

# 2024年财经频道（细分行业）合作伙伴

**【合作伙伴称号】** 授予“2024年财经频道（细分行业）合作伙伴”称号，企业可自行定义自己所在的细分行业，并在线下宣推和商业活动中可使用称号，具体名义和使用形式需提前向总经理室备案，使用期限为2024年1月1日至2024年12月31日。

**【名额】** 5家，同一细分领域内排他

**【广告投放周期】** 2024年1月1日至2024年12月31日

## 一、15秒合作伙伴宣推片+15秒企业广告

**形式：** 宣推片时长15秒，含落版，落版出现“财经频道\*\*\*（细分行业）合作伙伴\*\*\*（企业名称）”字样和企业名称及标识，及内容相符之配音。后跟15秒企业广告。

**位置及频次：** 1月1日至12月31日，共1004次，详见下表。

类别	播出节目或时段	播出时间	播出频次
日播资讯节目	《第一时间》	周一至周日 7:00-9:00	1次/期，全年双日，共计179次
	《天下财经》	周一至周日 12:00-13:00	1次/期，全年双日，共计179次
	可根据所在领域，自选其他资源：《正点财经》9点、10点、11点、14点、15点、16点、17点；		
晚间黄金旗舰节目	《回家吃饭》	周一到周五 18:30-19:00	1次/期，全年单日，共计134次
	《消费主张》	周一到周五 19:30-20:00	1次/期，全年双日，共计128次
	《经济半小时》	周一到周五 20:00-20:30	1次/期，全年双日，共计128次
	《央视财经评论》	周一到周五 21:30-22:00	1次/期，全年单日，共计134次
可根据所在领域，自选其他资源：《生财有道》、《经济信息联播》			
周播精品节目	对话	周六 21:30-22:30	1次/期，共计52次
	可根据所在领域，自选其他资源：《职场健康课》、《一槌定音》、《是真的吗》、《中国经济大讲堂》		
重点纪录片	可根据所在领域，自选重点纪录片资源，预计2部，共12期，2次/期，共24次。		
生活服务特别节目	《美好城市盛典》	3月“两会”前后播出	2次/期，共1期，共计2次
	《回家吃饭》 “新春家宴”	春节期间	2次/期，共1期，共计2次

	<b>可根据所在领域，自选其他资源：</b> 《中国财经榜》、《中国汽车风云盛典》、《3.15 在行动》及财经频道其它生活服务类特别节目。		
<b>经济大事件 报道</b>	达沃斯论坛冬季	1月	2次/期，共1期，共计2次
	“两会”报道	3月	3次/期，共7期，共计21次
	博鳌论坛	3月末	2次/期，共1期，共计2次
	中国品牌日	5月10日	3次/期，共1期，共计3次
	G20峰会	7月	2次/期，共1期，共计2次
	互联网大会	9月	3次/期，共1期，共计3次
	进出口博览会	11月	3次/期，共2期，共计6次
	央视财经论坛	12月12日	3次/期，共1期，共计3次
	<b>可根据所在领域，自选其他资源：</b> 服贸会、中国国际投资论坛、东盟峰会、金砖峰会、达沃斯论坛夏季、APEC、中国发展高层论坛及其它经济大事件、财经频道重大活动特别报道。		

## 二、软性植入合作

### 1、广告植入

形式：在财经频道主办的大活动或其他特别节目中，根据客户所在细分领域，进行软性合作。（具体合作方式协商确定）共1次。

### 2、《美好生活城市盛典》

口播：主持人口播提及企业名称、广告语等企业元素（具体内容协商确定）。共计2次。

字幕：节目中融入企业元素的压屏字幕（具体内容协商确定）。共计2次。

片尾鸣谢：节目片尾鸣谢中出现企业名称或LOGO。共计1次。

### 3、《回家吃饭》特别节目

口播：主持人口播提及企业名称、广告语等企业元素（具体内容协商确定）。共计2次。

字幕：节目中融入企业元素的压屏字幕（具体内容协商确定）。共计2次。

片尾鸣谢：节目片尾鸣谢中出现企业名称或LOGO。共计1次。

### 4、《央视财经论坛》

字幕：节目中融入企业元素的压屏字幕（具体内容协商确定）。共计2次。

片尾鸣谢：节目片尾鸣谢中出现企业名称或LOGO。共计1次。

**【刊例价格】 4,550万**

# 2024 年财经频道《正点财经》报时组合

## 【广告亮点】

- 财经频道王牌广告项目，优质财经资讯广告特征深入人心。
- 独占多档财经新闻前广告段倒一位置，更包括《正点财经》前中插黄金点位，广告与节目完美贴合，让品牌传播力最大化。
- 覆盖全天重点时段，高频次传播，增强企业传播力。

## 【节目播出安排】

- 财经频道 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日周一至周五：9:00 前、10:00 前、11:00 前、14:00 前、15:00 前、16:00 前、17:00 前。

## 【广告回报】

15 秒企业广告  
+ 5 秒报时广告

形式： 《正点财经》前倒一位置播出 15 秒企业广告及 5 秒报时广告，5 秒报时广告表盘画面出现企业名称或标识，配音：“\*\*\*（企业名称）为您报时”。

位置： 8:59:40、9:59:40、10:59:40、13:59:40、14:59:40、15:59:40、16:59:40 播出。

频次： 共计 7 次/天，共计 1834 次。

## 【刊例价格】

5,380 万

# 2024 年财经频道黄金档报时

**【节目播出安排】** 财经频道 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，每周一至周五晚 20:00 前，共 262 期

**【名额】** 独家

## 【广告回报】

15 秒广告  
+5 秒报时标版

**形式:** 20 点《经济半小时》前播出企业 15 秒广告，后跟 5 秒报时标版，画面出现企业名称或标识。配音：“\*\*\*（企业名称）为您报时”（内容可协商确定）。

**位置:** 《经济半小时》栏目播出前倒一位置 19:59:40 播出。

**频次:** 1 次/期，共计 262 次。

**【刊例价格】** 3,100 万

# 2024 年 CCTV-2 “中国 ESG 榜样盛典” 首席合作伙伴

【广告投放周期】 2024 年

【活动简介】 近年来，由环境（Environmental）、社会（Social）和治理（Governance）构成的 ESG 投资理念受到经济界广泛关注，已经成为企业发展的标杆与评价标准，财经节目中心拟构建中国标准的 ESG 体系，推出 ESG 中国 ESG 榜样盛典，发布总台 ESG 报告。

## 【前期回报】

活动宣推片 形式： 时长 30 秒“中国 ESG 榜样盛典”宣推片，落版出现合作伙伴企业元素，并口播、字幕：“2024 年中国 ESG 榜样盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企业名称）”。  
频次： 排期可自选，财经频道内滚动播出 240 次。

## 【常规节目回报】

5 秒标版 形式： 在活动启动仪式、及 ESG 榜样盛典常规月度报告节目前后播出 5 秒标版，  
+15 秒企业广告 内容为“中国 ESG 榜样盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企业名称）”，后跟 15 秒企业广告。  
位置频次： 节目内容前、后各 1 次，共 18 次。

## 【中国 ESG 榜样盛典晚会内回报】

5 秒标版 形式： 在财经频道“中国 ESG 榜样盛典”前后播出 5 秒标版，内容为“中国 ESG  
+15 秒企业广告 榜样盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企业名称）”，后跟 15 秒企业广告。  
位置频次： 晚会片头后、中插一、中插二正一位置各 1 次，共 3 次。

主持人口播 形式： 晚会内，主持人口播提及：“中国 ESG 榜样盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企  
业名称）”。（具体内容可协商确定）  
频次： 共 3 次。

压屏字幕 形式： 随口播出现：“中国 ESG 榜样盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企业名称）”。（具  
体内容可协商确定）。  
频次： 共 3 次。

广告植入 形式： 盛典背景设计或虚拟景观中体现企业元素，或企业与节目的联合 LOGO  
（具体形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、企业协商确定）。

角标 形式： 在盛典节目右下角出现带\*\*\*（企业名称）元素的“中国 ESG 榜样盛典”联  
合 logo，时长为节目总时长的 30%。

片尾鸣谢 形式： 盛典片尾鸣谢出现首席合作伙伴企业 logo 及名称。

【刊例价格】 1,730 万

# 2024 年 CCTV-2 “中国 ESG 榜样盛典” 独家特约

【广告投放周期】 2024 年

【活动简介】 近年来，由环境（Environmental）、社会（Social）和治理（Governance）构成的 ESG 投资理念受到经济界广泛关注，已经成为企业发展的标杆与评价标准，财经节目中心拟构建中国标准的 ESG 体系，推出 ESG 企业社会责任榜样盛典，发布总台 ESG 报告。

## 【前期回报】

活动宣推片 形式： 时长 30 秒 “中国 ESG 榜样盛典” 宣推片，落版出现合作伙伴企业元素，并口播、字幕：“2024 年中国 ESG 榜样盛典由\*\*\*（企业名称）独家特约播出”。  
频次： 排期可自选，财经频道内滚动播出 150 次。

## 【常规节目回报】

5 秒标版 形式： 在活动启动仪式、及 ESG 榜样盛典常规月度报告节目前后播出 5 秒标版，  
+15 秒企业广告 内容为 “2024 年中国 ESG 榜样盛典由\*\*\*（企业名称）独家特约播出”，后跟 15 秒企业广告。  
位置频次： 节目内容前、后各 1 次，共 18 次。

## 【中国 ESG 榜样盛典晚会内回报】

5 秒标版 形式： 在财经频道 “2024 年中国 ESG 榜样盛典由\*\*\*（企业名称）独家特约播  
+15 秒企业广告 出”，后跟 15 秒企业广告。  
位置频次： 晚会片头后、中插一、中插二正二位置各 1 次，共 3 次。

主持人口播 形式： 晚会内，主持人口播提及：“2024 年中国 ESG 榜样盛典由\*\*\*（企业名称）  
独家特约播出”。（具体内容可协商确定）  
频次： 共 3 次。

压屏字幕 形式： 随口播出现：“2024 年中国 ESG 榜样盛典由\*\*\*（企业名称）独家特约播  
出”。（具体内容可协商确定）。  
频次： 共 3 次。

片尾鸣谢 形式： 盛典片尾鸣谢出现特别支持企业 logo 及名称。

【刊例价格】 1,260 万

# 2024 年 CCTV-2 《中国产业地理盛典》 独家冠名

【广告投放周期】 2024 年 1-12 月

【广告回报】

【宣推片回报】

30 秒冠名宣推片 形式： 30 秒“中国产业地理盛典”宣推片，落版出现冠名企业元素与“中国产业地理盛典”节目 LOGO 组成的联合 LOGO（无口播、字幕），并口播字幕：“财经频道《中国产业地理盛典》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”

频次： 排期可自选，财经频道内滚动播出 140 次。

【产业地理线下论坛回报】

线下论坛 形式： 在 2024 年“中国产业地理盛典”线下论坛现场，对冠名企业商业元素（品牌和产品）进行展示。

频次： 全年共 2 场。

【年终盛典回报】

5 秒标版 +15 秒企业广告 形式： 在财经频道“中国产业地理盛典”晚会前后播出 5 秒标版，内容为“财经频道《中国产业地理盛典》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”，后跟 15 秒企业广告。

位置频次： 晚会片头后、中插一正一位置各 1 次，共 2 次。

主持人口播 形式及频次： 晚会内，主持人口播提及：“财经频道《中国产业地理盛典》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”。（具体内容可协商确定）

共 2 次。

压屏字幕 形式及频次： 随口播出现：“财经频道《中国产业地理盛典》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”。（具体内容可协商确定）共 2 次。

广告植入 形式： 盛典背景设计或虚拟景观中体现冠名企业元素，或冠名企业与节目的联合 LOGO（具体形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、企业协商确定）。

角标 形式： 在盛典右下角出现带\*\*\*（冠名企业名称）元素的“中国产业地理盛典”联合 logo，时长为节目总时长的 30%。

片尾鸣谢 形式： “中国产业地理盛典”片尾鸣谢出现冠名企业 logo 及名称。

【刊例价格】 1,250 万

# 2024 年 CCTV-2 《中国产业地理盛典》 独家特约

【广告投放周期】 2024 年 1-12 月

【广告回报】

【宣推片回报】

30 秒特约宣推片	形式:	30 秒“中国产业地理盛典”宣推片, 落版出现特约企业元素与“中国产业地理盛典”节目 LOGO 同屏呈现, 并口播字幕: “财经频道《中国产业地理盛典》由*** (企业名称) 独家特约播出”
	频次:	排期可自选, 财经频道内滚动播出 100 次。

【产业地理线下论坛回报】

线下论坛	形式:	在 2024 年“中国产业地理盛典”线下论坛现场, 对冠名企业商业元素(品牌和产品)进行展示。
	频次:	全年共 1 场。

【年终盛典回报】

5 秒标版 +15 秒企业广告	形式:	在财经频道“中国产业地理盛典”晚会前后播出 5 秒标版, 内容为“财经频道《中国产业地理盛典》由*** (企业名称) 独家特约播出”, 后跟 15 秒企业广告。
	位置频次:	晚会片头后、中插一正二位置各 1 次, 共 2 次。
主持人口播	形式及频次:	晚会内, 主持人口播提及: “财经频道《中国产业地理盛典》由*** (企业名称) 独家特约播出”。(具体内容可协商确定) 共 2 次。
压屏字幕	形式:	随口播出现: “财经频道《中国产业地理盛典》由*** (企业名称) 独家特约播出”。(具体内容可协商确定) 共 2 次。
现场布景	形式:	盛典背景设计或虚拟景观中体现特约企业商业元素(具体形式须根据节目设计, 由总经理室、栏目组、企业协商确定)。
片尾鸣谢	形式:	“中国产业地理盛典”片尾鸣谢出现特约企业 logo 及名称。

【刊例价格】 880 万

# 2024 年 CCTV-2 关注全球经济广告方案

## 【名额】

## 独家

5 秒标版  
+15 秒企业广告

形式： 时长 5 秒，包含企业元素，及口播、字幕 “\*\*\* (企业名称) 邀您关注全球经济，关注\*\*\* (论坛或会议名称)” (内容可协商确定)，后跟企业 15 秒广告。

频次： CCTV-2 滚动播出 60 次，特别节目内播出 15 次，共计 75 次。

事件	举办时间及地点	事件期间回报	总频次
博鳌亚洲论坛	2024 年 3-4 月 中国海南	事件期间 CCTV-2 滚动播出 12 次；CCTV-2 相关直播或特别报道节目内播出 3 次，共 15 次	总计播出 15 次
金砖国家领导人第十五次会晤	2024 年 10 月 俄罗斯喀山	事件期间 CCTV-2 滚动播出 12 次；CCTV-2 相关直播或特别报道节目内播出 3 次，共 15 次	总计播出 15 次
上海合作组织峰会	2024 年 哈萨克斯坦	事件期间 CCTV-2 滚动播出 12 次；CCTV-2 相关直播或特别报道节目内播出 3 次，共 15 次	总计播出 15 次
APEC 领导人非正式会议	2024 年 11 月 秘鲁	事件期间 CCTV-2 滚动播出 12 次；CCTV-2 相关直播或特别报道节目内播出 3 次，共 15 次	总计播出 15 次
第七届中国国际进口博览会	2024 年 11 月 中国上海	事件期间 CCTV-2 滚动播出 12 次；CCTV-2 相关直播或特别报道节目内播出 3 次，共 15 次	总计播出 15 次

## 【刊例价格】

1,202 万

# 2024 年 CCTV-2 《国潮盛典》 独家冠名

【广告投放周期】 2024 年 1-12 月

## 【广告回报】

### 【宣推片回报】

30 秒冠名宣推片	形式:	30 秒“国潮盛典”宣推片, 落版出现冠名企业元素与“国潮盛典”节目 LOGO 组成的联合 LOGO (无口播、字幕), 并口播字幕: “财经频道《国潮盛典》由*** (企业名称) 独家冠名播出”
	频次:	排期可自选, 财经频道内滚动播出 240 次。

### 【启动仪式回报】

5 秒标版+15 秒企业广告	形式:	在财经频道“国潮盛典”颁奖晚会前后播出 5 秒标版, 内容为“国潮盛典独家冠名——*** (企业名称)”, 后跟 15 秒企业广告。
	位置频次:	晚会片头后、中插一正一位置各 1 次, 共 2 次。
压屏字幕	形式:	启动仪式节目内出现: “财经频道《国潮盛典》由*** (企业名称) 独家冠名播出”。(具体内容可协商确定)
	频次:	共 1 次。
现场布景	形式:	启动仪式背景设计或虚拟景观中体现冠名企业元素, 或冠名企业与节目的联合 LOGO (具体形式须根据节目设计, 由总经理室、栏目组、企业协商确定)。

### 【线下展推广告回报】

广告植入	形式:	在 2024 年相关主要展会 (如广交会、进博会、服贸会等) “国潮盛典”展区内, 对冠名企业商业元素 (品牌和产品) 进行展示。
	频次:	全年共 2 场。

### 【年终盛典回报】

5 秒标版+15 秒企业广告	形式:	在财经频道“国潮盛典”颁奖晚会前后播出 5 秒标版, 内容为“财经频道《国潮盛典》由*** (企业名称) 独家冠名播出”, 后跟 15 秒企业广告。
	位置频次:	晚会片头后、中插一正一位置各 1 次, 共 2 次。
主持人口播	形式:	晚会内, 主持人口播提及: “财经频道《国潮盛典》由*** (企业名称) 独家冠名播出”。(具体内容可协商确定)
	频次:	共 2 次。
压屏字幕	形式:	随口播出现: “财经频道《国潮盛典》由*** (企业名称) 独家冠名播出”。(具体内容可协商确定) 共 2 次。
现场布景	形式:	盛典背景设计或虚拟景观中体现冠名企业元素, 或冠名企业与节目的联合 LOGO (具体形式须根据节目设计, 由总经理室、栏目组、企业协商确定)

---

定)。

---

角标	形式:	在盛典右下角出现带*** (冠名企业名称) 元素的“国潮盛典”联合 logo, 时长为节目总时长的 30%。
----	-----	--

---

片尾鸣谢	形式:	“国潮盛典”片尾鸣谢出现冠名企业 logo 及名称。
------	-----	----------------------------

---

**【刊例价格】 2,150 万**

---

---

# 2024年 CCTV-2 《国潮盛典》独家特约

【广告投放周期】 2024年1-12月

【广告回报】

【宣推片回报】

30秒特约宣推片 形式: 30秒“国潮盛典”宣推片,落版出现特约企业元素与“国潮盛典”节目LOGO同屏呈现,并口播字幕:“财经频道《国潮盛典》由\*\*\* (企业名称)独家特约播出”  
频次: 排期可自选,财经频道内滚动播出150次。

【启动仪式回报】

5秒标版+15秒企业广告 形式: 在财经频道“国潮盛典”颁奖晚会前后播出5秒标版,内容为“财经频道《国潮盛典》由\*\*\* (企业名称)独家特约播出”,后跟15秒企业广告。  
位置频次: 晚会片头后、中插一正二位置各1次,共2次。

【线下展推广告回报】

广告植入 形式: 在2024年相关主要展会(如广交会、进博会、服贸会等)“国潮盛典”展区内,对特约企业商业元素(品牌和产品)进行展示。  
频次: 全年共1场。

【年终盛典回报】

5秒标版+15秒企业广告 形式: 在财经频道“国潮盛典”颁奖晚会前后播出5秒标版,内容为“财经频道《国潮盛典》由\*\*\* (企业名称)独家特约播出”,后跟15秒企业广告。  
位置频次: 晚会片头后、中插一正一位置各1次,共2次。

主持人口播 形式: 晚会内,主持人口播提及:“财经频道《国潮盛典》由\*\*\* (企业名称)独家特约播出”。(具体内容可协商确定)  
频次: 共2次。

压屏字幕 形式: 随口播出现:“财经频道《国潮盛典》由\*\*\* (企业名称)独家特约播出”。(具体内容可协商确定)共2次。

现场布景 形式: 盛典背景设计或虚拟景观中体现特约企业商业元素(具体形式须根据节目设计,由总经理室、栏目组、企业协商确定)。

片尾鸣谢 形式: “国潮盛典”片尾鸣谢出现特约企业logo及名称。

【刊例价格】 1,190万

# 2024 年 CCTV-2 “中国美好生活大调查” 独家冠名

【广告投放周期】 2024 年 4-5 月

【广告回报】

【宣推片回报】

30 秒宣推片 形式： 30 秒宣推片，落版含\*\*\*（企业名称）商业元素，并含口播、字幕：“中国美好生活大调查由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”。  
频次： 财经频道内滚动播出 240 次。

【“美好生活城市发布盛典”内广告回报】

5 秒冠名标版 +15 秒企业广告 形式： 5 秒合作伙伴标版，配音：“中国美好生活大调查由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”，后紧跟播出企业 15 秒企业广告。  
位置及频次： 晚会片头前正、倒一位置播出、晚会片尾后广告段正、倒一位置播出，共计播出 4 次。

主持人口播 形式： 晚会开始和结束前，主持人口播：“中国美好生活大调查由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”（具体内容可协商确定）共 3 次

压屏字幕 形式： 随口播出：“中国美好生活大调查由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”。（具体内容可协商确定）共 3 次。

现场布景 形式： 盛典晚会背景设计或虚拟景观中体现企业元素，或企业与节目的联合 LOGO（具体形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、企业协商确定）。

环节植入 形式： 在盛典晚会环节中，以植入式广告的形式，自然呈现冠名企业商业元素（具体形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、企业协商确定）。

片尾鸣谢 形式： 晚会片尾字幕出现\*\*\*（企业名称）名称和标识。  
频次： 共 1 次。

【刊例价格】 1,010 万

# 2024 年 CCTV-2 “中国美好生活大调查” 独家特约

【广告投放周期】 2024 年 4-5 月

【广告回报】

【宣推片回报】

30 秒宣推片 形式: 30 秒宣推片, 落版含\*\*\* (企业名称) 商业元素, 并含口播、字幕: “中国美好生活大调查由\*\*\* (企业名称) 独家特约播出”。

频次: 财经频道内滚动播出 150 次。

【“美好生活城市发布盛典”内及其他回报】

5 秒合作伙伴标版+15 秒企业广告 形式: 5 秒合作伙伴标版, 配音: “中国美好生活大调查由\*\*\* (企业名称) 独家特约播出”, 后紧跟播出企业 15 秒企业广告。

位置及频次: 晚会片头前正、倒二位置播出、晚会片尾后广告段正、倒二位置播出, 共计播出 4 次。

主持人口播 形式: 晚会开始和结束前, 主持人口播: “中国美好生活大调查由\*\*\* (企业名称) 独家特约播出” (具体内容可协商确定) 共 3 次

压屏字幕 形式: 随口播出现: “中国美好生活大调查由\*\*\* (企业名称) 独家特约播出”。(具体内容可协商确定) 共 3 次。

环节植入 形式: 在盛典晚会环节中, 以植入式广告的形式, 自然呈现特约企业商业元素 (具体形式须根据节目设计, 由总经理室、栏目组、企业协商确定)。

片尾鸣谢 形式: 晚会片尾字幕出现\*\*\* (企业名称) 名称和标识。

频次: 共 1 次。

【刊例价格】 628 万

# 2024 年 CCTV-2 “中国汽车风云盛典” 首席合作伙伴

【广告投放周期】 2024 年

## 【广告回报】

【活动简介】 “中国汽车风云盛典”是中央广播电视总台财经节目中心倾力打造的年度车型评选活动，其综合市场反馈、品牌价值、实车测评全方面因素，评选真正具有行业引领力的重磅奖项，为中国汽车产业主力同时为广大消费者的市场选择提供指导性建议，具有可持续性和巨大影响力。

线下权益 授予\*\*\*（企业名称）“中国汽车风云盛典——首席合作伙伴”企业在线下宣推和商业活动中可使用称号及评选活动视觉包装元素，具体使用形式需提前向总经理室备案，使用期限与投放期一致。

## 【宣推片回报】

30 秒宣推片 形式： 30 秒“中国汽车风云盛典”宣推片，落版出现合作伙伴企业元素，并口播、字幕：“中国汽车风云盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企业名称）”。  
频次： 排期可自选，财经频道内滚动播出 240 次。

## 【启动仪式广告回报】

5 秒标版 +15 秒企业广告 形式： 在财经频道“中国汽车风云盛典”启动仪式节目前后播出 5 秒标版，内容为“中国汽车风云盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企业名称）”，后跟 15 秒企业广告。

位置频次： 启动仪式片头后、中插一正一位置各 1 次，共 2 次。

压屏字幕 形式： 屏幕下方出现压屏字幕：“中国汽车风云盛典首席合作伙伴——\*\*\*（企业名称）”（具体内容可协商确定）。

频次： 共 2 次。

角标 形式： 在启动仪式右下角出现带\*\*\*（企业名称）元素的“中国汽车风云盛典”联合 logo，时长为节目总时长的 30%。

启动仪式现场植入 形式： 在启动仪式现场，“中国汽车风云盛典”展台可出现“\*\*\*（企业名称）汽车”商业元素，形式包含但不限于易拉宝、LED 大屏、地贴等，在节目中给予镜头体现。

## 【“中国汽车风云盛典”车型测试广告回报】

5 秒标版 位置： 在财经频道“中国汽车风云盛典”车型测试相关节目内容前后播出 5

+15 秒企业广告	形式:	秒标版, 内容为“中国汽车风云盛典首席合作伙伴——*** (企业名称) 汽车”, 后跟 15 秒企业广告。
	频次:	2 次/期, 共计 20 次。
车型测试现场植入	形式:	在车型测试现场呈现企业商业元素, 并给予镜头体现, 具体形式视场地条件而定, 需与节目组沟通确认, 共 10 次。

### 【盛典晚会广告回报】

5 秒标版+15 秒企业广告	形式:	在财经频道“中国汽车风云盛典”颁奖晚会前后播出 5 秒标版, 内容为“中国汽车风云盛典首席合作伙伴——*** (企业名称)”, 后跟 15 秒企业广告。
	位置频次:	晚会片头后、中插一正一位置各 1 次, 共 2 次。
主持人口播	形式:	晚会内, 主持人口播提及: “中国汽车风云盛典首席合作伙伴——*** (企业名称)”。(具体内容可协商确定)
	频次:	共 2 次。
压屏字幕	形式:	随口播出现: “中国汽车风云盛典首席合作伙伴——*** (企业名称)”。(具体内容可协商确定) 共 2 次。
获奖车型压屏	形式:	获奖车型榜单上方出现“*** (企业名称) 揭榜时刻”, 下方出现企业标识和广告语 (具体形式须根据节目设计协商确定)。
	频次:	颁奖典礼内共 5 次。
现场布景	形式:	盛典背景设计或虚拟景观中体现企业元素, 或企业与节目的联合 LOGO (具体形式须根据节目设计, 由总经理室、栏目组、企业协商确定)。
角标	形式:	在颁奖晚会右下角出现带*** (企业名称) 元素的“中国汽车风云盛典”联合 logo, 时长为节目总时长的 30%。
片尾鸣谢	形式:	“中国汽车风云盛典”颁奖典礼片尾鸣谢出现首席合作伙伴企业 logo 及名称。

**【刊例价格】 1,625 万**

# 2024 年 CCTV-2 “中国汽车风云盛典” 独家特约

【广告投放周期】 2024 年

## 【广告回报】

【活动简介】 “中国汽车风云盛典” 是中央广播电视总台财经节目中心倾力打造的年度车型评选活动，其综合市场反馈、品牌价值、实车测评全方面因素，评选真正具有行业引领力的重磅奖项，为中国汽车产业主力同时为广大消费者的市场选择提供指导性建议，具有可持续性和巨大影响力。

## 【宣推片回报】

30 秒宣推片 形式： 30 秒“中国汽车风云盛典”宣推片，落版出现合作伙伴企业元素，并口播、字幕：“中国汽车风云盛典独家特约——\*\*\*（企业名称）”。

频次： 排期可自选，财经频道内滚动播出 100 次。

## 【启动仪式广告回报】

5 秒标版+15 秒企业广告 形式： 在财经频道“中国汽车风云盛典”启动仪式节目前后播出 5 秒标版，内容为“中国汽车风云盛典独家特约——\*\*\*（企业名称）”，后跟 15 秒企业广告。

位置频次： 启动仪式片头后、中插一正二位置各 1 次，共 2 次。

## 【“中国汽车风云盛典” 车型测试广告回报】

5 秒标版+15 秒企业广告 位置： 在财经频道“中国汽车风云盛典”车型测试相关节目内容前后播出 5 秒标版，内容为“中国汽车风云盛典独家特约——\*\*\*（企业名称）汽车”，后跟 15 秒企业广告。

频次： 2 次/期，共计 20 次。

车型测试现场植入 形式： 在车型测试现场呈现企业商业元素，并给予镜头体现，具体形式视场地条件而定，需与节目组沟通确认，共 10 次。

## 【盛典晚会广告回报】

5 秒标版+15 秒企业广告 形式： 在财经频道“中国汽车风云盛典”颁奖晚会前后播出 5 秒标版，内容为“中国汽车风云盛典独家特约——\*\*\*（企业名称）”，后跟 15 秒企业广告。

位置频次： 晚会片头后、中插一正二位置各 1 次，共 2 次。

主持人口播 形式： 晚会内，主持人口播提及：“中国汽车风云盛典独家特约——\*\*\*（企业名称）”。（具体内容可协商确定）

频次： 共 2 次。

压屏字幕 形式： 随口播出现：“中国汽车风云盛典独家特约——\*\*\*（企业名称）”。（具体内容可协商确定）共 2 次。

---

片尾鸣谢

形式:

“中国汽车风云盛典”颁奖典礼片尾鸣谢出现独家特约企业 logo 及名称。

---

**【刊例价格】**

**1,050 万**

---

# 2024 年 CCTV-2 《央视财经金融之夜年度盛典》 冠名方案（非金融行业）

【广告投放周期】 2024 年 1 月

## 【背景】

金融是现代经济的核心，金融活则经济活，金融稳则经济稳。从建设现代化产业体系到推进高水平对外开放，从促进区域协调发展到全面推进乡村振兴，从增进民生福祉到推动绿色发展，这些宏伟目标的达成，都离不开金融这一“经济血液”的强劲脉动。

中央广播电视总台财经节目中心拟于 2024 年联合央行、金融监管总局、证监会以及银行、保险、证券、基金业协会，倾力推出首届《央视财经金融之夜年度盛典》，秉承国家媒体责任担当，引领中国金融行业创新实践，助推中国金融行业高质量发展。

## 【活动架构】

**盛典晚会：**中国金融行业年度盛典，大型高端晚会形式呈现。以当年金融行业最具代表性的现象、事件和人物为载体，通过发布金融行业赋能科技创新、绿色发展、美好生活等系列“最佳案例”，全面梳理一年间中国金融行业创新发展的脉络和成就，引领行业趋势。

**拟定时间：**2024 年 1 月 **地点：**北京

**播出：**财经频道晚间黄金时间

**【线下权益】** 授予\*\*\*（企业名称）“中央广播电视总台 CCTV-2《央视财经金融之夜年度盛典》独家冠名”称号，企业在线下宣推和活动中可使用称号及活动视觉包装元素，具体使用形式需提前向总经理室备案，使用期一年。

## 【前期回报】

15 秒盛典宣推片 + 5 秒冠名标版  
形式： 时长 15 秒《央视财经金融之夜年度盛典》宣推片，落版出现冠名企业元素，并口播、字幕：“《央视财经金融之夜年度盛典》冠名——\*\*\*（企业名称）”，跟 5 秒冠名标版。  
频次： 2024 年 1 月，财经频道内滚动播出 100 次。

## 【“金融一年间”系列展播广告回报】

5 秒冠名标版+15 秒企业广告  
形式： 在财经频道相关资讯节目（拟定《第一时间》、《天下财经》、《经济信息联播》）中插广告段播出，  
频次： 各 1 次/栏目，共 20 期，全年共 60 次。

## 【盛典广告回报】

5 秒冠名标版+15 秒企业广告  
形式： 在盛典节目内，播出 5 秒冠名标版，内容为“《央视财经金融之夜年度盛典》”

秒企业广告		冠名*** (企业名称)", 后跟 15 秒企业广告。
	位置频次:	节目内片头后、中插一、中插二、中插三广告段正一或倒一位置各 1 次, 共 4 次。
主持人口播	形式:	盛典内, 主持人口播提及: “《央视财经金融之夜年度盛典》冠名*** (企业名称)”。(具体内容可协商确定)
	频次:	共 4 次。
压屏字幕	形式:	口播出现字幕: “《央视财经金融之夜年度盛典》冠名*** (企业名称)”。(具体内容可协商确定)。
	频次:	共 4 次。
现场布景	形式:	在节目现场背景设计或虚拟景观中体现冠名企业元素, 或冠名企业与节目的联合 LOGO (具体形式与栏目组协商确定,在不影响节目内容的情况下巧妙呈现。)
	频次:	共 1 期。
广告植入	形式:	在节目现场摆放企业产品, 带企业元素的桌牌等, 在节目中给予镜头体现。(具体内容可协商确定)
	频次:	共 1 期。
片尾鸣谢	形式:	盛典片尾鸣谢出现独家冠名企业元素及名称。
	频次:	共 1 期。

**【刊例价格】 1,600 万**

# 2024年 CCTV-2《央视财经金融之夜年度盛典》 特约播映方案（非金融行业）

【广告投放周期】 2024年1月

## 【背景】

金融是现代经济的核心，金融活则经济活，金融稳则经济稳。从建设现代化产业体系到推进高水平对外开放，从促进区域协调发展到全面推进乡村振兴，从增进民生福祉到推动绿色发展，这些宏伟目标的达成，都离不开金融这一“经济血液”的强劲脉动。

中央广播电视总台财经节目中心拟于2024年联合央行、金融监管总局、证监会以及银行、保险、证券、基金业协会，倾力推出首届《央视财经金融之夜年度盛典》，秉承国家媒体责任担当，引领中国金融行业创新实践，助推中国金融行业高质量发展。

## 【活动架构】

**盛典晚会：**中国金融行业年度盛典，大型高端晚会形式呈现。以当年金融行业最具代表性的现象、事件和人物为载体，通过发布金融行业赋能科技创新、绿色发展、美好生活等系列“最佳案例”，全面梳理一年间中国金融行业创新发展的脉络和成就，引领行业趋势。

**拟定时间：**2024年1月 **地点：**北京

**播出：**财经频道晚间黄金时间

## 【线下权益】

授予\*\*\*（企业名称）“中央广播电视总台 CCTV-2《央视财经金融之夜年度盛典》独家特约播映”称号，企业在线下宣推和活动中可使用称号及活动视觉包装元素，具体使用形式需提前向总经理室备案，使用期一年。

## 【前期回报】

15秒盛典宣推片 形式： 时长15秒《央视财经金融之夜年度盛典》宣推片，落版出现特约播映企业元素，并口播、字幕：“《央视财经金融之夜年度盛典》特约播映——\*\*\*（企业名称）”，跟5秒特约播映标版。  
+5秒特约播映标版  
频次： 2024年1月，财经频道内滚动播出80次。

## 【“金融一年间”系列展播广告回报】

5秒特约播映标版 形式： 在财经频道相关资讯节目（拟定《第一时间》、《天下财经》、《经济信息联播》）中插广告段播出，  
+15秒企业广告  
频次： 各1次/栏目，共20期，全年共60次。

## 【盛典广告回报】

5秒特约播映标版 形式： 在盛典节目内，播出5秒特约播映标版，内容为“《央视财经金融之夜年度

+15 秒企业广告	位置频次:	盛典》特约播映*** (企业名称)", 后跟 15 秒企业广告。 节目内片头后、中插一、中插二、中插三广告段正一或倒一位置各 1 次, 共 4 次。
主持人口播	形式: 频次:	盛典内, 主持人口播提及: “《央视财经金融之夜年度盛典》特约播映*** (企业名称)”。(具体内容可协商确定) 共 4 次。
压屏字幕	形式: 频次:	口播出现字幕: “《央视财经金融之夜年度盛典》特约播映*** (企业名称)”。(具体内容可协商确定)。 共 4 次。
产品植入	形式: 频次:	在节目现场摆放企业产品, 带企业元素的桌牌等, 在节目中给予镜头体现。(具体内容可协商确定) 共 1 期。
片尾鸣谢	形式: 频次:	盛典片尾鸣谢出现独家特约播映企业元素及名称。 共 1 期。

**【刊例价格】 1,200 万**

# 2024 年 CCTV-2 《中国科创城市盛典》独家冠名

【广告投放周期】 2024 年 1-12 月

【广告回报】

【宣推片回报】

30 秒冠名宣推片	形式:	30 秒“中国科创城市盛典”宣推片，落版出现冠名企业元素与“中国科创城市盛典”节目 LOGO 组成的联合 LOGO（无口播、字幕），并口播字幕：“财经频道《中国科创城市盛典》由***（企业名称）独家冠名播出”
	频次:	排期可自选，财经频道内滚动播出 200 次。

【盛典晚会广告回报】

5 秒标版 +15 秒企业广告	形式:	在财经频道“中国科创城市盛典”晚会前后播出 5 秒标版，内容为“财经频道《中国科创城市盛典》由***（企业名称）独家冠名播出”，后跟 15 秒企业广告。
	位置频次:	晚会片头后、中插一正一位置各 1 次，共 2 次。
主持人口播	形式及频次:	晚会内，主持人口播提及：“财经频道《中国科创城市盛典》由***（企业名称）独家冠名播出”。（具体内容可协商确定）共 2 次。
压屏字幕	形式及频次:	随口播出现：“财经频道《中国科创城市盛典》由***（企业名称）独家冠名播出”。（具体内容可协商确定）共 2 次。
广告植入	形式:	盛典背景设计或虚拟景观中体现冠名企业元素，或冠名企业与节目的联合 LOGO（具体形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、企业协商确定）。
环节植入	形式:	在晚会环节中，以植入式广告的形式，出现企业商业元素。（具体形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、企业协商确定）。
角标	形式:	在盛典右下角出现带***（冠名企业名称）元素的“中国科创城市盛典”联合 logo，时长为节目总时长的 30%。
片尾鸣谢	形式:	“中国科创城市盛典”片尾鸣谢出现冠名企业 logo 及名称。

【刊例价格】 1,560 万

# 2024 年 CCTV-2 《中国文旅经济盛典》 独家冠名

【广告投放周期】 2024 年第一季度

- 【活动简介】
- 从城市系列、景点/路线系列、人物系列、传播创意系列等多维度进行权威性、专业性评选，并在颁奖典礼上颁发奖项。中央广播电视总台财经节目中心特别策划，针对文旅领域打造大型融媒体年度 IP “中国文旅经济盛典”。
  - “中国文旅经济盛典”将公布文旅经济指数，发布文旅产业白皮书，为榜单的获奖单位颁奖。

【线下权益】 授予\*\*\*（企业名称）“中央广播电视总台 CCTV-2《中国文旅经济盛典》独家冠名”称号，企业在线下宣推和活动中可使用称号及评选活动视觉包装元素，具体使用形式需提前向总经理室备案，使用期限与投放期一致。

## 【宣推片回报】

15 秒活动宣推片 + 5 秒冠名标版

形式： 时长 15 秒 “中国文旅经济盛典·文旅赋能系列活动”宣推片，落版出现冠名企业元素，并口播、字幕：“《中国文旅经济盛典》独家冠名——\*\*\*（企业名称）”，跟 5 秒冠名标版。

频次： 2024 年 1 月-2024 年 3 月，财经频道内滚动播出 120 次。

## 【颁奖盛典广告回报】

5 秒冠名标版+15 秒企业广告

形式： 在颁奖盛典节目内，播出 5 秒冠名标版，内容为“《中国文旅经济盛典》独家冠名——\*\*\*（企业名称）”，后跟 15 秒企业广告。

位置频次： 节目内片头后、中插一、中插二广告段正一或倒一位置各 1 次，共 3 次。

冠名片头

形式： 节目片头画面中融入企业元素。

频次： 共 1 期。

主持人口播

形式： 颁奖盛典内，主持人口播提及：“《中国文旅经济盛典》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”。（具体内容可协商确定）

频次： 共 3 次。

压屏字幕

形式： 口播出现字幕：“《中国文旅经济盛典》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”。（具体内容可协商确定）。

频次： 共 3 次。

转场片花

形式： 节目转场画面中融入企业元素

频次： 共 3 次。

现场布景

形式： 颁奖盛典背景设计或虚拟景观中体现企业元素，或企业与节目的联合

		LOGO (具体形式须根据节目设计, 由总经理室、栏目组、企业协商确定)。
	频次:	共 1 期。
广告植入	形式:	在节目现场摆放企业产品, 带企业元素的桌牌等, 节目中给予镜头体现。
	频次:	共 1 期。
角标	形式:	在盛典节目右下角出现带*** (企业名称) 元素与《中国文旅经济盛典》联合 logo, 时长为节目总时长的 30%。
	频次:	共 1 期。
片尾鸣谢	形式:	颁奖盛典片尾鸣谢出现独家冠名企业元素及名称。
	频次:	共 1 期。
<b>【刊例价格】</b>	<b>1,000 万</b>	

# 2024 年 CCTV-2 《中国文旅经济盛典》 特约播映

【广告投放周期】 2024 年第一季度

【活动简介】

- 从城市系列、景点/路线系列、人物系列、传播创意系列等多维度进行权威性、专业性评选，并在颁奖典礼上颁发奖项。中央广播电视总台财经节目中心特别策划，针对文旅领域打造大型融媒体年度 IP “中国文旅经济盛典”。
- “中国文旅经济盛典”将公布文旅经济指数，发布文旅产业白皮书，为榜单的获奖单位颁奖。

线下权益 授予\*\*\*（企业名称）“中央广播电视总台 CCTV-2《中国文旅经济盛典》独家特约播映”称号，企业在线下宣推和活动中可使用称号及评选活动视觉包装元素，具体使用形式需提前向总经理室备案，使用期限与投放期一致。

## 【宣推片回报】

15 秒活动宣推片 形式： 时长 15 秒 “中国文旅经济盛典·文旅赋能系列活动”宣推片，落版出现特约播映企业元素，并口播、字幕：“《中国文旅经济盛典》独家特约播映——\*\*\*（企业名称）”，跟 5 秒特约播映标版。

+5 秒特约播映标版

频次： 2024 年 1 月-2024 年 3 月，财经频道内滚动播出 100 次。

## 【颁奖盛典广告回报】

5 秒特约播映标版 形式： 在颁奖盛典节目内，播出 5 秒特约播映标版，内容为“《中国文旅经济盛典》独家特约播映——\*\*\*（企业名称）”，后跟 15 秒企业广告。

+15 秒企业广告

位置频次： 节目内片头后、中插一、中插二广告段正一或倒一位置各 1 次，共 3 次。

主持人口播 形式： 颁奖盛典内，主持人口播提及：“《中国文旅经济盛典》由\*\*\*（企业名称）独家特约播映播出”。（具体内容可协商确定）

频次： 共 3 次。

压屏字幕 形式： 口播出现字幕：“《中国文旅经济盛典》由\*\*\*（企业名称）独家特约播映播出”。（具体内容可协商确定）。

频次： 共 3 次。

下节精彩提示标版 形式： 在节目预告画面中融入企业元素，节目预告前或后播出提示标版，口播中可提及企业元素。

频次： 共 3 次。

现场布景 形式： 颁奖盛典背景设计或虚拟景观中体现企业元素，或企业与节目的联合 LOGO（具体形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、企业协商确

---

		定)。
	频次:	共 1 期。
广告植入	形式:	在节目现场摆放企业产品, 带企业元素的桌牌等, 节目中给予镜头体现。
	频次:	共 1 期。
片尾鸣谢	形式:	颁奖盛典片尾鸣谢出现独家特约播映企业元素及名称。
	频次:	共 1 期。
<b>【刊例价格】</b>	<b>800 万</b>	

---

---

# 2024 年 CCTV-2 《秘密大改造》（第七季） 独家冠名

【节目播出安排】 CCTV-2 2024年 周六晚19:30-20:30（暂定）

【广告投放周期】 首播共计12期

【名额】 独家

【冠名权益】 冠名企业在线下宣推和商业活动中可使用“CCTV-2《秘密大改造》独家冠名”称号及联合LOGO，具体名义和使用形式需提前向总经理室备案，使用期限自合同签订之日起至下一季节目开始前，不超过一年。

【广告回报】

## 一、宣推片广告回报

30 秒宣推片+5 秒 冠名标版	形式:	宣推片时长 30 秒，画面中节目 LOGO 与冠名企业名称或标识同屏展现并配口播配音（具体体现形式需与栏目组协商确定）。后紧跟 5 秒冠名标版，配音“《秘密大改造》由***（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商）。
	位置:	节目播出前至节目播出结束，财经频道内滚动播出，共计播出 200 次。

## 二、节目内广告回报

5 秒冠名标版	形式:	时长 5 秒，画面出现冠名企业名称和标识。配音“《秘密大改造》由***（冠名企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。
	位置:	节目内片头后、节目内中插一、中插二广告段，正一位置播出
	频次:	3 次/期，首播共计 36 次。
15 秒企业广告	位置:	紧跟 5 秒冠名标版播出。
	频次:	3 次/期，首播共计 36 次。
冠名片头	形式:	节目片头画面出现由冠名企业名称和节目名称组成的联合 Logo。
	频次:	1 次/期，首播共计 12 次。
转场片花	形式:	转场片花出现由冠名企业名称和节目名称组成的联合 Logo。
	频次:	4 次/期，首播共计 48 次。

角标	形式:	屏幕右下角出现 “*** (冠名企业名称) 秘密大改造” 角标; 角标出现时长约每期节目总时长的 30%。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾鸣谢中出现冠名企业名称与标识。
	频次:	1 次/期, 首播共计 12 次。
口播	形式:	主持人口播出现 “本栏目由*** (冠名企业名称) 独家冠名播出”。(内容可协商确定)
	频次:	3 次/期, 首播共计 36 次。
压屏字幕条	形式:	字幕内容出现 “本节目由*** (冠名企业名称) 独家冠名播出。(内容可协商确定)
	频次:	3 次/期, 首播共计 36 次。
现场体现	形式:	节目现场体现冠名企业商业元素, 在不影响节目效果的前提下, 可在节目现场摆放冠名企业产品或带有冠名企业元素的物品 (视冠名企业产品特性决定), 或在节目环节中进行合理植入。具体形式须根据节目设计, 由广告中心、栏目组、冠名企业协商确定。

**【刊例价格】 3,620 万**

# 2024 年 CCTV-2 《碳寻者》独家冠名

## 【节目介绍】

中央广播电视总台财经节目中心将于 2024 年一季度推出首档探索中国绿色能源强国之路的行走真人秀——《碳寻者》，央视主持人携手中国顶尖户外探险达人，与中国顶级能源专家一起步履千里追风逐光，开启一场穿越中国惊险刺激、前所未有的“碳寻”之旅。

这是荧屏史上首次探秘能源与环境、社会、经济的必然联系。这是首次剖析式解读，改变能源格局的中国力量。这是一次全新的具有文旅属性，创造绿色能源领域打卡地的行走真人秀。这是一次最直观的科普，将“绿色能源”与“低碳生活”融合，突破常规、激发想象的跨界表达。从广袤旷野到车水马龙的都市，揭示绿色能源产业发展之路，从一水滴、一缕阳光、一阵微风中，述说绿色能源依靠绿水青山就是金山银山的发展硬道理。

## 【节目播出安排】

首播：2024 年第一季度，每晚 22:00，连续播出，共 12 期（暂定）

## 【广告投放周期】

共 12 期

## 【名额】

独家

## 【冠名权益】

冠名企业在线下宣推和商业活动中可使用“CCTV-2《碳寻者》独家冠名”称号及联合 LOGO，具体名义和使用形式需提前向总经理室备案，使用期限自合同签订之日起至下一季节目开始前，不超过一年。

## 【广告回报】

### 一、宣推片广告回报

#### 30 秒宣推片

形式：

宣推片时长 30 秒，含落版，落版出现口播字幕“《碳寻者》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”并配音。（具体形式与栏目组协商确定）

频次：

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 150 次。

### 二、节目内广告回报

#### 冠名片头

形式：

节目片头画面出现由冠名企业名称和节目名称组成的联合 LOGO。

频次：

1 次/期。

#### 5 秒冠名标版 +15 秒企业广告

形式：

冠名标版时长 5 秒，画面出现冠名企业名称和标识，配音：“《碳寻者》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。冠名标版后播出 15 秒企业广告 1 条。

位置及频次：

在节目内片头后、中插一广告段正一位置播出，2 次/期。

#### 角标

形式：

节目播出时，屏幕右下角出现“\*\*\*（企业名称）《碳寻者》”联合 LOGO 角标，播出时长为节目时长 30%，共 12 期。

#### 广告植入

形式：

节目中以植入式广告的形式，呈现冠名企业产品或冠名企业商业元素，具体

---

形式须根据节目设计，由总经理室、栏目组、冠名企业协商确定，共 12 期。

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）独家冠名的《碳寻者》”（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：“《碳寻者》由\*\*\*（企业名称）独家冠名播出”字样。

频次：2 次/期

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

---

**【刊例价格】 1,521 万**

---

# 2024 年 CCTV-2 《中国国宝大会》独家冠名

**【节目播出安排】** 2024 年第三、四季度 首播：CCTV-2 周六晚 19:30  
(注：以上栏目播出时间为暂定，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。)

**【广告投放周期】** 全年共 12 期

**【广告回报】**

**独家冠名权益** 独家冠名企业在其商业宣推中可使用由企业名称和节目名称组成的联合标识，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。授权企业以该名义进行联合宣推活动，具体活动形式以与栏目组协商为准。

**使用期限：** 自合同签订之日起至下一季节目开始前，不超过一年。

## 一、节目内广告回报

**5 秒标版 +15 秒企业广告** 形式： 独家冠名标版时长 5 秒，企业名称、标识与栏目名称、标识同屏呈现，配音：“中国国宝大会由\*\*\*独家冠名播出”（口播语可协商确定）。标版后播出 15 秒企业广告 1 条。

**位置：** 在节目内第一、二、三段中插广告正一或倒一位置播出。

**频次：** 3 次/期，共 12 期，总计 36 次。

**冠名片头** 形式： 节目片头画面中融入企业元素。

**频次：** 1 次/期，共 12 期，总计 12 次。

**角标** 形式： 节目屏幕左下角出现企业元素，通常形式为：企业与节目的联合 LOGO，或企业 LOGO 与节目 LOGO 翻版交替出现；出现时长为节目总时长的 30%。

**转场片花** 形式： 节目转场画面中融入企业元素。

**频次：** 5 次/期，共 12 期，总计 60 次。

**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：“中国国宝大会由\*\*\*独家冠名赞助播出”（口播内容可协商确定）。

**频次：** 3 次/期，共 12 期，总计 36 次。

**字幕** 形式： 节目中口播同时出现字幕，字幕内容出现：“中国国宝大会由\*\*\*独家冠名赞助播出”字样（字幕内容可协商确定）。

**频次：** 3 次/期，共 12 期，总计 36 次。

**产品摆放** 形式： 在现场摆放企业产品，或带企业元素的桌牌等，节目中给予镜头体现。（具体回报需与节目组商议确定）。

**频次：** 1 次/期，共 12 期，总计 12 次。

**现场布景** 形式： 演播室背景设计或虚拟景观中体现企业元素，或企业与节目的联合 LOGO。

**频次：** 1 次/期，共 12 期，总计 12 次。

广告植入	形式：	根据企业产品特性，在不影响节目效果的前提下，在节目内容中进行合理体现（具体回报需与节目组商议确定）。
	频次：	1次/期，共4期，总计4次。
片尾鸣谢	形式：	节目片尾出现企业名称与标识。
	频次：	1次/期，共12期，总计12次。

## 二、宣推片广告回报

15秒宣推片 +5秒标版	形式：	宣推片时长15秒，后跟5秒独家冠名标版，企业名称、标识与栏目名称、标识同屏呈现，并配相应口播语（内容可协商确定）。
	频次：	节目播出前至节目播出结束，财经频道内滚动播出，播出总计75次。

## 三、新媒体回报

<b>【发布平台】</b>		央视财经新媒体客户端和央视财经第三方平台账号。	
<b>【广告回报期】</b>		2024年1月1日起（具体时间以实际执行为准）	
抖音	短视频 直发	形式：	由@央视财经直发抖音短视频，围绕《中国国宝大会》节目相关主题，在短视频中植入企业元素（具体呈现由三方协商而定）。
		频次：	共计6条。
快手	短视频 直发	形式：	由@央视财经直发快手短视频，围绕《中国国宝大会》节目相关主题，在短视频中植入企业元素（具体呈现由三方协商而定）。
		频次：	共计6条。
微博	微博发布	形式：	由@央视财经直发微博，围绕《中国国宝大会》节目相关主题，在微博中植入企业元素（具体呈现由三方协商而定）。
		频次：	共计6条。
微信	微信发布	形式：	由央视财经直发微信公众号文章，围绕《中国国宝大会》节目相关主题，在文章中植入企业元素（具体呈现由三方协商而定）。
		频次：	共计4条。
跨平台	H5页面 合作	形式：	围绕《中国国宝大会》节目相关主题，制作互动H5页面，页面内可体现企业元素（具体呈现由三方协商而定）。
		频次：	共计1个。
跨平台	海报	形式：	根据《中国国宝大会》，设计相关海报，海报内可体现企业元素（具体呈现由三方协商而定）。
		频次：	共计1张。
客户端	硬广	形式：	开机启动图（1/2轮）
		频次：	共12天。
		形式：	焦点图（最后一帧，独占）；中部通栏（独占）
		频次：	各14天。

**【刊例价格】 3,600万**

# CCTV-2 《中国米食大会》(第二季)

## 独家特约播映

### 【节目播出安排】

2024 年第二、三季度 播出日期待定, 共 12 期

### 一、名义

授予投放企业“CCTV-2《中国米食大会》独家特约播映”称号, 企业可在线下宣推和商业活动中可使用, 使用形式需提前向总经理室备案, 使用期限为根据节目实际播出周期确定, 最多为 1 年。

### 二、宣推片回报

30 秒宣推片 +5 秒特约播映标版	形式:	宣推片时长 30 秒, 画面中包含企业名称或标识。宣推片后紧跟 5 秒特约播映标版, 并口播配音“《中国米食大会》由***企业特约播映”(内容可协商确定)。
	频次:	财经频道内, 节目开始前 1 个月至节目播出结束, 滚动播出 120 次。

### 三、节目内广告回报

5 秒特约播映标版 +15 秒广告	形式及频次:	5 秒特约播映标版内容为“CCTV-2 中国米食大会由***企业独家特约播映”, 后跟 15 秒企业广告(具体内容可协商确定)。
	频次:	3 次/期, 片头后、中插一、中插二广告段正一或倒一位置播出。
主持人口播	形式:	主持人口播:“CCTV-2 中国米食大会由***企业独家特约播映”。(具体内容可协商确定)。
	频次:	3 次/期。
压屏字幕		随口播出现压屏字幕条,“CCTV-2 中国米食大会由***企业独家特约播映”。(具体内容可协商确定)
	频次:	3 次/期。
现场布景	形式:	在演播室内呈现企业商业元素, 具体形式以演播室实际情况为准, 三方协商确认, 共 12 期。
广告植入	形式:	在节目内环节中根据实际情况对企业品牌元素进行植入, 共 12 期。
片尾鸣谢	形式:	片尾字幕企业品牌 LOGO。
	频次:	1 次/期。

### 【刊例价格】

2,200 万

# CCTV-2 《中国小吃大会》独家冠名

【节目播出安排】 首播：CCTV-2 共 11 期（暂定）。

- 【节目介绍】
- 中央广播电视总台联合文化和旅游部、国家发改委、商务部、中国烹饪协会、联动全国各大城市，打造《中国小吃大会》大型融媒体活动，助力地方特色小吃发展，赋能地方经济，让小吃招牌擦得更亮、名气传得更远、产业发展得更好。
  - 每期跟随寻味团前往一座城市，在城市的地标性场地打造一场城市小吃大会，汇聚当地 20 道（拟）最具代表性的小吃美食，通过两轮现场食客品鉴投票，角逐《中国小吃大会》XX 站，“五星小吃”及“必吃小吃”认证，大屏节目播出时新媒体同步开启城市专场直播带货，让观众实现看到、买到、吃到。
  - 让小吃出现它最应该出现的地方！以一场城市夜市小吃大会作为节目聚气的天然舞美场景，汇聚城市最具代表性的 20 道（拟）特色小吃，在小吃大会中以摊位的形式自然呈现，开启《中国小吃大会》美味之战。
  - 播出平台：CCTV-2 周末黄金档，共 11 期，60 分钟/期

【广告回报】

## 一、冠名权益

冠名权益 形式： 冠名企业在其商业宣推中可使用由冠名企业名称和节目名称组成的联合标识，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。

使用期限： 自合同签订之日起至下一季节目开始前，不超过一年。

## 二、宣推片广告回报

15 秒宣推片 形式： 宣推片时长 15 秒，画面中包含企业名称或标识。宣推片后紧跟 5 秒冠名标版，并口播配音“《中国小吃大会》由\*\*\*（企业名称）冠名播出”（内容可协商确定）。（具体形式与栏目组协商确定）

5 秒冠名标版

播出安排： 节目播出前至节目播出结束，财经频道内滚动播出，共 120 次。

## 三、节目内广告回报

5 秒冠名标版+15 秒广告 形式： 5 秒冠名标版：标版画面可出现冠名企业名称及标识，并配音：“《中国小吃大会》由\*\*\*（冠名企业名称）冠名播出”（内容可协商确定）。标版后紧跟 15 秒企业广告。

位置及频次： 节目内片头后、中插一、中插二广告段正一或倒一位置播出，3 次/期。

冠名片头 形式： 节目片头落版画面出现由冠名企业名称和节目名称组成的联合 LOGO。

频次： 1 次/期。

冠名片花 形式： 节目中播出片花，片花落版画面出现由冠名企业名称和节目名称组成的联合 LOGO。

	频次:	2次/期。
现场布景	形式:	节目现场舞美布景或道具等出现冠名企业名称和节目名称组成的联合LOGO, 并给予镜头体现。(上述回报具体形式由栏目组根据节目内容设计确定,在不影响节目内容的情况下巧妙呈现。)
	频次:	共11期
广告植入	形式:	根据产品特性,可在节目环节中进行合理植入,在不影响节目效果的前提下,给予镜头体现。(上述回报具体形式由栏目组根据节目内容设计确定,在不影响节目内容的情况下巧妙呈现。)
	频次:	共11期
口播或画外音 +字幕	形式:	节目播出时,主持人口播或画外音提及:“*** (企业名称)《中国小吃大会》”,同时屏幕下方出现字幕:“本节目由*** (企业名称)独家冠名播出”(口播或画外音及字幕内容可协商确定)。
	频次:	各3次/期
角标	形式:	节目播出时,屏幕右下角出现由冠名企业名称和节目名称组成的联合LOGO,每期出现时长约为本期节目总时长的30%。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾出现:鸣谢*** (企业名称),可出现企业LOGO,
	频次:	1次/期。
<b>【刊例价格】</b>		<b>2,800万</b>

# CCTV-2 《中国小吃大会》特别支持

**【节目播出安排】** 首播：CCTV-2 共 11 期（暂定）。

- 【节目介绍】**
- 中央广播电视总台联合文化和旅游部、国家发改委、商务部、中国烹饪协会、联动全国各大城市，打造《中国小吃大会》大型融媒体活动，助力地方特色小吃发展，赋能地方经济，让小吃招牌擦得更亮、名气传得更远、产业发展得更好。
  - 每期跟随寻味团前往一座城市，在城市的地标性场地打造一场城市小吃大会，汇聚当地 20 道（拟）最具代表性的小吃美食，通过两轮现场食客品鉴投票，角逐《中国小吃大会》XX 站，“五星小吃”及“必吃小吃”认证，大屏节目播出时新媒体同步开启城市专场直播带货，让观众实现看到、买到、吃到。
  - 让小吃出现它最应该出现的地方！以一场城市夜市小吃大会作为节目聚气的天然舞美场景，汇聚城市最具代表性的 20 道（拟）特色小吃，在小吃大会中以摊位的形式自然呈现，开启《中国小吃大会》美味之战。
  - 播出平台：CCTV-2 周末黄金档，共 11 期，60 分钟/期

## 【广告回报】

### 一、名义

特别支持权益 形式：特别支持企业在其商业宣推中可使用由特别支持企业名称和节目名称组成的联合标识，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。

使用期限：自合同签订之日起至下一季节目开始前，不超过一年。

### 二、宣推片广告回报

15 秒宣推片 +5 秒特别支持标版 形式：宣推片时长 15 秒，画面中包含企业名称或标识。宣推片后紧跟 5 秒特别支持标版，并口播配音“《中国小吃大会》由\*\*\*（企业名称）特别支持播出”（内容可协商确定）。（具体形式与栏目组协商确定）

播出安排：节目播出前至节目播出结束，财经频道内滚动播出，共 120 次。

### 三、节目内广告回报

5 秒特别支持标版 +15 秒广告 形式：5 秒特别支持标版：标版画面可出现特别支持企业名称及标识，并配音：“《中国小吃大会》由\*\*\*（特别支持企业名称）特别支持播出”（内容可协商确定）。标版后紧跟 15 秒企业广告。

位置及频次：节目内片头后、中插一广告段正二或倒二位置播出，2 次/期。

产品植入 形式：在节目现场摆放企业产品，带企业元素的桌牌等，可在节目环节中进行合理植入，在不影响节目效果的前提下，给予镜头体现。（上述回报具体形式由栏目组根据节目内容设计确定，在不影响节目内容的前提下巧妙呈现。）

频次：共 11 期

---

口播或画外音 +字幕	形式:	节目播出时,主持人口播或画外音提及:“*** (企业名称)《中国小吃大会》”,同时屏幕下方出现字幕:“本节目由*** (企业名称)特别支持播出”(口播或画外音及字幕内容可协商确定)。
---------------	-----	---

	频次:	各 2 次/期
--	-----	---------

---

片尾鸣谢	形式:	节目片尾出现:鸣谢*** (企业名称),可出现企业 LOGO,
	频次:	1 次/期。

---

<b>【刊例价格】</b>	<b>1,200 万</b>
---------------	----------------

---

# 2024年 CCTV-2 财经纪录独家合作伙伴

【节目播出安排】 2024年（待定）

【名额】 独家

## 【节目亮点】

- 财经频道发挥专业特色，每年精心打造一批精品财经纪录片，专注于独家信息披露、深度调查、高端权威解读，真实纪录国内外重大财经热点事件。成为头部品牌的宣推主阵地。
- 纪录片《电商浪潮》该节目是以消费互联网、数字产业的发展为脉络，寻访在时代浪潮下积极变革的商业实践，将高站位的叙事视角和接地气的呈现方式融合，讲述数字经济领域正在发生的生动故事。
- 纪录片《能源浪潮》深度关照中国能源的实力、潜力和实现双碳目标的动力和努力。计划分五集：1、煤炭的新思路，包括燃烧的超临界和气化等前沿脉动；2、电力新架构，包括光伏、风力等新能源以及配套吸纳工程；3、化工合成的新世界，包括甲醇、乙醇、氢能和各种化工燃料新技术新工艺；4、能源传输和利用的基础设施。特高压、输油输气管线建设以及泛能网；5、互联网的能源浪潮，包括算力、芯片等。
- 纪录片《工业心脏》将带人们走进一个前所未有的神奇动力世界，探寻背后所隐藏的能量密码，揭示现代工业日趋强健的动力“心脏”，如何为中国和世界经济高质量发展，注入源源不断的动力。从火药发明到蒸汽时代，从汽车发明到飞机、火箭升空，如何高效征服和使用动力，始终伴随着人类认识自然、改造自然的全过程。发动机，工业文明时代的动力之源，从能源到交通，从天空到海洋，蒸汽轮机、燃气轮机、航空发动机、火箭发动机，这些性能强悍的动力巨兽，正在现代工业中扮演着越来越重要的角色。
- 纪录片《沃野千里》记录中国耕地的开发现状，聚焦中国沃土的创新拼搏，讲述中国农人躬身稼穡的精彩故事，揭秘丰硕物产背后的奇迹。在内容表达、叙事方式、影像风格上，这部纪录片与《中国粮的奇迹》、《种子 种子》一脉相承，并延续故事的揭秘性、科普性、趣味性，呈现居安思危的情绪表达，以及对粮食安全的深层思辨，形成三部曲。粮安天下，根在“地”，地为粮之本。耕地是我国最为宝贵的资源，是粮食生产的命根子，也是中华民族永续发展的根基。
- 纪录片《遗迹里的奇迹》阐述了中国百年工业之路，虽崎岖坎坷，却光芒万丈。不忘本，是对历史的应有态度。当下中国，正汇聚集合全社会的智慧和资源，整合赋能工业遗产使之与现代社会形成共振。一个个闪光的工业发源地正在重新融入现代生产生活，一个个鲜活的工业遗存见证着中华民族走向伟大复兴。每集聚焦一种保护类型，选择具有代表性的工业遗存，讲述工业遗产复活重生的故事。

- 纪录片《超级“焊”将》阐述了制造业是现代国民经济和综合国力的重要支柱,焊接工艺在推动工业发展和技术进步中占居重要位置。无焊接不成器,无焊接不高端。汽车、高铁、轮船、飞机、火箭、桥梁、油气管道、精密机床、电子芯片.....只要大型、只要复杂、只要精密,必须依靠焊接完成。数百种焊接工艺、上万种焊接材料,中国上百万焊接科工人员,通过焊接让设备连接,通过焊接让世界链接。《超级“焊”将》将以焊接为切入口,展现中国工业制造的精彩瞬间及非凡成就,解读支撑中国制造业崛起腾飞的精神力量。

### 【《电商浪潮》广告回报】(共6集)

5秒合作伙伴标版	形式:	时长5秒,画面出现企业名称或标识,配音:“《电商浪潮》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(口播语可协商确定)。
	位置:	节目内片头前倒一位置,片尾后正一位置。
	频次:	2次/期,首播共12次。
15秒企业广告	位置:	紧跟5秒合作伙伴标版播出。
	频次:	2次/期,首播共计12次。
压屏字幕条	形式:	节目内出现字幕条:“《物联网时代》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(内容可协商确定)
	频次:	2次/期,首播共计12次。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾字幕出现*** (企业名称)名称和标识。
	频次:	1次/期,首播共计6次。

### 【《能源浪潮》广告回报】(共5集)

5秒合作伙伴标版	形式:	时长5秒,画面出现企业名称或标识,配音:“《能源浪潮》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(口播语可协商确定)。
	位置:	节目内片头前倒一位置,片尾后正一位置
	频次:	2次/期,首播共10次。
15秒企业广告	位置:	紧跟5秒合作伙伴标版播出。
	频次:	2次/期,首播共计10次。
压屏字幕条	形式:	节目内出现字幕条:“《能源浪潮》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(内容可协商确定)
	频次:	2次/期,首播共计10次。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾字幕出现*** (企业名称)名称和标识。
	频次:	1次/期,首播共计5次。

### 【《工业心脏》广告回报】(共5集)

5秒合作伙伴标版	形式:	时长5秒,画面出现企业名称或标识,配音:“《工业心脏》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(口播语可协商确定)。
	位置:	节目内片头前倒一位置,片尾后正一位置

	频次:	2次/期, 首播共10次。
15秒企业广告	位置:	紧跟5秒合作伙伴标版播出。
	频次:	2次/期, 首播共计10次。
压屏字幕条	形式:	节目内出现字幕条:“《工业心脏》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(内容可协商确定)
	频次:	2次/期, 首播共计10次。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾字幕出现*** (企业名称) 名称和标识。
	频次:	1次/期, 首播共计5次。

### 【《沃野千里》广告回报】(共6集)

5秒合作伙伴标版	形式:	时长5秒, 画面出现企业名称或标识, 配音:“《沃野千里》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(口播语可协商确定)。
	位置:	节目内片头前倒一位置, 片尾后正一位置
	频次:	2次/期, 首播共12次。
15秒企业广告	位置:	紧跟5秒合作伙伴标版播出。
	频次:	2次/期, 首播共计12次。
压屏字幕条	形式:	节目内出现字幕条:“《沃野千里》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(内容可协商确定)
	频次:	2次/期, 首播共计12次。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾字幕出现*** (企业名称) 名称和标识。
	频次:	1次/期, 首播共计6次。

### 【《遗迹里的奇迹》广告回报】(共8集)

5秒合作伙伴标版	形式:	时长5秒, 画面出现企业名称或标识, 配音:“《遗迹里的奇迹》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(口播语可协商确定)。
	位置:	节目内片头前倒一位置, 片尾后正一位置
	频次:	2次/期, 首播共16次。
15秒企业广告	位置:	紧跟5秒合作伙伴标版播出。
	频次:	2次/期, 首播共计16次。
压屏字幕条	形式:	节目内出现字幕条:“《沃野千里》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(内容可协商确定)
	频次:	2次/期, 首播共计16次。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾字幕出现*** (企业名称) 名称和标识。
	频次:	1次/期, 首播共计8次。

### 【《超级“焊”将》广告回报】(共8集)

5秒合作伙伴标版	形式:	时长5秒, 画面出现企业名称或标识, 配音:“《超级“焊”将》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)”(口播语可协商确定)。
----------	-----	---

---

	位置:	节目内片头前倒一位置, 片尾后正一位置
	频次:	2次/期, 首播共16次。
15秒企业广告	位置:	紧跟5秒合作伙伴标版播出。
	频次:	2次/期, 首播共计16次。
压屏字幕条	形式:	节目内出现字幕条: “《超级“焊”将》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)” (内容可协商确定)
	频次:	2次/期, 首播共计16次。
片尾鸣谢	形式:	节目片尾字幕出现*** (企业名称) 名称和标识。
	频次:	1次/期, 首播共计8次。

---

### 【常规节目《精品财经纪录》广告回报】

5秒合作伙伴标版	形式:	时长5秒, 画面出现企业名称或标识, 配音: “《精品财经纪录》财经纪录独家合作伙伴*** (企业名称)” (口播语可协商确定)。
	位置:	节目内片前倒一位置, 片头后正一位置。
	频次:	全年首播共计80次。
15秒企业广告	位置:	紧跟5秒合作伙伴标版播出。
	频次:	全年首播共计80次。

---

### 【宣推片回报】

合作伙伴宣推片	形式:	15秒带企业元素宣推片+5秒独家合作伙伴标版, 画面落版为企业LOGO和节目名称同屏呈现。
	频次:	2024年全年在财经频道内滚动播出, 共计100次。

---

**【刊例价格】 2,130万**

---

---

# 2024 年 CCTV-2 《京津冀携手奋进十年路》

## 独家特约播映

**【节目播出安排】** 2024 年（待定）共 3 期

**【节目介绍】** 纪录片《京津冀携手奋进十年路》计划 2024 年 2 月推出。2024 年正值京津冀协同发展十周年，纪录片将展现这一重大国家战略所取得的成就，以及我国区域协调发展向更高层次和水平迈进的良好局面。共 3 集，每集 45 分钟。

### 【广告回报】

5 秒标版  
形式：时长 5 秒，画面出现企业/政府/城市名称或标识，配音：“《京津冀携手奋进十年路》由\*\*\*（企业/政府/城市名称）特约播映”（口播语可协商确定）。  
位置：节目片头前倒一位置，片尾后正一位置。  
频次：2 次/期，首播共 6 次。

15 秒企业/政府/城市广告  
位置：紧跟 5 秒特约播映标版播出。15 秒广告中可体现企业/政府/城市名称元素  
频次：（内容可协商确定）。  
2 次/期，首播共计 6 次。

压屏字幕条  
形式：节目中出现字幕条：“《京津冀携手奋进十年路》由\*\*\*（企业/政府/城市名称）特约播映”（内容可协商确定）  
频次：2 次/期，首播共计 6 次。

片尾鸣谢  
形式：节目片尾字幕出现\*\*\*（企业/政府/城市名称）名称和标识。  
频次：1 次/期，首播共计 3 次。

广告植入  
形式：根据企业产品或政府/城市当地特性，在不影响节目效果的前提下，在节目中进行合理体现（具体回报需与节目组商议确定）。  
频次：共 1 次。

### 【宣推片回报】

15 秒宣推片  
形式：15 秒带企业/政府/城市元素宣推片，画面落版为企业/政府/城市 LOGO 和节目名称同屏呈现。  
+5 秒标版  
频次：在财经频道内滚动播出，共计 80 次。

**【刊例价格】 560 万**

# 2024 年 CCTV-2 《专精特新·制造强国》 独家特约播映

## 【节目播出安排】

2024 年（待定）共 6 期

## 【节目介绍】

- 党的十八大以来，我国累计培育 1.2 万家专精特新“小巨人”企业、9.8 万多家专精特新中小企业。专精特新企业是经济活力的重要载体，在我国经济体系中颇具独特性。虽多为中小企业，但由于长期深耕细分领域，其自主创新能力和核心竞争力较强，是产业链供应链的重要节点。
- 为准确把握新发展理念的科学内涵，围绕中央关于专精特新的重大决策部署，切实把中央决策部署转化为具体行动，中央广播电视总台财经节目中心 2024 年将推出《专精特新·制造强国》大型纪录片。
- 《专精特新·制造强国》大型纪录片计划拍摄 6 集，每集时长 45 分钟，拟于 2024 年四季度播出。总台财经频道走进全国的“专精特新”企业，深入中国制造产业一线，探访“专精特新”企业的绝活，讲述“专精特新”企业家的创业故事，解锁“卡脖子、补短板、锻长板、填空白”的技术创新。从“强国利器、美好生活、绝境求生、固链强链、创新沃土、加数前行”等六个维度，通过一个个令人振奋、感人至深的故事，将专精特新的理念传播给广大的中小企业，让“专精特新”这四个字，成为判断一个中小企业是否符合优质的标准，成为中小企业实现高质量发展的成长路径，凝聚共识，汇聚信心，同心聚力中国经济高质量发展。

## 【广告回报】

5 秒标版	形式： 位置： 频次：	时长 5 秒，画面出现企业/政府/城市名称或标识，配音：“《专精特新·制造强国》由***（企业/政府/城市名称）特约播映”（口播语可协商确定）。 节目片头前倒一位置，片尾后正一位置。 2 次/期，首播共 12 次。
15 秒企业/政府/城市广告	位置： 频次：	紧跟 5 秒特约播映标版播出。15 秒广告中可体现企业/政府/城市名称元素” (内容可协商确定)。 2 次/期，首播共计 12 次。
压屏字幕条	形式： 频次：	节目中出现字幕条：“《专精特新·制造强国》由***（企业/政府/城市名称）特约播映”（内容可协商确定） 3 次/期，首播共计 18 次。
片尾鸣谢	形式： 频次：	节目片尾字幕出现***（企业/政府/城市名称）名称和标识。 1 次/期，首播共计 6 次。
广告植入	形式：	根据企业产品或政府/城市当地特性，在不影响节目效果的前提下，在节目中进行合理体现（具体回报需与节目组商议确定）。

---

频次： 共 2 次。

---

**【宣推片回报】**

15 秒宣推片+5 秒标版 形式： 15 秒带企业/政府/城市元素宣推片，画面落版为企业/政府/城市 LOGO 和节目名称同屏呈现。

频次： 在财经频道内滚动播出，共计 100 次。

---

**【刊例价格】 1,100 万**

---