“中国PFOS优先行业削减与淘汰项目”成果及履约成果总体宣传推广工作大纲

**一、项目背景**

2009年5月，全氟辛基磺酸及其盐类和全氟辛基磺酰氟（PFOS类化合物）被增列至《关于持久性有机污染物的斯德哥尔摩公约》附件B（限制类清单）。为履行公约要求，2013年8月，中国全国人大常委会批准了包括PFOS类化合物在内的10种持久性有机污染物的修正案，修正案自2014年3月26日对中国正式生效，禁止PFOS类化合物除可接受用途和特定豁免用途外的生产、流通、使用和进出口。为持续推动PFOS淘汰工作，实现国家履约目标，生态环境部对外合作与交流中心（FECO）与世界银行联合开发实施了全球环境基金“中国PFOS优先行业削减与淘汰项目”（以下简称项目），项目的目标是在选定的行业和企业以可持续的方式削减PFOS。为此，项目组织了技术示范、替代技术/品推广，推动PFOS类化合物的淘汰和替代。

二十余年来，中国建立了包括实施机制、制度、政策、法规、科技支撑等在内的履约保障体系。中国通过履约，减少了每年数十万吨持久性有机污染物的生产和环境排放，环境和生物样品中有机氯类持久性有机污染物含量水平总体呈下降趋势。目前，中国已全面淘汰29种类《关于持久性有机污染物的斯德哥尔摩公约》管控的持久性有机污染物，以实际工作举措践行保护环境、改善生态质量和促进全人类可持续发展的理念。

为宣传我国履行斯德哥尔摩公约成果，推广中国削减淘汰PFOS的有效经验，提升项目可持续性和影响力，拟开展“中国PFOS优先行业削减与淘汰项目”成果及履约成果总体宣传推广。

1. **目标**
2. 推出关于斯德哥尔摩公约、PFOS类物质环境风险等方面科普知识的融媒报道产品。展示PFOS削减与淘汰项目的高瞻性与挑战性，凝聚爱护地球美丽家园、保护生态环境的共识。
3. 聚焦中国履约POPs公约实践，中国对POPs污染的防治对策，取得的技术研发成果、示范经验，从具体案例入手，突出工作细节，以小切口制作高质量的新闻产品，深入宣传履行德哥尔摩公约、治理生态环境的中国方案。
4. 推动传播产品在境内外媒体平台、社交平台落地，利用当下流行的技术手段和展现形式，突出移动化、可视化、社交化的产品属性，提高对于年轻受众的吸引力，提高PFOS防治宣传力度。

**三、宣传推广内容**

1.围绕斯德哥尔摩公约，持久性有机污染物等话题，以大众喜闻乐见的产品形式进行知识科普，提高普通民众的认知度。

2.中国履约POPs公约实践成果，围绕已被中国全面淘汰29种类《关于持久性有机污染物的斯德哥尔摩公约》管控的持久性有机污染物进行科普，通过技术成果和成功案例分享，展示中国在持久性有机污染物淘汰行动中的最新成果；介绍相关产业和地区在污染物禁用后取得的环境保护成果，体现中国环保成就和为全球环境治理作出的重要贡献。

3.制作传播成果网上聚合展示专题。为系列科普融媒体传播产品提供集中的网络展示窗口，方便从业人员及公众查看。专题设计要求明快、清新，符合生态环境保护理念。

**四、传播方式**

借助各类传播平台进行广泛宣传。注重在境内外的新闻媒体，尤其是互联网站、社交平台等网络新媒体形式，加强传播推广。宣传产品形态要符合新媒体传播需求。

**五、实施周期及人员投入**

项目预计实施时间4个月，累计投入18人月。

**六、成果**

1.制定“中国PFOS优先行业削减与淘汰项目”成果和履约成果科普传播方案，设计选题方向、产品呈现形式、制作文案等。

2.根据传播方案，生产制作系列科普宣传融媒体产品。加强可视化表达，重点制作以AI+实景剧情短片、AIGC+漫画人机共创海报、系列动画视频等为表现形式的融媒产品 (制作生态主题短剧，不少于3分钟；以履约成就及经验为内容出发点，生产AI海报10张；聚焦环保基础知识、技术创新、环保生活方式、环保行动实践等主题，推出科普动画4集；PC端、APP端分别制作聚合专题1个)，并将条漫、动画等产品进行至少两种外语语种转化，增强相关产品传播广度。该成果应在合同签署后3个月内完成。

3.在境内外媒体平台加强宣传推广，包括新闻网站、客户端，微博、微信、视频号、抖音、快手等境内社交平台，脸书、X平台为代表的境外社交媒体账号等。在上述所列传播渠道中，相关产出成果发布实际落地不少于4类媒体渠道。全网总阅读量不少于3000万。该成果应在合同签署后4个月内完成。

4.项目工作总结报告，包括项目背景、产品制作情况、社会传播效果、工作经验总结等。该成果应在合同签署后4个月内完成。

**七、单位相关资质要求**

此项服务的单位至少需具备如下资质：

1.实施机构应为拥有网络新媒体宣传平台或传播矩阵。

2.持续执行政府类大型主题传播项目，有与政府机构合作经验。

3.执行过大型国际传播类项目。

4.在绿色能源、生态环保等方面有执行经验。执行过国际组织大型项目。