

# 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 国家广播电影电视总局 重庆市人民政府

承办单位：国家体育总局登山运动管理中心 重庆市体育局  
重庆市广电集团（总台） 武隆县人民政府

顾问：薄熙来 中央政治局委员、中共重庆市委书记

刘 鹏 国家体育总局局长

王太华 中宣部副部长、国家广电总局局长

黄奇帆 重庆市人民政府代市长

主任：杨树安 国家体育总局副局长

胡占凡 国家广电总局副局长

谢小军 重庆市人民政府副市长

副主任：张明树 重庆市人民政府副秘书长

吴建华 重庆市体育局局长

刘 旗 中共武隆县委书记

李致新 国家体育总局登山运动管理中心主任

李晓枫 重庆广电集团（总台）总裁

郭忠亮 武隆县人民政府县长

# 公开赛简介

## 公开赛的赛事价值

### 赛事品牌价值:

- ◇ 世界三大国际户外运动赛事之首
- ◇ 亚洲最具影响力、规模最大、水平最高的户外运动赛事
- ◇ 中国西部唯一直辖市最高级别的顶级赛事

### 赛事品牌诉求:

- ◇ 拼搏、团结、超越
- ◇ 自然、健康、绿色

## 公开赛的商业价值

### 全方位的媒体立体支持:

- ◇ CCTV1/3/4/5/7 高度关注、全程转播
- ◇ 各大合作媒体全情参与，重庆电视台全程直播。
- ◇ 国际、国内知名媒体高度关注
- ◇ 新浪网、大渝网、中国户外网、武隆旅游网、公开赛官方网站专栏互动

### 明星的推动效应:

- ◇ 世界知名选手及晚会明星的影响力
- ◇ 世界前 6 强全部登场
- ◇ 七星级赛道大师点睛之作
- ◇ 国内运动队前 5 强

◇ 华人巨星倾情献艺

### 坚实的受众群体基础:

- ◇ 跨越国际的核心群体受众
- ◇ 超过三千万的核心区域群体基数
- ◇ 范围广阔的延伸群体
- ◇ 超长的有效受众时间

## 公开赛的市场价值体现

### 世界级品牌风采塑造:

- ◇ 顶级参赛队伍、赛事资源，覆盖世界受众群
- ◇ 高层次品牌的绝佳展示场所

### 强大的多元化传播平台:

整合了国际、国内的传统媒体、新兴媒体，具备高密度、全方位有点，较一般性企业宣传而言，从立体空间优化企业品牌建设的手段与渠道，从赛事、晚会多方面全面保障赞助商的媒体效益。

### 自然、高效、高品质的品牌载体:

公开赛健康、生态、激情、超越的赛事形象与赞助商品牌相结合，是丰富品牌内涵，增强品牌差异性，扩大品牌效益，拓展业务市场的营销平台。

### 阳光、健康、积极的代言形象:

利用体育语言，将体育精神植入企业的品牌文化，丰富企业品牌内涵，提升企业品牌创新能力和亲和力

# 媒体合作伙伴

## 2010'电视媒体

赛事实况转播-----CCTV-3,CCTV-5

赛事现场直播-----CQTV 卫视频道、新闻频道

宣传片播放-----CCTV-5、CQTV 卫视频道

新闻报道-----CCTV-1、CCTV-3、CCTV-5、CCTV-7、CCTV 新闻频道、

CQTV 卫视频道、凤凰卫视、CQTV 新闻频道意大利

卫视电视新闻（FBC）、旅游卫视、广东电视台、附

件电视台及其他各省级电视台等。

## 2010'平面媒体

专题报道-----战略合作伙伴：重庆晨报

新闻报道-----人民日报、中国体育报、中国青年报、光明日报、北京

娱乐信报、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、日本

经济新闻社、环球时报、体坛周报、重庆日报、第一财

经日报、重庆晨报、重庆时报、重庆晚报、重庆商报、

自驾游杂志、摩托车杂志、探险杂志、山野户外杂志、

汽车杂志等。

## 2010'网络媒体

专题栏目-----新浪重庆网、大渝网、新华网、华龙网

新闻报道-----新华网、人民网、网易体育、华龙网、中国新闻网、中  
广网、户外资料网、腾讯体育、大渝网、新浪体育、搜  
狐体育、越野 e 族 (FBLIFE.com)、TOM、中国越野网、  
中国户外运动网等

公开赛网站-----中国国际户外 运动公开赛中英文官方网站

## 2010'广播媒体

专题栏目-----战略合作伙伴：重庆交通广播台

新闻报道-----英国广播公司 (BBC)、中央人民广播电台、重庆人民广  
播电台、重庆交通广播台

## 2010'户外媒体

开闭幕式现场、排位赛全赛段、起终点和直播点、颁奖台和采访点、  
交替站和重要赛段

## 2010'组委会自办媒体

武隆户外杂志、中国山地网、山地报

## 2010'其他媒体

公交车载电视、楼宇电视、广场 LED 大屏幕、城市巴士内挂外贴广告、机场车站码头大型广告等

### 媒体支持





# 赛事招商项目

全球战略合作伙伴（总冠名） 1 个 赞助金额：800 万元人民币

战略合作伙伴 4 个 赞助金额：200 万元人民币/个

- 1、 排位赛比赛日、当日奖冠名 1 个
- 2、 正式比赛第一天当日奖冠名 1 个
- 3、 正式比赛第二天当日奖冠名 1 个
- 4、 正式比赛第三天当日奖冠名 1 个

高级合作伙伴 10 个 赞助金额：100 万元人民币/个

- 1、 赛段冠名 11 个
- 2、 能量补充加油站冠名 7 个
- 3、 休息站冠名 7 个

（以上资源由组委会按标准分配）

指定赞助商 赞助金额：20 万元人民币起

非指定类赞助商享有与指定类赞助商同等程度的媒体回报

- |               |              |
|---------------|--------------|
| 1、 指定通讯机构     | 16、 指定礼品供应商  |
| 2、 指定通讯器材     | 17、 指定商务酒店   |
| 3、 指定合作银行     | 18、 指定记者服装   |
| 4、 指定庆功宴酒（白酒） | 19、 指定平面摄影机构 |
| 5、 指定庆功宴酒（啤酒） | 20、 指定录影机构   |
| 6、 指定庆功宴酒（红酒） | 21、 指定物料制作商  |
| 7、 指定航空公司     | 22、 指定越野车    |
| 8、 指定商务用车     | 23、 指定比赛用自行车 |

- |              |             |
|--------------|-------------|
| 9、 指定运动饮料    | 24、 指定服装供应商 |
| 10、 指定运动营养品  | 25、 指定比赛皮划艇 |
| 11、 指定旅行社    | 26、 指定运动手表  |
| 12、 指定合作网络   | 27、 指定运动背包  |
| 13、 指定车辆 GPS | 28、 指定划索    |
| 14、 指定合作保险机构 | 29、 指定对讲机   |
| 15、 指定合作广告公司 | 30、 指定露营帐篷  |

## 赛事招商项目

### 指定赞助商权益回报计划

#### 非指定类赞助商享有与指定类赞助商等同程度的媒体回报

- 1、 享有产品促销以及获利机会
  - ◇ 运用公开赛官网平台，与各赞助企业建立链接，为企业之间进行商业沟通提供便利，增加赞助企业业务发展的机会。
  - ◇ 整合赞助企业行销活动，创造产品促销机会。
- 2、 享有强化公司及其品牌形象的机会
  - ◇ 公开赛的各项活动中，主持人将向赞助企业致谢。
  - ◇ 赞助企业获得由大赛组委会颁发的“2010 中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛指定赞助商”荣誉证书。
  - ◇ 赞助企业产品/服务获得由大赛组委会颁发的“2010 中国重庆武隆山地户外运动公开赛指定产品/服务”
- 3、 享有广告与宣传机会
  - ◇ 电视媒体：中央电视台、重庆电视台（每天直播 3 小时）、重庆移动电视、凤凰卫视、广东体育、四川电视台、旅游卫视、东南卫视及全国个地方电视媒体对 2010 中国国际山地户外运动公开赛进行录播、转播或新闻报道时，出现赞助企业名称或品牌标识画面。
  - ◇ 广播媒体：重庆人民广播电台、重庆交通广播电台等电台媒体对 2010



中国国际山地户外运动公开赛进行新闻报道，提及赞助企业名称。

- ◇ 网络媒体：中国户外网、武隆旅游网、公开赛官网等开辟专栏，高度展示企业及其产品形象；大渝网、中广网、户外资料网、越野 e 族、中国越野王、中国户外运动网、百度、搜狐、重庆热线论坛、重庆贴吧、《手机报》等国内外网站在宣传和报道时，出现赞助企业名称或品牌标识。
- ◇ 报至媒体：重庆晨报、重庆晚报、重庆商报、探险杂志、山野户外杂志、汽车杂志、山地报等平面媒体对 2010 中国国际山地户外运动公开赛进行新闻报道，出现赞助企业名称或品牌标识；赛事期间，重庆日报、重庆时报、武隆报刊登整版祝贺广告，出现赞助企业名称或品牌标识。
- ◇ 户外媒体：海报、车身、路牌、横幅、条幅、刀旗、地贴、灯箱、拱门、起终点门、每日颁奖台、立柱、空飘、T 型广告、指路牌、LED、倒计时牌等出现赞助企业名称或品牌标识。
- ◇ 工作证件、大赛宣传册、秩序册、报名表、成绩册、赛事公告、DM 单灯出现企业名称或品牌标识。

#### 4、享有向目标客户曝光的机会

- ◇ 正赛期间，赞助企业享有在指定赛段起点或重点进行产品展示、品牌宣传等活动的权利。
- ◇ 赞助企业指定产品或服务成为 2010 中国国际山地户外运动公开赛的推荐产品，具有行业排他性。
- ◇ 公开赛会歌末尾出现赞助企业名称（视觉方式呈现）。

#### 5、享有服务目标顾客的机会

- ◇ 赞助企业可结合武隆世界自然遗产资源，策划组织客户互动活动。

#### 6、享有顶级礼仪公关机会

- ◇ 赞助企业享有聘请 2010 中国国际山地户外运动公开赛获奖运动员作为企业形象大使或代言人的权利。
- ◇ 赞助企业享有下届中国国际山地户外运动公开赛同级别赞助的优先选择权。
- ◇ 赞助企业主要领导作为组委会成员。
- ◇ 赞助企业主要领导作为组委会成员出席大赛新闻发布会，接受媒体采访。
- ◇ 赞助企业主要领导作为特邀嘉宾出席开幕式盛典。
- ◇ 赞助企业主要领导作为特邀嘉宾出席大赛闭幕式及颁奖典礼。
- ◇ 邀请企业主要领导出席大赛庆功酒会。
- ◇ 赞助企业主要领导作为特邀嘉宾出席公开赛相关公关活动，并与组委会领导、优秀运动员合影留念。

#### 7、享有行业排他性，获取竞争优势

- ◇ 赞助企业可以使用 2010 中国国际山地户外运动公开赛文字、图片、



视频资料组织商业推广活动，具有行业排他性。

- ◇ 赞助企业可以“2010 中国国际山地户外运动公开赛指定赞助商”的名义，经大赛组委会授权许可后，在全国范围内策划组织商业推广活动，具有行业排他性。

## 8、 有利于增强企业员工归属感、自豪感、凝聚力，提升企业团队的战斗力

- ◇ 赞助企业可以组织企业员工现场观赛，获得嘉宾服务待遇。
- ◇ 获得与世界各地的选手合影留念，增强企业员工的优越感。
- ◇ 赞助企业员工享有免所有景区门票旅游武隆一次（限 30 名），并且赞助企业员工享受武隆各景区最低门票优惠一年（名额不限）。

### 回报细节简介

- 1、 该赞助企业可以使用【2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛指定供应商】的称谓，该称谓将出现在赛事大量传播传播场合；其产品可以【2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛唯一指定××产品】标识在所有该赞助商本身广告及所有该赞助商产品和包装上。（限 2 年期）  
**（价值无限）**  
在开、闭幕式现场侧区或 40 平方米的商品展区，供该赞助商进行企业形象或产品宣传。**（单项价值¥40,000 元）**
  - 2、 送开、闭幕式现场空飘气球 1 个、条幅 2 幅，刀旗 100 面，以该赞助商名称出现。**（单项价值¥25,000 元）**
  - 3、 报纸硬广：重庆晚报体育版 1/4 版该赞助商的彩色广告。  
**（单项价值¥26,000 元）**
  - 4、 平面媒体软文：从×月-×月期间，在《山野》杂志、《中外交流》杂志、《重庆市外商投资企业协会通讯》、《户外》杂志、《户外装备》、《新体育》杂志，每份媒体投放包含该赞助商 100 字信息推广软文 2 篇，合计 12 篇《武隆户外》杂志封面、封底整版企业及产品介绍。**（单项价值¥20,000 元）**
  - 5、 赛事结束后，在制作的【2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛】光盘内容中加入该赞助商企业介绍 2 分钟；在重庆武隆山地户外报上获宣传彩页 1 页。**（价值¥80,000 元）**
  - 6、 给该冠名企业赠送纪念光碟、纪念手册、纪念小型张、服装各 2 套。颁发【2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛全球合作伙伴】“荣誉证书、精美铭牌” 1 套。**（价值¥10,000 元）**
  - 7、 该赞助商领导 1 人作为嘉宾出席赛事开幕式和颁奖仪式。**（价值无限）**
  - 8、 获得赛事期间的指定 4 星级酒店 1 人的接待，提供食住及接送专车。**（价值¥5,000 元）**
-



## 高级合作伙伴权益回报计划

- 1、 获取公开赛赛段或能量加油站或休息站冠名权
  - ◇ 表现形式为“2010 武隆国际山地户外运动公开赛+赞助企业名称或品牌名称+赛段（能量加油站、休息站）”
- 2、 享有产品促销以及获利机会
  - ◇ 运用公开赛官网平台，与各赞助企业建立链接，为企业之间进行商业沟通提供便利，增加赞助企业业务发展的机会。
  - ◇ 整合赞助企业行销活动，创造产品促销机会。
- 3、 享有强化公司及其品牌形象的机会
  - ◇ 公开赛的各项活动中，主持人将向赞助企业致谢。
  - ◇ 赞助企业获得由大赛组委会办法的“2010 中国重庆武隆国际户外运动公开赛主要赞助商”荣誉证书。
  - ◇ 专门为赞助企业举办一次赞助签约仪式暨新闻发布会，赞助企业主要领导讲话，接受媒体采访。
- 4、 享有广告语宣传机会
  - ◇ 电视媒体：中央电视台（CCTV-1、CCTV-3、CCTV-5、CCTV-7、CCTV-新闻频道）、重庆电视台（每天直播3小时）、重庆移动电视、凤凰卫视、旅游卫视、广东体育、四川电视台、东南卫视及全国个地方电视媒体对2010公开赛进行录播、转播或新闻报道时，出现赞助企业名称或品牌标识。
  - ◇ 广播媒体：重庆人民广播电台重庆交通广播电台等电台媒体对2010公开赛进行新闻报道，口播赞助企业名称。
  - ◇ 网络媒体：中国户外网、武隆旅游网、公开赛官网等开辟专栏，展示企业及其产品形象；中国越野王、中国户外运动网、百度、搜狐、重庆热线论坛、重庆贴吧、《手机报》等国内外网站在宣传和报道时，出现赞助企业名称或品牌标识；中国户外网最终页一年滚动广告，配合赞助企业宣传，并开辟专题页宣传赞助单位。
  - ◇ 报至媒体：重庆日报、重庆晨报、重庆晚报、重庆商报、自驾游杂志、摩托车杂志、探险杂志、山野户外杂志、汽车杂志等平面媒体对2010公开赛进行新闻报道，出现赞助企业名称或品牌标识；；赛事期间，重庆日报、重庆时报刊登整版祝贺广告，出现赞助企业名称或品牌标识。
  - ◇ 户外媒体：海报、车身、路牌、横幅、条幅、刀旗、地贴、灯箱、拱门、起终点门、每日颁奖台、立柱、空飘、T型广告、指路牌、LED、倒计时牌等出现赞助企业名称或品牌标识。
  - ◇ 其他广告：工作人员服装、证件、大赛宣传册、秩序册、报名表、成绩册、赛事公告、DM单等出现企业名称或品牌标识。
- 5、 享有向目标客户曝光的机会



- ◇ 正赛期间，赞助企业享有在指定赛段起点或重点进行产品展示、品牌宣传等活动的权利。
  - ◇ 赞助企业指定产品服务成为 2010 公开赛的推荐产品，具有行业排他性。
  - ◇ 公开赛会歌末尾出现赞助企业名称（视觉方式呈现）
- 6、 享有服务目标客户的机会
- ◇ 赞助企业可结合武隆世界自然遗产资源，配合赛事策划组织客户互动活动。
- 7、 享有顶级礼仪公关机会
- ◇ 赞助企业在武隆进行项目开发和产品销售时享有优惠权。
  - ◇ 赞助企业享有聘请 2010 公开赛获奖运动员作为企业形象大使或代言人的权利。
  - ◇ 赞助企业享有下届公开赛同级别赞助的优先选择权。
  - ◇ 赞助企业主要领导作为组委会成员。
  - ◇ 赞助企业主要领导作为组委会成员出席大赛新闻发布会，接受媒体采访。
  - ◇ 赞助企业主要领导作为特邀嘉宾出席开幕式盛典。
  - ◇ 赞助企业主要领导作为特邀嘉宾出席大赛闭幕式及颁奖典礼，并担任颁奖嘉宾。
  - ◇ 邀请企业主要领导出席大赛庆功酒会。
  - ◇ 赞助企业主要负责人作为 2010 组委会成员出席公开赛相关公关活动，并与组委会领导、优秀运动员合影留念。
- 8、 享有行业排他性，获取竞争优势
- ◇ 赞助企业可以使用 2010 公开赛文字、图片、视频资料组织商业推广活动，具有行业排他性。
  - ◇ 赞助企业可以“2010 中国国际山地户外运动公开赛主要赞助商”的名义，经大赛组委会授权许可后，在全国范围内策划组织商业推广活动，具有行业排他性。
- 9、 有利于增强企业员工归属感、自豪感、凝聚力，提升企业团队的战斗力
- ◇ 赞助企业可组织企业员工现场骨干赛，获得嘉宾服务待遇。
  - ◇ 获得与世界各地的选手合影留念机会，增强企业员工的优越感。
  - ◇ 赞助企业员工享有免所有景区门票旅游武隆一次（限 50 名），并且赞助企业员工享受武隆各景区最低门票优惠一年（名额不限）。

### 回报细节简介

- 1、 该赞助企业可以使用【2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛合作伙伴】的称谓，该称谓将出现在赛事大量传播传播场合。



- 2、所有该赞助商本身广告及产品或包装上，均可使用【2010年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛】LOGO及名称（限2年期）。  
在开、闭幕式（颁奖仪式）现场主背景板上以该赞助商的名称和LOGO出现。（单项价值¥200,000元）
- 3、在开、闭幕式现场侧区或80平方米的商品展区，供该赞助商进行企业形象或产品宣传。（单项价值¥80,000元）
- 4、送开、闭幕式现场空飘气球2个、条幅5幅，刀旗200面，以该赞助商名称出现。（单项价值¥50,000元）
- 5、**户外媒体传播**：户外媒体、物料的赛事形象广告，均出现该冠名企业名称：户外广告牌2块3个月。（单项价值¥300,000元）
- 6、**电视媒体传播**：重庆卫视电视台对赛事全程直播2010年9月4日——2010年9月6日，不断出现该赞助商名称。（单项价值¥1200,000元）
- 7、**电视媒体专访**：重庆电视台体育频道该冠名企业赛事专题专访3分钟。（单项价值¥80,000元）
- 8、**平面媒体软文**：从×月-×月期间，在《山野》杂志、《中外交流》杂志、《重庆市外商投资企业协会通讯》、《户外》杂志、《户外装备》、《新体育》杂志，投放包含该赞助商100字信息推广软文2篇，《武隆户外》杂志封面、封底整版企业及产品介绍。（单项价值¥20,000元）
- 9、在赛事所有宣传物料中均打上该冠名企业名称和LOGO，如海报、手提袋、纪念小型张、服装、宣传手册等（价值¥150,000元）
- 10、赛事结束后，在制作的【2010年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛】纪念光盘封面印有该冠名企业名称和LOGO以及光盘内容中加入该冠名企业介绍2分钟；在重庆武隆山地户外报上获宣传彩页1页。（价值¥120,000元）
- 11、给该冠名企业赠送纪念光碟、纪念手册、纪念小型张、服装各5套。颁发【2010年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛全球合作伙伴】“荣誉证书、精美铭牌”1套。（价值¥15,000元）
- 12、该冠名企业领导1人参加新闻发布会、赛事开幕式和颁奖仪式并分别现场发言3分钟，给获奖运动员颁奖，并与出席领导、运动员合影。（价值无限）
- 13、获得赛事期间的指定4星级酒店3人的接待，提供食住及接送专车。（价值¥15,000元）

## 战略合作伙伴权益回报计划

- 1、获取公开赛比赛日及当日颁奖仪式冠名权
  - ✧ 冠名比赛日表现形式为“2010武隆国际山地户外运动公开赛+赞助企业名称+比赛日”。
  - ✧ 冠名当日颁奖仪式表现形式为“2010武隆国际山地户外运动公开赛+赞助企业名称+比赛日+颁奖典礼”。
- 2、享有产品促销以及获利机会
  - ✧ 运用公开赛官网平台，与各赞助企业建立链接，为企业之间进行商业



沟通提供便利，增加赞助企业业务发展的机会。

- ◇ 整合赞助企业行销活动，创造产品促销机会。

### 3、享有强化公司及其品牌信箱的机会

- ◇ 赞助企业成为公开赛协办单位之一。
- ◇ 公开赛的各项活动中，主持人将向赞助企业致谢。
- ◇ 赞助企业获得由大赛组委会办法的“2010 中国重庆武隆国际户外运动公开赛战略合作伙伴”荣誉证书。
- ◇ 专门为赞助企业举办赞助签约仪式或新闻发布会等公关活动 2 次，赞助企业主要领导讲话，接受媒体采访。

### 4、享有广告语宣传机会

- ◇ 电视媒体：中央电视台（CCTV-1、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-5、CCTV-7、CCTV-新闻频道）、重庆电视台重庆移动电视、凤凰卫视、旅游卫视、广东体育、四川电视台、旅游卫视、东南卫视及全国各地地方电视媒体对 2010 公开赛进行新闻报道时，均出现赞助企业名称或品牌标识；CCTV-5 对 2010 公开赛进行录播、转播并制作赛事专辑节目，重庆电视台卫视频道、娱乐频道、都市频道每天对赛事进行 3 小时并机直播，通过赛事画面、主持人口播、直播背景板、3-5 秒企业形象广告灯展示赞助企业形象或品牌标识；或在赞助企业索爱在地方电视台或指定电视台投放赛事宣传片，同步进行企业形象推广活动。
- ◇ 广播媒体：中央人民广播电台、重庆人民广播电台、重庆交通广播电台、英国广播公司等电台媒体对 2010 中国国际山地户外运动公开赛进行新闻报道，口播赞助企业名称。
- ◇ 网络媒体：新浪网、新华网、华龙网、中国户外网、武隆旅游网、公开赛管网等开辟专栏，高度展示企业及其产品形象；人民网、大渝网、网易体育、中国新闻网、中广网、户外资料网、腾讯体育、越野 e 族、TOM、中国越野王、中国户外运动网、百度、搜狐、重庆热线论坛、重庆贴吧、《手机报》等国内外上百家网站在宣传和报道时，出现赞助企业名称或品牌标识。
- ◇ 报纸媒体：人民日报、光明日报、北京娱乐信报、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、日本经济新闻社、环球时报、体坛周报、中国体育报、重庆日报、重庆晨报、重庆晚报、重庆商报、自驾游杂志、摩托车杂志、探险杂志、山野户外杂志、汽车杂志等平面媒体对 2010 中国国际山地户外运动公开赛进行新闻报道，出现赞助企业名称或品牌标识。
- ◇ 户外媒体：海报、车身、路牌、横幅、提欧服、刀旗、地贴、灯箱、拱门、起终点门、每日颁奖台、立柱、空飘、T 型广告、指路牌、LED、倒计时牌等首要位置出现赞助企业名称或品牌标识。
- ◇ 其他广告：每日比赛冠亚军领跑衫、工作人员服装、证件、大赛宣传册、秩序册、报名表、成绩册、赛事公告、DM 单等出现企业名称或品牌标识。

### 5、享有向目标客户曝光的机会



- ◇ 正赛期间，赞助企业享有在各赛段重点进行产品展示、品牌宣传等活动的权利。
- ◇ 赞助企业指定产品或服务成为 2010 中国国际山地户外运动公开赛的推荐产品，具有行业排他性。
- ◇ 公开赛会歌末尾出现赞助企业名称（视觉方式呈现）。

## 6、 享有服务目标顾客的机会

- ◇ 赞助企业可结合武隆世界自然遗产资源，配合赛事策划组织客户互动活动。

## 7、 享有顶级礼仪公关机会

- ◇ 赞助企业在武隆进行项目开发和产品销售时享有优惠权。
- ◇ 赞助企业享有聘请 2010 公开赛获奖运动员作为企业形象大使或代言人的权利。
- ◇ 赞助企业享有下届中国国际山地户外运动公开赛同级别赞助的优先选择权。
- ◇ 赞助企业主要领导作为组委会成员。
- ◇ 赞助企业主要领导作为特邀嘉宾出席大赛新闻发布会，并接受重庆市或指定主流媒体采访。
- ◇ 赞助企业主要作为特邀嘉宾出席开幕式典礼。
- ◇ 赞助企业主要领导作为特邀嘉宾出席大赛闭幕式及颁奖典礼，并担任颁奖嘉宾。
- ◇ 邀请企业主要领导出席大赛庆功酒会。
- ◇ 赞助企业主要领导出席公开赛全程公关活动，并与组委会领导、优秀运动员合影留念。

## 8、 享有行业排他性，获取竞争优势

- ◇ 赞助企业一年内享有 2010 中国国际山地户外运动公开赛名称、标志、口号的特许使用权，具有行业排他性。
- ◇ 赞助企业可以使用 2010 中国国际山地户外运动公开赛文字、图片、视频资料组织商业推广活动，具有行业排他性。
- ◇ 赞助企业可以“2010 中国国际山地户外运动公开赛全球合作伙伴”的名义，经大赛组委会授权许可后，在全球范围内策划组织商业推广活动，具有行业排他性。

## 9、 有利于增强企业员工归属感、自豪感、凝聚力，提升企业团队的战斗力

- ◇ 赞助企业可组织企业员工现场观赛，获得嘉宾服务待遇。
  - ◇ 赛事期间接受媒体采访，获得与世界各地的选手合影留念机会，增强企业员工的优越感。
  - ◇ 赞助企业员工享有免所有景区门票旅游武隆一次（限 100 名），并且赞助企业员工享受武隆各景区最低门票优惠一年（名额不限）。
-



## 全球合作伙伴权益回报计划

### 1、 获取大赛冠名权

表现形式为“2010+赞助企业名称或品牌名称+中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛”

### 2、 享有产品促销以及获利机会

- ◇ 运用公开赛官网平台，与各赞助企业建立链接，为企业之间进行商业沟通提供便利，增加赞助企业业务发展的机会。
- ◇ 整合赞助企业行销活动，创造产品促销机会。

### 3、 享有强化公司及其品牌形象的机会

- ◇ 公开赛的各项活动中，主持人将多次口播赞助企业名称。
- ◇ 赞助企业获得由大赛组委会办法的“2010 中国重庆武隆国际户外运动公开赛全球合作伙伴”荣誉证书、镀金铭牌。
- ◇ 专门为赞助企业举办赞助签约仪式或新闻发布会等公关活动 2-5 次，赞助企业主要领导讲话。

### 4、 享有广告语宣传机会

- ◇ 电视媒体：中央电视台（CCTV-1、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-5、CCTV-7、CCTV-新闻频道）、重庆电视台重庆移动电视、凤凰卫视、旅游卫视、武隆电视台及赞助企业所在地方电视台或指定电视机构赛前预热宣传广告出现赞助企业名称和品牌标识，并口播赛事全程，提及赞助企业名称（500 次以上）；CCTV-5 对 2010 公开赛进行录播、转播并制作赛事专辑节目，重庆电视台卫视频道、娱乐频道、都市频道每天对赛事进行 3 小时并机直播，通过赛事画面、主持人口播、直播背景板、3-5 秒企业形象广告灯全面展示赞助企业形象或品牌标识；在赞助企业所在地方电视台或指定电视台投放赛事宣传片，同步进行企业形象推广活动。
- ◇ 广播媒体：种各样人民广播电台、重庆人民广播电台、重庆交通广播电台、英国广播公司等电台媒体对 2010 中国国际山地户外运动公开赛进行新闻报道，口播赞助企业名称。
- ◇ 网络媒体：新浪网、新华网、华龙网、中国户外网、武隆旅游网、公开赛官网等开辟专栏，高度展示企业及其产品形象；人民网、大渝网、网易体育、中国新闻网、中广网、户外资料网、腾讯体育、越野 e 族、TOM、中国越野王、中国户外运动网、百度、搜狐、重庆热线论坛、重庆贴吧、《手机报》等国内外上百家网站在宣传和报道时，出现赞助企业名称或品牌标识。中国户外网最终页首屏横幅全面展现赛事及赞助企业名称，制作 5 期以上企业品牌专题。
- ◇ 报纸媒体：人民日报、光明日报、北京娱乐信报、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、日本经济新闻社、环球时报、体坛周报、中国体育报、重庆日报、重庆晨报、重庆晚报、重庆商报、自驾游杂志、摩托车杂志、探



险杂志、山野户外杂志、汽车杂志等平面媒体对 2010 中国国际山地户外运动公开赛进行新闻报道，出现赞助企业名称或品牌标识；人民日报、重庆日报、重庆时报、武隆报刊登整版祝贺广告，高度展现赞助企业名称或品牌标识；总过体育用品报、山地报、山野杂志、魅力重庆、中外交流、乌龙户外等行业或大众报媒配合赛事对全球合作伙伴进行深度跟踪报道。

- ◇ 户外媒体：海报、车身、路牌、横幅、条幅、刀旗、地贴、灯箱、拱门、起终点门、立柱、空飘、T 型广告、指路牌、LED、倒计时牌等均在受邀位置展现赞助企业名称或品牌标识。
- ◇ 其他广告：每日比赛冠亚军领跑衫、工作人员服装、证件、大赛宣传册、秩序册、报名表、成绩册、赛事公告、DM 单标题或首要位置等均出现企业名称或品牌标识。

## 5、享有向目标客户曝光的机会

- ◇ 正赛期间，赞助企业享有在各赛段重点进行产品展示、品牌宣传等活动的权利。
- ◇ 赞助企业指定产品或服务成为 2010 中国国际山地户外运动公开赛的推荐产品，具有行业排他性。
- ◇ 公开赛会歌和面和末位均最长时间、最佳方式展现赞助企业名称或品牌标识（视觉方式呈现）。
- ◇ 在 2010 武隆世界自然遗产旅游导游词面向 880 万来武游客和嘉宾宣传赛事概况和 2010 公开赛全球合作伙伴良好公益形象。
- ◇ 在重庆或武隆相应机场、火车站、汽车站、相关区县、主题文化乐园、社区等开展户外运动推广年系列活动，建立“国际户外运动发展荣誉企业榜”，集中展现国际户外运动文化和全球战略合作伙伴形象。

## 6、享有服务目标顾客的机会

- ◇ 赞助企业可结合武隆世界自然遗产资源，配合赛事策划组织客户互动活动，如“幸运客户武隆一日游”等。

## 7、享有顶级礼仪公关机会

- ◇ 赞助企业在武隆进行项目开发和产品销售时享有优惠权。
- ◇ 赞助企业享有优先聘请 2010 中国国际山地户外运动公开赛获奖运动员作为企业形象大使或代言人的权利。
- ◇ 赞助企业享有下届中国国际山地户外运动公开赛同级别赞助的优先选择权。
- ◇ 赞助企业主要领导担任组委会副主任。
- ◇ 赞助企业主要领导作为组委会副主任出席大赛新闻发布会，并接受中央、重庆市主要媒体或指定主流媒体采访。
- ◇ 赞助企业主要领导作为组委会副主任出席开幕式盛典。
- ◇ 赞助企业组要领导作为组委会副主任出席大赛闭幕式及颁奖典礼，并担任颁奖嘉宾。
- ◇ 邀请企业主要领导出席大赛庆功酒会，并接受主流媒体采访。
- ◇ 赞助企业主要负责人出席公开赛全程公关活动，并与国家相关领导及



组委会领导、优秀运动员合影纪念。

## 8、 享有行业排他性，获取竞争优势

- ◇ 赞助企业一年内享有 2010 中国国际山地户外运动公开赛名称、标志、口号的特许使用权，具有行业排他性。
- ◇ 赞助企业可以使用 2010 中国国际山地户外运动公开赛文字、图片、视频资料组织商业推广活动，具有行业排他性。
- ◇ 赞助企业可以“2010 中国国际山地户外运动公开赛高级合作伙伴”的名义，经大赛组委会授权许可后，在全国范围内策划组织商业推广活动，具有行业排他性。

## 9、 有利于增强企业员工归属感、自豪感、凝聚力，提升企业团队的战斗力

- ◇ 赞助企业可组织企业员工现场观赛，获得嘉宾服务待遇。
- ◇ 接受媒体采访，获得与冠军队伍及各队选手合影留念礼遇，增强企业员工的优越感。
- ◇ 赞助企业员工享有免所有景区门票旅游武隆一次（限 200 名），并且赞助企业员工享受武隆各景区最低门票优惠一年（名额不限）。

### 回报细节简介

- 1) 赛事以冠名企业名称和品牌名称（不超过 6 个汉字）进行冠名，形式为【××杯 2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛】。（价值无限）
- 2、该冠名企业所有广告及产品内外包装上均可永久使用【2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛】LOGO、名称和【2010 年中国重庆武隆国际山地户外运动公开赛战略合作伙伴/冠名企业】的称谓。（价值无限）
- 3、专门为赞助企业举办赞助签约仪式或新闻发布会等公关活动 2-3 次（地点：北京、重庆），赞助企业领导讲话或对企业领导专访。（价值无限）
- 4、在开、闭幕式（颁奖仪式）现场主背景板中心位置以该冠名企业名称和 LOG 出现。（单项价值 ¥500,000 元）
- 5、在公开赛的各项活动中，主持人将多次口播赞助企业名称。（单项价值 ¥200,000 元）
- 6、在开、闭幕式现场侧区域 100 平方米的商品展区，供该冠名企业进行企业形象或产品宣传。（单项价值 ¥100,000 元）
- 7、在开、闭幕式现场设置空飘气球 4 个、条幅 10 幅，刀旗 500 面，以该冠名企业名称出现。（单项价值 ¥100,000 元）
- 8、在活动各项赛事起终点设制迎风旗各 200 面、拱形气球门各一个、1.5 米×4 米×2 广告牌 5 块。（单项价值 ¥200,000 元）
- 9、运动员的号码衣印该冠名企业的名称、××把太阳伞和××件纪念 T 恤（单项价值 ¥500,000 元）
- 10、报媒杂志宣传：《人民日报》、《中国旅游报》、《中国青年报》、《重庆日报》、香港《大公报》等报媒对赛事的祝贺广告中体现总冠名企业名称和产品；全国 50 多家知名报媒在报道赛事中体现总冠名企业名称和产品；《山地报》



对总冠名企业的整版彩色专题报道；《山野》杂志、《中外交流》杂志、《重庆市外商投资企业协会通讯》、《户外》杂志、《户外装备》、《新体育》杂志在报道赛事中体现总冠名企业名称和产品；《武隆户外》杂志封面、封底整版企业及产品介绍。（**单项价值¥500,000元**）

**形象及招商广告：**赛事播出的电视、报刊、广播的形象广告及招商广告，均出现该冠名企业的名称，重庆卫视××时段××次××秒，重庆时报彩色10次1/4版，重庆市交通广播××时段5个月、每天10次、每次15秒。（**单项价值¥1,000,000元**）

◆**交通频率（软性配合）**

**配合节目：**《交广乐逍遥》《955 与你相随》《咨询早班车》《大城小事》《交广关注》

**配合内容：**多角度植入总冠名企业名称和产品（**单项价值¥200,000元**）  
《交广乐逍遥》

- 1) 武隆县筹办国际山地户外公开赛，弘扬“奥运精神”，积极打造“健康重庆”。（**侧重点为旅游，户外运动**）
- 2) 介绍户外运动，以及武隆国际山地公开赛。（**3次**）
- 3) 连线报道山地公开赛体验活动，植入赛场景点。（日期据活动时间而定）  
**暂定 8.23—8.29（专题报道 2次）**
- 4) 现场连线报道赛况（**武隆国际山地户外公开赛专题报道**）、开/闭幕式、颁奖仪式，**评论中植入赞助商信息。（3天每天1次）**
- 5) 户外运动知识，赛事体验自驾游。（**1次**）
- 6) 评论第八届武隆山地户外公开赛，**从中植入武隆户外运动设施以及旅游信息。（1次）**
- 7) 采访自驾游车队代表，**在报道中植入武隆户外运动设施以及旅游信息。（1次）**
- 8) 比赛前邀请户外运动专家做客节目介绍比赛看点。（**1次、20分钟**）
- 9) 听众互动，通过听众的参与获得相关奖品。在比赛期间开辟**《武隆国际山地户外公开赛答题赢券》**，通过听众的参与回答相关问题获得奖品。奖品由武隆提供景点免费旅游券，获得赠券的听众在国庆期间去武隆旅游，以此带动游客到武隆观光。（**每天10分钟共5天**）提供武隆景点门票30张，赞助企业可设置配套活动推广。

**《955 与你相随》**

- 1) 组委会筹办国际山地户外公开赛，弘扬“奥运精神”，积极打造“健康重庆”**侧重点为新闻信息。（1次）**
- 2) 新闻信息发布（**视情况植入景点信息**）。（**3天每天1次**）

**《咨询早班车》 《大城小事》 《交广关注》**

连续一周对比赛进行新闻报道。（**每天共3次每次两分钟左右**）

- 3) **户外媒体传播：**户外媒体、物料的赛事形象广告，均出现该冠名企业名称：重庆机场高速户外广告牌2块3个月。（**单项价值¥600,000元**）
- 4) **机场媒体传播：**重庆机场内机柜刷屏广告78台5个月，（**单项价值¥480,000元**）行李提取厅电视联播网15秒一个月。（**单项价值¥60,000元**）
- 5) **网球场媒体传播：**（**单项价值¥200,000元**）
- 6) **电视、平面媒体专访：**重庆晚报体育旅游版以该冠名企业领导和产品的彩照刊登的企业介绍专访1/4版2次；重庆电视台体育频道该冠名企业赛事

