

---

# 2024年 CCTV-1、3、11 《国风超有戏》 融媒体独家冠名

---

## 【节目亮点】

原创戏歌唱演节目《国风超有戏》通过戏曲加流行音乐的艺术形式，展现中华优秀传统文化的恒久魅力。节目汇集国内外热爱国风音乐、擅长戏曲与流行融合创作的优秀青年人，戏歌代表性歌手，老中青音乐达人，通过“现场乐队+以戏命题”的主题沉浸式戏韵舞台竞演，唱响记忆中的经典戏歌、高传唱度的流行戏歌、具有优秀原创水平的全新戏歌。

大屏+小屏联动，发挥国风音乐传播效应，在节目播出前推出新媒体衍生节目《超有戏路演计划》。以新媒体用户体验作为创作出发点，结合大屏节目IP，运用真人秀+街头路演 live 音乐会的形式，开启东、西、南、北、中不同城市的“超有戏国风音乐人路演挑战计划”。深度展现当地的风土文化，持续擦亮文旅品牌，打造文旅融合精品。

- 年轻态东方美学极简舞台

节目将打造雅致诗意又融合时尚潮流的极简国风音乐打卡地，这个具备集演唱空间、创作空间、分享空间集一体的舞台将采用具有标志性东方美学，写意的留白，戏曲标识性的一桌二椅，年轻态的表现形式，展现国风极致之美。

- 网罗优秀国风音乐作品在此集结

36位宝藏国风音乐人，将重新演绎深植大众记忆、经久流传、火爆音乐市场的优秀国风音乐作品，与大家共襄一场国风音乐盛宴。

- “以戏命题”开启全新国风音乐实验

每期节目将设计以传统戏曲中体现“温良恭俭让”“忠孝廉耻勇”“仁义礼智信”的经典唱段为命题，由四位不同风格的国风音乐人，开启限时国风音乐创作，打造多样态的新国风音乐作品，通过一首首优秀的国风音乐作品讲述优秀传统文化的传承发展的故事。

- 探寻国风音乐背后的文化与故事

音乐创作人、文化学者、戏曲名家、国风歌手，他们将从中华美德、传统文化等不同的角度，用不同的形式来解读国风元素，探寻当下国风国潮的表达方式。

- 打造“中华戏韵金唱片”

节目将推出多首经典作品，由总台出品发行“中华戏韵金唱片”，并开启“超有戏国风线上音乐会”“中华戏韵音乐剧”巡演之旅，吸引更多中国风音乐爱好者。

---

## 【广告亮点】

- 雅俗共赏受众广，根植国潮中国风的生活方式，定义新时代中国国风音乐，

---

引爆企业营销战役。

- 融合舞台，企业产品及文化可更恰当植入。

**【节目播出安排】** 2024年1月播出，共10期，70分钟/期：

**首播：**CCTV-1 晚间黄金时间约 20:00

**重播：**

CCTV-3 晚间黄金时间约 19:30

CCTV-11 晚间黄金时间约 19:30

(注：播出安排待定，只承诺首轮重播)

**【名额】** 独家

**【广告回报】** (共10期)

**一、冠名称号** 授予“2024年 CCTV-1、3、11《国风超有戏》独家冠名企业”称号（可协商确定），企业在商业活动中可使用称号，须经总台总经理室审定并备案。使用期限为签约之日起至2024年12月31日。

## 二、节目内回报

冠名片头	形式： 节目片头出现“***（企业名称）•国风超有戏”字样。（可协商确定） 频次： 1次/期。
冠名口播	形式： 画外音或主持人口播“《国风超有戏》由***（企业名称）独家冠名播出”。（可协商确定） 频次： 3次/期。
冠名字幕	形式： 画外音或主持人口播同时画面出现对应字幕“《国风超有戏》由***（企业名称）独家冠名播出”。（可协商确定） 频次： 3次/期。
冠名标版	形式： 冠名标版时长5秒，画面出现冠名企业名称及标识，并配口播语：“《国风超有戏》由***（企业名称）独家冠名播出”。 位置： 节目内第一、二、三个中插广告段正一位置播出。 频次： 3次/期。
15秒企业广告	位置： 紧跟5秒标版播出企业15秒广告一条。 频次： 3次/期。
角标	形式： 屏幕右下角出现“***（企业名称）•国风超有戏”角标，出现时间不少于节目总时长的30%。
产品植入	形式： <ul style="list-style-type: none"><li>● 视产品情况给予现场摆放或者道具植入，电视画面呈现时间共计约30秒/期，呈现形式参考如下（具体可协商确定）：<ol style="list-style-type: none"><li>1.摆放冠名企业产品，并露出企业LOGO；</li><li>2.可由冠名企业产品作为节目游戏环节的道具，并露出企业LOGO。</li></ol></li></ul>
现场布景植入	形式： <ul style="list-style-type: none"><li>● 现场布景中植入企业元素或企业与节目的联合LOGO，电视画面呈现时间共计约30秒/期，呈现形式参考如下（具体可协商</li></ul>

确定):

- 1.背景或虚拟景观布景中体现企业元素, 或企业与节目的联合 LOGO;
- 2.服装上可出现企业与节目的联合 LOGO 并给予镜头展示;
- 3.节目外拍 (如有) 可视情况给予企业元素镜头展示。

转场画面	形式:	转场画面使用 “*** (企业名称) •国风超有戏” 字样, 不少于 3 次/期。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾鸣谢出现企业名称与标识。
	频次:	1 次/期。

### 三、文艺新媒体节目宣发回报

【节目安排】 2024 年内 (具体时间协商而定)

【播出平台】 央视文艺、央视频平台及各新媒体账号内

#### (一) 央视文艺传播资源

跨平台	IP 合作短视频	央视文艺制作节目预热视频, 视频内体现合作方元素及相关需求, 并于央视文艺各平台新媒体账号发布 (具体协商确定) 频次: 共 1 条
	短视频体现	在央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频内体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 8 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素 (具体协商而定) 频次: 共 3 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报, 可体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 3 条
微信	公众号发布	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等, 内可体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 1 条

#### (二) 央视频传播资源

跨平台	短视频直发	央视频各第三方平台新媒体账号同步发布合作方植入的节目预热短视频 (具体协商确定) 频次: 共 1 条
微信	公众号内植入	由央视频微信公众号发布节目相关预热等, 体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 1 条
客户端	首页大浮标	央视频首页大浮标出合作方相关广告图, 形式为独占 频次: 共 1 天
	首页小浮标	央视频首页小浮标出合作方相关广告图, 形式为独占 频次: 共 1 天

首页焦点图	央视频首页焦点图出合作方相关广告图，形式为 1/2 轮 频次：共 3 天
节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次：共 1 期
节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次：共 1 期

---

**【刊例价格】**      **7,588 万**

---

# 中央广播电视总台

## 《启航 2025》跨年晚会行业赞助

- 【广告亮点】**
- 新年夜 CCTV-1、CCTV-3 联手贡献跨年综艺饕餮，再创收视高峰；
  - 群星云集，万众瞩目；
  - 老少皆宜，各年龄层受众一网打尽。

- 【节目播出安排】**
- 2024 年 12 月 31 日 20:00 开播（播出时间为暂定）
- CCTV-1：直播，20:00-22:00 和 22:30-24:30
  - CCTV-3：直播，20:00-24:30

### 【广告回报】

#### 一、 电视资源：

5 秒行业赞助标版	形式：5 秒行业赞助标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）行业赞助播出”，在节目中插口正常位置播出。
	频次：CCTV-3 播出 5 次，CCTV-1 播出 4 次（含并机频次）。
15 秒企业广告	形式：紧跟行业赞助标版播出企业 15 秒广告。
	频次：CCTV-3 播出 5 次（含并机频次），CCTV-1 播出 4 次（含并机频次）。
口播及字幕	形式：主持人口播语中提及行业赞助企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“‘启航 2025’跨年晚会由***（企业名称）行业赞助播出”（字幕可协商）。
	频次：CCTV-3 播出 4 次，CCTV-1 播出 4 次（含并机频次）。
现场摆放	形式：在现场观众席可让观众手持带企业元素灯牌，摆放企业产品堆头给予部分镜头呈现（具体形式待与栏目组协商确定）。
广告植入	形式：在主持人串联或短片中可融入企业元素或产品理念
	频次：CCTV-3 播出 1 次，CCTV-1 播出 1 次（含并机频次）。
片尾鸣谢	形式：片尾鸣谢中出现行业赞助企业名称。
	频次：CCTV-3 播出 1 次，CCTV-1 播出 1 次（含并机频次）。

#### 二、 新媒体端回报：

##### （一）央视文艺传播资源

跨平台	短视频直发	央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频，视频内植入合作方元素（具体协商确定）
		频次：共 3 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素（具体协商而定）
		频次：共 1 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报，可体现合作方元素（具体协商确定）

---

微信 公众号内植入 频次：共 1 条  
由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等，内可体现合作方元素（具体协商确定）

**(二) 央视频传播资源**

客户端 节目页走马灯 于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语  
频次：共 1 期  
节目页浮标 于央视频客户端直播间内出客户浮标广告  
频次：共 1 期

---

**【刊例价格】 1,020 万**

---

# 中央广播电视总台 CCTV-1、CCTV-3 《扬帆远航大湾区音乐会》独家冠名

【节目看点】 新年第一天，用最美妙的音乐，带您追溯中华文化的源远流长、聆听祖国发展的铿锵足音、展望湾区建设的美好明天，唱响粤港澳大湾区新时代最强音。

【播出时间】 2024年1月1日晚黄金时间，CCTV-1、CCTV-3 并机播出（播出时间为暂定）

## 【广告回报】

### 一、电视资源：

#### 节目内回报：

口播及字幕	形式：	以主持人或画外音的形式提及企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出（字幕可协商”。
	频次：	CCTV-3 播出 3 次，CCTV-1 播出 3 次。
冠名片头	形式：	节目片头落版出现独家冠名企业名称或标识。
	频次：	CCTV-3 播出 1 次，CCTV-1 播出 1 次。
冠名片花：	形式：	转场片花中出现“***（企业名称）与栏目名称组成的联合 LOGO”字样。
	频次：	CCTV-3 播出 3 次，CCTV-1 播出 3 次。
角标	形式及频次：	屏幕右下角出现角标，角标可分别呈现企业名称和栏目名称组合 LOGO 和企业单独 LOGO。角标总计播出时间不少于节目时长 30%（含并机）。
横飞字幕	形式：	节目进行中出现横飞字幕，可结合节目主题及品牌相关信息（字幕可协商）。
	频次：	CCTV-3 播出 3 次，CCTV-1 播出 3 次。
现场摆放	形式及频次：	可在节目舞美中体现企业 LOGO 或摆放企业产品，具体呈现形式待双方协商确定。
广告植入	形式及频次：	可在节目串联视频内体现企业文化理念或融入企业元素，具体呈现形式待双方协商确定。
精彩继续标版	形式：	“精彩继续”环节植入提示标版，字幕及配音：“***（企业名称）提示您精彩继续”，在中插广告结束返回节目前播出。
	频次：	CCTV-3 播出 2 次，CCTV-1 播出 2 次。
5 秒独家冠名标版 +15 秒企业广告	形式：	5 秒冠名标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”，冠名标版后接企业 15 秒广告。在节目第一个中插段的正一及倒一位置播出，第二个中插段正一位置播出。

片尾鸣谢	频次:	CCTV-3 播出 3 次, CCTV-1 播出 3 次。
	形式:	片尾鸣谢中出现独家冠名企业名称。
	频次:	CCTV-3 播出 1 次, CCTV-1 播出 1 次。

### 宣推片回报:

冠名宣推片	形式:	时长 20 秒, 内含有 5 秒冠名企业标版, 可出现企业名称或企业标识与栏目名称组合 LOGO。配音: “本节目由*** (企业名称) 独家冠名播出 (配音可协商) ”。
	频次:	CCTV-1 播出 50 次, CCTV-3 播出 50 次。

## 二、 新媒体资源:

### (一) 央视文艺传播资源

跨平台	短视频体现	在央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频内体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 6 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素 (具体协商而定) 频次: 共 3 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报, 可体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 3 条
微信	公众号内植入	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等, 内可体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 1 条

### (二) 央视频传播资源

客户端	首页信息流	央视频首页信息流出合作方相关广告图, 形式为独占 频次: 共 1 天
	首页小浮标	央视频首页小浮标出合作方相关广告图, 形式为独占 频次: 共 1 天
	首页焦点图	央视频首页焦点图出合作方相关广告图, 形式为 1/2 轮 频次: 共 3 天
	节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次: 共 1 期
	节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次: 共 1 期

**【刊例价格】 2,040 万**



# 中央广播电视总台 CCTV-1、CCTV-3 《扬帆远航大湾区音乐会》独家特约

**【节目看点】** 新年第一天，用最美妙的音乐，带您追溯中华文化的源远流长、聆听祖国发展的铿锵足音、展望湾区建设的美好明天，唱响粤港澳大湾区新时代最强音。

**【播出时间】** 2024年1月1日晚黄金时间，CCTV-1、CCTV-3并机播出（播出时间为暂定）

## 【广告回报】

### 一、电视资源：

#### 节目内回报：

口播及字幕	形式：	以主持人或画外音的形式提及企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“本节目由***（企业名称）独家特约播出（字幕可协商）”。
	频次：	CCTV-3 播出 3 次，CCTV-1 播出 3 次。
横飞字幕	形式：	节目进行中出现横飞字幕，可结合节目主题及品牌相关信息（横飞字幕可协商）。
	频次：	CCTV-3 播出 3 次，CCTV-1 播出 3 次。
现场摆放	形式及频次：	可在节目中体现企业 LOGO 或摆放企业产品，具体呈现形式待双方协商确定。
广告植入	形式及频次：	可在节目串联视频内体现企业文化理念或融入企业元素，具体呈现形式待双方协商确定。
5 秒独家特约标版+15 秒企业广告	形式：	5 秒特约标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）独家特约播出”，特约标版后接企业 15 秒广告。在节目第一个中插段的倒二位置播出，第二个中插段倒一位置播出。
	频次：	CCTV-3 播出 2 次，CCTV-1 播出 2 次。
片尾鸣谢	形式：	片尾鸣谢中出现独家特约企业名称。
	频次：	CCTV-3 播出 1 次，CCTV-1 播出 1 次。

#### 宣推片回报：

特约宣推片	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：“本节目由***（企业名称）独家特约播出（配音可协商）”。
	频次：	CCTV-1 播出 20 次，CCTV-3 播出 20 次。

---

## 二、 新媒体资源:

---

### (一) 央视文艺传播资源

---

跨平台	短视频直发	央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频，视频内植入合作方元素（具体协商确定） 频次：共 3 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素（具体协商而定） 频次：共 1 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报，可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条
微信	公众号内植入	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等，内可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条

---

### (二) 央视频传播资源

---

客户端	节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次：共 1 期
	节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次：共 1 期

---

**【刊例价格】 1,220 万**

---

---

# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《端午特别节目》独家冠名

## 【节目看点】

2024 年《端午特别节目》将把歌曲、舞蹈、交响乐、民乐等多种艺术形式结合在一起，展现了中华文明的开放与包容，在 5G+4K+AI 的创新融合基础上，激发每一个华夏女儿的民族自豪感和国家荣誉感。让观众在艺术与文化的碰撞中感受爱国主义为核心的民族精神，度过一个有底蕴更有诗意的端午佳节。

## 【节目播出安排】

2024 年 6 月 10 日 20:06-22:00，CCTV-1、CCTV-3 并机播出  
(节目时间为暂定)

## 【广告回报】

### 一、 电视回报：

5 秒独家冠名标版 +15 秒企业广告	形式： 频次：	5 秒独家冠名标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由*** (企业名称) 独家冠名”，之后播出 15 秒企业广告。在节目三个广告中 插口正一位置播出。 CCTV-1、CCTV-3 各播出 3 次。
独家冠名片头	形式： 频次：	节目片头落版出现独家冠名企业名称与节目名称组成的联合 LOGO。 CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
转场片花	形式： 频次：	转场片花中出现独家冠名企业名称与节目名称组成的联合 LOGO。 CCTV-1、CCTV-3 各播出 2 次。
企业角标	形式：	屏幕右下角出现角标，角标可呈现企业名称和栏目名称组合 LOGO。角 标总计播出时间不少于节目时长 30%。
独家冠名口播及字幕	形式： 频次：	主持人口播语中提及独家冠名企业信息，同时屏幕下方字幕：“本节目由 *** (企业名称) 独家冠名”(呈现可协商)。 CCTV-1、CCTV-3 各播出 3 次。
广告植入	形式：	在节目中适当体现企业品牌元素及具体产品，或在外景小片中出现企业 元素相关画面，具体形式根据节目拍摄的实际情况与栏目组协商确定。
现场布景	形式：	节目录制现场在舞美设计、观众席等环节及场景出现企业名称或标识， 企业元素可单独体现(具体须与栏目组协商确定)。
片尾鸣谢	形式： 频次：	片尾鸣谢中出现独家冠名企业名称。 CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
独家冠名宣推片	形式： 频次：	时长 20 秒，内含有 5 秒独家冠名标版，可出现企业名称或企业标识与 栏目名称组合 LOGO。配音：本节目由 xx 企业为您独家冠名(呈现可 协商)。 CCTV-1、CCTV-3 白天时段滚动播出，各 15 次。

---

## 二、 新媒体资源:

---

### (一) 央视文艺传播资源

---

跨平台	短视频体现	在央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频内体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 6 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素 (具体协商而定) 频次: 共 3 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报, 可体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 3 条
微信	公众号内植入	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等, 内可体现合作方元素 (具体协商确定) 频次: 共 1 条

---

### (二) 央视频传播资源

---

	首页信息流	央视频首页信息流出合作方相关广告图, 形式为独占 频次: 共 1 天
	首页小浮标	央视频首页小浮标出合作方相关广告图, 形式为独占 频次: 共 1 天
客户端	首页焦点图	央视频首页焦点图出合作方相关广告图, 形式为 1/2 轮 频次: 共 3 天
	节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次: 共 1 期
	节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次: 共 1 期

---

**【刊例价格】 1,250 万**

---

# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《端午特别节目》行业赞助

**【节目看点】** “2024 年《端午特别节目》将把歌曲、舞蹈、交响乐、民乐等多种艺术形式结合在一起，展现了中华文明的开放与包容，在 5G+4K+AI 的创新融合基础上，激发每一个华夏女儿的自豪感和国家荣誉感。让观众在艺术与文化的碰撞中感受爱国主义为核心的民族精神，度过一个有底蕴更有诗意的端午佳节。”

**【节目播出安排】** 2024 年 6 月 10 日 20:06-22:00，CCTV-1、CCTV-3 并机播出  
(节目时间为暂定)

## 【广告回报】

### 一、 电视资源：

5 秒行业赞助标版 +15 秒企业广告	形式：	5 秒行业赞助标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）行业赞助”，之后播出 15 秒企业广告。在节目三个广告中插口正常位置播出。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 3 次。
行业赞助口播及字幕	形式：	主持人口播语中提及行业赞助企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“本节目由***（企业名称）独家行业赞助”（口播和字幕可协商）。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 2 次。
广告植入	形式：	在节目中适当体现企业品牌元素及具体产品，或在外景小片中出现企业元素相关画面，具体形式根据节目拍摄的实际情况及栏目组协商确定。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
片尾鸣谢	形式：	片尾鸣谢中出现行业赞助企业名称。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。

### 二、 新媒体资源：

#### （一）央视文艺传播资源

跨平台	短视频直发	央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频，视频内植入合作方元素（具体协商确定） 频次：共 3 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素（具体协商而定） 频次：共 1 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报，可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条

---

微信	公众号内植入	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等，内可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条
----	--------	---

---

## **(二) 央视频传播资源**

---

客户端	节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次：共 1 期
	节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次：共 1 期

---

**【刊例价格】 480 万**

---

---

# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《七夕特别节目》独家冠名

## 【节目看点】

“七夕节”中国的情人节，千古流传的爱情相逢于农历七月，爱情的歌声余音缭绕。在当今这个一切都在快马加鞭的时代，这样缠绵等待的爱情成了无数现代男女的神往。2024年8月10日七夕这天综艺频道将继续推出大型特别直播节目，以“思想+艺术+技术”为创作理念，将七夕文化与时代风貌融合，打造一场既有东方高级审美又极具烟火气、亲和力的晚会，去追寻中国人延绵千年的刻在骨子里的浪漫元素与文化符号。

## 【节目播出安排】

2024年8月10日 20:06-22:00，CCTV-1、CCTV-3 并机播出  
(节目时间为暂定)

## 【广告回报】

### 一、 电视资源：

5 秒独家冠名标版 +15 秒企业广告	形式： 5 秒独家冠名标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由*** (企业名称) 独家冠名”，之后播出 15 秒企业广告。在节目三个广告中 插口正一位置播出。
	频次： CCTV-1、CCTV-3 各播出 3 次。
独家冠名片头	形式： 节目片头落版出现独家冠名企业名称与节目名称组成的联合 LOGO。
	频次： CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
转场片花	形式： 转场片花中出现独家冠名企业名称与节目名称组成的联合 LOGO。
	频次： CCTV-1、CCTV-3 各播出 2 次。
企业角标	形式： 屏幕右下角出现角标，角标可呈现企业名称和栏目名称组合 LOGO。角 标总计播出时间不少于节目时长 30%。
独家冠名口播及字 幕	形式： 主持人口播语中提及独家冠名企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“本节 目由*** (企业名称) 独家冠名”(口播和字幕可协商)。
	频次： CCTV-1、CCTV-3 各播出 3 次。
广告植入	形式： 在节目中适当体现企业品牌元素及具体产品，或在外景小片中出现企业 元素相关画面，具体形式根据节目拍摄的实际情况与栏目组协商确定。
现场布景	形式： 节目录制现场在舞美设计、观众席等环节及场景出现企业名称或标识， 企业元素可单独体现 (具体须与栏目组协商确定)。
片尾鸣谢	形式： 片尾鸣谢中出现独家冠名企业名称。
	频次： CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
独家冠名宣推片	形式： 时长 20 秒，内含有 5 秒独家冠名标版，可出现企业名称或企 业标识与栏目名称组合 LOGO。配音：本节目由 xx 企业为您

独家冠名（内容可协商）。

频次：CCTV-1、CCTV-3 白天时段滚动播出，各 15 次。

## 二、 新媒体资源：

### （一）央视文艺传播资源

跨平台	短视频体现	在央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频内体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 6 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素（具体协商而定） 频次：共 3 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报，可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 3 条
微信	公众号内植入	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等，内可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条

### （二）央视频传播资源

	首页信息流	央视频首页信息流出合作方相关广告图，形式为独占 频次：共 1 天
	首页小浮标	央视频首页小浮标出合作方相关广告图，形式为独占 频次：共 1 天
客户端	首页焦点图	央视频首页焦点图出合作方相关广告图，形式为 1/2 轮 频次：共 3 天
	节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次：共 1 期
	节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次：共 1 期

**【刊例价格】 1,250 万元**



# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《七夕特别节目》行业赞助

**【节目看点】** “七夕节”中国的情人节，千古流传的爱情相逢于农历七月，爱情的歌声余音缭绕。在当今这个一切都在快马加鞭的时代，这样缠绵等待的爱情成了无数现代男女的神往。2024年8月10日七夕这天综艺频道将继续推出大型特别直播节目，以“思想+艺术+技术”为创作理念，将七夕文化与时代风貌融合，打造一场既有东方高级审美又极具烟火气、亲和力的晚会，去追寻中国人延绵千年的刻在骨子里的浪漫元素与文化符号。

**【节目播出安排】** 2024年8月10日 20:06-22:00，CCTV-1、CCTV-3 并机播出  
(节目时间为暂定)

## 【广告回报】

### 一、 电视资源：

5 秒行业赞助标版 +15 秒企业广告	形式：	5 秒行业赞助标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由*** (企业名称) 行业赞助”，之后播出 15 秒企业广告。在节目三个广告中 插口正常位置播出。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 3 次。
行业赞助口播及字 幕	形式：	主持人口播语中提及行业赞助企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“本节 目由*** (企业名称) 独家行业赞助”(口播和字幕可协商)。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 2 次。
广告植入	形式：	在节目中适当体现企业品牌元素及具体产品，或在外景小片中出现企业 元素相关画面，具体形式根据节目拍摄的实际情况及栏目组协商确定。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
片尾鸣谢	形式：	片尾鸣谢中出现行业赞助企业名称。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。

### 二、 新媒体资源：

#### (一) 央视文艺传播资源

跨平台	短视频直发	央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频，视频内植入合作方元素(具体协 商确定)
		频次：共 3 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素(具体协商而定)
		频次：共 1 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报，可体现合作方元素(具体协商确定)

---

频次：共 1 条

微信 公众号内植入 由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等，内可体现合作方元素（具体协商确定）

频次：共 1 条

---

**(二) 央视频传播资源**

客户端 节目页走马灯 于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语

频次：共 1 期

节目页浮标 于央视频客户端直播间内出客户浮标广告

频次：共 1 期

---

**【刊例价格】 480 万**

---

# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《五四青年节特别节目》特别呈现

**【节目看点】** 五四青年节特别节目作为总台“一期一会”的品牌节目，全景式展现出新时代中国青年的奋斗姿态和家国情怀，通过“思想+艺术+技术”的融合传播手段，展现新时代青年肩负历史使命，坚定前进信心，激励新时代青年与新时代同向同行、共同前进，阔步全面建设社会主义现代化国家新征程的决心和信心。

**【节目播出安排】** 2024 年 5 月 4 日 20:06-22:00，CCTV-1、CCTV-3 并机播出  
(节目时间为暂定)

## 【广告回报】

### 一、 电视资源：

5 秒特别呈现标版 +15 秒企业广告	形式：	5 秒特别呈现标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）特别呈现”，之后播出 15 秒企业广告。在节目片头前、片头后、片尾后三个广告段位正一位置播出。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 3 次。
特别呈现片头	形式：	节目片头落版出现特别呈现企业名称与节目名称组成的联合 LOGO。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
转场片花	形式：	转场片花中出现特别呈现企业名称与节目名称组成的联合 LOGO。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 2 次。
企业角标	形式：	屏幕右下角出现角标，角标可呈现企业名称和栏目名称组合 LOGO。角标总计播出时间不少于节目时长 30%。
特别呈现口播及字幕	形式：	主持人口播语中提及特别呈现企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“本节目由***（企业名称）独家特别呈现”（口播和字幕可协商）。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 2 次。
广告植入	形式：	在节目中适当体现企业品牌元素及具体产品，或在外景小片中出现企业元素相关画面，具体形式根据节目拍摄的实际情况与栏目组协商确定。
现场布景	形式：	节目录制现场在舞美设计、观众席等环节及场景出现企业名称或标识，企业元素可单独体现（具体须与栏目组协商确定）。
片尾鸣谢	形式：	片尾鸣谢中出现特别呈现企业名称。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 各播出 1 次。
特别呈现宣推片	形式：	时长 20 秒，内含有 5 秒特别呈现标版，可出现企业名称或企业标识与栏目名称组合 LOGO。配音：本节目由 xx 企业为您特别呈现（配音文字可协商）。
	频次：	CCTV-1、CCTV-3 白天时段滚动播出，各 15 次。

### 二、 新媒体资源：

---

### (一) 央视文艺传播资源

跨平台	短视频直发	央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频，视频内植入合作方元素（具体协商确定） 频次：共 3 条
-----	-------	--

---

海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素（具体协商而定） 频次：共 1 条
----	--------	--

---

微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报，可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条
----	------	--

---

微信	公众号内植入	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等，内可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条
----	--------	---

---

### (二) 央视频传播资源

客户端	节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次：共 1 期
-----	--------	------------------------------------

---

	节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次：共 1 期
--	-------	--------------------------------

---

**【刊例价格】 1,100 万元**

---

# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《五四青年节特别节目》行业赞助

【节目播出安排】 2024 年 5 月 4 日晚黄金时间在 CCTV-1、CCTV-3 并机播出

【广告回报】

## 一、 电视资源：

5 秒行业赞助标版	形式： 5 秒行业赞助标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）行业赞助播出”，在节目片头后、片尾前播出。 频次： CCTV-3 播出 2 次， CCTV-1 播出 2 次。
15 秒企业广告	形式： 紧跟行业赞助标版播出企业 15 秒广告。 频次： CCTV-3 播出 2 次，CCTV-1 播出 2 次。
行业赞助口播及字幕	形式： 节目中以主持人或画外音形式提及赞助企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“感谢***（企业名称）对本节目的支持”（口播和字幕可协商）。 频次： CCTV-3 播出 2 次，CCTV-1 播出 2 次。
片尾鸣谢	形式： 片尾鸣谢中出现赞助企业名称。 频次： CCTV-3 播出 1 次,CCTV-1 播出 1 次。

## 二、 新媒体资源：

### （一）央视文艺传播资源

跨平台	短视频直发	央视文艺新媒体账号发布的节目相关短视频，视频内植入合作方元素（具体协商确定） 频次：共 3 条
海报	海报元素体现	在节目海报内体现合作方 logo 等元素（具体协商而定） 频次：共 1 条
微博	微博发布	由央视文艺微博账号发布节目相关海报，可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条
微信	公众号内植入	由央视文艺微信公众号发布节目相关预热等，内可体现合作方元素（具体协商确定） 频次：共 1 条

### （二）央视频传播资源

客户端	节目页走马灯	于央视频客户端节目间文字走马灯内出客户广告语 频次：共 1 期
	节目页浮标	于央视频客户端直播间内出客户浮标广告 频次：共 1 期

【刊例价格】 320 万元

---

# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《中国梦·祖国颂》国庆特别节目特别呈现

---

**【节目播出安排】** 2024 年 10 月 1 日晚黄金时间在 CCTV-1、CCTV-3 并机播出

---

**【广告回报】**

5 秒特别呈现标版	形式： 频次：	5 秒特别呈现标版画面中出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）特别呈现播出”，在节目片头前倒一、片尾后正一位置播出。 CCTV-3 播出 2 次，CCTV-1 播出 2 次。
15 秒企业广告	形式： 频次：	紧跟特别呈现标版播出企业 15 秒广告。 CCTV-3 播出 2 次，CCTV-1 播出 2 次。
特别呈现口播及字幕	形式： 频次：	节目中以画外音形式提及赞助企业信息，同时屏幕下方字幕内容：“本节目由***（企业名称）特别呈现播出”（口播和字幕可协商）。口播、字幕在每段正一位置播出。 CCTV-3 播出 2 次，CCTV-1 播出 2 次。
片尾鸣谢	形式： 频次：	片尾鸣谢中出现特别呈现企业名称。 CCTV-3 播出 1 次，CCTV-1 播出 1 次。
特别呈现宣推片	形式： 频次：	时长 20 秒，内含有 5 秒特别呈现标版，可出现企业名称或企业标识与栏目名称组合 LOGO。配音：本节目由 xx 企业为您特别呈现（配音文字可协商）。 CCTV-1、CCTV-3 白天时段滚动播出，各 15 次。
《新闻 30 分》内	形式： 频次：	15 秒企业广告在 9-10 月期间安排播出 CCTV-1、CCTV-新闻各 1 次/天，共 10 天

---

**【刊例价格】 500 万元**

---

---

# 中央广播电视总台 2024 年 CCTV-1、3 《中国梦·祖国颂》国庆特别节目行业赞助

---

**【节目播出安排】** 2024 年 10 月 1 日晚黄金时间在 CCTV-1、CCTV-3 并机播出

---

**【广告回报】**

5 秒行业赞助标版	形式:	5 秒行业赞助标版画面中出现企业名称或标识, 配音: “本节目由*** (企业名称) 行业赞助播出”, 在节目片头前、片尾后播出。
	频次:	CCTV-3 播出 2 次, CCTV-1 播出 2 次。
15 秒企业广告	形式:	紧跟行业赞助标版播出企业 15 秒广告。
	频次:	CCTV-3 播出 2 次, CCTV-1 播出 2 次。
行业赞助口播及字幕	形式:	节目中以画外音形式提及赞助企业信息, 同时屏幕下方字幕内容: “感谢*** (企业名称) 对本节目的支持”(口播和字幕可协商)。
	频次:	CCTV-3 播出 2 次, CCTV-1 播出 2 次。
片尾鸣谢	形式:	片尾鸣谢中出现赞助企业名称。
	频次:	CCTV-3 播出 1 次, CCTV-1 播出 1 次。

---

**【刊例价格】 300 万元**

---