

---

# 中央广播电视总台 2024 年

## “乡村振兴” 合作伙伴

---

为落实“乡村振兴”战略，2024年，中央广播电视总台全新推出“乡村振兴”合作伙伴产品方案，该产品分为两个方案：方案A面向关心“乡村振兴”事业、助力乡村经济发展的知名企业，传播企业实施的乡村振兴行动，增强品牌美誉度。方案B面向在区域市场已形成一定知名度的特色农业产品、或相关产业，帮助相应的企业拓展市场，提升品牌竞争力。

产品方案由“乡村振兴”主题广告和“乡村振兴”主题活动两部分构成。主题广告依托总台CCTV-1、3、4、8、17等频道优质资源，集中在一个季度内高频播出。主题活动包括“央视频《闪闪发光的家乡》”、“央视新闻《“县”在出发》”等特别节目合作，展现“乡村振兴”最新成果，以及百姓的精神风貌和幸福生活，携手共建美丽乡村。

---

### 合作要求

- 1、合作企业的产品、宣传的品牌理念，需符合“乡村振兴”主题；
- 2、合作企业须追求诚信、品质以及良好的社会形象，能够在所属行业起到示范作用。
- 3、合作企业在两年之内无重大负面舆情；
- 4、本产品限制烈性酒行业投放。

---

### 合作金额及名额

- 1、“乡村振兴”合作伙伴-方案A合作金额1000万起，合作家数限两家。
  - 2、“乡村振兴”合作伙伴-方案B合作金额500万起，不限家数。
-

## “乡村振兴”合作伙伴-方案 A

面向关心“乡村振兴”事业、助力乡村经济发展的知名企业，传播企业实施的乡村振兴行动，增强品牌美誉度。

### (一) 主题广告

**广告形式：**由企业制作一只乡村振兴主题包装广告，在 CCTV-1、3、4、8、17 频道季度连续播出，共计 700 次。

**时长：**15 秒

频道	广告栏目	播出时间	频次	总频次
CCTV-1	新闻 30 分前	周一日周日约 11:57 (隔日)	1 次/天	50 次
	第一精选剧场第二集贴片	周一日周日 9:25-11:00 间 (隔日)	1 次/天	50 次
CCTV-3	时段 13	周一至周日约 12:26	1 次/天	90 次
CCTV-4	远方的家中插	周一至周五 17:15-18:00	1 次/天	60 次
CCTV-8	魅力剧场三四集间	周一至周日约 10:03-10:33	1 次/天	90 次
	佳人剧场三四集间	周一至周日约 14:52-15:22	1 次/天	90 次
CCTV-17	17:00 档栏目中插	周一至周日 17:00-17:30	1 次/天	90 次
	19:00 档栏目前	周一至周日约 18:57	1 次/天	90 次
	22:00 档栏目中插	周一至周日 22:00-22:30	1 次/天	90 次

### (二) 主题活动

为合作方策划一场主题活动，生动展现品牌乡村振兴的实践成果。合作方可选择“央视频《闪闪发光的家乡》”，或“央视新闻《发现顶级农场》”直播合作。主题活动合作金额 166 万起，不含举办活动所需的人力、物力等相关费用。

## 选择一：央视频《闪闪发光的家乡》直播合作

<b>【发布平台】</b>	央视频客户端及第三方平台账号。	
跨平台	直播合作	在央视频客户端和央视频第三方平台账号同时发布为合作方的直播 1 场。（协商而定） 频次：共计 1 场
	短视频直发	由央视频 直发短视频，围绕直播主题，在短视频中植入合作方元素。（协商而定） 频次：共计 1 条
微博	博文直发	由@央视频 直发微博，围绕直播主题，在微博中植入合作方元素。（协商而定） 频次：共计 1 条
微信	文章供稿	由央视频 直发微信公众号文章，围绕直播主题，在文章中植入合作方元素（协商而定） 频次：共计 1 篇
海报	海报制作	围绕直播主题，设计相关海报，海报内可体现合作方元素。（协商而定） 频次：共计 1 张
客户端	首页焦点图	央视频客户端首页焦点图，形式为独占（最后一帧）
	首页信息流	央视频客户端首页信息流，形式为独占（第 7 位至第 10 位之间） 频次：共计 2 天

## 选择二：央视新闻《发现顶级农场》直播合作

<b>【发布平台】</b>	央视新闻客户端及央视新闻第三方平台账号（具体平台及账号以实际执行为准）	
跨平台	直播合作	与合作方进行《发现顶级农场》主题单期直播合作，可体现企业元素，在央视新闻客户端及央视新闻第三方平台账号同时发布的《发现顶级农场》直播节目中，可体现央视新闻与企业联合 logo（具体形式、发布平台由三方协商而定）。 频次：共计 1 场。
	短视频直发	由央视新闻在第三方视频平台账号发布短视频，围绕直播主题，体现企业元素（具体形式、发布平台由三方协商而定）。 频次：共计 1 条。
	海报	围绕相关主题，设计相关海报，海报内可体现企业元素。 频次：共计 1 张。
微博	博文直发	由@央视新闻 微博账号发布微博，围绕直播主题，体现企业元素（具体形式由三方协商而定）。 频次：共计 1 条。

微信	文章供稿	由央视新闻微信公众号发布文章，围绕直播主题，体现企业元素（具体形式由三方协商而定）。 频次：共计 1 篇。
头条号	文章供稿	由央视新闻头条号发布文章，围绕直播主题，体现企业元素（具体形式由三方协商而定） 频次：共计 1 篇。
百家号	文章供稿	由央视新闻百家号发布文章，围绕直播主题，体现企业元素（具体形式由三方协商而定） 频次：共计 1 篇。
客户端	启动图	央视新闻客户端开机启动图，1/2 轮。 频次：共计 2 天。
	焦点图	央视新闻客户端焦点图（最后一帧），1/2 轮。 频次：共计 2 天。
	中部通栏	央视新闻客户端中部通栏，1/2 轮。 频次：共计 2 天。

---

**【刊例金额】 1,000 万起**

---

## “乡村振兴” 合作伙伴-方案 B

面向在区域市场已形成一定知名度的特色农业产品、或相关产业，帮助相应的企业拓展市场，提升品牌竞争力。仅限于地方特色农产品和特色产业投放，给予行业政策支持。

### (一) 主题广告

**广告形式：** 由企业制作一只乡村振兴主题包装广告，在 CCTV-1、3、4、8、17 频道季度连续播出，共计 560 次。

**时长：** 15 秒

频道	广告栏目	播出时间	频次	总频次
CCTV-1	新闻 30 分前	周一日周日约 11:57 (隔日)	1 次/天	50 次
CCTV-3	时段 13	周一至周日约 12:26	1 次/天	90 次
CCTV-4	远方的家中插	周一至周五 17:15-18:00	1 次/天	60 次
CCTV-8	魅力剧场三四集间	周一至周日约 10:03-10:33	1 次/天	90 次
	佳人剧场三四集间	周一至周日约 14:52-15:22	1 次/天	90 次
CCTV-17	17:00 档栏目中插	周一至周日 17:00-17:30	1 次/天	90 次
	19:00 档栏目前	周一至周日约 18:57	1 次/天	90 次

### (二) 主题活动

为合作方策划一场 “‘乡村振兴’ 主题活动”，展现 “乡村振兴” 成果，以及百姓的精神风貌和奋斗故事。合作方可选择 “央视频《闪闪发光的家乡》”，或 “央视新闻《“县” 在出发》” 直播合作。合作金额 166 万起，不含举办活动所需的人力、物力等相关费用。

#### 选择一：央视频《闪闪发光的家乡》直播合作

**【发布平台】** 央视频客户端及第三方平台账号。

**跨平台** 直播合作 在央视频客户端和央视频第三方平台账号同时发布为合作方的直播 1 场。（协商而定）

频次：共计 1 场

	短视频直发	由央视频 直发短视频，围绕直播主题，在短视频中植入合作方元素。（协商而定）
		频次：共计 1 条
微博	博文直发	由@央视频 直发微博，围绕直播主题，在微博中植入合作方元素。（协商而定）
		频次：共计 1 条
微信	文章供稿	由央视频 直发微信公众号文章，围绕直播主题，在文章中植入合作方元素（协商而定）
		频次：共计 1 篇
海报	海报制作	围绕直播主题，设计相关海报，海报内可体现合作方元素。（协商而定）
		频次：共计 1 张
客户端	首页焦点图	央视频客户端首页焦点图，形式为独占（最后一帧）
	首页信息流	央视频客户端首页信息流，形式为独占（第 7 位至第 10 位之间）
		频次：共计 2 天

## 选择二：央视新闻新媒体《“县”在出发》直播合作

<b>【发布平台】</b>	央视新闻客户端及央视新闻第三方平台账号。	
直播合作	形式及频次：	在央视新闻客户端及央视新闻第三方平台账号同时发布新媒体直播，在发布直播链接时可体现企业元素。在预热宣推时，可体现央视新闻和企业联合 logo。（具体呈现由三方协商而定），1 场。
微博直发	形式及频次：	由@央视新闻 新浪微博账号直发微博，围绕直播主题，在微博中体现企业元素，（具体呈现由三方协商而定），共 1 条；
微信直发	形式及频次：	由央视新闻 直发微信公众号文章，围绕直播主题，在文章中体现企业元素（具体呈现由三方协商而定），共 1 篇。
短视频直发	形式及频次：	由央视新闻 在第三方平台账号直发短视频，围绕直播主题，体现企业元素（具体呈现协商而定），共 1 条。
直播海报	形式及频次：	在节目宣推海报中可体现企业元素。（具体呈现协商而定），共 1 张。
客户端开机图	形式及频次：	央视新闻客户端开机启动图（1/4 轮）5 天。

**【刊例金额】 500 万起**

说明：

一、电视端：

- 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、本方案所有节目名称暂定、广告形式均为实际执行为准。
- 4、本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

二、新媒体：

- 1、总台新媒体直播合作所涉及的制作费需协商确定。
- 2、新媒体直播合作不可指定主持人，直播时长原则上不超过两个小时。
- 3、中央广播电视总台总经理室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，需经中央广播电视总台总经理室备案。
- 4、总台新媒体只负责广告发布，如平台方依据其相关商业规则对其进行屏蔽或限流，则由企业自行承担。
- 5、方案回报须至少提前七个工作日报备排期并提前五个工作日提供通过广告审核的素材。
- 6、节目相关版权归中央广播电视总台所有，主持人肖像不得随意使用，节目及预告等未经总经理室批准，企业不得用于任何形式的二次传播。
- 7、企业可以使用经总台新媒体和总经理室确认的物料进行商业宣推，不可擅自将物料进行修改（物料中可体现总台新媒体和企业联合 logo）。
- 8、企业可以在由总台新媒体及总经理室确认过的平台上推广此次直播。
- 9、合作形式不得过于商业化，若因商业化问题导致不能发布，责任由企业承担
- 10、此方案须于广告回报期内执行完毕，若因不可抗力或客户原因（例如客户不提供物料或物料过于商业化未通过节目组审核等）导致未能执行，逾期不予补播。
- 11、新媒体广告回报最终解释权归中央广播电视总台总经理室所有。

中央广播电视总台总经理室

2023 年 10 月 27 日