**海南省第五人民医院**

**2025-2026学科建设全方位品牌形象策划案**

随着海南省第五人民医院全新大楼的启用，为更好地向公众展示医院的新面貌、先进设施、专业科室、优秀医生团队以及丰富多彩的医院活动，提升医院品牌形象与社会影响力，特制定海南省第五人民医院全方位视频拍摄策划案。

**项目目标：**

提升品牌形象：

通过高质量视频内容，塑造现代化、专业、值得信赖的医院形象。

增强公众认知：

让市民更直观地了解医院环境、服务、技术及医生团队。

促进患者到院：

吸引潜在患者，提升就诊意愿，特别是针对特定科室。

活跃社交媒体：

产出适合多平台传播的短视频内容，增加互动与传播。

**第一部分：**

**医院全新大楼展示（共2部视频）**

视频一：穿越机视角——未来感新地（时长：约2分钟）

核心理念： 突出医院大楼的宏伟、现代设计与科技感，营造震撼视觉体验，展现医院面向未来的决心。

拍摄内容与手法：

穿越开场： 清晨或黄昏，阳光洒在建筑上，穿越机拉高展示大楼与周边环境（海口钟楼）的融合，体现规模感。

穿越机核心： 使用专业穿越机，沿大楼外立面、玻璃幕墙、特殊结构（如挑檐、连廊）等设计精巧处进行低空、高速、多角度穿梭。模拟“飞入”大楼内部，穿梭于大厅、走廊、住院部（安全前提下）等。

内部光影： 捕捉大楼内部独特的设计元素、光影变化、材质质感。如现代感的候诊区、明亮整洁的诊疗室、充满科技感的设备等。

细节特写： 对大楼的Logo、入口处的欢迎标语、智能导引系统等进行特写。

音乐与剪辑： 选用大气、富有科技感、节奏感强的背景音乐。剪辑快速、流畅，突出速度与动感。

预期效果： 打造一部酷炫、令人印象深刻的医院类建筑短片，适合用于医院官网、社交媒体、大型活动开场等。

视频二：打卡式楼层导览—探索功能新世界（时长：约3分钟）

核心理念： 以轻松、活泼的方式，带领观众“打卡”医院各楼层，详细介绍不同功能区的定位与服务，增强实用性与亲和力。

拍摄内容与手法：

人物设定： 可由一位年轻、活力的“体验官”或医生/护士扮演的向导带领。

楼层规划： 提前规划好要介绍的重点楼层（如：大厅、门诊、中医科、整形科、皮肤科、顶层特色区域等）。

打卡形式： 在每个楼层的关键功能区（如挂号处、导诊台、特色诊室、检查室、休息区、特色科室入口等）进行“打卡”，向导进行简单介绍（服务内容、特色、便捷性等）。

镜头语言： 多采用手持跟拍、平视视角，增强代入感。穿插一些环境空镜、设施展示镜头。可加入一些趣味性元素，如向导与导引标识互动、寻找楼层特色小细节等。

信息呈现： 在屏幕上适时叠加楼层、区域名称、服务提示等文字信息。

音乐与剪辑： 选用轻快、愉悦的背景音乐。剪辑节奏适中，信息传递清晰。

预期效果： 一部实用性强、观看轻松的视频，帮助患者及家属快速了解医院布局，减少就诊陌生感，适合在微信公众号、视频号、医院内部屏幕等平台发布。

**第二部分：**

**医师节/新片贺岁短片（2部创意短视频）**

策划案一：医师节篇——《致敬，身边的英雄》

一、 项目背景

节日契机： 每年8月19日医师节，是向所有医师表达敬意和感谢的特别日子。

目标受众： 海南省第五人民医院全体职工（尤其是医师）、患者及家属、社区居民、关注医疗健康的公众。

二、 故事线与内容结构（约3分钟）

【序幕：光影交错】

画面： 快速剪辑医院不同科室的清晨/深夜景象：空荡的走廊、闪烁的仪器、医生疲惫但专注的眼神、匆忙的脚步。穿插日出/日落的延时摄影，象征时间的流逝和工作的延续。

声音： 环境音（脚步声、仪器声、轻微交谈声），背景音乐舒缓、略带悬念，营造医院日常的紧张感。

旁白/字幕： 每天，有这样一群人，他们为您的健康步履不停，是风雨里温暖的港湾…

【篇章一：日常的“不平凡”】

画面：

跟拍几位不同科室的医生（如中医科、皮肤科、骨科、毛发科）的典型工作片段：深夜查房、紧急手术、耐心向病人解释病情、伏案研究病历、手术中的专注操作、与患者家属交谈的温柔瞬间。

特写：布满血丝的眼睛、被汗水浸湿的额发、写满笔记的处方单、疲惫但有力的手。

声音： 现场同期声为主，穿插医生简短的自述或同事的侧面评价（“他/她总是第一个到，最后一个走”、“记得那个晚上，他/她连续站了几个小时…”）。

旁白/字幕： “他们，是手术室里托起希望的巧匠，是病房里传递温暖的使者。

【篇章二：背后的“凡人”】

画面：

工作间隙的医生：疲惫地靠在椅背上闭目养神、快速吃口饭、接到家人电话时短暂的温情或歉意、同事间互相打气加油的瞬间。

家属视角（需授权）：看到医生忙碌的身影，眼神中的信任与感激。

闪回/访谈（可选）：简短采访几位医生，谈谈选择从医的初心、最难忘的瞬间、工作中的压力与收获。

声音： 温馨的背景音乐渐入，医生的简短访谈片段。

旁白/字幕： “复杂性和不确定性的工作，常常让他们顾不上家庭。但支撑他们前行的，是对初心的坚守。他们也是父母、是子女、是爱人，只是，选择了这份责任。”

【尾声：致敬与感谢】

旁白/字幕： “在今天，我们想对每一位医师说：您辛苦了！您的付出，我们看见；您的守护，我们铭记。您，就是身边最平凡的英雄！”

结尾定格画面/字幕： “致敬医师节！+ 医院Logo + 医师节快乐 致敬每一位守护者

三、 视频风格与调性

风格：纪实感强，情感真挚，细节动人。

调性：尊重、感恩、温情、励志。

四、 拍摄与制作建议

拍摄： 多采用跟拍、纪实手法，捕捉自然状态下的医生工作与情感流露。注意保护患者隐私，涉及患者画面需授权并做模糊处理。利用特写镜头强调细节和情感。

剪辑： 节奏由快到慢再到高潮。开头快速展现忙碌，中间放缓展现细节和故事，结尾情绪升华。转场自然。

音乐： 选择能烘托氛围、引发共鸣的纯音乐，避免过于流行或喧闹。

策划案二：新年篇——《新岁启封，美丽同行》

1. 节日契机：

每年农历新年（春节），是中国人最重要的传统节日，象征着团圆、希望与新的开始。在新年之际，向公众传递海南省第五人民医院的祝福，营造喜庆祥和的节日氛围。回顾过去一年的医院发展成就与温暖瞬间，展望未来。

二、主题： 新岁启封，美丽健康与您同行

新年新气象，美丽是生命的色彩、健康是最大的财富。海南省第五人民医院将与大家一同开启充满希望的新一年，继续以专业和关怀，守护每一个家庭的快乐和健康。

三、故事线与内容结构（约3分钟）

【序幕：辞旧迎新】

画面： 快速闪回过去一年医院内的温暖瞬间：医生护士的笑容、成功的手术、康复出院的患者、团队活动的合影、节日里的装饰等。接着画面切换到医院新年装扮的场景：挂灯笼、贴春联、装饰一新的门诊大厅、病房窗外的节日景象。

声音： 轻快、喜庆的背景音乐，夹杂着新年特有的鞭炮声（可后期添加）、欢笑声。

旁白/字幕： “时光荏苒，岁序更新。告别充满挑战与收获的旧岁，我们迎来了充满希望与温暖的新年。”

【篇章一：感恩与回顾】

画面：

展示过去一年海南省第五人民医院在医疗技术、服务质量、学科建设、公益活动等方面取得的成绩（可用数据、图表、新闻截图辅助）。

穿插医院职工的笑脸特写，体现团队的凝聚力和幸福感。

可以加入一两个过去一年里特别感人的患者故事片段，强调医患之间的情谊。

声音： 音乐转为舒缓而温暖。可以加入医院领导或职工代表对过去一年的简短回顾与感谢。

旁白/字幕： “回首过往，我们感恩每一位患者的信任，感谢每一位职工的坚守，也铭记每一个共同奋斗的日子。是你们，让这个新年更加温暖。”

【篇章二：展望与健康寄语】

画面：

医生们在科室里讨论新一年工作计划、学习新技术的场景。医院新的大楼，环境改善、新设备的画面。展示医院提供的健康服务：义诊活动、健康讲座、线上问诊平台等。

医生们对着镜头，用简洁温馨的语言给出新年健康小贴士（如皮肤保养、合理饮食、适度运动、规律作息、定期体检等）。

声音： 音乐变得积极向上。医生的健康寄语同期声。

旁白/字幕： “新的一年，我们带着新的憧憬，也肩负着守护健康的使命。健康，是送给自己和家人最好的新年礼物。愿我们都能在新的一年里，身心康泰，活力满满。”

【尾声：祝福与同行】

画面：

医院领导、职工穿着节日服装或围巾，在医院标志性地点（如大门前、门诊大厅）集体挥手微笑，或进行一些新年互动（如写祝福语、敲响新年钟等创意环节）。

快速剪辑各种与“美丽”“健康”相关的温馨画面：美女笑容、家人一起做饭、晨跑、散步、老人安详地晒太阳等。

最终定格在一个充满新年元素和医院Logo的画面上。

声音： 音乐达到高潮，充满喜悦和力量。叠加更多祝福语录音（“新年快乐！”“身体健康！”“万事如意！”）。

旁白/字幕： “值此新春佳节之际，海南省第五人民医院向您和您的家人，致以最诚挚的祝福！新岁启封，愿美丽与你我常伴，愿幸福与你我同在！”

结尾定格画面/字幕： “2026年新年快乐！” + 医院Logo + 新年新气象 健康同行

四、 视频风格与调性

风格：喜庆、温馨、明亮、有活力。

调性：感恩、展望、关怀、祝福。

五、 拍摄与制作建议

拍摄： 风格明快，色彩饱和度可以适当提高，营造节日氛围。多运用中景和全景展现医院的整体新年气象，也用特写捕捉人物的喜悦表情。可以设计一些互动性强的拍摄环节。

剪辑： 节奏明快，尤其在开头和结尾部分。中间部分可以适当放缓，突出回顾和展望的内容。转场可以运用一些有新年特色的特效。

音乐： 选择欢快、大气、带有中国风元素的背景音乐，如改编的民乐、轻快的流行曲等。

**第三部分：**

**特色科室展示（共6部视频，每个约2分钟）**

核心理念： 突出中医科、整形科、皮肤科三大科室的专业性、特色技术与服务理念，吸引目标患者群体。

科室选择与视频方向建议：

中医科（2个视频）：

视频1： “传统智慧，现代呵护”——介绍中医科的整体环境、特色疗法（如针灸、推拿、理疗、中药熏蒸等），强调中医“治未病”的理念，展示安静舒适的诊疗氛围。

视频2： “名中医坐诊”——聚焦一位或两位资深中医专家，介绍其从医经历、擅长领域、诊疗风格，或通过一个简短的患者问诊案例，体现中医的辨证施治过程。

整形科（2个视频）：

视频1： “重塑自信，焕发美丽”—展示整形科的环境、先进设备（如激光仪器、手术室等），介绍常见的整形项目（如面部精雕、皮肤美容、微创治疗等），强调安全、专业、个性化的服务。

视频2： “变美故事，真实分享”——选取1-2个（已获授权）患者的真实案例（可隐去面部关键信息），讲述其求美经历、选择该院的初衷、治疗过程及效果，增加真实感和信任度。

皮肤科（2个视频）：

视频1： “告别烦恼，焕亮肌肤”——介绍皮肤科针对常见皮肤问题（如痘痘、色斑、敏感肌、湿疹等）的治疗手段，展示科室环境、特色仪器（如光子嫩肤、水光针设备等），强调科学护肤理念。

视频2： “皮肤健康，从头到脚”——侧重于皮肤科的全科属性，如毛发、指甲、足部等问题的诊疗，或季节性皮肤问题的预防与护理知识科普。

拍摄手法共性：

环境拍摄：干净、明亮、专业。

人物拍摄：医生形象专业、亲和；患者（若出现）状态自然。

设备展示：特写、功能讲解。

音乐：根据科室特性选择，中医科可选舒缓古风，整形科/皮肤科可选现代、轻快或科技感。

剪辑：信息清晰，节奏得当。

预期效果： 每个科室2个视频，从不同角度展现科室实力，精准触达潜在患者，提升科室知名度。

**第四部分：**

**名医风采与诊间科普（共5个视频，每个约2分钟）**

核心理念： 通过展现八大处医生的专业素养、人文关怀和知识分享，建立医患信任，普及健康知识。

视频内容方向建议：

视频1：“某某主任的从医之路”——名医名技篇

内容：采访一位资深医生（如八大处医生），讲述其求学、从医的初心与历程，分享其最得意的病例或技术突破，展现其专业造诣和职业精神。

拍摄：诊室外访谈、办公室场景，穿插其手术/诊疗过程中的工作片段（需注意隐私保护）。

视频2：“一问一答，解您所惑”——诊间科普篇

内容：选取一个常见但患者易混淆或存在误区的问题（如：关于某种疾病的误解、某种检查的注意事项等），医生在诊间或模拟诊间环境中，用通俗易懂的语言进行解答。

拍摄：模拟真实问诊场景，医生与“患者”（可由演员扮演或直接面对镜头）互动，语言生动，可配合简单的图示或模型。

视频3：“医者仁心，温暖相伴”——人文关怀篇

内容：捕捉医生在诊疗过程中展现的人文关怀瞬间，如耐心倾听、细心查体、安慰鼓励患者等。可通过医生自述或同事/患者（授权）评价来体现。

拍摄：捕捉真实诊间互动细节，注意保护患者隐私。可穿插医生工作日常的片段。

视频4：“我的‘秘密武器’”—特色技术篇

内容：介绍医生掌握的一项特色技术或疗法，解释其原理、优势及适用人群，可结合案例进行说明。

拍摄：医生讲解，配合技术操作演示（简化版）、设备展示、患者康复前后对比（授权）等。

视频5：“健康生活小贴士”——科普知识篇

内容：围绕一个与科室相关的健康生活方式或疾病预防知识，医生进行简短科普。例如，皮肤科医生讲防晒，中医科医生讲节气养生等。

拍摄：医生在轻松的环境（如办公室、花园）中，手持小道具或板书，进行简单明了的讲解。

拍摄手法共性：

突出医生的专业形象和亲和力。

语言表达清晰、准确、易于理解。

环境选择体现专业与舒适。

注意保护患者隐私。

音乐：根据内容选择，或沉稳专业，或轻松科普。

预期效果： 塑造医生专家形象，传递专业知识，拉近距离，增强患者信任感。

**第五部分：**

**医院活动快剪视频（共15条，每条时长控制在120秒内）**

核心理念： 以碎片化、高节奏的方式，记录和传播医院举办的各种活动，展现医院活力与人文关怀。

活动类型与内容方向：

健康讲座/义诊活动： 拍摄专家讲课、与市民互动、免费测量血压血糖、发放宣传资料等瞬间。

院内文体活动： 如运动会、文艺汇演、团队建设等，捕捉精彩瞬间和欢乐氛围。

公益活动： 如走进社区、学校、养老院等开展服务，拍摄服务场景和受益者笑容。

新设备/新技术发布会： 拍摄揭幕、演示、领导讲话等片段。

拍摄手法共性：

快节奏剪辑： 多用快速切换、卡点、转场效果。

动感音乐： 选用节奏感强、积极向上的背景音乐。

视觉冲击力： 多用特写、慢动作、广角等镜头增加表现力。

信息简洁： 可在片头或片尾加上活动名称、时间、地点等简要信息。

系列化命名： 如“医院Vlog·活动特辑”

预期效果： 制作出系列短小精悍、传播力强的活动短视频，活跃社交媒体账号，增强医院与公众的互动，展现医院积极向上的形象。

服务流程概要：

需求确认与方案细化： 与医院方深入沟通，确认各部分具体需求、细节，调整优化本方案。

拍摄准备： 制定详细拍摄计划（时间表、地点、人物、设备清单），进行场地踩点，协调相关人员。

分阶段拍摄： 按照方案顺序，分批次完成各部分视频的拍摄工作。拍摄过程中与医院保持密切沟通。

后期制作： 素材整理、剪辑、调色、配音、配乐、添加字幕/特效等。医院方可在关键节点进行审阅。

成片交付与反馈： 交付所有成片，根据医院方反馈进行必要修改。

发布支持： 提供各平台发布建议，协助进行部分视频的发布推广。

服务团队：

将由专业的摄像师、灯光师、后期剪辑师、策划人员组成项目团队，确保项目高质量完成。

本策划案旨在通过多元化的视频内容，全方位、立体化地展现贵医院的新形象与综合实力。我们相信，通过精心制作和有效传播，这些视频将成为医院品牌建设的重要助力。期待与贵院携手，共同打造精彩的视觉盛宴！

**视频分类表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **拍摄类型** | **技术要求** | **时长要求** | **条数要求** | **备注** |
| 医院新楼启用 | 穿越机 | 2分种 | 1条 | 策划类 |
| 打卡式视频 | 3分钟 | 1条 |
| 节点类视频 | 医师节 | 3分钟 | 1条 |
| 新年贺岁视频 | 3分钟 | 1条 |
| 特色科室展示 | 中医科 | 2分钟 | 2条 |
| 整形科 | 2条 |
| 皮肤科 | 2条 |
| 名医名技 | 八大处医生 | 2分种 | 5条 |
| 活动快剪 | 医院综合 | 2分种内 | 15条 | 现场类 |

**视频拍摄制作预算**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **内容** |  | **数量** |  |
| 新楼启用 | 穿越机拍摄/新楼功能性介绍打卡视频 |  | 2条 |  |
| 节点视频 | 医师节/新年策划视频 |  | 2条 |  |
| 科室展示 | 中医科/整形科/皮肤科短视频拍摄制作 |  | 6条 |  |
| 名医名技 | 八大处医生短视频内容策划拍摄制作 |  | 5条 |  |
| 活动快剪 | 健康讲座/义诊活动/节日主题活动/文体活动等拍摄 |  | 15条 |  |