

附件：

2023 年海南省“椰嫂”家政公共品牌 宣传推广方案

为更好地发挥标准化在家政行业的促进作用，提高家政服务质量和水平，实现家政服务标准化，加快推进海南家政服务品牌化、标准化、数字化、规模化发展，海南省商务厅确立“椰嫂”作为海南家政从业人员的统一代名词，全省家政工作围绕强化品牌建设逐步开展。

一、宣传规划

“椰嫂”的品牌宣传将分为预热期、造势期、运维期三个阶段，通过各个阶段的不同宣传形式，逐步形成“椰嫂”特色文化符号，夯实海南省“椰嫂”社会服务行业特色品牌。

“椰嫂”的品牌宣传将运用多种社会化传播手段，通过持续营销，将“椰嫂”塑造为家政行业业内标杆形象、省内有口皆碑的知名品牌、全国具有地方特色的代表性劳务品牌。

2023 为预热期，“椰嫂”家政劳务品牌列入“琼字号”劳务品牌，编制《海南省家政服务品牌“椰嫂”评定规范》家政服务行业地方标准；2024 年以造势为主，通过多形式“椰嫂”品牌宣传活动，实现品牌影响力、社会面认知度的不断扩大；2025 年为运维期，继续发挥“椰嫂”品牌引领作用，结合家政进社区工作，带领行业企业共同推动家政服务标准

化建设，推动海南家政行业发展再上新的台阶。

主办单位：海南省商务厅

承办单位：自行采购确定

二、形象征集（2023年12月1日—30日）

——建立品牌 IP，在全国征集椰嫂品牌标识（logo）及宣传语。

（一）征集新闻发布

提供新闻通稿，官方发布椰嫂品牌标识（logo）及宣传语征集活动信息。

发布时间：2023年12月1日

品牌标识及宣传标语征集截止时间：2023年12月31日

发布媒体：海南主流媒体及央媒驻海南站点等省内外重要媒体 15 家，省级媒体公众号。

（二）大众及专家评选

开启椰嫂品牌标识（logo）社会参与网络通道。全平台宣发推广投票。同时聘请行业专家 2 名，商务厅代表 3 名，进行评审。

举办时间：2024年1月1日-1月31日

拟开平台：省级媒体公众号。

1. 1月1日开启网络投票通道

2. 1月29日截止投票

3. 1月30日专家评审

4.1月31日公布投票结果

三、品牌发布（2024年3月1日—4月30日）

——树立品牌形象,全面推广椰嫂品牌内涵。

（一）具体活动

1.演讲比赛（2023年12月1日—2024年3月20日）

举办“椰嫂故事我来讲”为主题的演讲比赛2场（选拔赛、决赛），各家政公司选派家政人员参赛，展示“椰嫂”品牌家政人员另一优良风貌的同时，树立家政典型代表，让家政人员深入思考形成正确的职业道德观和价值观，以风采展示激发职业荣誉感，评选出10名优秀家政人员做为市县巡回宣讲员。

（1）选拔赛：选手通过自我介绍+演讲（可结合PPT或视频）完成演讲，每一位参赛选手演讲结束后邀请专业嘉宾点评并打分，选拔10人进入决赛。

时间安排：2023年12月1日—2024年3月1日，家政公司选派家政人员报名参赛，期间对参赛选手组织进行整体培训。2024年3月2日，举办选拔赛，赛前播放椰嫂品牌宣传专题视频。

（2）决赛：融入家政相关节目4个，丰富演讲比赛内容，将初赛选出的10名演讲选手，在总决赛中评选出一、二、三等奖及优秀奖，赛前播放椰嫂品牌宣传专题视频。

时间安排：2024年3月15日举办。期间对10名决赛选

手进行一对一培训。

(3) 评选：两项比赛均聘请行业专家 2 名，媒体代表 1 名，商务厅代表 2 名担任评委，进行评分。

(4) 奖项：一等奖（1 人）奖金 1 万元及证书奖杯；二等奖（2 人）每人奖金 5 千元及证书奖杯，三等奖（3 人）每人奖金 2 千元及证书奖杯，优秀奖（4 人）每人奖金 1 千元及证书奖杯。

2. 巡回宣讲（2024 年 3 月 21 日—4 月 30 日）

通过“椰嫂故事我来讲”为主题的市县巡回宣讲（6 场），及时挖掘和创造品牌故事，带动市县家政从业人员争先创优，增强“椰嫂”品牌社会曝光率。

宣讲人员：演讲比赛获奖家政人员 10 名轮流到市县开展宣讲活动（每场次 6 名演讲选手进行宣讲，1 名预备共 7 人）。

宣讲内容：家政人员讲述自己的从业故事、职业感受，谈对“椰嫂”品牌的认知和职业道德观、价值观。

宣讲市县（6 个）：海口、琼海（覆盖文昌、定安、屯昌）、三亚（覆盖陵水、万宁）、五指山（覆盖琼中、保亭）、儋州（覆盖澄迈、临高、洋浦）、乐东（覆盖昌江、东方、白沙）。

宣讲流程：

（1）播放椰嫂品牌宣传专题视频（3 分钟），该视频同时提供多媒体宣发。

(2) 主持人开场白。

(3) 逐一宣讲(宣讲前播放宣讲家政人员个人风采 VCR,让观众深度了解选手及其专业技能,宣讲过程穿插家政节目 3 个)。

参加人员: 市县商务主管部门、发展改革委、人力资源社会保障局、民政局、住房和城乡建设局、教育局、市场监督管理局、工会、妇联、团委、就业局,家政协会代表,家政企业、家政人员,消费者等。

(二) 宣传推广

在活动组织开展期间,多媒体全程跟进,深入挖掘活动每个阶段新闻热点,进行深耕发酵,活动每个阶段,有新闻,有话题,有亮点,有关注,有推流。通过全国媒体、海南省主流媒体集体发声,围绕“椰嫂”的社会积极影响力、行业口碑、塑造地域特色、劳务品牌的创新创优等相关等多维角度,助推“椰嫂”品牌大范围曝光。在权威媒体、省主流媒体,全省 18 个市县地方政府公众号,媒体公众号宣发“椰嫂”品牌宣传活动信息;在网络媒体通过区域流量投放、预热原创稿件、直播等形式等灵活有效的新媒体宣传手段及方式,有针对性的输出椰嫂品牌标识征集活动宣传内容。通过多形式的组合曝光,使椰嫂家政品牌影响力在传统媒体和新媒体平台持续保持关注度,用最契合语言、通过口碑效应,吸引潜在消费群体,树立椰嫂家政的品牌典范,扩大椰嫂家

政影响力，提升家政服务业在消费市场上的声量。

1. 宣传周期：2023年12月-2024年4月30日（覆盖“椰嫂”品牌宣传活动各节点）

2. 宣传效益：总发稿量不少于100篇次，计划定投1000CPM以上（CPM指每千次展示成本），总曝光量达到200万人次。

3. 宣传方式

（1）**宣传品牌 IP。**发布品牌徽标、宣传标语征集信息及具体宣传活动内容；提供新闻通稿及椰嫂品牌宣传专题视频，官方发布椰嫂品牌相关信息；解读徽标设计理念，发布下一阶段宣传活动内容，进一步融入“家政进社区”相关内容及“椰嫂”便民服务网点设立意义，让更多人从新闻中汲取信息，增强对椰嫂的认知度。

（2）**开启品牌标识网络投票通道。**在省级主流媒体开设活动专题页，设置投票专题页面，开启网络投票通道，在央视媒体、省级媒体、地方媒体同步发布。

（3）**发布椰嫂品牌专题视频。**椰嫂家政宣传专题 VCR（3分钟），细诉2019年以来，“椰嫂”品牌的培育、确立以及发展的历程，体现品牌创建过程行业经营不断规范，家政从业人员积极争先创优，“椰嫂”成为家政行业业内标杆形象的建设成绩，在省级媒体、地方媒体同步发布。

（4）**借助新媒体传播。**拍摄5个“椰嫂故事”系列小

视频（每个视频时长 2 分钟内）。选取 5 个有代表性的家政人员，挖掘人物背后的故事拍摄视频，引发话题传播；入选演讲决赛的 10 名家政人员，制作人物海报，结合个人事迹进行宣传，提升“椰嫂”品牌知名度。

（5）短视频平台引流。在省主流媒体与短视频平台对“椰嫂故事我来讲”演讲决赛进行现场直播，邀请达人主播，通过海南省消费局官方账号直播互动等环节植入并推介椰嫂家政新动态，触达更多线上人群，打造沉浸式曝光体验，吸引广大平台有感用户观看；对各阶段宣传活动相关视频进行定点区域、人群的流量推送，提升视频宣传曝光量。

4. 宣传亮点：

（1）高互动持续关注热度

传统媒体与新媒体传播有效结合，线下活动配合线上新闻稿件、活动直播、宣传专题片、人物海报、小视频等丰富形式互动，多媒体对产出内容进行集中分发，激发全国用户保持关注热度。

（2）定向区域针对性强推

通过流量精准推送功能，将展现“椰嫂”品牌宣传活动资源素材投放至各个不同区域，根据用户喜好标签全方位推荐椰嫂家政，拓宽椰嫂品牌声音传播领域，以原生信息流的投放方式，针对征集内容短视频进行精准定向投放，覆盖偏好高端小群、社会、康养等目标人群，点击跳转官方号吸粉，

将海南省消费局椰嫂品牌优势及影响力进行强曝光，吸引岛内外家政消费者关注并促进品牌经济效益转化。