

# **2020 年中央电视台第二批 签约认购广告产品**

**中央电视台广告经营管理中心  
2019 年 11 月**

## 目录

### 一、创新资源

2020 年 CCTV·民族匠心品牌广告方案 A .....	4
2020 年 CCTV·民族匠心品牌广告方案 B .....	6
2020 年 CCTV-1、新闻“CCTV·美丽中国”套装 .....	8
2020 年 CCTV 财经频道上市公司峰会合作伙伴 .....	10
2020 年 CCTV-7 国防军事频道·国之重器 .....	11
2020 年 CCTV-11 戏曲频道中华文化遗产品牌 .....	13
2020 年 CCTV-5+顶级体育赛事白酒独家合作伙伴 .....	16

### 二、精选资源

2020 年 CCTV-2 财经频道-合作伙伴 .....	18
2020 年 CCTV-2 经济盛事共同关注伙伴 .....	20
2020 年 CCTV-2 《遇见大咖》（第五季）独家特约 .....	23
2020 年 CCTV-3 《衣尚中国》特约方案 .....	25
2020 年 CCTV-3 《衣尚中国》行业赞助 .....	27
2020 年 CCTV-4 《美食中国》独家冠名 .....	28
2020 年 CCTV-4 《健康中国》独家冠名 .....	30
2020 年 CCTV-4 《国宝发现》独家特约 .....	32

# 创新资源

# 2020 年 CCTV·民族匠心品牌广告方案 A

## 一、权益

- 【广告亮点】**
1. 焦点访谈栏目独家名义，让企业品牌传播与节目深度融合；
  2. 覆盖新闻、法制与黄金档电视剧强势节目，锁定旗舰频道收视最高的节目，兼顾影响力与收视率，是品牌传播的最佳助力；
  3. 接受客户个性化购买需求，根据重点销售季灵活配置更贴近客户品牌宣传的传播资源，实现品牌推广的全频道覆盖；
  4. 传播企业品牌特色，讲述企业文化精神，可在客户产品宣传期定制长秒故事资源。
- 【有效期】** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。
- 【名 额】** 4 家（白酒除外）
- 【权 益】** 企业在其商业宣传中可使用“2020 年 CCTV·民族匠心品牌”字样，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。

## 二、资源

**【投放周期】** 2020 年 1 月 1 日-2020 年 12 月 31 日期间

1、主资源（不含 2020 年 1 月 25 日除夕）：

5 秒提示收看标版

形式：时长 5 秒，画面出现企业名称和标识，配音“\*\*\*（企业名称）提示您收看《焦点访谈》”（口播语可协商确定）。标版后播出 15 秒企业广告。

频道	广告段位	播出时间	频次	时长
CCTV-1、 新闻	焦点访谈片头后	周一至周日约 19:40 (半年隔日)	1 次/天	5+15
CCTV-1	新闻 30 分前	周一至周日约 11:57 (半年隔日)	1 次/天	15
	今日说法内	周一至周日 12:36-13:30 间 (半年隔日)		
	黄金档剧场第一集贴片	周一至周日 20:00-22:00 间 (半年隔日)		
	22:30 精品节目中插	周一至周日 22:38-23:30 间 (半年隔日)		
CCTV-新闻	东方时空片头后	周一至周日约 20:00 (半年隔日)		

## 2、可选资源

客户可根据需求及各频道资源情况，个性化购买价值 7,200 万元的资源。（资源价值按中央电视台广告经营管理中心价格体系核定）

## 3、增值资源：企业品牌故事

60 秒企业故事，可在客户产品宣传期及重大节日内，传播企业品牌特色，讲述企业文化精神。全年 8 天，3 次/天，共 24 次。拟定播出排期如下：

频道	广告段位	播出时间	频次
2 套 (2 选 1)	精品财经纪录片头后	周一至周五 22:50-23:40	1 次/天
	天下财经 11 点档	周一至周五约 11:00	1 次/天
8 套	佳人剧场三四集间	周一至周日 15:00-15:30 间	1 次/天
新闻	24 小时中插	周一至周日 23:00-23:55 间	1 次/天

### 【刊例价格】1 亿元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 中央电视台对相关数据拥有知晓及使用权，合作方如需对外公布数据，需经中央电视台广告经营管理中心备案。
4. 本方案所有节目内容名称暂定、广告形式均为实际执行为准。
5. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
6. 本方案已含长秒回报，不再累计享有签约认购规则内的增值回报。

## 2020 年 CCTV·民族匠心品牌广告方案 B

### 一、权益

- 【广告亮点】**
1. 打通军事频道晚间黄金档、次黄档优质资源，配合白天时段广告，使品牌宣传实现全天覆盖；
  2. 精确的频道定位，为客户锁定目标人群，实现广告精准投放；
  3. 接受客户个性化购买需求，根据重点销售季灵活配置更贴近客户品牌宣传的传播资源，实现品牌推广的全频道覆盖；
  4. 传播企业品牌特色，讲述企业文化精神，可在客户产品宣传期定制长秒故事资源。

**【有效期】** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

**【名 额】** 2 家

**【权 益】** 企业在其商业宣传中可使用“2020 年 CCTV·民族匠心品牌”字样，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。

### 二、资源

**【投放周期】** 2020 年 1 月 1 日-2020 年 12 月 31 日期间

#### 1、主资源（全年连续）：

频道	广告段位	播出时间	频次	时长
CCTV-7	20 点 10 分档栏目中插	周一至周日 20:10-20:40	1 次/天	15
	20 点 45 分档栏目中插	周一至周日 20:45-21:15（不含周六）		
	21 点 10 分档栏目中插	周一至周六 21:20-21:50		
	广告 008	周一至周日约 11:55		
	广告 013	周一至周日约 15:12		
	广告 017（联播前）	周一至周日约 18:56		

#### 2、可选资源

客户可根据需求及各频道资源情况，个性化购买价值 4,200 万元的资源。（资源价值按中央电视台广告经营管理中心价格体系核定）

#### 3、增值资源：企业品牌故事

60 秒企业故事，可在客户产品宣传期及重大节日内，传播企业品牌特色，讲述企业文化精神。全年 8 天，3 次/天，共 24 次。拟定播出排期如下：

频道	广告段位	播出时间	频次
2 套 (2 选 1)	精品财经纪录片头后	周一至周五 22:50-23:40	1 次/天
	天下财经 11 点档	周一至周五约 11:00	1 次/天
8 套	佳人剧场三四集间	周一至周日 15:00-15:30 间	1 次/天
新闻	24 小时中插	周一至周日 23:00-23:55 间	1 次/天

#### 【刊例价格】5,500 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 中央电视台对相关数据拥有知晓及使用权，合作方如需对外公布数据，需经中央电视台广告经营管理中心备案。
4. 本方案所有节目内容名称暂定、广告形式均为实际执行为准。
5. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
6. 本方案已含长秒回报，不再累计享有签约认购规则内的增值回报。
7. 烈性酒客户签订本方案，在 7 套 19:00-21:00 隔日播出 1 条酒产品广告，7 套其余时间播出 2 条酒产品广告，其余频道视我台各频道酒指标情况双方协商确定可播出酒产品广告。

## 2020 年 CCTV-1、新闻 “CCTV·美丽中国” 套装

- 【广告亮点】**
- 整合《朝闻天下》、《新闻 30 分》两档王牌新闻栏目，占领白天两大收视高地，面向庞大忠实观众群体，进一步提升传播力度。
  - 为旅游业客户打造独特包装，赋予广告更强的记忆点。为优质客户提供脱颖而出、展现城市形象的绝佳机会。

### 【广告回报】

#### 一、《朝闻天下》D 套装

**形式：** 15 秒企业广告，广告内出现 “CCTV·美丽中国” 包装（若以推广农业产品为主，包装内容及形式可协商确定）

**播出安排：** 《朝闻天下》D 套装：CCTV-1、新闻，周一至周日 06:35、07:30（隔日播出）

**位置：** 正常位置

**频次：** 各 2 次/天

#### 二、《新闻 30 分》栏目内广告

**形式：** 15 秒企业广告，广告内出现 “CCTV·美丽中国” 包装（若以推广农业产品为主，包装内容及形式可协商确定）

**播出安排：** CCTV-1、新闻，周一至周日 12:00-12:30（隔日播出）

**位置：** 正常位置

**频次：** 各 1 次/天

#### 三、60 秒城市形象宣传广告

**形式：** 60 秒城市形象宣传广告

**播出安排：** 在广告投放期内于 CCTV-1、2、4 频道播出

**位置：** 正常位置

**频次：** 季度投放客户共 15 次；半年投放客户共 30 次；全年投放客户共 60 次

【广告价格】	【投放期】	【刊例价格（万元）】
	季度	1,308
	半年	2,615
	全年	5,201

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 方案广告如有错漏播按《电视广告错漏播处理办法（试行）》等中央电视台广告经营管理中



---

心相关规定处理。

3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 本方案中《朝闻天下》D 套装及《新闻 30 分》栏目内广告两项回报在不同的隔日播出，即当《朝闻天下》D 套装在单日播出时，《新闻 30 分》栏目内广告则在双日播出，具体播出安排视合同签订顺序而定。
5. 本方案已含长秒回报，不再累计享有签约认购规则内的增值回报。

## 2020 年 CCTV 财经频道上市公司峰会合作伙伴

### 【节目亮点】

CCTV 财经频道中国上市公司峰会以中央电视台财经频道为权威发布平台，集结中国最优秀的上市公司代表。峰会致力于促进中国上市公司质量的提高，致力于促进资本市场为经济发展提供更加强劲的推动作用，并会评选出年度十佳上市公司。

### 【节目播出安排】

2020 年 CCTV 上市公司峰会，2020 年 1 月财经频道，晚间黄金时间播出（暂定）

### 【广告投放周期】

2020 年 1 月 1 日至 2020 年 1 月 31 日

### 一、上市公司恭贺新春广告回报

#### 15 秒企业广告

形式：

时长 15 秒，广告内可出现“上市公司\*\*\*（企业名称）”“恭贺新春，配音：“上市公司\*\*\*（企业名称）”“恭贺新春”（口播语可协商确定）或其他恭贺新年内容。

位置及频次：

1 月 17 日至 1 月 31 日，小年至初七，财经频道滚动播出，共 45 次。

### 二、2020 年上市公司峰会广告回报

#### 30 秒宣传片

形式

制作上市公司峰会宣传片 30 秒，含落版，落版出现“\*\*\*（企业名称）”及“2020 年 CCTV 财经频道上市公司峰会合作伙伴”字样同屏展现，配音：“\*\*\*（企业名称）-2020 年 CCTV 财经频道上市公司峰会合作伙伴”（配音可协商确定）。

位置及频次：

2020 年上市公司峰会召开前至结束，共计播出 90 次。

#### 5 秒标版+15 秒企业广告

形式：

时长 5 秒，标版出现“\*\*\*（企业名称）”及“2020 年 CCTV 财经频道上市公司峰会合作伙伴”字样同屏展现，配音：“\*\*\*（企业名称）-2020 年 CCTV 财经频道上市公司峰会合作伙伴”（配音可协商确定）。

位置及频次：

共计约 80 次，详见下表。

播出节目	段位	日期和频次
上市公司峰会	上市公司峰会直播内	直播内播出 3 次
证券相关节目内	《正点财经》9 点片头后	上市公司峰会期间，共计 23 次
	《正点财经》14 点片头后	上市公司峰会期间，共计 23 次
	《经济信息联播》片头后	上市公司峰会期间，共计 31 次

### 【刊例价格】

839 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 本方案硬性广告承诺在节目第一次重播时带入。如遇特殊情况，重播广告未能播出，不予补偿。
3. 如因特殊情况导致栏目首播节目未能播出，将按照价值对等原则安排补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准

## 2020 年 CCTV-7 国防军事频道·国之重器

- 【频道特色】**
- 在中国人民解放军建军 92 周年之际，2019 年 8 月 1 日中央广播电视总台央视国防军事频道（CCTV-7 国防军事）正式开播。
  - 这是国内最权威的国家级国防军事内容播出平台，这里有最新、最权威的军事新闻资讯。
  - 兵味儿、战味儿、火药味儿，这里充满了真男儿的热血豪情。
  - 边关、哨所、军营，这里记录了军旅生涯的苦辣酸甜。
- 【广告亮点】**
1. 更专业化的频道，精准对接高端男性受众群体。
  2. 更刚毅的定位，为企业背书豪情。
  3. 更稀缺的节目资源，精选王牌节目，打通连续晚间黄金时间。
- 【频道级称号】** 授予“2020 年国防军事频道·国之重器”称号（可协商确定），企业在商业活动中可使用称号，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。使用期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。
- 【广告投放周期】** 全年
- 【名额】** 2-3 家，行业排他

### 一、综合频道午间《新闻 30 分》前、晚间 22:30 档精品栏目中插 15 秒广告回报

播出安排：

频道	广告段位	播出时间	频次	总频次
CCTV-1	新闻 30 分前	周一至周日约 11:57	单日 1 次/天	187
	22:30 精品节目中插 1、2	周一至周日约 22:38-23:30 间	双日 1 次/天	179

**15 秒企业广 形式：** 15 秒企业广告 1 条。

**告 频次：** 全年共计 366 次。

### 二、国防军事频道全天打通 5 秒标版+15 秒广告回报

播出安排：

频道	广告段位	播出时间	频次	总频次
CCTV-7	广告 007	周一至周日约 10:58	1 次/天	366
	广告 008	周一至周日约 11:55	1 次/天	366
	广告 009	周一至周日约 12:32	1 次/天	366
	广告 016	周一至周日约 17:52	1 次/天	366
	广告 017	周一至周日约 18:56	1 次/天	366
	广告 020	周一至周日约 20:05	1 次/天	366
	广告 021	周一至周日约 20:38	1 次/天	366
	广告 022	周一至周日约 21:43	1 次/天	366

**5 秒标版 形式：** 标版时长 5 秒，画面出现企业元素：“2020 年国防军事频道，国之重器\*\*\*（企业名称）”字样和名称及标识，并配音（内容可协商确定）。

**广告 位置：** 紧跟 5 秒标版播出 15 秒企业广告 1 条。

频次： 全年共计 2928 次。

### 三、《防务新观察》栏目回报

播出安排： 首播：CCTV-7 周一至周五 20:07-20:37

主持人口播 形式： 主持人介绍节目名称时提及企业名称，内容为：“2020 年国防军事频道，国之重器\*\*\*（企业名称） \*\*\*（企业名称）”（口播内容可协商）。

频次： 2 次/期，首播共计 262 期，共计 524 次。

字幕 形式： 口播同时或节目进行中出现字幕，字幕内容出现：“2020 年国防军事频道，国之重器\*\*\*（企业名称） \*\*\*（企业名称）”字样。（内容可协商确定）

频次： 2 次/期，首播共计 262 期，共计 524 次。

15 秒企业广告+5 秒标版 形式： 标版时长 5 秒，画面出现企业元素：“2020 年国防军事频道，国之重器\*\*\*（企业名称）”字样和名称及标识，并配音（内容可协商确定），紧跟 5 秒标版播出 15 秒企业广告 1 条。

位置： 节目第一、三个中插广告内正常位置播出。

频次： 2 次/期，首播共计 262 期，共计 524 次。

片尾鸣谢 形式： 节目片尾出现冠名企业名称与标识，首播共计 262 次。

### 四、《军事制高点》栏目回报

播出安排： 首播：CCTV-7 周六、日 20:07-20:37

主持人口播 形式： 主持人介绍节目名称时提及企业名称，内容为：“2020 年国防军事频道，国之重器\*\*\*（企业名称） \*\*\*（企业名称）”（口播内容可协商）。

频次： 2 次/期，首播共计 104 期，共计 208 次。

字幕 形式： 口播同时或节目进行中出现字幕，字幕内容出现：“2020 年国防军事频道，国之重器\*\*\*（企业名称） \*\*\*（企业名称）”字样。（内容可协商确定）

频次： 2 次/期，首播共计 104 期，共计 208 次。

15 秒企业广告+5 秒标版 形式： 标版时长 5 秒，画面出现企业元素：“2020 年国防军事频道，国之重器\*\*\*（企业名称）”字样和名称及标识，并配音（内容可协商确定），紧跟 5 秒标版播出 15 秒企业广告 1 条。

位置： 节目第一、三个中插广告内正常位置播出。

频次： 2 次/期，首播共计 104 期，共计 208 次。

片尾鸣谢 形式： 节目片尾出现冠名企业名称与标识，首播共计 104 次。

【刊例价格】 5,508 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准，
5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。

中央电视台广告经营管理中心

## 2020 年 CCTV-11 戏曲频道中华文化遗产品牌

### 【频道特色】

- 国内最权威的国家级戏曲节目播出平台、唯一以戏曲节目为核心的专业化频道、戏迷票友的首选频道。
- 这里有中华文化的精粹，传统艺术的表达。
- 这里有国粹泰斗的珍贵影音，也有草根达人的精彩表演。

### 【广告亮点】

1. 戏迷票友的精神家园，拥有独特的受众群体，深受中老年人喜爱。
2. 强大平台背书，弘扬传统文化，提升企业形象。
3. 助企业精准投放，锁定目标人群。
4. 独家投放回报，尊享传承荣耀。

### 【频道级称号】

授予“2020 年戏曲频道中华文化遗产品牌”称号，企业在商业活动中可使用称号，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。使用期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

【广告投放周期】 全年

【名额】 2 家（行业排他）

### 一、综合频道午间 15 秒广告回报

播出安排：

频道	广告段位	播出时间	频次	总频次
CCTV-1	上午精品节目后	周一至周日约 11:54	单日 1 次/天	187
	第一情感剧场第二集贴片	周一至周日 14:00-16:00 间	1 次/天	366

15 秒企业广告 形式： 15 秒企业广告。

频次： 全年共计 553 次。

### 二、戏曲频道全天打通 15 秒宣传片+15 秒广告回报

播出安排：

频道	广告段位	播出时间	频次	总频次
CCTV-11	白天电视剧第三集贴片	周一至周日约 13:00	1 次/天	366
	午间精品节目中	周一至周日约 14:00-15:02	1 次/天	366
	下午精品节目中	周一至周日约 17:50-18:54	1 次/天	366
	19:30 档节目前	周一至周日约 19:25	1 次/天	366

15 秒宣传片+15 秒企业广告 形式： 时长 15 秒，画面出现企业元素：“2020 年戏曲频道中华文化遗产品牌\*\*\*（企业名称）”字样和名称及标识，并配音（内容可协商确定）。

位置： 紧跟宣传片播出 15 秒企业广告 1 条。

频次： 全年共计 1464 次。

### 三、戏曲频道《主持人伴视》栏目回报

播出安排： 首播：CCTV-11 每天 10 档，全天滚动播出

主持人口播

形式： 主持人介绍节目名称时提及企业名称，内容为：“2020 年戏曲频

	道中华文化遗产品牌***（企业名称）。（口播内容可协商）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计3660期，共计3660次。
<b>字幕</b>	<b>形式：</b> 节目进行中出现横飞字幕，字幕内容出现：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）”字样。（内容可协商确定）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计3660期，共计3660次。
<b>四、《角儿来了》栏目回报</b>	
<b>播出安排：</b>	首播：CCTV-11 周二、周日约 20:34-21:34
<b>主持人口播</b>	<b>形式：</b> 主持人介绍节目名称时提及企业名称，内容为：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）。（口播内容可协商）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计100期，共计100次。
<b>字幕</b>	<b>形式：</b> 节目进行中出现横飞字幕，字幕内容出现：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）”字样。（内容可协商确定）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计100期，共计100次。
<b>片尾鸣谢</b>	<b>形式：</b> 节目片尾出现冠名企业名称与标识，首播共计100次。（播出顺序以签约顺序为准）
<b>五、《一鸣惊人》栏目回报</b>	
<b>播出安排：</b>	首播：CCTV-11 周五约 19:30-20:30
<b>主持人口播</b>	<b>形式：</b> 主持人介绍节目名称时提及企业名称，内容为：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）。（口播内容可协商）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计50期，共计50次。
<b>字幕</b>	<b>形式：</b> 节目进行中出现横飞字幕，字幕内容出现：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）”字样。（内容可协商确定）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计50期，共计50次。
<b>片尾鸣谢</b>	<b>形式：</b> 节目片尾出现冠名企业名称与标识，首播共计50次。（播出顺序以签约顺序为准）
<b>六、《梨园闯关我挂帅》栏目回报</b>	
<b>播出安排：</b>	首播：CCTV-11 周五约 20:40-21:40
<b>主持人口播</b>	<b>形式：</b> 主持人介绍节目名称时提及企业名称，内容为：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）。（口播内容可协商）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计50期，共计50次。
<b>字幕</b>	<b>形式：</b> 节目进行中出现横飞字幕，字幕内容出现：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）”字样。（内容可协商确定）
	<b>频次：</b> 1次/期，首播共计50期，共计50次。
<b>片尾鸣谢</b>	<b>形式：</b> 节目片尾出现冠名企业名称与标识，首播共计50次。（播出顺序以签约顺序为准）
<b>七、《过把瘾》栏目回报</b>	
<b>播出安排：</b>	首播：CCTV-11 周日约 19:30-20:30
<b>主持人口播</b>	<b>形式：</b> 主持人介绍节目名称时提及企业名称，内容为：“2020年戏曲频道中央电视台广告经营管理中心

		道中华文化遗产品牌***（企业名称）”。（口播内容可协商）
<b>字幕</b>	<b>频次：</b>	1次/期，首播共计50期，共计50次。
	<b>形式：</b>	节目进行中出现横飞字幕，字幕内容出现：“2020年戏曲频道中华文化遗产品牌***（企业名称）”字样。（内容可协商确定）
<b>片尾鸣谢</b>	<b>频次：</b>	1次/期，首播共计50期，共计50次。
	<b>形式：</b>	节目片尾出现冠名企业名称与标识，首播共计50次。（播出顺序以签约顺序为准）
<b>【刊例价格】</b>		<b>2,998 万元</b>

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准，
5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。

## 2020 年 CCTV-5+ 顶级体育赛事白酒独家合作伙伴

**【频道级称号】** 授予“2020 年 CCTV-5+ 顶级体育赛事白酒独家合作伙伴”称号（可协商确定），企业在商业活动中可使用称号，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。使用期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

**【广告投放周期】** 2020 年 1 月 1 日至 12 月 31 日

**【广告形式】** 30 秒企业主题广告（包含 5 秒顶级赛事合作标版，标版内容：\*\*\*企业邀您共享精彩赛事“（内容可协商）），CCTV-5+ 全年每天 24 小时滚动播出超过 3,600 个频次，覆盖奥运会、欧洲杯、足、篮、排世界顶级联赛、特色冰雪、高尔夫、马术等 2020 年所有精彩赛事。

**【名额】** 独家

**【排期】** 全年连续

**【广告回报】**

频道	播出段位 (CCTV-5+ 具体段位需根据实际播出赛事确定)	播出时间	频次 (次/天)	时长
CCTV-新闻	下午直播时段三	周一至周日约 16:00	1	15 秒
	国际时讯中插	周一至周五 22:00-22:30	1	
	环球视线中插	周一至周五 22:30-22:55	1	
CCTV-5+	白天赛事前、后或中插	周一至周日 8:00-18:00	6	30 秒企业主题广告
	晚间赛事前、后或中插	周一至周日 18:00-24:00	6	
	夜间赛事前、后或中插	周一至周日 24:00-8:00	2	

**【刊例价格】** 5,560 万元

说明：

1. 本方案新闻频道为常规硬广，无名义落版。
2. 本方案只能按照全年整体签订。
3. 本方案保证总频次，遇特殊情况少播频次在合同期内补齐，如原广告位置的补播不能实现，则按照其价值量在相应时段进行补播，不予退款。
4. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
5. 本方案如实际播出安排发生临时变化，具体回报调整方式由中央电视台广告经营管理中心与企业协商确定。
6. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。



## 精选资源

## 2020 年 CCTV-2 财经频道-合作伙伴

**【合作伙伴称号】** 授予 “2020 年财经频道合作伙伴” 称号，企业在线下宣传和商业活动中可使用称号，具体使用形式需提前向广告管理中心备案，使用期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

**【名额】** 5 家，行业排他

**【广告投放周期】** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日

### 一、合作伙伴专项回报

**15 秒合作伙伴宣传片** 形式： 宣传片时长 15 秒，含落版，落版出现 “财经频道合作伙伴” 字样和合作伙伴企业名称及标识，配音：“2020 财经频道合作伙伴——\*\*\*（企业或产品名称）”（口播语可协商确定）。后跟 15 秒企业广告。

位置及频次： 1 月 1 日至 12 月 31 日，共 836 次，详见下表。

类别	播出节目或时段	播出时间	播出频次
黄金时间精品节目	《消费主张》	周一至周五 19:30-20:00	1 次/期，全年单日，共计 133 次
	《经济半小时》	周一到周五 20:00-20:30	1 次/期，全年双日，共计 129 次
	《经济信息联播》	周一至周日 20:30-21:30	1 次/期，周六日，共计 104 次
类别	播出节目或时段	播出时间	播出频次
财经资讯节目	天下财经	周一至周日 12:00-12:30	1 次/期，共计 366 次
<b>其他可选资源：</b> 正点财经 9 点、10 点、14 点、16 点；《第一时间》			
周播精品节目	生活家	周六 19:30-20:30	1 次/期，共计 52 次
	对话	周日 22:00-23:00	1 次/期，共计 52 次
<b>其他可选资源：</b> 《职场健康课》、《中国经济大讲堂》、《创业英雄汇》、《一槌定音》、《是真的吗》			

### 二、财经大事特别报道内广告回报

**15 秒企业广告** 位置及频次： 2020 年 5 个重点财经大事件期间，财经频道相关报道中滚动播出，3-4 次/天，共计 45 次，可选范围详见下表。

事件	预计播出时间
达沃斯论坛	2020 年 1 月，持续 3 天
博鳌亚洲论坛	2020 年 3 月末、4 月初，持续 3 天
夏季达沃斯论坛	2020 年 6 月，持续 3 天
互联网大会	2020 年 10 月，持续 1 天
G20 峰会	2020 年 11 月，持续 2 天

**其他可选论坛、峰会：**

上合峰会	2020年6月，持续2天
厦门投洽会	2020年9月，持续3天
国际进口博览会	2020年11月，持续3天
金砖峰会	2020年9月，持续3天
央视财经论坛	2020年12月，持续1天

**三、销售旺季自选时段广告回报****15秒企业广告**

位置及频次： 共计150次，排期可自行选择。

类别	段位	播出时间	播出频次
时段广告	财经频道下午精品 节目前	周一到周五 15:30，周六 日约 13:20	1次/期，共计50次
	财经频道下午精品 节目后	周一至周日约 17:30	1次/期，共计50次
	财经频道晚间精品 节目前	周一至周日约 18:58	1次/期，共计50次

**【刊例价格】 4,166 万元**

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP上发布的信息为准。
2. 使用“其他可选资源”回报替换方案固定回报导致方案总价发生变化的，需以专案形式重新核算价格。
3. 方案中“销售旺季自选时段广告回报”每一段位广告所选择排期必须连续，由先签订的客户优先选择。
4. 方案中“黄金时间精品节目”各项回报单双日均可调整，由先签订的客户优先选择，单双日选择如造成的总频次变化，需以专案形式重新核算价格。
5. 本方案硬性广告承诺在节目第一次重播时带入。如遇特殊原因，重播广告未能播出，不予补偿。
6. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，将按照价值对等原则安排补播。
7. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

## 2020 年 CCTV-2 经济盛事共同关注伙伴

### 【节目看点】

- 2019 年是不平凡的一年，在贸易战的大背景下，世界经济不确定性加剧，2020 年，全球经济形势将面临更严峻的考验，也更需要来自中国的力量，财经频道将继续在世界性经济盛会的一线，带来快速、专业、深入的报道。全球经济形势危机重重，中国正逐渐接过领导世界经济发展的大旗。G20 峰会，释放现有的经济能量，促进世界经济整体的增长，APEC 峰会，展望亚太经济振兴的新愿景，夏季达沃斯论坛，探索全球化时代的中国经济成功之道……每一次经济领域的风云际会，世界总能听见中国富有建设性和前瞻性的声音，而财经频道正是世界经济领域中国声音的传播者。

【名额】 独家

【线下权益】 在其商业宣传中可使用“2020 年 CCTV-2 经济盛事共同关注伙伴”字样，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案，权限使用周期为广告投放期。

### 【广告回报】

**15 秒经济大事 宣传片+15 秒 企业广告** 形式： 宣传片时长 15 秒，落版包含企业元素，及口播、字幕 “\*\*\*（企业名称）邀请您关注 2020 年\*\*\*（峰会、论坛、报道名称）特别报道”（内容可协商确定），后跟企业 15 秒广告。

频次： 全年共计 397 次。

事件	预计播出时间	事件前期回报	事件当天回报	总频次
达沃斯论坛	2020 年 1 月下旬，持续 3 天	论坛前 1 周开始滚动播出，白天 1 次（6:00-18:00）晚间 2 次（18:00-24:00）共播出 21 次	论坛期间 5 次/天，白天 2 次（6:00-18:00）滚动播出，晚间论坛相关节目内正一或倒一位置播出 3 次，共 15 次	总计播出 36 次
博鳌亚洲论坛	2020 年 3 月末、4 月初，持续 3 天	论坛前 1 周开始滚动播出，白天 1 次（6:00-18:00）晚间 2 次（18:00-24:00）共播出 21 次	论坛期间 5 次/天，白天 2 次（6:00-18:00）滚动播出，晚间论坛相关节目内正一或倒一位置播出 3 次，共 15 次	总计播出 36 次
APEC	2020 年 4 月上旬，持续 3 天	论坛前 1 周开始滚动播出，白天 1 次（6:00-18:00）晚间 2 次（18:00-24:00）共播出 21 次	论坛期间 5 次/天，白天 2 次（6:00-18:00）滚动播出，晚间论坛相关节目内正一或倒一位置播出 3 次，共 15 次	总计播出 36 次
上合组织峰会	2020 年 6 月，持续 3 天	论坛前 1 周开始滚动播出，白天 1 次（6:00-18:00）晚间 2	论坛期间 5 次/天，白天 2 次（6:00-18:00）滚动播出，晚间论坛相关	总计播出 36 次

		次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	节目内播出 3 次, 共 15 次	
夏季达沃斯论坛	2020 年 7 月, 持续 3 天	论坛前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次 ( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	论坛期间 5 次/天, 白天 2 次 ( 6:00-18:00 ) 滚动播出, 晚间论坛相关节目内正一或倒一位置播出 3 次, 共 15 次	总计播出 36 次
金砖峰会	2020 年 9 月, 持续 3 天	峰会前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次 ( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	峰会期间 5 次/天, 白天 2 次 ( 6:00-18:00 ) 滚动播出, 晚间论坛相关节目内正一或倒一位置播出 3 次, 共 15 次	总计播出 36 次
厦门投洽会	2020 年 9 月, 持续 3 天	会议前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次 ( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	会议期间 5 次/天, 白天 2 次 ( 6:00-18:00 ) 滚动播出, 晚间论坛相关节目内正一或倒一位置播出 3 次, 共 15 次	总计播出 36 次
互联网大会	2020 年 10 月下旬, 持续 1 天	会议前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次 ( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	晚间会议特别节目内各广告插口倒一位置或倒二播出 5 次。	总计播出 26 次
G20 峰会	2020 年 11 月, 持续 2 天	峰会前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次 ( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	峰会期间 5 次/天, 白天 2 次 ( 6:00-18:00 ) 滚动播出, 晚间峰会相关节目内正一或倒一位置播出 3 次, 共 10 次	总计播出 31 次
双十一中国电商年报	2020 年 11 月 11 日, 持续 1 天	前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次 ( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	晚间双十一特别节目内各广告插口倒一位置或倒二播出 5 次。	总计播出 26 次
国际进口博览会	2020 年 11 月, 持续 3 天	博览会前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次 ( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播出 21 次	博览会期间 5 次/天, 白天 2 次 ( 6:00-18:00 ) 滚动播出, 晚间论坛相关节目内正一或倒一位置播出 3 次, 共 15 次	总计播出 36 次
央视财经论坛暨中国上市公司峰	2020 年 12 月 12 日, 持续 1	峰会前 1 周开始滚动播出, 白天 1 次	晚间峰会特别节目内各广告插口倒一位置或倒	总计播出 26 次

会	天	( 6:00-18:00 ) 晚间 2 次 ( 18:00-24:00 ) 共播 出 21 次	二播出 5 次。	
---	---	---	----------	--

---

**【刊例价格】 2,756 万元**

---

说明：

1. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，将按照价值对等原则安排补播。
2. 节目重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。
5. 方案内各项频次可根据事件长度、报道力度调整，如遇到某一场活动或者相关报道取消的情况，客户可以提交申请，以其他相关经济活动、论坛替换，以全年播够总频次为准。

## 2020 年 CCTV-2 《遇见大咖》( 第五季 ) 独家特约

【节目播出安排】	2020 年一季度 首播：CCTV-2 周四晚 22:00		
【广告投放周期】	共 10 期		
【名额】	独家		
【广告回报】			
特约权益	特约企业在其商业宣传中可使用企业名称和节目名称组成的联合标识，须经广告经营管理中心审定并备案，权益期限与节目播出安排相同。		
一、宣传片广告回报			
30 秒宣传片+5 秒标版	形式：	宣传片时长 30 秒，后跟 5 秒含企业元素标版，出现字幕“遇见大咖由***（企业名称）独家特约播出”并配音。（具体形式与栏目组协商确定）	
	播出安排：	财经频道内滚动播出，节目开播前至节目播出结束期间，总计播出 200 次。	
二、节目内广告回报			
5 秒特约标版+15 秒企业广告	形式：	特约标版时长 5 秒，画面出现特约企业名称和标识，配音：“遇见大咖由***（企业名称）独家特约播出”（口播语可协商确定）。特约标版后播出 15 秒企业广告 1 条。	
	位置及频次：	在节目内片头后、中插一广告段倒一位置播出，2 次/期。	
环节植入	形式：	节目中可摆放或使用特约企业产品或带有特约企业元素的物品（视特约企业产品特性决定），具体形式须根据节目设计，由广告中心、栏目组、特约企业协商确定。	
主持人口播	形式：	主持人或节目画外音提及企业名称，内容为：“欢迎您收看由***（企业名称）独家特约的遇见大咖”（口播内容可协商）。	
	频次：	2 次/期	
压屏字幕	形式：	节目进行中出现字幕，字幕内容出现：“本节目由***（企业名称）独家特约播出”字样。	
	频次：	2 次/期	
片尾鸣谢	形式：	节目片尾出现特约企业名称与标识。	
	频次：	1 次/期	
【刊例价格】	1,428 万元		

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。

- 
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
  5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。



## 2020 年 CCTV-3 《衣尚中国》特约方案

<b>【节目看点】</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顶级潮流资源，缔造时尚盛宴。</li> <li>● 十类国宝非遗项目，三十位明星推广大使，三大极致创演空间，国内首创跨界呈现。</li> <li>● 让更多年轻人知道中华衣冠之美，让中国符号走向世界！</li> </ul>
<b>【广告亮点】</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 综艺频道首档“时尚类综艺”，2020 年开年首档匠心之作。</li> <li>2. 文化内涵与明星流量并重，旨在影响新生代消费群体。</li> <li>3. 节目内容紧凑而环节丰富，满足企业节目内高频次曝光。</li> </ol>
<b>【节目播出安排】</b>	2020 年第一季度每周末晚黄金档播出，共 11 期
<b>【广告投放周期】</b>	2020 年 1 月-4 月
<b>【广告回报】</b>	

### 节目内回报：

特约标版	形式：	特约标版时长 5 秒，画面中出现企业名称或标识，配音：“《衣尚中国》由***（企业名称）特约播出”（内容可协商）。
	播出位置：	节目内三个中插口倒二位置。
	频次：	3 次/期。
15 秒企业广告	播出位置：	紧跟特约标版播出。
	频次：	3 次/期。
口播及字幕	形式：	主持人口播：“欢迎收看由***（企业名称）特约播出的《衣尚中国》”，口播内容可带广告语。同时屏幕下方字幕内容：本节目由“***（企业名称）特约播出”（内容可协商）。
	频次：	2 次/期。
内容植入	形式：	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、节目环节、相关设施上可以布置企业标识，节目环节中可以摆放企业产品。</li> <li>2、节目环节中可围绕特约企业宣传理念、价值观等设置节目内环节。</li> <li>3、节目环节中可围绕特约企业宣传理念、价值观等设计花式口播，在全季节目中累计不少于 3 次。</li> </ol> （以上具体内容需与栏目组协商确定）
下节精彩提示	形式：	“下节精彩提示”环节植入提示标版，字幕及配音：“***（企业名称）提示您下节更精彩”，后可出现 5-10 秒下节精彩节目内容，精彩节目内容上可出现企业元素，具体内容需与栏目组协商确定。
	频次：	2 次/期
片尾鸣谢	形式及频次：	片尾鸣谢中出现特约企业名称，每期 1 次。

### 宣传片回报：

---

特约宣传片	形式：	时长 20 秒，内含有 5 秒特约企业标版，可出现企业名称或企业标识与栏目名称组合 LOGO。配音：《衣尚中国》由 “***（企业名称）” 特约播出。（内容可协商）
	播出频次：	节目播出前 1 个月左右，CCTV-3 滚动播出，共计不少于 150 次。

---

**【刊例价格】 3,600 万元**

---

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致广告未能播出，将按照价值对等原则安排补播；节目重播时广告带入，如遇节目重播而广告未带入，不予补播。
3. 本方案如实际播出安排发生临时变化，具体回报调整方式由中央电视台与企业协商确定。

## 2020 年 CCTV-3 《衣尚中国》行业赞助

【节目看点】	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顶级潮流资源，缔造时尚盛宴。</li> <li>● 十类国宝非遗项目，三十位明星推广大使，三大极致创演空间，国内首创 跨界呈现。</li> <li>● 让更多年轻人知道中华衣冠之美，让中国符号走向世界！</li> </ul>
【广告亮点】	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 综艺频道首档“时尚类综艺”，2020 年开年首档匠心之作。</li> <li>2. 文化内涵与明星流量并重，旨在影响新生代消费群体。</li> <li>3. 节目内容紧凑而环节丰富，满足企业节目内高频次曝光。</li> </ol>
【节目播出安排】	2020 年第一、二季度每周末晚黄金档播出，共 11 期
【广告投放周期】	2020 年 1 月-4 月(暂定)
【广告回报】	

### 节目内回报：

15 秒企业广告	播出位置：	节目内三个广告插口正常位置。
	频次：	3 次/期。
口播及字幕	形式：	主持人口播：“本节目由***（企业名称）行业赞助播出”，口播内容可带广告语。同时屏幕下方字幕内容：本节目由“***（企业名称）行业赞助播出”（内容可协商）。
	频次：	2 次/期。
内容植入	形式：	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、节目环节中可围绕企业宣传理念、价值观等设计花式口播，在全季节目中累计不少于 3 次。</li> <li>2、在节目中可根据节目内容设计与企业相关环节，或进行与剧情关联的产品摆放，在全季节目中出现约 6 次的商业元素露出。</li> </ol> <p>（以上具体内容需与栏目组协商确定）</p>
片尾鸣谢	形式及频次：	片尾鸣谢中出现企业名称，每期 1 次。

### 【刊例价格】 1,500 万元

#### 说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致广告未能播出，将按照价值对等原则安排补播；节目重播时广告带入，如遇节目重播而广告未带入，不予补播。
3. 本方案如实际播出安排发生临时变化，具体回报调整方式由中央电视台与企业协商确定。

## 2020 年 CCTV-4 《美食中国》独家冠名

- 【节目看点】**
- 《美食中国》是打造“以人文视角聚焦中华美食”的纪录片栏目，它传播中华饮食文化，擦亮中国美食名片。
  - 节目以系列化、主题化方式制作播出。每个系列围绕一个地域选取最富地方特色，具有典型性和代表性的美食策划制作节目，每期节目形成一个相对独立的主题，解读一种美食文化现象，重在体现不同地域饮食文化的独特性、时令性、创造性。
  - 《美食中国》以美食为切入点展现正能量的新现象、新风尚、新观念、新事物，全面、真实地反映中国人当前的生活状态与精神风貌，深入、客观地展现富于创新、充满活力、具有国际视野的当代中国。

- 【广告亮点】**
- 占据中文国际频道晚间黄金时段，收视表现位居频道前列。
  - 精准定位，吸引大批爱好美食、人文的中青年受众，锁定最具活力的消费群体。

**【节目播出安排】** 首播：周一至周五 18:00-18:30

**【广告投放周期】** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，全年共 261 期（不包含除夕当日）。

**【名额】** 独家

**【广告回报】**

**冠名权益** 冠名企业在其商业宣传中可使用“中央电视台《美食中国》2020 年冠名企业”字样，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

### 一、宣传片广告回报

**宣传片** **形式：** 冠名宣传片时长 15 秒，宣传片中出现企业元素，配音：“《美食中国》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。

**播出安排：** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，宣传片播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	频次	总频次（首播）
CCTV-4	上午时段	周一至周日 9:00-11:00	1 次/天	366

### 二、节目内广告回报

**5 秒冠名标版 + 15 秒企业广告** **形式：** 标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“《美食中国》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。随后播出 15 秒企业广告。

**位置及** 节目内片头后倒一位置。

**频次：** 1 次/期。

**冠名口播画外音及字幕** **形式：** 主持人画外音口播语《美食中国》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出（内容可协商确定），同时屏幕下方出现相应字幕。

**频次：** 各 2 次。

---

**角标**                      **形式：** 屏幕右下角出现企业名称和节目名称组成的联合 LOGO，播出时间不少于节目时长的 30%。

---

**片尾鸣谢**                **形式：** 节目片尾出现冠名企业名称与标识。

---

**频次：** 1 次/期。

**【中央广播电视总台新媒体广告回报】**

**一、新媒体直播电视信号同步带入企业视频广告**

**二、《美食中国》节目专题页回报**

15 秒视频前贴片（1/4 轮）-广告回报期：150 天

---

**【刊例价格】              3,339 万元**

---

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 央视广告经营管理中心对页面数据拥有版权，对互动数据拥有知晓及使用权。合作方如需对外公布互动数据，需经广告经营管理中心备案。
6. 新媒体广告回报最终解释权归广告经营管理中心所有。

## 2020 年 CCTV-4 《健康中国》独家冠名

- 《健康中国》栏目以客观、公正、专业、权威的视角，播报国内外医疗科技领域最新动态，关注民生健康，聚焦当前医疗行业的热点事件、热点话题，从业内人士、专家领导、患者等角度进行深入剖析，开启全方位展示中国医疗行业的窗口，构筑医患双方坦诚沟通的平台。
- 栏目分版块试图达到全方位、多角度的全景式解读。集合医疗前沿资讯、政策动向、业内动态、热点事件，盘点最近一周中国医疗健康领域发生的重要事件。
- 发掘报道各地医院特色专科，展示各地医院特色诊疗服务，展现最优管理，倡导最佳服务，传播最高声誉，铸造五星科室。发现那些真正潜心医疗事业中最可爱的人。
- 对话国内医疗健康领域的权威人士，每期邀请一位国内知名专家、学者，谈医疗健康事业，回顾潜心医道的健康人生，传播德艺双馨的医道求索之路。内容上，融知识性、服务性、文化性于一体，涉及健康话题、医药名家、专科门诊、养生之道、防治疾病、强身健体各个方面。

### 【节目看点】

### 【广告亮点】

1. 定位精准，牢牢抓住最关注健康的高端观众群体。
2. 品牌植入形式丰富，节目现场、大屏幕、角标、节目包装板块等地均可植入品牌。

【节目播出安排】 首播：周六、周日 17:15-18:00

【广告投放周期】 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，全年共 104 期

【名额】 独家

### 【广告回报】

**冠名权益** 冠名企业在其商业宣传中可使用“中央电视台《健康中国》2020 年冠名企业”字样，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

### 一、宣传片广告回报

**宣传片** **形式：** 冠名宣传片时长 15 秒，宣传片中出现企业元素，配音：“《健康中国》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。

**播出安排：** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，宣传片播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	频次	总频次（首播）
CCTV-4	下午时段	周一至周日 14:00-18:00	1 次/天	366

### 二、节目内广告回报

**5 秒冠名标版** **形式：** 时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“《健康中国》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。随后播出 15 秒企业广告。

**+15 秒企业广告**

节目现场植入环节	位置及频次：	节目内片头后正一位置。 1 次/期。
	形式：	节目现场大屏幕或主持人讲台等区域适当出现冠名企业名称和标识（具体以与节目组协商一致为准）。
	频次：	1 次/期。
角标	形式：	屏幕右下角出现带企业名称的角标。 出现时长 180 秒/期。
	形式：	节目片尾出现冠名企业名称与标识。
片尾鸣谢	形式：	节目片尾出现冠名企业名称与标识。
	频次：	1 次/期。

#### 【中央广播电视总台新媒体广告回报】

##### 一、新媒体直播电视信号同步带入企业视频广告

##### 二、《健康中国》节目专题页回报

15 秒视频前贴片（1/4 轮）-广告回报期：120 天

**【刊例价格】 2,625 万元**

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 央视广告经营管理中心对页面数据拥有版权，对互动数据拥有知晓及使用权。合作方如需对外公布互动数据，需经广告经营管理中心备案。
6. 新媒体广告回报最终解释权归广告经营管理中心所有。

## 2020 年 CCTV-4 《国宝发现》独家特约

### 【节目看点】

- CCTV-4 中文国际频道《国宝·发现》栏目，是全国首档以国宝文物和文博考古为线索的行走发现类纪录片节目。
- 《国宝·发现》节目兼具纪实性和档案感，以主持人在实景现场行走的方式，辅以计算机 3D 虚拟还原，对考古现场、遗迹遗址和国宝文物进行深入探索，展现最新考古研究成果，探源中华文明，破译历史密码，弘扬中华文化。
- 《国宝·发现》节目专注历史人文领域，内容涵盖五大部分：考古发掘过程、国宝文物特色、社会历史背景、文物保护修复、最新研究成果展示。节目依托考古文博领域的专家、学者，以通俗易懂的叙事方式和精彩新颖的电视表现手段，打造“行走中的历史百科”，对中华民族的历史传承进行客观还原和精彩评述。

### 【广告亮点】

1. 占据中文国际频道晚间黄金时段，收视表现位居频道前列。
2. 精准定位，吸引大批爱好文博考古的中青年受众，锁定最具活力的消费群体。

**【节目播出安排】** 首播：周一至周五 22:00-22:30

**【广告投放周期】** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，全年共 261 期（不包含除夕当日）。

**【名额】** 独家

### 【广告回报】

**特约权益** 特约企业在其商业宣传中可使用“中央电视台《国宝发现》2020 年特约企业”字样，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

### 一、宣传片广告回报

**宣传片** **形式：** 特约宣传片时长 15 秒，宣传片中出现企业元素，配音：“《国宝发现》由\*\*\*（企业名称）独家特约播出”（口播语可协商确定）。

**播出安排：** 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，宣传片播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	频次	总频次（首播）
CCTV-4	上午时段	周一至周日 9:00-11:00	1 次/天	366

### 二、节目内广告回报

**5 秒特约标版 +15 秒企业广告** **形式：** 标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“《国宝发现》由\*\*\*（企业名称）独家特约播出”（口播语可协商确定）。随后播出 15 秒企业广告。

**位置及** 节目内片头后倒一位置。

**频次：** 1 次/期。

**片尾鸣谢** **形式：** 节目片尾出现特约企业名称与标识。

**频次：** 1 次/期。

### 【中央广播电视总台新媒体广告回报】



---

### 一、新媒体直播电视信号同步带入企业视频广告

### 二、《健康中国》节目专题页回报

15 秒视频前贴片（1/4 轮）-广告回报期：120 天

---

**【刊例价格】        2,199 万元**

---

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 央视广告经营管理中心对页面数据拥有版权，对互动数据拥有知晓及使用权。合作方如需对外公布互动数据，需经广告经营管理中心备案。
6. 新媒体广告回报最终解释权归广告经营管理中心所有。