

# CCTV-1、17 《2024 年中国农民丰收节晚会》 全媒体行业合作伙伴

**【节目播出安排】** 2024 年 9 月 22 日“中国农民丰收节”晚间黄金档，CCTV-1 综合频道、CCTV-17 农业农村频道联合首播，晚会总时长约 95 分钟。

**【名额】** 2 家

**【广告回报】**

**合作权益** 合作企业可在宣传推广活动中使用“中央广播电视总台 2024 年中国农民丰收节晚会 XX 合作伙伴”名义，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案，使用期限为 2024 年 9 月 1 日至 2025 年 2 月 28 日。

## 一、前期宣推回报

5 秒合作伙伴标版 +15 秒企业广告 形式： 标版时长 5 秒，画面出现合作企业名称及 LOGO，并配音：“2024 年中国农民丰收节晚会 XX 合作伙伴——\*\*\*（合作企业名称）（口播内容可另行协商）。”标版后播出合作企业 15 秒广告一条。

播出频道： CCTV-1、17。

频次： 共计 80 次。

2024 年 9 月 13 日至 22 日，5 秒合作伙伴标版+15 秒企业广告具体播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	播出安排	各段位总频次	各频道总频次
CCTV-1	上午时段或中插	每日 8:30-11:55	1 次/天	10 次	30 次
	下午时段或中插	每日 14:00-17:50	1 次/天	10 次	
	晚间时段或中插	每日 22:30-24:00	1 次/天	10 次	
CCTV-17	上午时段或中插	每日 7:00-12:00	2 次/天	20 次	50 次
	下午时段或中插	每日 12:00-18:00	2 次/天	20 次	
	晚间时段或中插	每日 18:00-23:00	1 次/天	10 次	

## 二、节目内广告回报

15 秒企业广告+ 5 秒合作伙伴标版 形式： 企业 15 秒广告后播出 5 秒标版，标板画面出现合作企业名称及 LOGO，并配音：“2024 年中国农民丰收节晚会 XX 合作伙伴——\*\*\*（合作企业名称）（口播内容可另行协商）。”

位置： 晚会节目内中插广告段，倒一位置。

频次： 共 2 次。

合作伙伴口播和压屏字幕条 形式： 晚会播出过程中，主持人口播提及“XX 合作伙伴——\*\*\*（合作企业名称）”内容（具体口播内容另行协商）。口播同时，屏幕下方出现含企业元素的压屏字幕条。

时长： 约 5 秒/次。

商业长视频	频次:	共 3 次。
	形式:	晚会播出过程中, 体现合作企业品牌理念、行业优势、社会责任等商业元素, 具体呈现内容和形式由合作企业、节目组和中央广播电视总台总经理室三方协商确定。
	时长:	不超过 30 秒/次, 具体以节目播出的实际时长为准。
现场植入广告	频次:	共 2 次。
	形式:	晚会现场摆放合作企业产品, 或摆放含有合作企业商业元素的场景道具, 晚会播出时给予镜头体现。
台词植入广告	时长:	整场晚会中累计露出约 30 秒。
	形式:	在晚会语言类节目或其他台词中, 植入合作企业品牌名称、产品服务或广告语等商业元素。
	时长:	不超过 10 秒, 具体以节目播出的实际时长为准。
片尾鸣谢	频次:	共 1 次。
	形式:	节目片尾鸣谢中出现合作企业名称及 LOGO。
	频次:	共 1 次。

### 三、新媒体端广告回报

【发布平台】	央视三农第三方平台账号, 央视频客户端及第三方平台账号
【广告回报期】	2024 年 9 月 (以实际播出日期为准)
【广告回报】	

#### (一) 央视农业新媒体传播资源

跨平台	短视频直发	在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素 (具体呈现形式协商确定)。
	/拆条	发布平台: 央视三农微博、抖音、快手、头条、微信视频号 频次: 2条
微博	微博直发	围绕节目发布微博, 在微博中体现企业元素 (具体呈现形式协商确定) 发布账号: 央视三农微博 频次: 1条

#### (二) 央视频新媒体传播资源

展示类	首页焦点图	在央视频客户端首页焦点图体现企业元素, 形式为独占 (具体呈现形式协商确定) 频次: 2天
	首页信息流	在央视频客户端首页信息流体现企业元素, 形式为独占 (具体呈现形式协商确定) 频次: 2天
跨平台	短视频直发	在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素 (具体呈现形式协商确定)。
	/拆条	发布平台: 央视频第三方短视频平台 频次: 2条

---

**微博**      微博直发      围绕节目发布微博，在微博中体现企业元素（具体呈现形式协商确定）  
发布账号：央视频微博  
频次：1条

---

**【刊例价格】 1,028 万元/家**

---

---

# CCTV-1、17 《2024 年中国农民丰收节晚会》 全媒体特别支持

**【节目播出安排】** 2024 年 9 月 22 日“中国农民丰收节”晚间黄金档，CCTV-1 综合频道、CCTV-17 农业农村频道联合首播，晚会总时长约 95 分钟。

**【名额】** 2 家

## 【广告回报】

**合作权益** 合作企业宣推活动中使用“中央广播电视总台 2024 年中国农民丰收节晚会 XX 特别支持企业”名义，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案，使用期限为 2024 年 9 月 1 日至 2025 年 2 月 28 日。

## 一、前期宣推回报

5 秒特别支持标板 +15 秒企业广告 形式： 标版时长 5 秒，画面出现特别支持企业名称及 LOGO，并配音：“2024 年中国农民丰收节晚会由\*\*\*（企业名称）特别支持（口播内容可另行协商）。”标版后播出合作企业 15 秒广告一条。

播出频道： CCTV-1、17。

频次： 共计 50 次。

2024 年 9 月 13 日至 22 日，5 秒特别支持标板+15 秒企业广告具体播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	播出安排	各段位总频次	各频道总频次
CCTV-1	上午时段或中插	每日 8:30-11:55	1 次/天	10 次	20 次
	下午时段或中插	每日 14:00-17:50	1 次/天	10 次	
CCTV-17	上午时段或中插	每日 7:00-12:00	1 次/天	10 次	30 次
	下午时段或中插	每日 12:00-18:00	1 次/天	10 次	
	晚间时段或中插	每日 18:00-23:00	1 次/天	10 次	

## 二、节目内广告回报

5 秒特别支持标板 +15 秒企业广告 形式： 标版时长 5 秒，画面出现特别支持企业名称及 LOGO，并配音：“2024 年中国农民丰收节晚会由\*\*\*（企业名称）特别支持（口播内容可另行协商）。”标版后播出合作企业 15 秒广告一条。

位置： 晚会节目内中插广告段，正二或倒二位置。

频次： 共 2 次。

主持人口播和压屏字幕条 形式： 晚会播出过程中，主持人口播：“感谢\*\*\*（企业名称）对本场晚会的大力支持（具体口播内容另行协商）。”口播同时，屏幕下方出现相应内容的压屏字幕条。

时长： 约 5 秒/次。

频次： 共 2 次。

商业长视频	形式：	晚会播出过程中，体现企业品牌理念、行业优势、社会责任等商业元素，具体呈现内容和形式由企业、节目组和中央广播电视总台总经理室三方协商确定。
	时长：	不超过 20 秒，具体以节目播出的实际时长为准。
	频次：	共 1 次。
现场植入广告	形式：	晚会现场摆放合作企业产品，或摆放含有企业元素的场景道具，晚会播出时给予镜头体现。
	时长：	整场晚会中累计露出约 15 秒。
片尾鸣谢	形式：	节目片尾鸣谢中出现合作企业名称及 LOGO。
	频次：	共 1 次。

## 二、新媒体资源

**【发布平台】** 央视三农第三方平台账号，央视频客户端及第三方平台账号

**【广告回报期】** 2024 年 9 月（以实际播出日期为准）

**【广告回报】**

### （一）央视农业新媒体传播资源

跨平台	短视频直发 /拆条	在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素（具体呈现形式协商确定）。
		发布平台：央视三农微博、抖音、快手、头条、微信视频号 频次：1条
微博	微博直发	围绕节目发布微博，在微博中体现企业元素（具体呈现形式协商确定） 发布账号：央视三农微博 频次：1条

### （二）央视频新媒体传播资源

展示类	首页焦点图	在央视频客户端首页焦点图体现企业元素，形式为独占（具体呈现形式协商确定） 频次：1天
	首页信息流	在央视频客户端首页信息流体现企业元素，形式为独占（具体呈现形式协商确定） 频次：1天
跨平台	短视频直发 /拆条	在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素（具体呈现形式协商确定）。 发布平台：央视频第三方短视频平台 频次：1条

**【刊例价格】** 608 万/家

# CCTV-1、17 《2024 年首届中国农民迎春联欢会》 融媒体独家冠名

## 【节目亮点】

### ● 创作背景

党的二十大报告强调**坚持农业农村优先发展**，对全面推进乡村振兴作出重要部署，提出**加快建设农业强国**，明确了新时代新征程上**推进农业农村现代化**的重大任务。我台深刻领会党的二十大精神，推出**二十大后首届中国农民迎春联欢会**，与广大观众共迎新春。

### ● 节目主题——新农村、新农人、新春会

- 一台属于全国农民朋友的联欢
- 一场“农民唱主角”乐享幸福年的盛会

### ● 内容聚焦——乡村“土”“特”“产”

- “土”：基于一方水土，开发**乡土资源**
- “特”：提出地域特点，体现**当地风情**
- “产”：真正建成产业，形成**产业集群**

### ● 特色设计——演绎 + 实地 + 特效

- 演绎形式：歌舞类节目，语言类节目，乡土民俗节目等
- 乡土实地：四方中国，共展乡风乡韵；灶边炕头，共话乡情乡愁
- 特效拍摄：**微观、三维等技术**呈现年味，实现沉浸式迎春体验

## 【节目播出安排】

2024 年 1 月中下旬至 2 月上旬，CCTV-1 综合频道、CCTV-17 农业农村频道晚间黄金档联合首播，晚会总时长约 95 分钟。

## 【名额】

独家

## 【广告回报】

### 冠名权益

冠名企业可在宣推活动中使用企业与晚会的联合 LOGO 以及“中央广播电视总台《2024 年首届中国农民迎春联欢会》独家冠名”名义，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案，使用期限为 2023 年 11 月 1 日至 2024 年 4 月 30 日。

## 一、宣推片广告回报

冠名宣推片+  
15 秒企业广告

形式：晚会宣推片时长 15 秒，片中画面体现冠名企业元素、冠名企业与晚会的联合 LOGO，并配音：“《2024 年首届中国农民迎春联欢会》由\*\*\*（冠名企业）独家冠名播出（口播内容可另行协商）。”宣推片后播出冠名企业 15 秒广告一条。

播出频道：CCTV-1、17。

频次：共计 70 次。

2024年1月12日至2024年1月18日，冠名宣推片+15秒企业广告具体播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	播出安排	各段位总频次	各频道总频次
CCTV-1	上午时段	每日 8:30-11:55	1次/天	7次	28次
	下午时段	每日 14:00-17:00	1次/天	7次	
	傍晚时段或中插	每日 17:00-18:00	1次/天	7次	
	晚间时段或中插	每日 22:30-23:30	1次/天	7次	
CCTV-17	上午时段或中插	每日 7:00-12:00	2次/天	14次	42次
	下午时段或中插	每日 12:00-18:00	2次/天	14次	
	晚间时段或中插	每日 18:00-23:00	2次/天	14次	

## 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，画面出现冠名企业名称及 LOGO，并配音：“《2024 年首届中国农民迎春联欢会》由***（冠名企业）独家冠名播出（口播内容可另行协商）。”标版后播出冠名企业 15 秒广告一条。
	位置： 晚会节目内第一、二、三、四个中插广告段，正一位置。
	频次： 每段 1 次，共 4 次。
冠名口播和 压屏字幕条	形式： 晚会播出过程中，主持人口播：“《2024 年首届中国农民迎春联欢会》由***（冠名企业）独家冠名播出（口播内容可另行协商）。”口播同时，屏幕下方出现含企业元素的压屏字幕条。
	频次： 共 4 次。
商业长视频	形式： 晚会播出过程中，体现冠名企业品牌理念、行业优势、社会责任等商业元素，具体呈现内容和形式由冠名企业、节目组和中央广播电视总台总经理室三方协商确定。
	时长： 不超过 15 秒/次，具体以节目播出的实际时长为准。
	频次： 共 3 次。
台词植入广告	形式： 在晚会语言类节目或其他台词中，植入合作企业品牌名称、产品服务或广告语等商业元素。
	时长： 不超过 10 秒/次，具体以节目播出的实际时长为准。
	频次： 共 3 次。
现场植入广告	形式： 晚会现场广告位（如主屏画面、灯箱、桌牌等）出现冠名企业 LOGO 或企业与晚会的联合 LOGO，现场摆放冠名企业产品或含有冠名企业商业元素的场景道具，晚会播出时给予镜头体现。
	时长： 整场晚会中累计露出约 60 秒。
角标	形式： 晚会播出过程中，屏幕右下角交替出现晚会 LOGO 和冠名企业 LOGO。
	时长： 冠名企业 LOGO 出现时长不少于晚会总时长的 30%。
转场片花、广告 开关板植入	形式： 晚会播出过程中，转场片花、广告开关板等位置出现冠名企业 LOGO 或企业与晚会的联合 LOGO。

	频次:	共 4 次。
节目名称条植入	形式:	晚会播出过程中, 节目名称条位置出现冠名企业 LOGO 或企业与晚会的联合 LOGO (字幕内容不体现企业元素)。
	频次:	共 5 次。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾鸣谢中出现冠名企业名称及 LOGO。
	频次:	1 次。
<b>三、新媒体资源</b>		
<b>【发布平台】</b>	央视三农第三方平台账号, 央视频客户端及第三方平台账号	
<b>【广告回报期】</b>	2024 年 1 月中下旬至 2 月上旬 (以实际播出日期为准)	
<b>【广告回报】</b>		
<b>(一) 央视农业新媒体传播资源</b>		
<b>跨平台</b>	短视频直发 / 拆条	<p>在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素 (具体呈现形式协商确定)。</p> <p>发布平台: 央视三农微博、抖音、快手、头条、微信视频号</p> <p>频次: 3条</p>
<b>微博</b>	微博直发	<p>围绕节目发布微博, 在微博中体现企业元素 (具体呈现形式协商确定)</p> <p>发布账号: 央视三农微博</p> <p>频次: 1条</p>
<b>微信</b>	文章供稿	<p>围绕节目发布微信文章供稿, 在文章中体现企业元素 (具体呈现形式协商确定)</p> <p>发布账号: 央视三农微信</p> <p>频次: 1篇</p>
<b>(二) 央视频新媒体传播资源</b>		
<b>展示类</b>	开机启动图	<p>在央视频开机启动图体现企业元素, 形式为1/4轮 (具体呈现形式协商确定)</p> <p>频次: 2天</p>
	首页信息流	<p>在央视频客户端首页信息流体现企业元素, 形式为独占 (具体呈现形式协商确定)</p> <p>频次: 2天</p>
<b>跨平台</b>	短视频直发 / 拆条	<p>在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素 (具体呈现形式协商确定)。</p> <p>发布平台: 央视频第三方短视频平台</p> <p>频次: 3条</p>
<b>微博</b>	微博直发	<p>围绕节目发布微博, 在微博中体现企业元素 (具体呈现形式协商确定)</p> <p>发布账号: 央视频微博</p> <p>频次: 1条</p>
<b>【刊例价格】</b>	<b>1,458 万</b>	

# CCTV-1、17《2024年首届中国农民迎春联欢会》 融媒体年货电商合作伙伴

## 【节目亮点】

### ● 创作背景

党的二十大报告强调**坚持农业农村优先发展**，对全面推进乡村振兴作出重要部署，提出**加快建设农业强国**，明确了新时代新征程上**推进农业农村现代化**的重大任务。我台深刻领会党的二十大精神，推出**二十大后首届中国农民迎春联欢会**，与广大观众共迎新春。

### ● 节目主题——新农村、新农人、新春会

- 一台**属于全国农民朋友**的联欢
- 一场**“农民唱主角”**乐享幸福年的盛会

### ● 内容聚焦——乡村“土”“特”“产”

- “土”：基于一方水土，开发**乡土资源**
- “特”：提出地域特点，体现**当地风情**
- “产”：真正建成产业，形成**产业集群**

### ● 特色设计——演绎 + 实地 + 特效

- 演绎形式：歌舞类节目，语言类节目，乡土民俗节目等
- 乡土实地：四方中国，共展乡风乡韵；灶边炕头，共话乡情乡愁
- 特效拍摄：**微观、三维等技术**呈现年味，实现沉浸式迎春体验

## 【节目播出安排】

2024年1月中下旬至2月上旬，CCTV-1综合频道、CCTV-17农业农村频道晚间黄金档联合首播，晚会总时长约95分钟。

## 【名额】

独家

## 【广告回报】

### 合作权益

企业可在宣推活动中使用“中央广播电视总台《2024年首届中国农民迎春联欢会》年货电商合作伙伴”名义，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案，使用期限为2023年11月1日至2024年4月30日。

## 一、前期宣推回报

5秒合作伙伴标版  
+15秒企业广告

形式： 标版时长5秒，画面出现合作伙伴名称及LOGO，并配音：“《2024年首届中国农民迎春联欢会》年货电商合作伙伴——\*\*\*（合作伙伴名称）（口播内容可另行协商）。”标版后播出合作伙伴15秒广告一条。

播出频道： CCTV-1、17。

频次： 共计80次。

2024年1月9日至2024年1月18日，5秒合作伙伴标版+15秒企业广告具体播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	播出安排	各段位总频次	各频道总频次
CCTV-1	上午时段或中插	每日 8:30-11:55	1 次/天	10 次	30 次
	下午时段或中插	每日 14:00-17:50	1 次/天	10 次	
	晚间时段或中插	每日 22:30-24:00	1 次/天	10 次	
CCTV-17	上午时段或中插	每日 7:00-12:00	2 次/天	20 次	50 次
	下午时段或中插	每日 12:00-18:00	2 次/天	20 次	
	晚间时段或中插	每日 18:00-23:00	1 次/天	10 次	

## 二、节目内广告回报

15 秒企业广告+  
5 秒合作伙伴标版

形式：企业 15 秒广告后播出 5 秒标版，标板画面出现合作伙伴名称及 LOGO，并配音：“《2024 年首届中国农民迎春联欢会》年货电商合作伙伴——\*\*\*（合作伙伴名称）（口播内容可另行协商）。”

位置：晚会节目内第一、二、三个中插广告段，倒一位置。

频次：共 3 次。

合作伙伴口播  
和压屏字幕条

形式：晚会播出过程中，主持人口播提及“《2024 年首届中国农民迎春联欢会》年货电商合作伙伴——\*\*\*（合作伙伴名称）”内容（具体口播内容另行协商）。口播同时，屏幕下方出现含企业元素的压屏字幕条。

时长：约 5 秒/次。

频次：共 3 次。

互动提示口播  
和压屏字幕条

形式：晚会播出过程中，主持人口播引导观众参与互动，同时屏幕下方出现含企业元素的压屏字幕条。

时长：不超过 15 秒/次，具体以节目播出的实际时长为准。

频次：共 3 次。

互动提示图标

形式：每次互动提示口播开始的同时，屏幕左下角或右下角出现互动提示图标，图标中可出现企业元素。

时长：120 秒/次。

频次：共 3 次。

现场植入广告

形式：晚会现场摆放合作伙伴产品，或摆放含有合作伙伴商业元素的场景道具，晚会播出时给予镜头体现。

时长：整场晚会中累计露出约 30 秒。

台词植入广告

形式：在晚会语言类节目或其他台词中，植入合作伙伴品牌名称、产品服务或广告语等商业元素。

时长：不超过 10 秒/次，具体以节目播出的实际时长为准。

频次：共 1 次。

片尾鸣谢

形式：节目片尾鸣谢中出现合作伙伴名称及 LOGO。

频次：共 1 次。

## 三、新媒体资源

### 【发布平台】

央视三农第三方平台账号，央视频客户端及第三方平台账号

---

**【广告回报期】** 2024年1月中下旬至2月上旬（以实际播出日期为准）

---

**【广告回报】**

---

**(一) 央视农业新媒体传播资源**

---

**跨平台** 短视频直发 在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素（具体呈现形式协商确定）。  
/拆条 发布平台：央视三农微博、抖音、快手、头条、微信视频号  
频次：2条

---

**微博** 微博直发 围绕节目发布微博，在微博中体现企业元素（具体呈现形式协商确定）  
发布账号：央视三农微博  
频次：1条

---

**(二) 央视频新媒体传播资源**

---

**展示类** 首页焦点图 在央视频客户端首页焦点图体现企业元素，形式为独占（具体呈现形式协商确定）  
频次：2天

---

首页信息流 在央视频客户端首页信息流体现企业元素，形式为独占（具体呈现形式协商确定）  
频次：2天

---

**跨平台** 短视频直发 在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素（具体呈现形式协商确定）。  
/拆条 发布平台：央视频第三方短视频平台  
频次：2条

---

**微博** 微博直发 围绕节目发布微博，在微博中体现企业元素（具体呈现形式协商确定）  
发布账号：央视频微博  
频次：1条

---

**【刊例价格】 988万**

---

---

# CCTV-1、17 《2024 年首届中国农民迎春联欢会》 融媒体年货好物特别呈现

## 【节目亮点】

### ● 创作背景

党的二十大报告强调**坚持农业农村优先发展**，对全面推进乡村振兴作出重要部署，提出**加快建设农业强国**，明确了新时代新征程上**推进农业农村现代化**的重大任务。我台深刻领会党的二十大精神，推出**二十大后首届中国农民迎春联欢会**，与广大观众共迎新春。

### ● 节目主题——新农村、新农人、新春会

- 一台属于全国农民朋友的联欢
- 一场“农民唱主角”乐享幸福年的盛会

### ● 内容聚焦——乡村“土”“特”“产”

- “土”：基于一方水土，开发**乡土资源**
- “特”：提出地域特点，体现**当地风情**
- “产”：真正建成产业，形成**产业集群**

### ● 特色设计——演绎 + 实地 + 特效

- 演绎形式：歌舞类节目，语言类节目，乡土民俗节目等
- 乡土实地：四方中国，共展乡风乡韵；灶边炕头，共话乡情乡愁
- 特效拍摄：**微观、三维等技术呈现**年味，实现沉浸式迎春体验

**【节目播出安排】** 2024 年 1 月中下旬至 2 月上旬，CCTV-1 综合频道、CCTV-17 农业农村频道**晚间黄金档联合首播**，晚会总时长约 95 分钟。

**【名额】** 2 家

## 【广告回报】

**合作权益** 企业可在宣推活动中使用“中央广播电视总台《2024 年首届中国农民迎春联欢会》年货好物”名义，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案，使用期限为 2023 年 11 月 1 日至 2024 年 4 月 30 日。

## 一、前期宣推回报

5 秒特别呈现标版 +15 秒品牌广告 形式： 标版时长 5 秒，画面出现年货好物或品牌名称及 LOGO，并配音：“\*\*\*（年货好物或品牌名称）——《2024 年首届中国农民迎春联欢会》年货好物特别呈现（口播内容可另行协商）。”标版后播出 15 秒品牌广告一条。

播出频道： CCTV-1、17。

频次： 共计 60 次。

2024 年 1 月 9 日至 2024 年 1 月 18 日，5 秒特别呈现标版+15 秒企业广告具体播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	播出安排	各段位总频次	各频道总频次
CCTV-1	上午时段或中插	每日 8:30-11:55	1 次/天	10 次	20 次
	下午时段或中插	每日 14:00-17:50	1 次/天	10 次	
CCTV-17	上午时段或中插	每日 7:00-12:00	2 次/天	20 次	40 次
	下午时段或中插	每日 12:00-18:00	1 次/天	10 次	
	晚间时段或中插	每日 18:00-23:00	1 次/天	10 次	

## 二、节目内广告回报

**5 秒特别呈现标版 +15 秒品牌广告**  
**形式：** 标版时长 5 秒，画面出现年货好物或品牌名称及 LOGO，并配音：“\*\*\*（年货好物或品牌名称）——《2024 年首届中国农民迎春联欢会》年货好物特别呈现（口播内容可另行协商）。”标版后播出 15 秒品牌广告一条。

**位置：** 晚会节目内中插广告段，正二或倒二位置。

**频次：** 共 2 次。

**主持人口播和压屏字幕条**  
**形式：** 晚会播出过程中，主持人口播提及“\*\*\*（年货好物或品牌名称）——《2024 年首届中国农民迎春联欢会》年货好物特别呈现（具体口播内容另行协商）。”口播同时，屏幕下方出现相应内容的压屏字幕条。

**时长：** 约 5 秒/次。

**频次：** 共 2 次。

**商业长视频**  
**形式：** 晚会播出过程中，年货好物品牌理念、行业优势、社会责任等商业元素，具体呈现内容和形式由企业、节目组和中央广播电视总台总经理室三方协商确定。

**时长：** 不超过 20 秒，具体以节目播出的实际时长为准。

**频次：** 共 1 次。

**现场植入广告**  
**形式：** 晚会现场摆放年货好物产品，或摆放含有品牌元素的场景道具，晚会播出时给予镜头体现。

**时长：** 整场晚会中累计露出约 15 秒。

**台词植入广告**  
**形式：** 在晚会语言类节目或其他台词中，植入年货好物或品牌名称、产品服务或广告语等商业元素。

**时长：** 不超过 10 秒，具体以节目播出的实际时长为准。

**频次：** 共 1 次。

**片尾鸣谢**  
**形式：** 节目片尾鸣谢中出现年货好物或品牌名称及 LOGO。

**频次：** 共 1 次。

## 三、新媒体端广告回报

**【发布平台】** 央视三农第三方平台账号，央视频客户端及第三方平台账号

**【广告回报期】** 2024 年 1 月中下旬至 2 月上旬（以实际播出日期为准）

**【广告回报】**

### （一）央视农业新媒体传播资源

**跨平台 短视频直发** 在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素（具体呈现形式协商确定）。

/拆条 发布平台：央视三农微博、抖音、快手、头条、微信视频号

---

频次：1 条

---

<b>微博</b>	微博直发	围绕节目发布微博，在微博中体现企业元素（具体呈现形式协商确定） 发布账号：央视三农微博 频次：1 条
-----------	------	--

---

**(二) 央视频新媒体传播资源**

---

<b>展示类</b>	首页焦点图	在央视频客户端首页焦点图体现企业元素，形式为独占（具体呈现形式协商确定） 频次：1 天
------------	-------	--

---

	首页信息流	在央视频客户端首页信息流体现企业元素，形式为独占（具体呈现形式协商确定） 频次：1 天
--	-------	--

---

<b>跨平台</b>	短视频直发 /拆条	在新媒体发布的节目相关拆条短视频中体现企业相关元素（具体呈现形式协商确定）。 发布平台：央视频第三方短视频平台 频次：1 条
------------	--------------	--

---

**【刊例价格】 688 万/家**

---

---