

中国非处方药物协会文件

非处方药协字[2024]第13号

“护航公众健康 信守放心品牌” 关于开展“第七届中国 OTC 品牌宣传月” 主题活动的通知

各相关单位：

“护航公众健康，信守放心品牌”作为中国 OTC 品牌宣传月恒定主题，中国非处方药物协会与中国医药新闻信息协会与时俱进，携手众品牌药企，连续六年联合组织开展此专项活动，跟随一年一度国家品牌日的步伐，2024 年第七届中国 OTC 品牌宣传月即将启动。

作为新质生产力的典型领域，活动始终坚持响应并践行国家品牌战略，持续推动中国 OTC 品牌建设、进一步发挥品牌引领作用。继而仍将秉承创新传播与新媒体融合深化基层服务的宗旨，倡导品牌企业、品牌连锁、权威媒体等机构共同履行社会责任与担当。随着产业数字化和数字产业化的不断升级迭代，不断优化平台资源，强化数媒主流信息传播，本届活动尝试引入视频直播、小红书平台种草宣传，将具有品牌服务优势的民生药事，创新性结合社区健康行以沉浸式体

验更加贴近惠及百姓，更多活泼趣味符合大众的形式增强粘性，全面为大众百姓创造最大价值。

新环境下，新质生产力的高度重视，将再次唤醒品牌企业硬核品质药，使其焕发新生。面对人工智能、数字化技术深度融合的变革时代，品牌企业品牌药更需在市场与口碑双重印证下，得以贯穿于全程的创意传播，亦使企业品质药以品牌传播及数字化在医疗领域的应用达到市场与百姓消费需求的内在统一和协调高度发展，彰显企业品牌力量。

对此，活动坚持以权威机构——新华网新华大健康为品牌故事背书，CCTV-1《大国品牌》标杆赋能，中央新影发现之旅频道《筑梦新时代》线下全程跟拍高端发声，引进央广健康课视频直播、新潮传媒（梯媒）面向公众传播，线上知识竞答多渠道广传播，小红书、叮当快药、新浪微博与 39 健康网等立体化线上互动传播，在开展线下社区活动的同时，深入践行民生药事服务，使之活动在创新创意、关注百姓健康价值源头引领下，为品牌年轻化夯实基础，为品牌药提供新的展示与传播路径。

中国第七届 OTC 品牌宣传月与媒体主要合作有十大版块，其中：

- 1、企业“讲述品牌故事”主题录播
- 2、企业家专访及播出宣传+线下社区活动企业采访
- 3、企业家跨界与其他行业企业家论坛交流
- 4、央广健康课视频号直播、企业家对话栏目
- 5、小红书平台种草宣传

- 6、新浪微博爆款短剧录制
- 7、梯媒广告大众宣传
- 8、官方 IP 线上科普知识竞答多渠道传播
- 9、叮当快药平台品牌月专区搭建+39 健康网品牌月专区搭建
- 10、线下社区健康行活动+民生药事+科普手册发放

作为互联网时代的媒介新形态，为使企业对第七届活动优化新增和主要合作媒体有进一步了解，故对部分合作媒体平台简介如下：

1、新华大健康：《新华大健康》由新华网客户端主办的每天 12 小时医疗科普直播节目，2018 年 10 月 28 日开播，周一至周五由新华网客户端、PC 端领衔直播，广东广播电视台《触电新闻》、B 站、今日头条等近 20 家有影响力的平台并机直播，开播 6 年来，已有来自全国近千家知名三甲医院的万余名权威专家莅临直播，多平台、首重播点击浏览量逾 40 亿人次。

《新华大健康》是目前全球体量最大的医疗健康直播平台；是拥有高品级医院和专家数量最多的央媒平台；是国内最权威、唯一覆盖医疗全学科的医疗健康科普平台，已成为中国医疗业界普遍认可的央媒品牌节目。

2、CCTV-1《大国品牌》：以“中国品牌·世界共享”为理念，将中国品牌故事传递的文化理念深入中国乃至全球消费者的心里，让每一个消费者真切感受到有情怀，有温度的大国品牌形象。

《大国品牌》通过新文化、新形象，为企业赋能，创造新价值，并以品牌角度诠释企业，以消费角度解读品牌，助推中国品牌的成长

与发展，是央视最具权威性的品牌栏目。《大国品牌》特为品牌宣传月企业制定企业家专访内容，可以助力品牌企业高速成长。

3、中央新影发现之旅频道《筑梦新时代》：是一档大型纪录专题电视节目。开播十年来，拍摄、录制、播出五百多集纪录专题节目，足迹已遍布全球近 30 多个国家和地区，以发现的眼光和视角传递中国梦的正能量。触摸新时代中国的经济脉动，共谋新时代中国的高质量发展，感知新时代中国的改革最强音，讲述新时代中国的伟大故事，奋力谱写新时代的壮丽篇章，向第二个百年奋斗目标进军。

4、央广健康课：由中央广播电视总台旗下央广传媒集团成立的央广购物频道负责运营的腾讯视频平台的互联网融媒体健康科普类栏目，自 2022 年 3 月开播以来制作 300 余期节目。栏目视频号账号现拥有总粉丝数超 54 万，企业微信私域粉丝数超 20 万，单档节目最高观看人数超 10 万，同时在线 1.5 万人，节目点赞数量破千万。2023 年《央广健康课》携手 8 省市助力乡村振兴、甄选药食同源好物，产销对接近百款药食同源商品，同时开辟了高品质大健康产业推广的国际版图，一直重视倾听百姓的需求和心声，推动全媒体健康科普知识发布和传播水平迈向新台阶。

5、新潮传媒：新潮传媒集团作为专注中产家庭消费的社区媒体平台，是电梯竖屏视频广告的开创者，智能屏资源数量全国第一。新潮媒体矩阵由电梯智能屏、纯商务联播网、牛框框电梯海报组成。梯内+梯外，视频+平面的组合全生态覆盖电梯传播场景，满足品牌的多种推广需求。已在全国 110 多个城市有 70 万部电梯智慧屏，每天覆

盖 1.8 亿中产家庭人群，创业十年，成为中国社区数字化第一。

6、民生要事服务站——九洲大药房站：是浙江省政府响应健康中国 2030 确立工作目标并制定多项重大行动背景下，于 2021 年率先提出的民生要事服务站建设规划，在杭州市市场监督管理局的部署下九洲大药房已有 19 家门店承接落地。目前，九洲站点已陆续为数万杭州市民提供了免费药事服务，如免费慢病检测、管理，吸氧、打粉切片、用药咨询等，广受好评。而品牌企业品质药，可以通过政府宣传资源做背书，提高且放大在当地的传播量；同时可以设立形成长期定点的特色服务项目，有持续的品牌曝光、持续的引流和持续的销售转化。

2024 年中国第七届 OTC 品牌宣传月活动方案内容为：

一、活动主题

护航公众健康 信守放心品牌

二、活动组织

主办单位：中国非处方药物协会 中国医药新闻信息协会

新华网-新华大健康

协办单位：新潮传媒

承办单位：桑迪品牌咨询、六力文化传播

支持单位：一心堂、老百姓、益丰、漱玉平民、大参林、健之佳、
万和、北京金象、国大复美、张仲景大药房、国胜大
药房、燕喜堂、桐君阁大药房、九洲大药房、瑞草堂、
东北大药房、青岛同方、合肥大药房等品牌连锁

合作媒体：新华大健康、《大国品牌》、中央新影《筑梦新时代》、

央广健康课、新潮传媒、小红书、叮当快药、新浪健康·爱问医生、39健康网

三、活动时间

2024年7月（具体时间待定）

四、活动内容

主要包括：启动大会、品牌论坛、品牌展位展示、品牌宣传、走进连锁社区健康行活动、总结会等。

总体活动内容如下：

（一）启动大会暨品牌发布会

1、时间：2024年7月（具体时间待定）

2、地点：待定

3、主要内容：

品牌解读：

中国 OTC 品牌发布：

中国 OTC 品牌宣言：

品牌宣传和展示：

4、社区健康行（待定）首场活动（与启动会地点时间同日）

（二）品牌宣传

1、时间：7月--8月（具体时间待定）

2、主要内容：包括线上品牌宣传、专访、科普知识竞答、互动活动、展位产品展示、梯媒广告及线下品牌宣传以及走进连锁社区宣传活动等。

3、宣传媒体及主要内容：

(1) 新华网新华大健康

品牌宣传月活动期间搭建专题，企业录制视频统一在专区内上传并在新华网及客户端播放。

①启动大会当日下午现场为入选品牌企业录播讲述品牌故事，每个入选品牌企业讲述品牌故事录播 5 分钟，剪辑成片播出。

②入选品牌企业领导或员工（不限级别）或研发专家到新华大健康演播厅（录制）讲述品牌故事，每个入选品牌企业讲述品牌故事录制 15-30 分钟，剪辑成片播出。

③第七届品牌宣传月启动大会现场直播并推送启动仪式新闻通稿，启动仪式当日在新华网客户端【健康】板块置顶一天。

④邀请入选品牌企业董事长或总经理到新华大健康演播厅录制专访，录播配备主持人，做开场介绍、流程串联，以及对企业家进行第五届品牌宣传月相关问题互动，专门设计话题并在新华网及客户端进行播出。

[录制视频内容由协会下属专委会相关领域专家及媒体共同审核。如请专家进行录制，由协会统筹安排]。

(2) CCTV-1《大国品牌》

①专访：品牌宣传月活动期间为入选企业录制企业家专访，央视将对企业品牌进行审查，审查通过后，专访视频在大国品牌视频号及抖音号播出宣传，大国官方媒体微信公众号文章一篇。

②论坛：品牌宣传月活动启动后，为入选企业组织参加医药界或

跨界与其他行业企业家交流。

(3) 中央新影发现之旅频道《筑梦新时代》

中央新影发现之旅频道《筑梦新时代》栏目全程跟踪拍摄品牌月活动(启动会+社区健康行)，并制作 15 分钟大型记录专题片，在中央新影发现之旅频道首播、重播各一次，CCTV 手机电视 App 首播、重播各一次。

(4) 央广健康课

1、为入选品牌企业安排“央广健康课”视频号直播，以主持人对话嘉宾形式在微信端口进行直播科普，同时配合短视频推广及公众号推文。

2、直播时长：1.5 小时 录制场地：央广购物-B 演播厅

(5) 新潮传媒

以“第七届 OTC 品牌月上榜品牌”3 家企业一组进行广告片播放宣传，按实际入选企业数量分组。

①每家企业的广告片时长 5 秒，整个活动周期 1 个月，进行 30 天的滚动播出。

②每组企业品牌（3 家企业一组）每天播出 150 次。

③宣传投放城市集中在一、二线城市，为入选企业在全国 10 个以上城市进行展播 [具体城市届时知会]。

④增加服务内容部分：在企业广告宣传基础上，增加企业 5 秒广告片，每家企业品牌宣传每天播出次数再增加 150 次，共 300 次。

(6) 线上知识竞答

①定制 IP 科普闯关游戏，为入围企业产品以趣味形式生成题库，线上多渠道广传播

②微信朋友圈广告引流/微博大 V 号有奖转抽

③线下社区活动共用

(7) 小红书

①为企业入选品牌在小红书平台进行种草宣传，以笔记形式将品牌相关信息融入分享。

②KOL、KOC 投放，活动周期 1 个月，进行铺量宣传。

(8) 叮当快药

①在叮当快药 APP ‘新特药房’ 频道，设置 “第七届 OTC 品牌宣传月” 活动入口，入选品牌进行展示（品牌月活动介绍、品牌企业 logo 及产品），入选品牌如已入驻叮当快药，均可实现跳转购买。

②专区呈现时间：一个月。

(9) 新浪健康·爱问医生

①为入选品牌企业定制脚本，以爆款短剧的形式进行拍摄，邀请企业高层代表拍摄，品牌露出。

②在微博等渠道进行宣传展播。

(10) 39 健康网

建设品牌专区、宣传品牌、新闻报道，硬广展示：焦点图引流，活动期间 WAP 端、PC 端连续发布。

(11) 其他媒体

主要包括：中国日报网、环球网、央广网、中国网、中国经济网、

光明日报、网易新闻、生命时报、中国医药报等媒体。

内容：新闻报道

4、线下品牌宣传

(1)形式：合作 12 家以上连锁药店总部所在城市即北京、上海、广州、重庆、昆明、济南、郑州、合肥、沈阳、深圳约 6000 家药店发放科普手册。

(2) 品牌科普手册内容：安全用药科普常识+活动介绍+入选企业品牌 Logo+合作连锁简介+合作连锁 Logo 展示。

(3) 启动会现场展位产品陈列展示

5、品宣荟--中国 OTC 品牌高峰论坛（启动会报到日当晚）

(1) 时间：2024 年7月（待定）

(2) 地点：待定

(3) 主要内容：

主旨演讲：邀请权威专家、政府机构相关负责人以及业界领袖或连锁代表分别演讲。

互动交流：入选品牌企业代表或与连锁代表台上互动交流。

6、中国 OTC 品牌宣传月 IP 形象发布与传播

(1) 为企业入围产品做一款 IP 科普动画短视频，时长 30 秒。

(2) IP 科普动画短视频在官方视频号进行传播，原片给企业。

(三) 走进连锁社区健康行活动

(1) 三场社区活动（待定）

(2) 九洲大药房社区活动民生药事说明（详见背景介绍）：

①组织一场线下店员产品知识培训。

②杭州九洲大药房共设 19 家民生药事服务站点，向杭州市民免费提供 27 个服务项目，门店客流人次每店每天 200 人以上。

③民生药事服务站点挂牌指示，可提供每个月门店（站点）内接受项目服务的客流，品牌露出。

④政府背书，相关新闻报道，有品牌露出。

（四）总结大会

五、品牌入围条件

中国非处方药物协会 2021 年、2022 年、2023 年三年发布的企业品牌前 50 名中精选 30 家企业，涉及产品品牌需位列各大类前 5 名，形成 2024 中国非处方药品牌宣传榜。

六、活动费用

根据品牌月活动宣传内容，通过优选多家媒体专门策划为企业准备了两套即 A、B 类方案，企业可视实际传播需求任选其中 A 或 B 类方案（A、B 类方案内容详见附件）。关于活动费用，根据多媒体传播量及传播内容分为：

1、单品牌宣传 A 类费用壹拾伍万元整（RMB:150,000.00 元）

2、单品牌宣传 B 类费用贰拾伍万元整（RMB:250,000.00 元）

前述费用不包含专家服务费，如企业在上述部分品牌宣传权益中选择由专家参与媒体录制的形式，另需填写申请表。

七、企业权益

1、荣誉权益

(1) OTC 品牌宣传月奖牌/荣誉证书

(2) 获得“中国 OTC 宣传品牌”宣传推广使用权限

2、启动会参与权益

(1) 出席“中国 OTC 品牌宣传月”启动仪式

(2) 全场品牌展示、宣传

3、传播权益

(1) 企业家采访：新华网新华大健康、CCTV-1《大国品牌》

(2) 企业直播：新华网新华大健康启动会直播、央广健康课视频号直播

(3) 新浪微博：打造爆火短剧视频，并在新浪微博等媒体展播。

(4) 品牌专区：新华网客户端、叮当快药、39 健康网

4、终端权益

(1) 保证至少走进三家合作连锁（连锁和活动具体时间待定）
分别参加进行线下连锁大型社区活动。

(2) 合作 12 家以上连锁药店约 6000 家以上重点门店发放品牌宣传手册。

八、参与方式

1、报名时间：2024 年 5 月 31 日前将报名表回复至组委会。

组委会联系人：汪鑫：18817932848 邮箱：wangxin@s-idea.cn

协会联系人：王凝：13661064400

2、入围确认函：收到企业报名表后，经专家评审委员会审核通过并发出确认函。

3、入围企业收到确认函后，即与主办方中国非处方药物协会、执行单位上海六力文化传播有限公司签订三方合作协议，并在三个工作日内汇款至下述账户：

名 称：中国非处方药物协会

开户银行：中国工商银行北京西直门支行

账 号：0200065009200001187

4、提交材料：2024年6月15日前

5、材料要求：

(1) 企业品牌宣传片（要求提交一个视频，视频格式 MP4）

(2) 入围产品相关的科普趣味答题 Word 版（用于小程序游戏内答题）

(3) 产品广告片 5 秒及 15 秒（5 秒用于新潮梯媒投放，需提交营业执照、药品生产许可证、药品广告审查表）

(4) 企业人物肖像授权书（用于大国品牌）

(5) 企业品牌故事/品牌内涵/发展历程/企业家理念内容（根据企业宣传需求提供内容，媒体做最终审核）

(6) 企业 Logo（源文件或 png 格式）

(7) 企业介绍图文（文字要求 500 字以内，图片 3-5 张）

(8) 企业入选产品图、海报各一张

(9) 产品科普文章（按格式提交）

(10) 视频录制内容（科普视频、专访录制待媒体给到提纲后提交）

(11) 其他材料根据平台/媒体要求进行补充

九、其他事宜

1、活动联系人：汪 鑫 18817932848

2、本次活动最终修订权和解释权归属主办单位

特此通知！

附件：

- 1、第七届中国 OTC 品牌宣传月企业申报表
- 2、第七届中国 OTC 品牌宣传月媒体及主要内容
- 3、民生药事服务站简介



主题词：协会 品牌宣传月 通知

中国非处方药物协会秘书处

2024年5月16日印发