

2010年第八届中国重庆武隆

国际山地户外运动公开赛

赞助方案

主办单位：

国家体育总局、

国家广电总局、

重庆市人民政府

上海招商中心：

中国户外网

重庆武隆国际公开赛简介



武隆国际山地户外运动公开赛（以下简称“武隆山地赛”），英语缩写为 WMQ (Wulong Mountain Quest)，创自于 2003 年。

经过七年的发展，武隆山地赛已经成为世界三大顶级山地户外运动赛事之一，是亚洲规模最大、最具影响力、赛事水平最高的户外越野赛事，也是国内唯一的国际山地户外运动 A 级赛事。

武隆山地赛吸引了来自欧洲、亚洲、北美洲、大洋洲、非洲等共计 34 个国家和地区，以及国内各省、市最高水平的 100 多支运动队伍先后参赛。2006 年首次通过卫星面向全球对赛事进行直播。

武隆山地赛主办方：国家体育总局、国家广电总局、重庆市人民政府

目 录

一、2010年重庆武隆国际山地户外公开赛赛事安排

二、赞助形式及回报

(一) 总冠名赞助

(二) 服装赞助

(三) 饮用水、保健品赞助

(四) 器材赞助

三、赛事影响力

四、参与媒体（总计超过100家）

一、2010年重庆武隆国际山地户外公开赛赛事安排

赛事名称：2010年第八届中国重庆武隆国际山地户外公开赛

赛事时间：2010年9月

赛事级别：世界三大顶级山地户外运动赛事之一

亚洲规模最大、最具影响力、赛事水平最高的户外越野赛事

国内唯一国际山地户外运动 A 级赛事

赛事规模：来自欧洲、亚洲、北美洲、大洋洲、非洲等等的 25 支参赛队

赛事特点：赛程 4 天，总长达 250 公里，包含多个户外项目——山地自行车、越野跑、跑骑交替、皮划艇、岩降、漂流、探洞、森林定点穿越、峡谷滑索等

赛事奖项：总奖金 15 万美金，平均每天奖金为 5 万元美金（山地户外赛单日奖金世界最高）

二、赞助形式及回报

总冠名赞助费用：1000 万，回报总价值超过 2500 万

回报项目	形式	内容	说明	价值
一、冠名 企业名称 及 LOGO 展示	1) 比赛名称 体现	2010“XX(总冠名企业)” 杯中国·重庆·武隆国际山 地户外运动公开赛	所有电视媒体、户外媒体、网络媒体、报刊杂志等平面媒体对外发布的任何新闻、专题、广告均宣传：“XX 杯”中国重庆武隆国际山地公开赛 赛事所有主会场、分场，与赛事相关的所有横幅、指示牌、彩旗、飘带、拱门等，均标示：“XX 杯”中国重庆武隆国际山地公开赛 重庆卫视现场直播的演播室背景板，含有 2010“XX 杯”中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛 参赛选手的比赛服，显著位置佩带有 2010“XX 杯”中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛标志及选手号码牌	500 万
		将冠名企业列为协办单位	在所有对外电视、网络、户外、平面媒体的新	

	2) 协办单位	对外宣传	闻、专题、广告等等中发布 协办单位：XX 企业	
	3) 比赛用品	公开赛所有物件印制冠名企业的 LOGO 和名称	公开赛所有证件、 宣传单页、 秩序册及奖杯、 比赛礼品、 比赛海报、 比赛画册 印制冠名企业 LOGO 及名称	
二、重庆 武隆山地 赛	1) 全程参与 赛事,充分展 示		1) 武隆县人民政府颁发赞助荣誉证书及纪念奖杯 2) 领导参与比赛所有新闻发布会和开幕式 3) 开幕式发言致辞 4) 主持人口播多次“2010 ‘XX’ 杯中国·重庆·武隆国际山地户外运动公开赛”，并在结尾鸣谢冠名企业 5) 主要领导担任比赛的颁奖嘉宾，并与出席颁奖仪式的领导及运动员合影 6) 主要领导出席赛后庆功酒会，并以嘉宾身份接受媒体的采访	
	2) 冠名企业 自主宣传	赛事期间，多种广告形式， 由冠名企业自主宣传	中央电视台、重庆电视台多个频道赛事宣传片（含 2010 “XX 杯” 中国·重庆·武隆国际山地户外运动公开赛）后紧跟 5 秒冠名企业标版广告 中央电视台、重庆电视台多个频道 15 秒冠名企业的广告片在赛事期间滚动播出 武隆县政府向冠名企业免费提供宣传场地 主会场、每日比赛终点、颁奖区域、混合采访区域将摆放冠名企业的户外广告牌 武隆至各比赛赛场主要路段发布由冠名企业制作的户外广告	

		赠送赛况实录 VCD 及赛事精华 3) 其他回报 将冠名企业作为旅游优先企业	1) 武隆县政府提供一定数量免费旅游名额或一定数量武隆各景点门票 2) 冠名企业与武隆旅游各景区签订年度战略合作伙伴协议,可享受该景区最低门票优惠政策和优质接待服务; 3) 武隆县人民政府向冠名企业颁发“支持武隆体育旅游发展荣誉企业”,将冠名企业列为当地项目开发优先考虑企业, 4)对冠名企业在当地的销售渠道给予最优惠的政策扶持	
三、媒体 回报	电视媒体广告	冠名企业广告片 15 秒广告	中央 1 套、中央新闻频道、中央 4 套、凤凰卫视、东方卫视、上海五星体育、四川电视台、广东卫视、山东卫视、重庆卫视、重庆电视台、旅游卫视、陕西卫视、上海纪实频道等 20 多个频道,在比赛直播及重播期间,多次滚动播出,总计不少于 300 次	1500 万
	网络媒体广告	冠名企业网络广告	中国户外网首页及最终页一年首屏旗帜广告,配合冠名企业宣传; 网络专题配合武隆赛事,为冠名企业预留推广位置	500 万
	平面媒体新闻发布	多家平媒联合新闻发布	人民日报、中国体育报、中国青年报、光明日报、新华社、中新社、国际日报、文汇报及各省市报刊,总计不少于 50 家; 《山野》、《户外装备》、《户外探险》、《户外》等专业杂志 对武隆山地赛作联合新闻报道	

服装赞助：800 套服装（帽、衣、鞋、裤）+现金，总价值为 40 万人民币，回报价值超过 100 万元。

回报项目	形式	内容	说明	价值
一、服装 赞助企业 名称体现	1) 名称	获得“2010 武隆国际户外运动公开赛唯一指定服装”称号	自签约日起至比赛结束后半年,赞助企业有权在宣传和促销中使用本次大赛的标志	
	2) 赞助单位	将赞助企业列为赞助单位 对外宣传	在所有对外电视、网络、户外、平面媒体的新闻、专题、广告等等中发布 赞助单位: XXX 企业 大赛宣传片在重庆电视台频道滚动播出	
	3) 比赛用品	公开赛宣传物品中宣传赞助单位	组委会在本次大赛的《总秩序册》、宣传单、海报印刷品上,发布赞助企业标志	
二、重庆 武隆山地 赛	1) 参与赛事, 进行宣传	荣誉证书及颁奖嘉宾	1) 由政府颁发赞助荣誉证书 2) 赞助企业的领导以嘉宾身份出席开闭幕式及每日颁奖的颁奖嘉宾	
	2) 赞助企业 自主宣传	赛事期间,多类广告资源提供给赞助企业	1) 本次比赛宣传高潮期,大赛宣传片在重庆电视台及央视频道滚动播出,并在片尾鸣谢本赞助企业 2) 武隆至各比赛赛场主要交通路段发布由赞助企业制作的户外广告 3) 大赛开闭幕式现场布置由赞助企业产品广告的巨型 3 条幅 4) 在单项比赛起点及终点设置企业产品广告的 A 型展架	
三、媒体 回报	电视媒体	赞助企业名称	5) 中央 1 套、中央新闻频道、中央 4 套、凤凰卫视、东方卫视、上海五星体育、四川电视台、广东卫视、山东卫视、重庆卫视、重庆电视台、旅游卫视、陕西卫视、上海纪实频道等频道在每次比赛结束时鸣谢赞助企业	
	网络媒体广告	赞助企业网络广告支持	6) 中国户外网最终页一年首屏横幅广告,配合赞助企业宣传; 7) 网络专题配合武隆赛事,专题页宣传赞助单位	

饮用水、保健品赞助：5000 件+现金，总价值 30 万元，回报价值超过 70 万元

回报项目	形式	内容	说明	价值
一、服装 赞助企业 名称体现	1) 名称	获得“2010 武隆国际户外运动公开赛唯一指饮用水”称号	自签约日起至比赛结束后半年,赞助企业有权在宣传和促销中使用本次大赛的标志	
	2) 赞助单位	将赞助企业列为赞助单位 对外宣传	在所有对外电视、网络、户外、平面媒体的新闻、专题、广告等等中发布 赞助单位： XXX 企业	
	3) 比赛用品	公开赛宣传物品中宣传 赞助单位	组委会在本次大赛的《总秩序册》、宣传单、海报印刷品上，发布赞助企业标志	
二、重庆 武隆山地 赛	1) 参与赛事,进行宣传	荣誉证书及颁奖嘉宾	1) 由政府颁发赞助荣誉证书 2) 赞助企业的领导以嘉宾身份出席开闭幕式及每日颁奖的颁奖嘉宾	
	2) 赞助企业 自主宣传	赛事期间，多类广告资源 提供给赞助企业	1) 本次比赛宣传高潮期，大赛宣传片在重庆电视台及央视频道滚动播出，并在片尾鸣谢本赞助企业 2) 武隆至各比赛赛场主要交通路段发布由赞助企业制作的户外广告 3) 大赛开闭幕式现场布置由赞助企业产品广告的巨大 3 条幅 4) 在单项比赛起点及终点设置企业产品广告 A 型展架	
三、媒体 回报	电视媒体	赞助企业名称	中央 1 套、中央新闻频道、中央 4 套、凤凰卫视、东方卫视、上海五星体育、四川电视台、广东卫视、山东卫视、重庆卫视、重庆电视台、旅游卫视、陕西卫视、上海纪实频道等频道在比赛高潮期鸣谢赞助企业	
	网络媒体广告	赞助企业网络广告支持	中国户外网最终页一年首屏横幅广告，配合赞助企业宣传； 网络专题配合武隆赛事，专题页宣传赞助单位	

器材赞助

器材包括：

1.汽车：包括运动员 29 座位巴士（1 辆）、记者皮卡车（3 辆）、裁判越野车（3 辆）、小汽车（2 辆）。

赞助方式：实物赞助。可分类别赞助也可全部赞助。

2.皮划艇：四人皮艇（30 艘）、双人划艇（60 艘）。

赞助方式：实物赞助。可分类别赞助也可全部赞助。

3.对讲机（200 部）、移动电话（300 部）、运动表（400 块）

赞助方式：实物赞助。可分类别赞助也可全部赞助

4.户外帐篷（500 顶）、运动背包（800 个）。

赞助方式：实物+2 万现金。可分类别赞助也可全部赞助。

回报项目	形式	内容	说明	价值
一、服装 赞助企业 名称体现	1) 名称	获得“2010 武隆国际户外运动公开赛 XX (器材名称) 赞助”称号	自签约日起至比赛结束后半年, 赞助企业有权在宣传和促销中使用本次大赛的标志	
	2) 赞助单位	将赞助企业列为赞助单位 对外宣传	在所有对外电视、网络、户外、平面媒体的新闻、专题、广告等等中发布 赞助单位: XXX 企业	
	3) 比赛用品	公开赛宣传物品中宣传 赞助单位	组委会在本次大赛的《总秩序册》、宣传单、海报印刷品上, 发布赞助企业标志	
二、重庆 武隆山地 赛	1) 参与赛事, 进行宣传	荣誉证书及颁奖嘉宾	1) 由政府颁发赞助荣誉证书 2) 赞助企业的领导以嘉宾身份出席开闭幕式及每日颁奖的颁奖嘉宾	
	2) 赞助企业 自主宣传	赛事期间, 多类广告资源 提供给赞助企业	1) 本次比赛宣传高潮期, 大赛宣传片在重庆电视台及央视频道滚动播出, 并在片尾鸣谢本赞助企业 2) 武隆至各比赛赛场主要交通路段发布由赞助企业制作的户外广告 3) 大赛开闭幕式现场布置由赞助企业产品广告的巨大 3 条幅 4) 在单项比赛起点及终点设置企业产品广告 A 型展架	
三、媒体 回报	电视媒体	赞助企业名称	中央 1 套、中央新闻频道、中央 4 套、凤凰卫视、东方卫视、上海五星体育、四川电视台、广东卫视、山东卫视、重庆卫视、重庆电视台、旅游卫视、陕西卫视、上海纪实频道等频道在比赛高潮期鸣谢赞助企业	
	网络媒体广告	赞助企业网络广告支持	中国户外网最终页一年首屏横幅广告, 配合赞助企业宣传; 网络专题配合武隆赛事, 专题页宣传赞助单位	

五 . 重庆武隆国际山地户外公开赛参与媒体 (总计超过 100 家)

1. 电视媒体：中央 1 套、中央新闻频道、中央 4 套、凤凰卫视、东方卫视、上海五星体育、四川电视台、广东卫视、山东卫视等**新闻报道**。

重庆卫视、重庆电视台、旅游卫视、陕西卫视、上海纪实频道、上海电视台英语频道**专题报道**。

2. 平面媒体：

1) 综合类：人民日报、中国体育报、中国青年报、光明日报、新华社、中新社、国际日报、文汇报、大公报、香港商报、新加坡联合早报、美国新闻周刊、环球时报、日本经济新闻社、体坛周报等。

2) 地域类：全国 34 个省中每省选取 1 家平面媒体，共计 34 家。

3) 专业类：《山野》、《户外装备》、《户外探险》、《户外》杂志。

3. 网络媒体：

1) 中国户外网——官方授予“唯一户外网络媒体”，全方位深度报道

2) 新浪网、搜狐网、新华网、人民网、中国新闻网、央视网、腾讯网、网易、凤凰网新闻报道

3) 新华网、新浪重庆网、华龙网、大渝网、SLEEPMONSTER (英国) 专题报道。

七. 重庆武隆国际山地户外公开赛商业价值

1.市场定位——每日比赛有看点、亿万观众同关注

中央 1 套、5 套、新闻频道，重庆卫视将全程播出比赛实况；同时，多家卫视及地方电视台将对比赛进行新闻报道和深入专题报道。另外，多家平面报刊杂志和网络媒体，对赛事共同宣传。媒体数量高达 70 家，比赛吸引亿万观众共同关注。

重庆武隆国际山地赛总奖金额将高达 15 万美元，其中冠军队的奖金为 3 万 5 千美元，比赛的前 14 名都将获得高额奖励。每日比赛的前三名同时也将获得不菲的奖金。巨额奖金将激励选手不断超越自我，挑战自然极限。

2.目标收视人群

自 2007 年起，中国·重庆武隆国际山地户外运动公开赛通过中央电视台和省级卫星电视播出，使得此项赛事已经深入人心，并深受社会各阶层、各年龄层次的观众喜爱，在社会上拥有广泛的收视群体。尤其受到时尚人群、广大体育和旅游爱好者的特别喜爱与关注。

3.超高的市场认知度、超值的商业及社会回报

国际山地户外运动公开赛突破了以往体育赛事的常规形态，将自然风光、极限运动、现代元素、时尚符号、媒体宣传完美的融入赛事之中，将其打造成为令人耳目一新、怦然心动的视觉盛宴。

2009 年的公开赛由重庆电视台卫星频道、新闻频道全程航拍直播赛事、每天两小时轮番播放本次赛事精彩赛况，包括中央电视台、新华社、中国体育报、中国旅游报、旅游卫视、广东体育等在内的百余家国内强势新闻媒体，新浪、网易、搜狐、腾讯等国内门户网站，共同社、美联社、法新社、《Adventure Sports》、《Competitor》、www.sleepmonsters.com 等国际知名媒体及重庆本地各家媒体全力推广

本次赛事。

重庆电视台新闻频道通过卫星直播，全球上亿电视观众收看了本次赛事，进一步提高了赛事的知名度和影响力！

4.品牌型赛事，超值回报

中国·重庆·武隆国际山地户外运动公开赛作为具有世界影响力的年度体育赛事，已成功地举办了七届，目前已经成为国家体育总局、中登协品牌赛事，成为全国乃至世界范围内山地运动爱好者瞩目的焦点赛事，蕴藏着巨大的市场价值和丰富的商业潜力。

武隆国际山地户外运动公开赛所形成的品牌效应已经引起了广泛的关注，而赛事本身也为众多的企业及产品提供了成熟、稳固、卓有成效的市场推广平台，具有深远的商业影响力与广泛的社会影响力，也将为参与此项活动的各方企业、客商提供了一个受众面广、影响力巨大的活动平台和市场推广契机。

联系方式

上海招商中心

电话：021-62492008-18/20

手机：15800730699/15800730300

Email：marketing@cmgd.asia

联系人：余先生/丁小姐

招商截止日期 2010年5月