



新华网节能中国频道 合作方案

新华通讯社上海分社

2007年2月

背景介绍

新华通讯社（简称新华社）是中国的国家通讯社和世界性的通讯社，是党的耳目喉舌，也是中国最大的新闻信息采集和发布中心。

新华社拥有多渠道、多功能、多层次、多手段的新闻信息采集和发布体系，每天用 7 种文字 24 小时不间断地向世界各国播发新闻信息。

目录

新华网介绍.....	2
一、简介.....	2
二、新华网全球影响力.....	2
新华网节能中国频道简介.....	3
一、背景.....	3
二、频道定位.....	3
三、版块设置.....	4
新华网节能中国频道合作方案.....	5
一、节约中国频道优势.....	5
二、互联网广告的特点与优势.....	6
三、具体合作方案.....	7
收费标准.....	14

新华网介绍

一、简介

新华网由新华社直属，是我国新闻门户网站不可动摇的领头羊，影响力覆盖全球，是中国互联网中级别最高的网站（网站等级 PR 值高达 8）。

新华社遍布国内外的 150 多个分支机构，组成了覆盖全球的新闻信息采集网络，提供权威、丰富、快捷的新闻信息和大量的现场报道、独家报道以及精彩的多媒体报道。

二、新华网全球影响力

- 受众分布在全球 190 多个国家和地区
- 全球网站综合排名：进入 50 强
- 荣获中国“最具影响力网站奖”“中国网站最具影响力品牌”称号
- 新华网新域名 news.cn 荣登中国“十大最有投资价值 CN 域名”“十大最有商业价值 CN 域名”排行榜榜首
- 中国新闻资讯类网站人气指数第一（中国互联网实验室测评）

此外，长江三角洲是中国经济发展的最前沿地区，而上海则处于这一地区的龙头地位。同样，作为新华网主要频道之一的新华网上海频道在整个新华网体系中占有举足轻重的地位，目前新华网上海频道自身拥有十余个频道和大量版块。此外，新华网近期主推的长三角频道，其信息发布和受众涵盖范围包括了整个长江三角洲。

新华网节能中国频道简介

一、背景

2006年度，新华社上海分社在上海市经济委员会等职能部门的全力支持和密切配合下，精心策划并成功摄制了全面反映我国节约型社会建设的大型文献电视片《常青的家园——建设节约型社会》。2006年12月11日起，该片在东方卫视作为岁末巨献全国首映。

在电视片《常青的家园》成功播出基础上，经过认真研究、反复探讨，为进一步体现新华社的四大职能并借助多种媒体形式来及时展示中国节约型社会的点点滴滴。新华社上海分社、新华网上海频道、上海市经济委员会将共同主办、策划并在2007年正式推出目前国内唯一的全方位大型节约专业网络频道——新华网上海“节能中国”（暂定名）频道，以期通过打造互联网精品工程来填补中国互联网节约概念网站的权威空白。

二、频道定位

新华网节能中国频道力图避免目前众多节能环保类网站内容散乱、缺乏针对性及范围单一、可靠信息少的缺点，致力于打造一个真正的专业性的节能环保频道，为节能环保专业人士提供一个及时获取真正可用、可靠新闻信息的媒介，一个深入观察建设节约型社会焦点问题的渠道，一个企业与政府共同沟通的场所，一个专业人士互动交流的平台，企业展示自己的机构与产品的舞台。

三、版块设置

新闻动态：最新的节能环保新闻，新华社强大的采编实力保证新闻的时效性、权威性、独创性。下设节能、节水、节地、节材、资源综合利用、国际新闻、国内新闻、视频新闻等版块。

会议活动：关于政府有关部门、企事业单位以及学术召开的关于节能的会议，介绍会议相关内容和影响。

办事指南：介绍政府部门出台的有有关节能的各项政策和法规，介绍相关认证认定办事流程。

案例推荐：介绍国内外典型的节能案例，让社会各界从中得到启发。

知识宝库：介绍节能的知识与技术，让人们知道如何从身边做起，从我做起，来为全社会的节能事业做出自己的贡献。

节能明星：介绍在节能方面有突出表现的企业，表彰发扬这些企业的业绩，发动全社会学习。

在线互动：在线专家解答各种疑问，提供各种便利。

关于我们：介绍新华社与节约中国频道。

分类版块：包括太阳能、空调、建材、汽车、白色家电、电气、节能灯等分类版块（不断增加中），并提供细分专题平台。

新华网节能中国频道合作方案

一、节约中国频道优势

● 内容丰富

全面：依托新华社强大的信息采编能力，第一手获取从国内到国外的全方位信息。保证内容的及时、详尽、权威，减少用户遴选信息的时间耗费。

原创：多采用新华社及新华网自采稿件，保证频道信息的真实性和独家性，避免了网站间相互转载造成的大量重复信息以及缺少可靠来源的虚假信息。

多渠道：新华网、上海市经委、上海发改委、各大节能环保企业、各大高校学术界，保证新闻信息的时效性、权威性、独创性。

● 形式多样

运用文字、图片、音视频的多媒体播报方式，打造全新的节能媒介。一般网站多采用文字、图片的播报方式，节约中国频道将增加音视频等多媒体的方式，保证新闻信息播报的多样性、新颖性、活泼性。新华社拥有大量的音视频原创资料，涉及新闻、专题、纪录、访谈、人物、演讲等各个方面。

● 参与、服务

节约中国频道定位于全民参与、细心服务，内容力求简洁、实用、新鲜，主次有别，以利于读者更方便地找到所需的信息。

● 节能舞台

为节能和受众提供一个紧密联系的平台。通过节能知识的普及、节能新闻的报道以及受众的亲身参与，形成一个节能信息网，让每一个人可以在这里交流沟通，让受众可以全方位了解节能带给这个社会的巨大利益。

二、互联网广告的特点与优势

● 传播范围最广

网络广告的传播，不受时间和空间的限制，其通过国际互联网络把广告信息 24 小时不间断地传播到世界各地。只要具备上网条件，任何人，在任何地点都可以阅读，这是传统媒体所无法达到的。

● 交互性强

交互性是互联网络媒体的最大的优势，其不同于传统媒体的信息单向传播，而是信息互动传播，用户可以获取有用的信息，厂商也可以随时得到宝贵的用户反馈信息。

● 针对性强

根据分析结果显示，网络广告的受众是最年轻、最具活力、受教育程度最高、购买力最强的群体，网络广告可以帮厂商直接命中最有可能的潜在用户。

传播范围	传播速度	观众选择	接收方式	资源类型	更新速度	普及程度
网络	全世界	实时	被动+主动	丰富多样	多媒体 即时	中高
平面媒体	区域慢	滞后	被动	文字高图片	慢	低
广播	区域性	实时	被动	声音	慢	中
电视	区域性	实时	被动	文字, 图片中声音, 影像		中

● 实时、灵活、成本低

在传统媒体上做广告发版后很难更改，即使可改动往往也须付出很大的经济代价。而在互联网上做广告能按照需要及时变更广告内容。

● 强烈的感官性

网络广告的载体基本上是多媒体、超文本格式文件，受众可以对某感兴趣的产品了解更为详细的信息，使消费者能亲身。体验产品、服务与品牌。这种以图、文、声、像的形式，传送多感官的信息，让顾客如身临其境般感受商品或服务，将更大大增强网络广告的实效。

● 互联网广告与传统广告的比较：

三、具体合作方案

作为中国最大的新闻门户网站，新华网节能中国频道整合了强大的内容资源，为客户提供与市场相符的网络品牌宣传平台和产品展示渠道，新华网节能中国频道提出了更积极、与新华网节能中国频道内容资源联系更加紧密的网络宣传手段——频道合作，以满足品牌对网络推广更深入的需求。

1、冠名合作（各版块）

鉴于新华网节能中国频道的权威地位，因此该频道的冠名整体合作无疑将为企业的品牌树立打下坚实的基础，加之在新形式报道上的配合，更能为企业的品牌内涵诠释、品牌知名度提升推波助澜。

● 频道冠名及视觉识别融合

- 1) 以客户品牌对合作频道进行整体冠名，频道首页 LOGO 位置全年放置冠名企业的动画 LOGO，从而让浏览者第一时间浏览到冠名企业的品牌，而在版块首页的冠名方面，冠名企业将优先自动获得子版块的总冠名；（节能频道首页、相关子版块）
- 2) 频道整体风格进行调整，力求融合客户品牌相符的视觉识别风格；（各版块）
- 3) 在内容方面在保留频道原有精彩内容的基础上，结合品牌内容进一步增减、优化。（各版块）

● 互动资源整合

- 1) 邀请品牌负责人定期与网友在线交流；（节能明星版块、在线互动版块）
- 2) 提供与频道相关的论坛赞助权利；（会议活动版块）
- 3) 开辟品牌在线展示中心。（案例推荐版块）

● 跨网际的互动宣传

- 1) 参与合作品牌的各项市场活动的组织宣传；（外围服务）

- 2) 邀请合作企业参与节能中国频道举办、承办、合作的活动。（外围服务）

● 品牌广告宣传支持

新华网节能中国频道将提供高密度的强势广告资源支持，持续形成网上品牌冲击；（各版块）

● 网络新闻

- 1) 网络新闻报道是一种有别于传统平媒的报道形式，其可实现最快的速度并可不限报道篇幅。总冠名企业将由节能中国频道，借助系列新闻专题的形式，在首页不定期进行推广。（新闻动态版块）
- 2) 通过网络新闻媒体的优势和专业敏锐的新闻视角，使总冠名企业的新闻内容更具公信力，大大提升了受众对内容的接受度。此外，新闻公关的软性引导，与硬广告的强迫品牌曝光相辅相成。（新闻动态版块）
- 3) 网络新闻的执行方式将以频道编辑的专业视角，制作相关专题，解析总冠名企业品牌的内涵、经营理念、营销模式和产品介绍，具体专题题目由总冠名企业与频道编辑协商而定。（新闻动态版块）

● 危机公关

利用好网络频道中的新闻、产品展示、互动交流等为企业的危机公关服务。（各版块）

利用新华社与各政府职能部门的友好关系，协助企业解决部分困难。（外围服务）

- **网群链接**

新华网上海频道首页链接。新华网的PR（页面等级）高达8，而上海频道的PR高达6，且PV（页面浏览量）也高达每天100万，和一些顶级的专业网站不相上下，因此冠名企业网站如在新华网上海频道上开设链接，那么对提高PR和PV均大有帮助。（上海频道、节能频道首页）

- **针对服务**

新华网节能中国频道将组织专门团队，提供从客户服务、内容编辑到技术支持、设计制作全方位的服务体系。（外围服务）

2、专题合作（各分类专题版块）

新华网节能中国频道敏锐的新闻眼光和广泛的合作范围，不断捕捉新的新闻传播信息，并建立立体的整合专题。在这其中，新华网节能中国频道也为客户开辟了品牌和产品推广空间和机会，由此形成了客户与新华网节能中国频道各内容专题合作的契机。合作方式：

- **专题特约赞助**

专题推广期间，专题名称以某某品牌特约某某专题出现。

- **品牌广告宣传支持**

在专题内及进入专题的入口链接位置开辟了丰富的广告资源，作为客户作为品牌、产品推广的手段。

● 参与专题内容相关活动

新华网节能中国频道各内容专题内的丰富内容，决定了表现形式的多样性，也由此凸现了客户合作的机会可能。

3、活动合作（会议活动版块）

新华网节能中国频道与政府部门、企业、学校等开展广泛的合作，开展各类形式的推广活动，客户可籍此宣传契机，为品牌、产品推广创造新的机会。活动合作方式：

● 线上推广合作方式

- 1) 活动入口链接加入合作企业的 LOGO，点击后可进入活动内容页；
或在活动开展后的广告中融入企业宣传内容；
- 2) 活动专题内的广告组合宣传；
- 3) 合作企业参加与活动相关的在线交流活动；
- 4) 与活动相关的在线直播等即时性宣传中融入企业宣传内容。

● 推广合作方式

- 1) 线下合作媒体报道活动时提及合作企业；
- 2) 活动现场的各类宣传。

4、互动合作（在线互动版块）：

以企业家的思维洞悉产业的发展，以观察家的视角剖析问题的所在，以节能环保实践者的初衷透视行业的支根末节。在这里，受众可与众多节能环保大师对话，感悟思维的跳跃，绷紧每一条神经，让一切在文字下变得更加真实。

● 内容

- 1) 交流成功企业的节能、创新与发展；
- 2) 分享企业成功的节能环保经验和失败的教训；
- 3) 探讨整个节能环保事业和带动中国经济的发展方向。

● 活动形式

- 1) 主持 + 网友访谈交流；可选择文字直播/录播。为此版块设临时专区，之前刊出嘉宾照片简历作以介绍，之后在每位嘉宾的专区下面设“我要留言”链接，以便嘉宾与各位读者、网友进行交流。
- 2) 视频直播/录播。

5、通讯员合作

通过企业与节能中国频道的通讯员保持长久的联系，互通有无，了解企业动态，发布企业信息，架起企业、新华社、相关政府部门之间的桥梁。

● 信息发布

企业提供相关的节能环保动态，经新华社审核，选择有价值的消息发布网络讯息。（新闻动态版块）

● 产品推介

企业提供其研究、生产、发布的相关节能环保产品，由频道专家组认定后择优推荐发布。（案例推荐版块）

收费标准

单位：人民币

项目	收费标准
冠名合作	100 万元/年
专题（栏目）合作	15 万元/年
活动合作	依附于冠名、专题合作，一事一议
互动合作	文字直播/录播：2 万元/次 视频直播/录播：4 万元/次
通讯员合作	2 万元/年
广告位购买	依附于冠名、专题（栏目）合作
友情链接	依附于通讯员合作