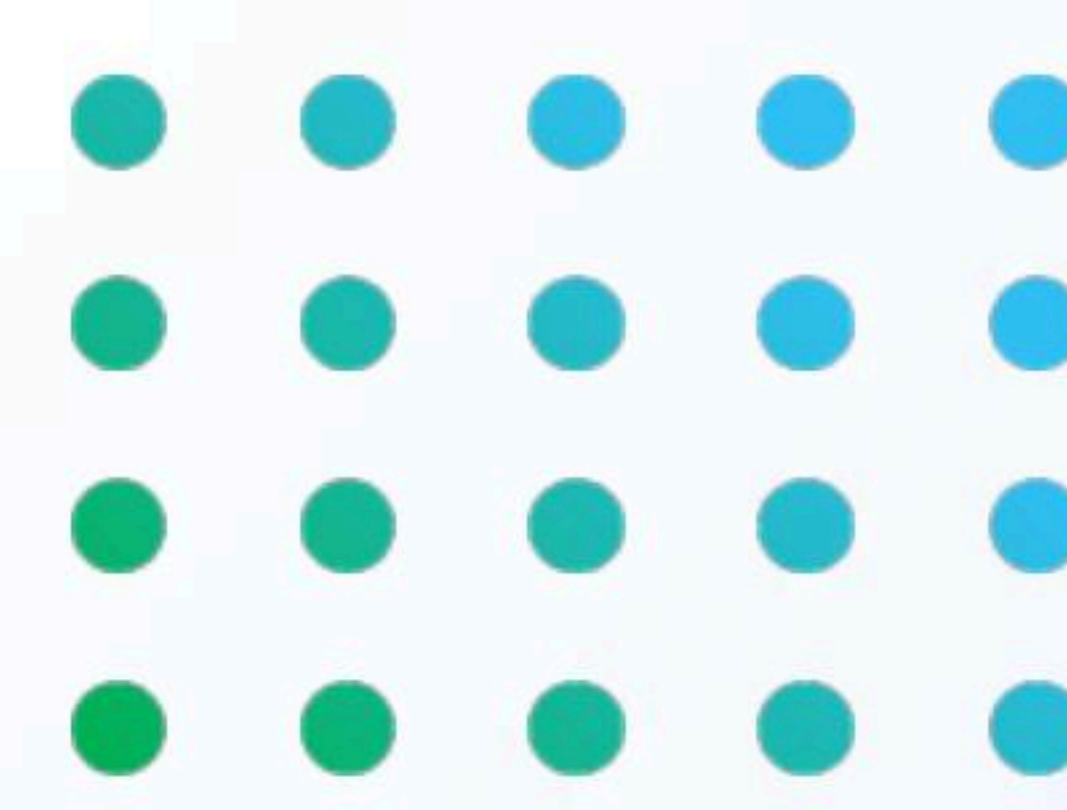
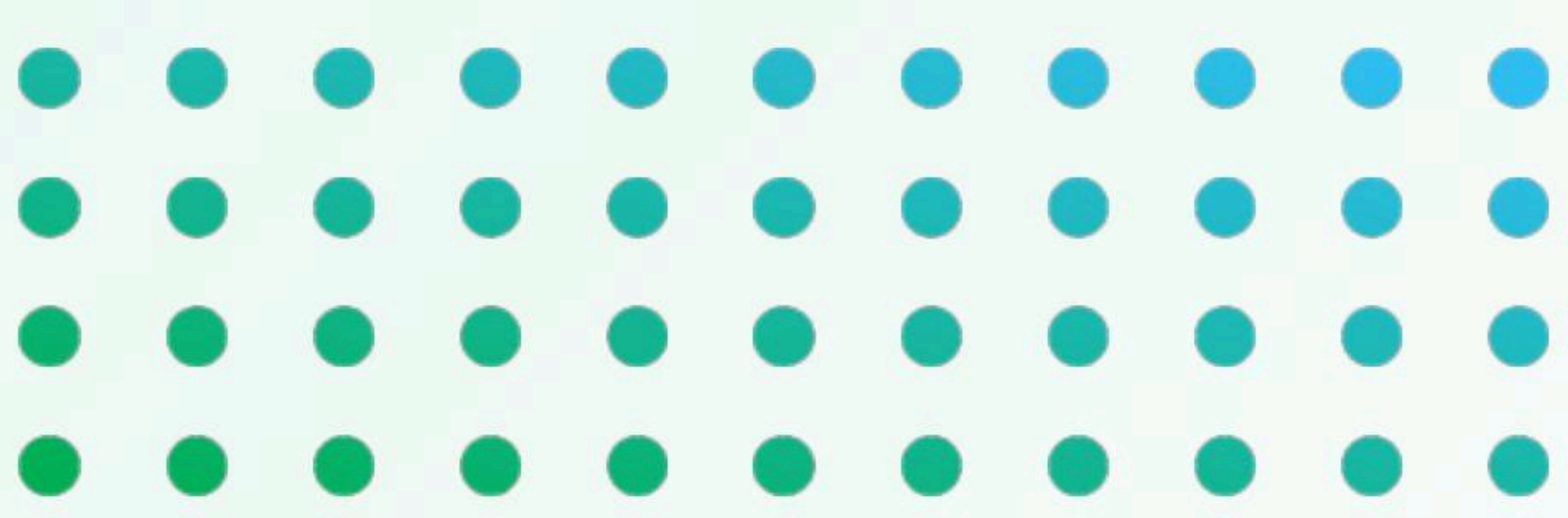
「健康日历」

2.4	2.28	3.3	3.10	3.16	3.18	3.20	3.21
世界抗癌症日	国际罕见病日	国际爱耳日	世界肾脏日	全国免疫日	全国爱肝日	世界口腔日	世界睡眠日
4.2	4.7	4.9	4.11	4.22	4.24-30	5.6	5.8
世界自闭症宣传日	世界卫生日	国际护胃日	世界帕金森日	世界地球日	世界免疫周	世界防治哮喘日	世界地中海贫血日
5.12	5.17	5.25	5.28	5.29	6.6	6.16	6.21
慢性疲劳综合症日	世界高血压日	大学生心理健康日	世界艾滋病日	世界肠道健康日	全国爱眼日	泌尿健康日	世界渐冻人日
7.8	7.28	9.15	9.20	9.21	9.29	10月	10.8
世界过敏性疾病日	世界肝炎日	世界淋巴瘤宣传日 915减盐周	世界爱牙日	阿尔茨海默病日	世界心脏日	乳腺癌宣传月	全国高血压日
10.12	10.15	10.18	10.20	11月	11.14	12.1	12.3
世界关节炎日	全球洗手日	世界更年期关怀日	世界骨质疏松日	胃癌宣传月	联合国糖尿病日	世界艾滋病日	世界残疾人日



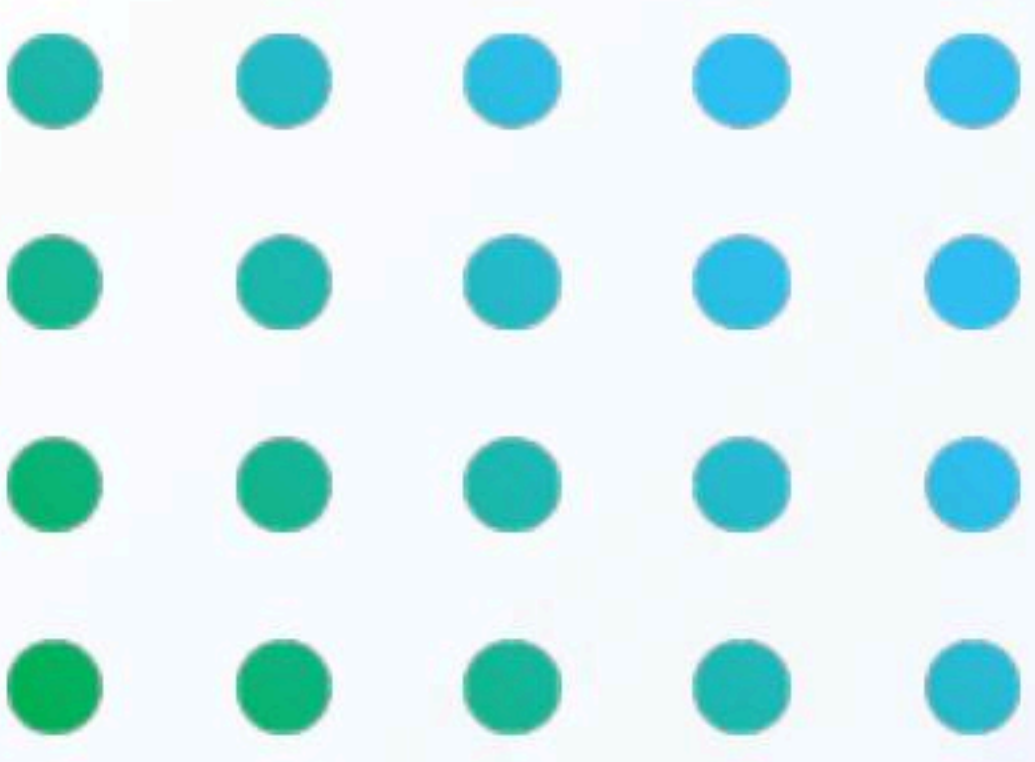
2025节点规划-24节气

2024年二十四节气							
一季度		二季度		三季度		四季度	
1月5日	小寒	4月4日	清明	7月6日	小暑	10月8日	寒露
1月20日	大寒	4月20日	谷雨	7月22日	大暑	10月23日	霜降
2月3日	立春	5月5日	立夏	8月7日	立秋	11月7日	立冬
2月18日	雨水	5月21日	小满	8月23日	处暑	11月22日	小雪
3月5日	惊蛰	6月5日	芒种	9月7日	白露	12月7日	大雪
3月20日	春分	6月21日	夏至	9月23日	秋分	12月21日	冬至



内容规划





新媒体端 内容科普

主题视频/直播

漫画图文

整合营销

医生教育

患者故事

新媒体端内容科普

品牌故事、品牌特色软性植入



创新媒体合作形式

以央媒视角、权威加持，
利用大众喜闻乐见的传播
形式，讲好医学科普知识
完成用户心智和品类教育



- 主题视频/直播：邀请权威专家围绕民众关注健康热点进行对话科普，向观众传播科学有效的健康生活方式。
- 漫画图文：根据健康日主题策划相关内容，迎合年轻人喜好打造漫画科普图文，趣味化品类科普教育。
- 整合营销：根据品牌需求和特点定制主题科普短视频、H5、社媒话题等配套社媒营销产品。
- 医生教育：为专业医生提供医疗领域专业内容分享和短视频传播内容技能培训及媒体展示平台

案例介绍·主题视频

浙江三生蔓迪药业（OTC药品）

基于健康科普节目，央视网创新新媒体段内容传播方式，以生动有趣的形式传播科普知识
让科普内容不再枯燥，为OTC药品科普传播提供新方式。



<https://business.cctv.com/2024/06/17/VIDEu8bJvwvrKVfvY6PSFfll240617.shtml>

项目概述

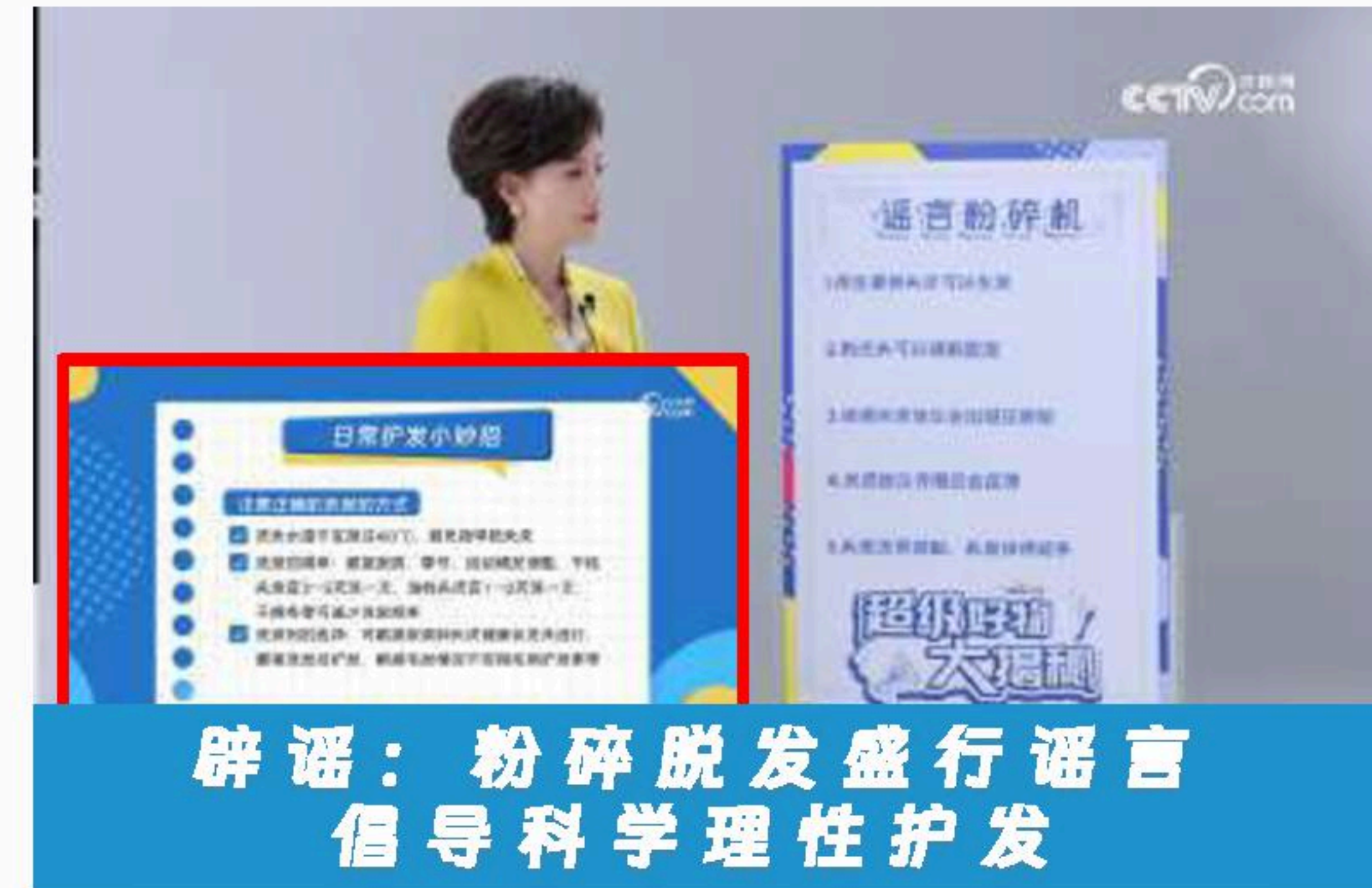
《超级好物大揭秘-拒绝秃如其来》节目，将晦涩科普内容生动化、有趣化，通过街采、专家科普、互动试验和消费者分享等环节和综艺化效果呈现，全面科普米诺地尔生发原理和泡沫剂优势。



街采：直击消费者收集脱发有关困扰



科普：三甲医院专家层层剖析逐一解惑



辟谣：粉碎脱发盛行谣言倡导科学理性护发



动画：详细清晰讲解米诺地尔生发机制



实验：凸显米诺地尔泡沫剂优势



分享：发友使用对比图直观展示成分效果

案例示意·主题视频

Rx产品合作案例

央视网《健康能量站》于相关健康日、品牌公益日等节点，携手品牌发布公益呼吁，同步发布相关主题视频/海报、社群H5等内容，引导社会大众关注健康议题。



央视网携手东阳光药品牌、百度健康平台，于冬季流感高发季节发布主题视频，邀请首都医科大学儿童医院呼吸科主任医师，针对流感与支原体肺炎区别、儿童流感如何科学防治等主题，为大众提供专业的流感防治知识和科学用药指南，同时邀请品牌方代表、百度健康代表为大众带来相关知识科普。

案例链接: <https://business.cctv.com/2023/12/19/VIDEZOofRODkk9NZ8PrZfZ7fH231219.shtml>



视频抖音端实时直播数据

直播播放量: **11万+**



精切片段抖音端

累计播放量: **1068.1万**



《一图读懂，冬季流感如何防治》

科普长图文阅读量达**1000万+**

冬季流感如何防治? 一图带你读懂



案例介绍·主题直播

兴齐眼药 (Rx产品)

4月11日，由中国医药教育协会主办的“控近视、兴未来”眼健康大会，携手全国多位眼科专家探讨我国儿童青少年近视防控现状、挑战，为观众提供科学认知，助力儿童青少年近视管理。



https://app.cctv.com/live_zb/LIVE4509.html?pageid=4509&tag=MicroLiveType



知名眼科专家陶勇、周宇雷担任大会主持人



大会外场策划搭建彰显品牌高度



央视网端活动总曝光

4700W+

央视网发布会全网曝光: 701W+

微博话题总阅读量近: 4000W+

微博话题#控近视行为来兴眼健康大会#

环节内容设置多方联动科普近视防控



权威行业专家助阵眼健康大会



《近视防控专家说》特别栏目8位专家科普



案例介绍·品牌故事

外企（医疗行业ESG传播）

为响应国家卫生健康委《医学人文关怀提升行动方案》的政策要求，央视网推出医患关系微纪实短片，用镜头记录来自医生的日常工作，讲述医患故事，以内容的深度与温度吸引受众，同时通过本项目普及先进的医疗技术和新药知识，以央媒之力助力构建和谐医患关系，深入探讨医患良性互动，提升医学人文关怀。

医疗&ESG

E
环境



- 污染浪费
- 资源回收
- 碳排放
- 废弃物处理
- 气候变化
- 可再生能源
- 自然资源利用

S
社会



- 员工发展
- 员工多元化
- 职业健康
- 社会公益
- 患者关爱
- 药物研发
- 产品获批
- 药物可及性
- 防治科普宣传
- 临终关怀

G
治理



- 公司营收
- 合作并购
- 合规培训
- 商业道德
- 知识产权
- 数据安全
- 反贪污腐败
- 供应商管理

央视网基于品牌自身所践行的ESG成果

结合节日节点和日常内容选题

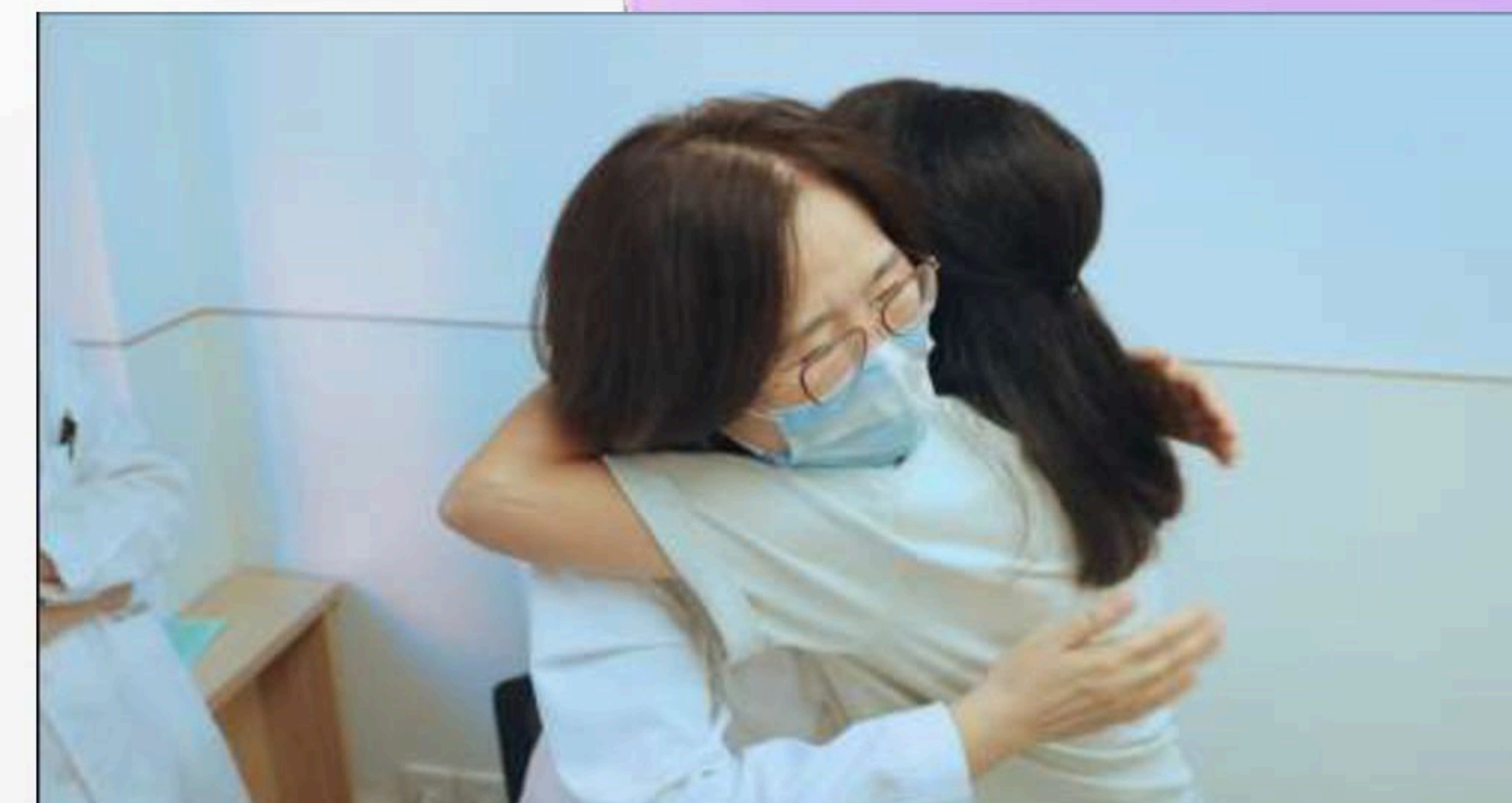
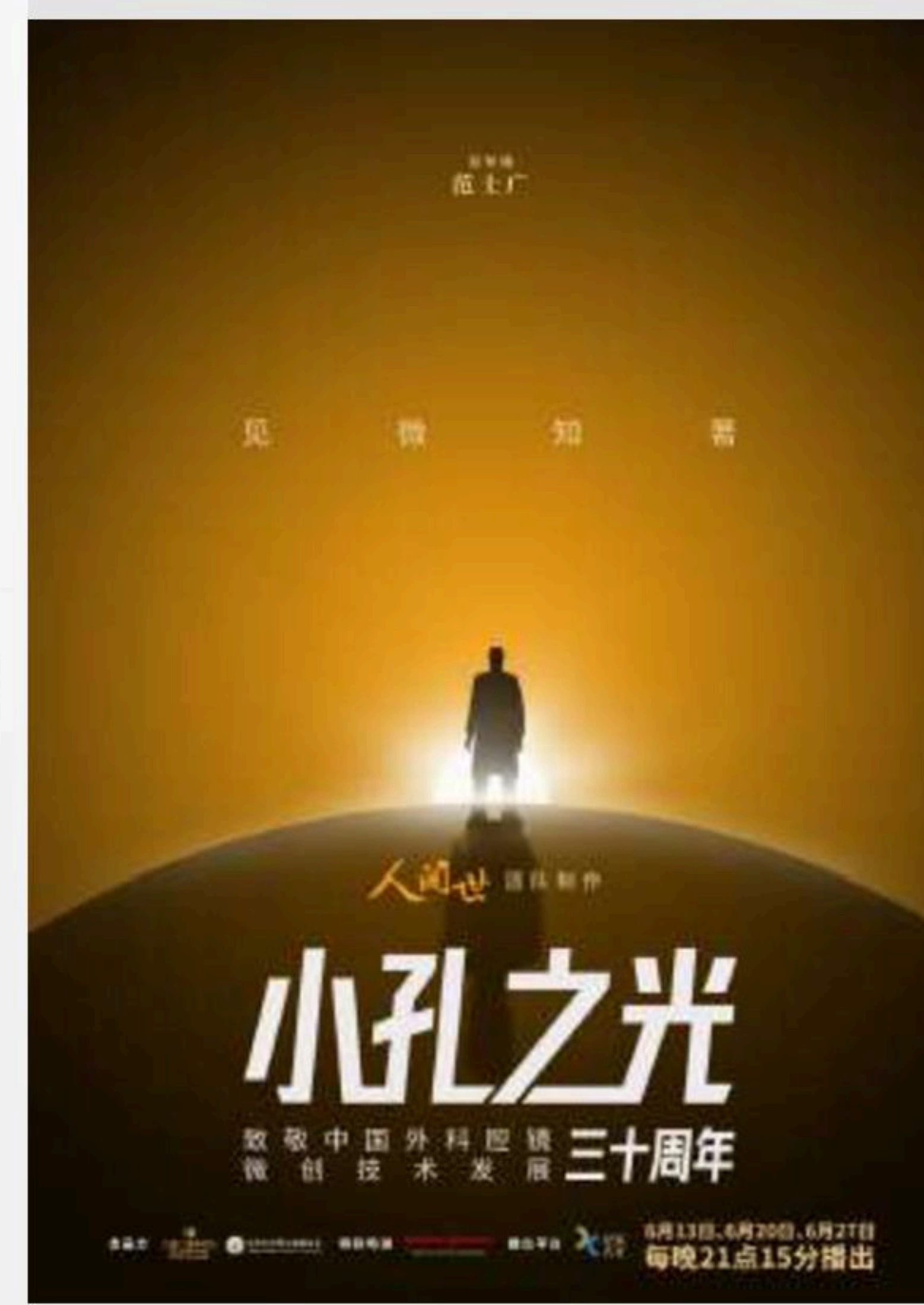
推出品牌故事主题短片

通过医患人物采访、真实医疗场景记录等

以温情的故事短片形式呈现

展现医生幕后工作、拉近医患关系

体现医药企业品牌温度



案例示意·创意图文

OTC保健品合作案例

央视网《健康能量站》迎合当下Z世代偏爱的科普风格，以第一人称视角，将品类拟人化，打造创意科普长图文和社媒话题，生动有趣地展现的产品形象，进行趣味化内容科普。

<https://weibo.com/6362632222/4910441787034611>



#10个90后9个在养生# 话题总览及全网转评赞破5千万

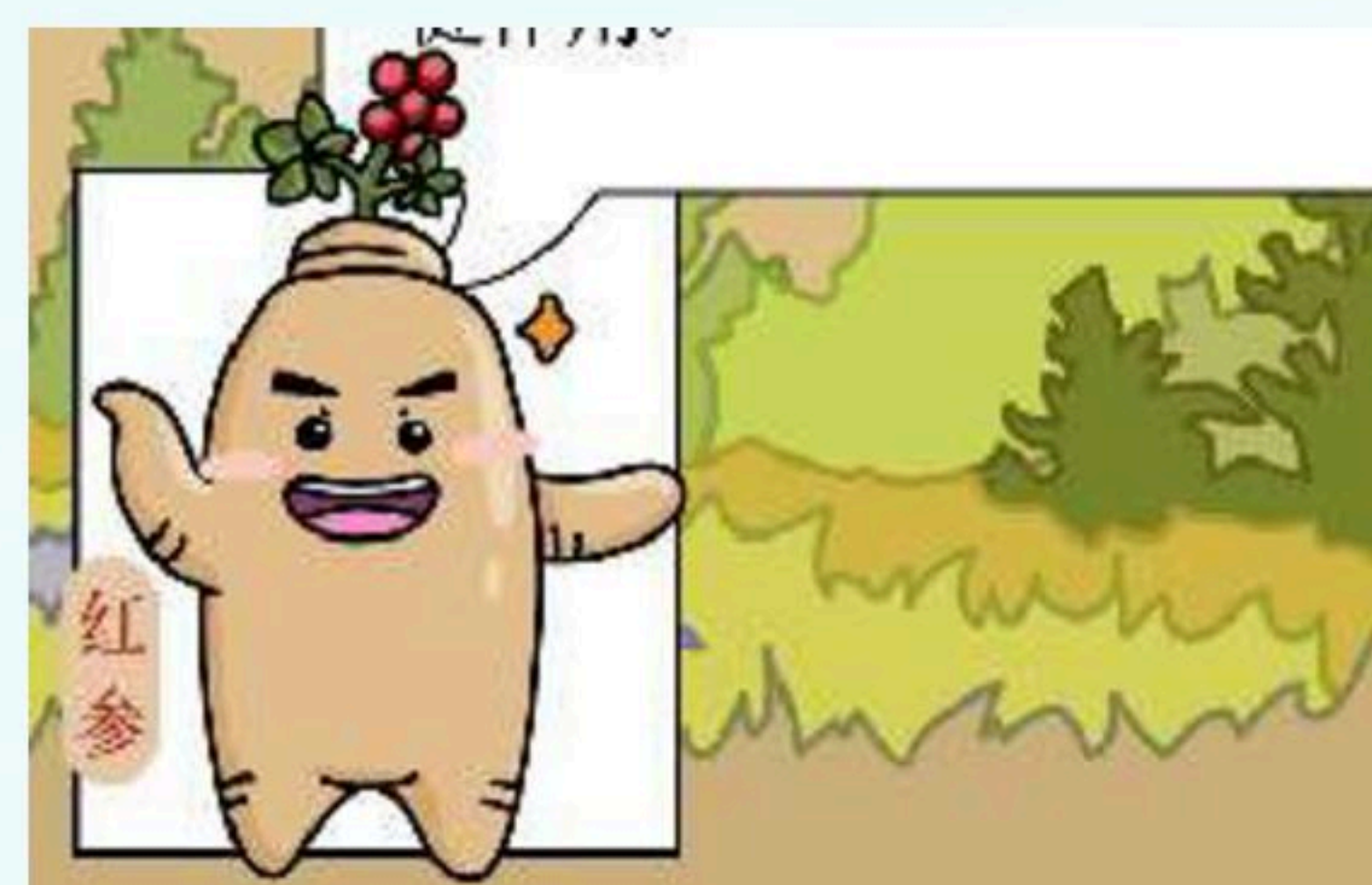
内容设计策略

正官庄作为韩国红参行业品牌老字号，对于相关产品的开发研究居于世界前列。央视网基于品牌在红参健康食品行业的地位、目前TA是一线青年女性群体的特点，将其原材料红参拟人化，结合时下热点，进行红参功效科普，完成品牌产品本土化品类教育。



画风生动，品类拟人化

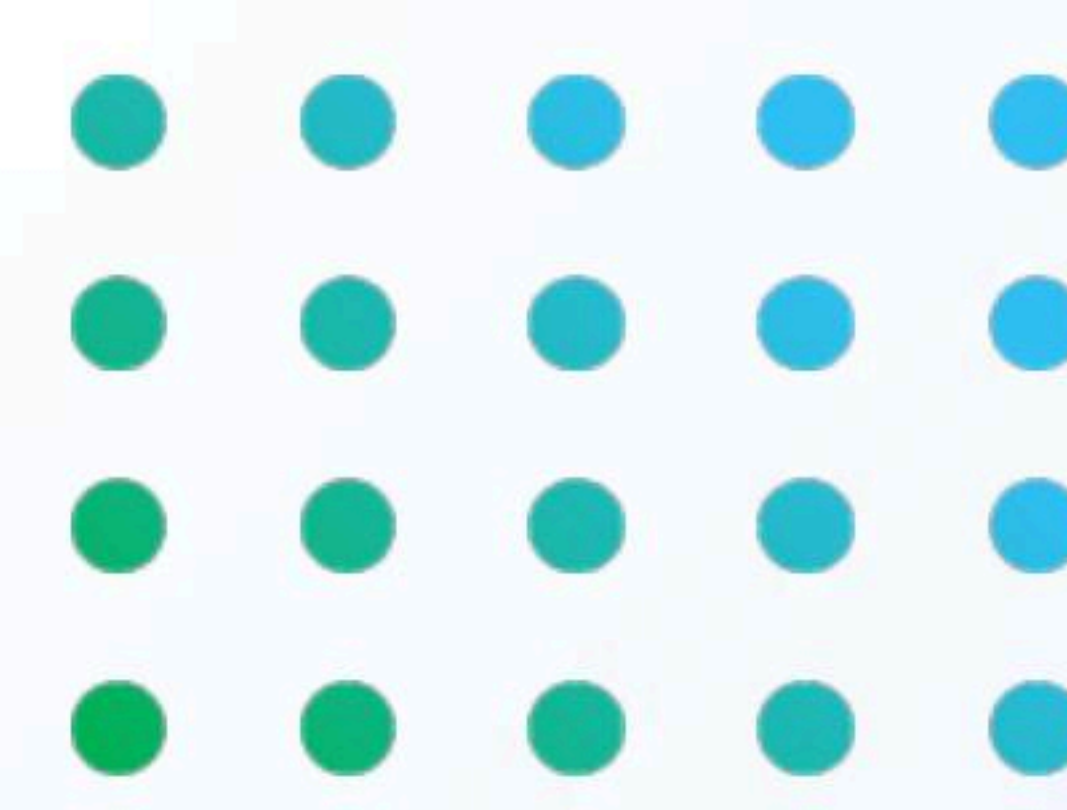
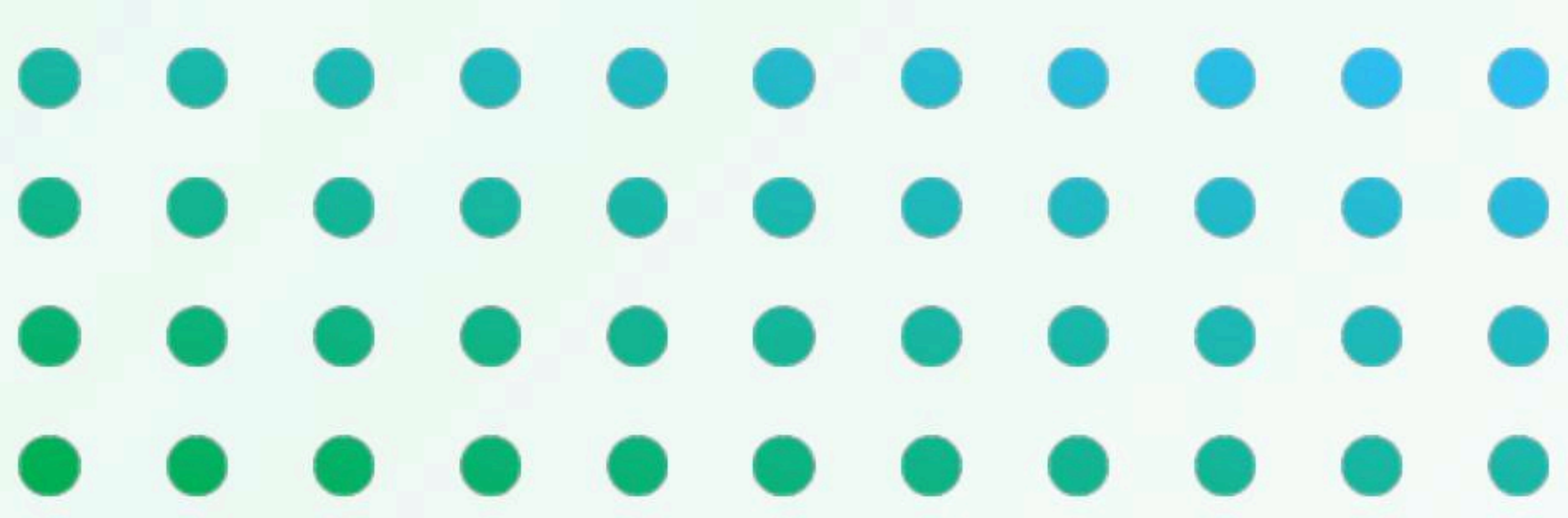
以独特的第一人称视角输出品类形象，为受众群体出示更具体的协助，迅速提升品类的普及度及受众的信任感。



主题突出，图文结合，科普直观化

开图点题，信息获取直观便捷，品类讲述内容直观、清晰准确；结合当下养生饮食的流行趋势及年轻人喜爱的内容表达进行品类教育科普。





健康能量站



权益展示



权益展示·选题合作

节目选题合作

结合品牌理念

在节目框架内**软性关联**产品

针对品牌核心用户**共创**选题内容

例如：

《端午食药膳-藿香》——以“藿香”为主题，科普藿香的食用、药用价值

《奥司他韦科学服用》——以“奥司他韦”为主题，科普流感科学用药

融合产品属性

传递品牌价值

促进品类教育

深度共创优质内容



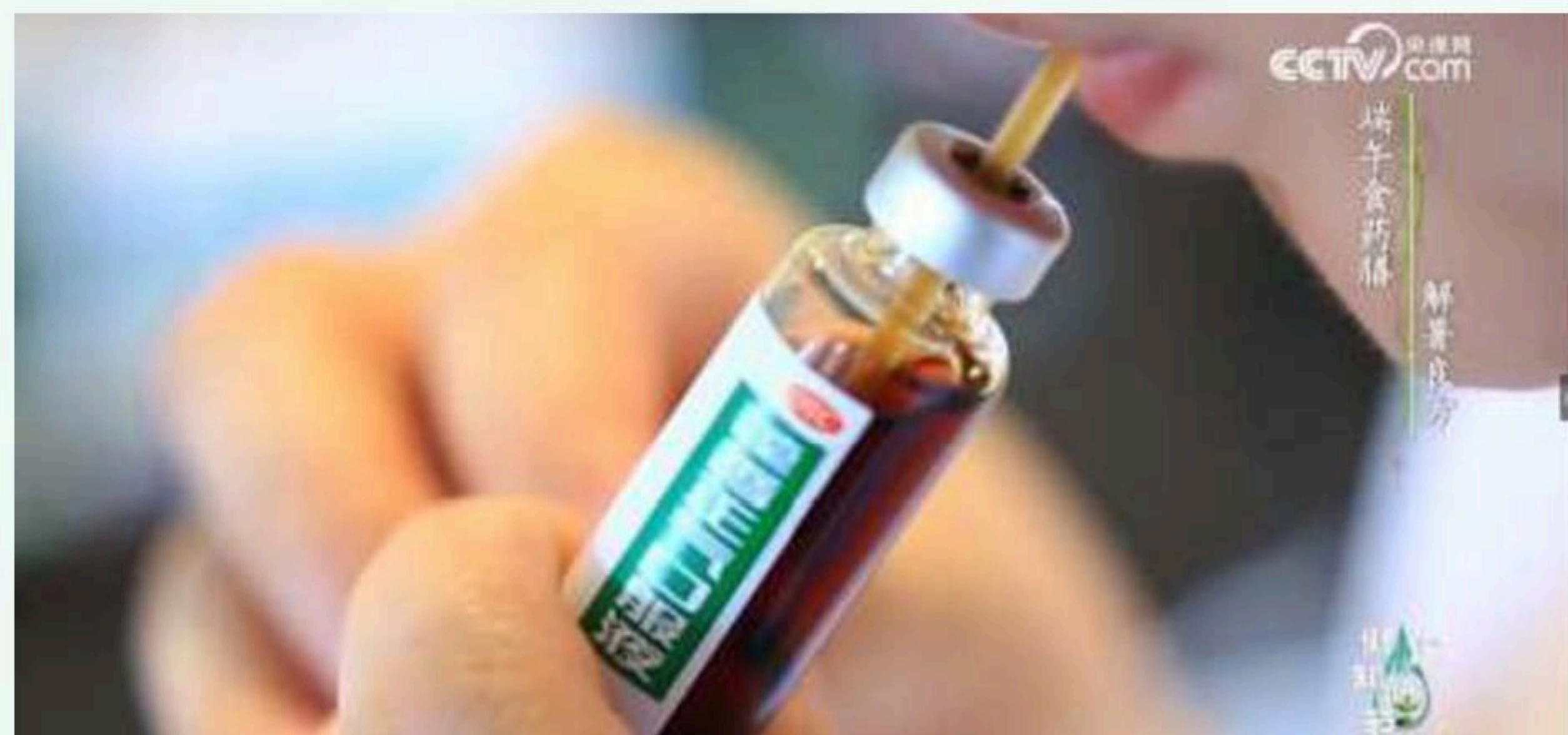
权益展示·软性植入



专属卡段



专家讲解



产品使用



动画演示



嘉宾互动



场景融入

内容选题设计

根据**节目内容**与**产品属性**

个性化演绎植入品牌或产品

融合品牌需求 设置独立内容板块

真实展现产品使用场景，创意呈现产品亮点

例如：

专家小讲堂板块：以藿香为主要成分的保健品是否真的有功效？

嘉宾互动板块：遮标露出品牌产品，科普科学用药指南知识

权益展示·品牌互动

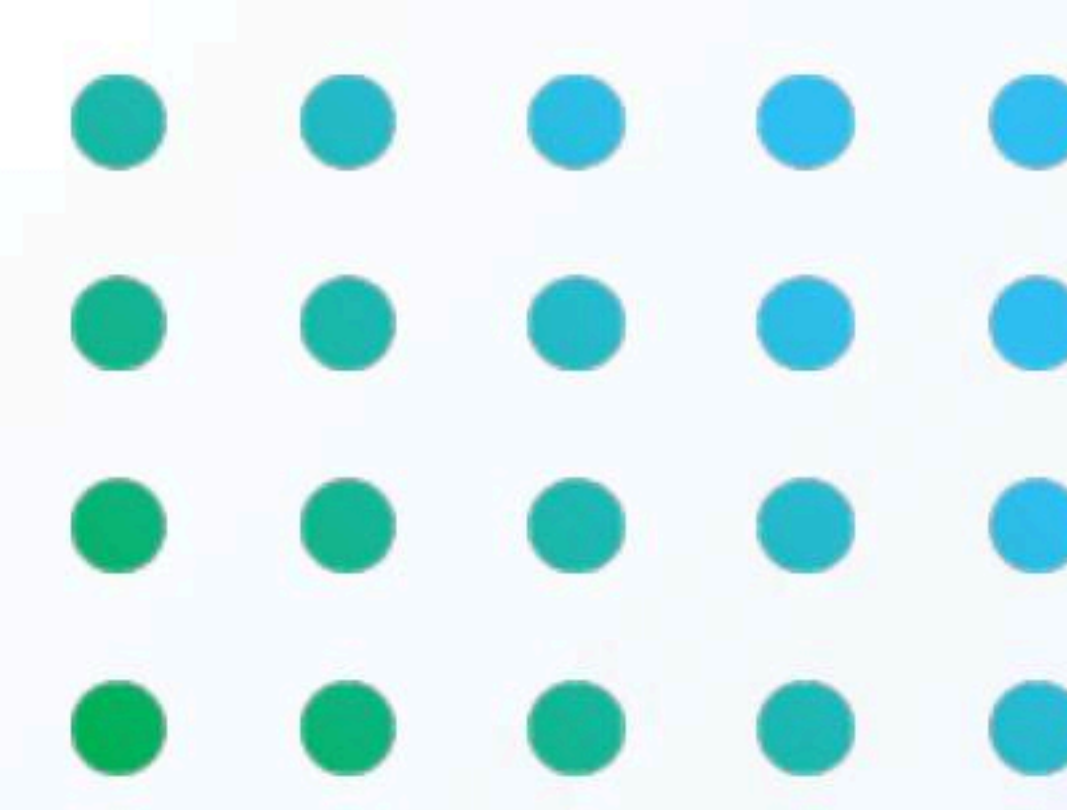
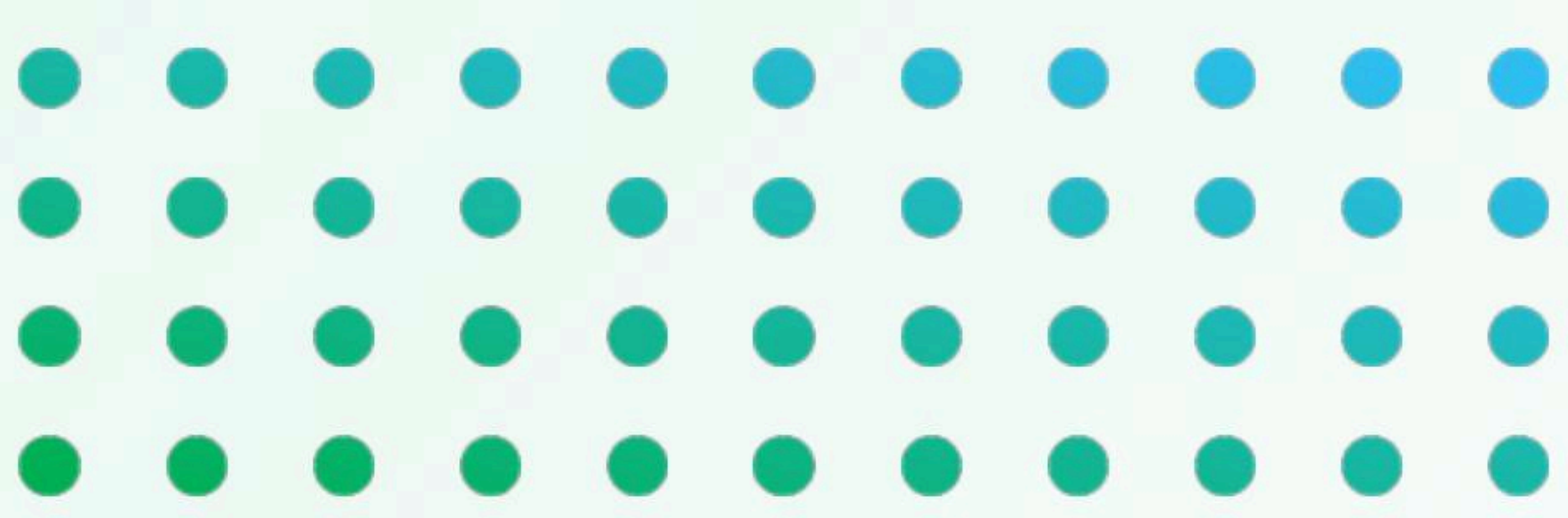


品牌官网及官方社交媒体账号
发布合作物料



品牌线下渠道、合作门店使用合作物料
触达真实消费场景

*备注：具体权益以最终执行为准



健康能量站



资源优势



知名央媒主持



曹煊一

总台央视网主持人

连续三年春节分别搭档撒贝宁等人主持《@春晚》；担任中国共产党成立95周年10小时多点连线直播报道主持人、G20杭州峰会特别节目主持人。



常婷

总台央视网主持人

主持央视网各档栏目《人人都爱中国造》《超级工厂》等大型直播节目，以及多场健康访谈节目，多次搭档央视主持人康辉、撒贝宁、尼格买提、王冰冰等。

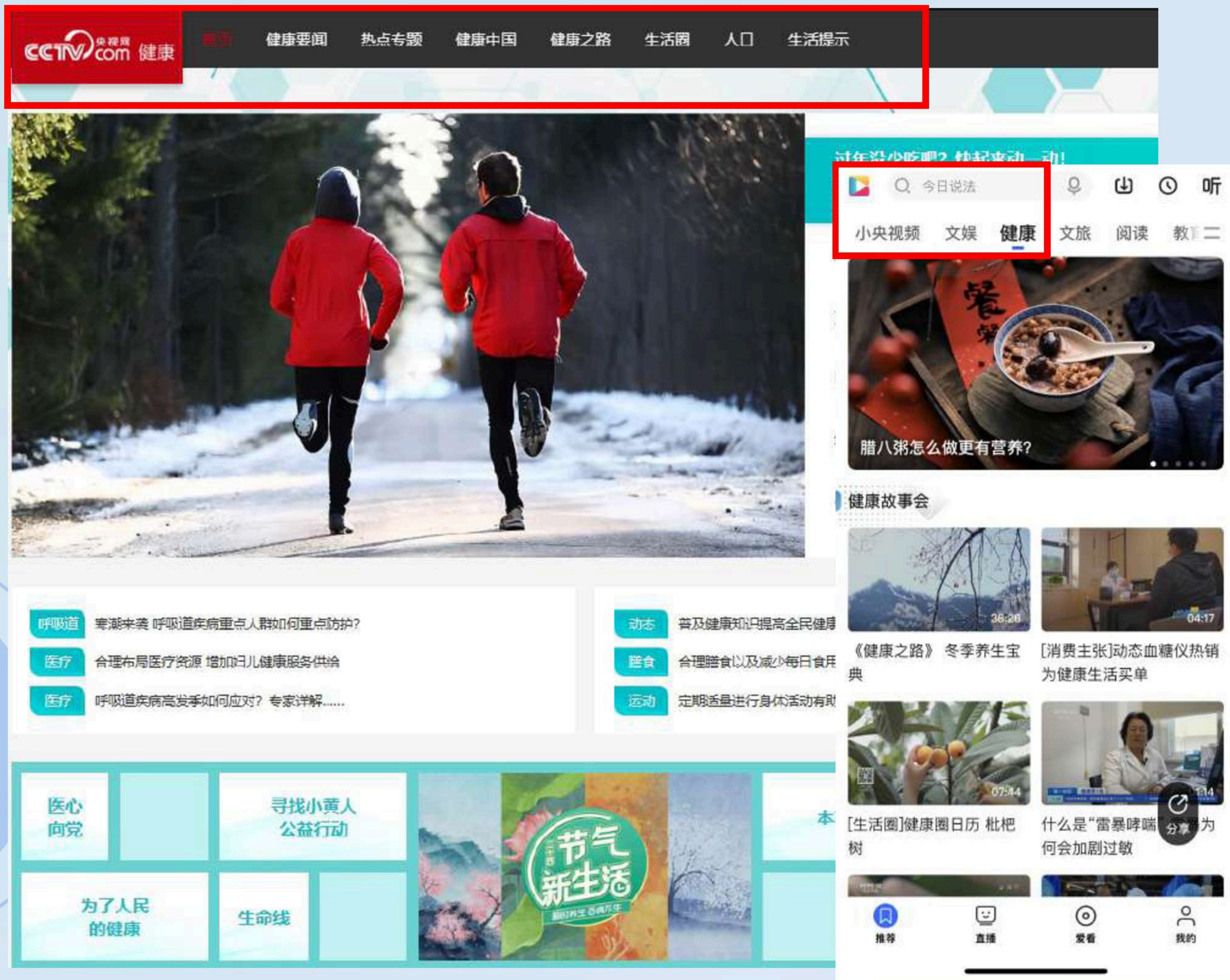


黄鹤

总台央视网主持人

担任央视网《戏中人》综艺访谈节目主持人。多次主持台网联动节目，《中国汉字听写大会》《六一晚会特别网络推介》等节目直播，善于调动现场气氛。

健康垂类频道



央视网PC-健康频道 央视影音-健康频道

央媒垂类健康频道，深耕大健康科普内容

优势权威内容资源，聚集大健康目标人群

权威行业资源

健康行业权威资源，为项目提供专业保障。

01

行业机构

国家卫健委
国家体育总局
中国健康教育中心
中国疾病预防控制中心
中国营养学会
中国中医药管理局
全国各大三甲医院等

02

老年大学

中央国家机关老年大学
国资委轻工离退休干部局
国家统计局离退休干部局
中国小康建设研究会
助老工作委员会
中国人民银行离退休干部局
国家知识产权局离退休干部部
水利部离退休干部局
农业部老年大学
文化部离退休人员服务中心
老干部活动站
中央北京市西城区月坛老龄协会

03

三甲医院

北京协和医院
解放军总医院第一医学中心
北京大学第一医院
北京大学人民医院
北京大学第六医院
北京大学肿瘤医院
中国医学科学院阜外医院
中国医学科学院肿瘤医院
首都医科大学宣武医院

04

连锁药店

国药控股国大药房有限公司
大参林医药集团股份有限公司
老百姓大药房连锁股份有限公司
益丰大药房连锁股份有限公司
一心堂药业集团股份有限公司
中国海王星辰连锁药店有限公司
漱玉平民大药房连锁股份有限公司
全亿健康产业集团
健之佳医药连锁集团股份有限公司
福建康佰家医药集团有限公司

05

体坛健儿

吴敏霞-奥运跳水冠军
骆晓娟-奥运击剑冠军
杨扬-奥运短道速滑冠军
张小平-奥运拳击冠军
陈晓君-花样游泳全国冠军
陈一冰-奥运体操冠军
徐梦桃-冬奥世界冠军
傅园慧-游泳世界冠军

优质硬广点位



包含央视网首页各频道页
焦点图

位于网页最顶部
以大图形式呈现



长通栏

品质活动



特别推荐位

位于央视网首页中部，
共设5个广告位

位于央视网首页中上部，
长通栏为1个广告位
品质互动共设5个广告位



2025

全民健康服务平台

期待合作

共建共享·全民健康