

2015苏迪曼杯赞助权益回报

权益类别	权益项目	权益明细	权益内容	5	5	5	
赞助金额				200万	100万	60万	
赛事无形资产权益	称谓权	企业获得赛事称谓	可使用赛事授予的相应赞助商称谓	尊贵赞助商	官方合作伙伴	指定服务(产品)供应商	
	知识产权使用	“2015苏迪曼杯世界羽毛球混合团体锦标赛”相关知识产权,遵循国际羽联及赛事方标准使用	在赞助合作期内,有权使用“2015苏迪曼杯世界羽毛球混合团体锦标赛”、“2015苏迪曼杯”、的中英文标识以及和品牌的组合标识,有权使用赛事口号	√	√	√	
	同类产品排他权		与赞助商品牌形成竞争关系的同行业、同类别产品或品牌将不得成为苏迪曼杯的赞助商	√	√		
场内资源权益	半决赛/决赛场地	A类广告板	主镜头对面,直播赛场顶端的背景板(可使用3块)	1块(出价最高者得)			
		A1类广告板	直播赛场顶端,主镜头对面广告板(可使用3块)				
		A2类广告板	直播赛场两侧及底端的广告板(可使用20块)	3块			
		B类广告板	直播赛场地底端A2后及A牌侧边广告板(可使用12块)	1块	1块(前2名)		
		C类广告板	直播赛场地外围两侧广告板(可使用12块)	1块	1块(前2名)		
	预赛及四分之一决赛场地	A类广告板	主镜头对面,直播赛场顶端的背景板(可使用3块)	1块(出价最高者得)			
		A1类广告板	直播赛场顶端,主镜头对面广告板(可使用3块)				
		A2类广告板	直播赛场两侧及底端的广告板(可使用20块)	3块			
		B类广告板	副转播赛场主镜头对面顶端的背景板(可使用3块)	1块(出价最高者得)			
		B1类广告板	副转播赛场顶端,主镜头对面广告板(可使用3块)				
		B2类广告板	副转播赛场两侧及底端的广告板(可使用20块)	2块	1块	1块(前2名)	
		C类广告板	非直播赛场广告板(可使用36块)	3块	2块	1块	
	赛场内平面广告	场馆内悬挂赞助企业宣传竖幅	在场馆内悬挂(大小规格视场馆布置而定)	1条(视情况而定)			
		赛事现场主背景板广告	具体位置及规格视场馆布置而定,展示企业名称及标志	√	√	√	
		赛事新闻发布会主背景板	位于新闻发布会主席台后展示(具体规格视场地设计而定)展示企业标识	√	√		
		赛事混合采访区背景板	位于运动员出口处,提供移动背景板(规格视实际情况而定)展示企业标识	√	√		
		赛场入口检票口广告	在检票口设置广告板(规格视检票口实地情况而定)展示企业标识				
		场馆商业展示区展位	视场馆布置而定,大约3*3m	√			
		比赛现场语音实地播报	在语音播报特别鸣谢冠名商(播报次数视赛事情况而定)	√	√		
		颁奖仪式背景板	颁奖仪式广告板上展示企业名称及标识	√	√		
		赛事成绩公告栏	公告栏上展示企业名称及标识	√	√		
		赛场内电子广告	场边LED屏滚动广告	在场馆环绕四周,不定期地播放冠名商的会标名称(停留时间根据场馆设备系统决定)	√	√	
	赛场大屏插播广告		在比赛场地正上方屏幕,比赛间隙播放冠名商的会标及名称(停留时间根据场馆设备系统决定)				
	赛场内特制宣传物品	赛事企业展示(对观众)	在赛事指南上(页面、封底和内页)指定位置印刷企业LOGO	√	√		
		赛事秩序册/赛事专刊	冠名商拥有在赛事秩序册/赛事专刊登欢迎词致辞。				
			在封底刊登广告的权利				
			在内页刊登广告的权利	1页	1页		
		内页出现赞助商Logo	√	√	√		
产品派发、宣传资料派发		具体的产品、宣传资料商家自理,在指定展位上派发	√	√			
观众特制道具		具体的观众特制道具商家自理					
宣传海报		在宣传海报体现赞助商Logo(赞助商按级别Logo大小差异化)	√	√	√		
球票票封	在球票票封体现赞助商Logo(赞助商按级别Logo大小差异化)	√	√	√			
各类证件	各类证件出现赞助商Logo(赞助商按级别Logo大小差异化)	√	√				
工作人员服装	工作人员及志愿者服装体现赞助商名称						

场外资源权益	赛场外展示区	场外展示区	在赛场前场外区域可设置展位，供赞助商进行展示	1个展位具体规格待定	1个展位具体规格待定	1个展位具体规格待定	
	户外广告	东莞篮球中心附近主干道道旗广告	道旗广告，其中部分位置供赞助商使用				
		户外LED屏幕、	官方宣传视频出现赞助商Logo				
		城市主干道灯箱、T型牌、公交车身、海报等	在发布内容中展示带有赞助商名称的赛标（实际布置情况需要再确认）				
	广深等珠三角重要城市电梯广告	在这些重点城市的重点住宅楼宇、写字楼电梯推出平面广告，平面广告展现赞助商					
活动资源权益	新闻发布会（招商推介会）	领导出席	邀请企业代表出席新闻发布会并致辞	1名不致辞			
		列席名额	企业拥有出席新闻发布会名额	2名	1名		
		现场企业展示	在新闻发布会现场，企业拥有现场展示区域，包括展台/实物/展板等。（具体规格视情况而定）	√	√		
		企业视频播放	客户提供宣传片现场播放				
		合作签约仪式	合作签约仪式在新闻发布会同期举行				
		主持人口头感谢	主持人现场口头感谢冠名单位	√	√		
	官方推广活动	设置企业展示（展台/实物/展板）含销售区域	规格：场地规格空间3*3m，享有在活动现场指定位置设立展位及售卖区	1个			
		现场广告板	享有活动广告板	2块	1块		
		发放赞助商礼品	活动现场免费派发赞助商礼品（商家自理项目）	1种	1种		
		观众特制道具	允许派发赞助商企业标识的道具	√			
		LOGO体现	背景板、宣传海报、通行证互动区等地方出现企业LOGO	√	√		
		官方系列活动	官方活动-业余赛事				
		赛事晚宴（费用由赞助商自理）	球员欢迎晚宴				
			球员晚宴背景板Logo				
		第二次新闻发布会（组委会成立，赞助商信息发布）	发布会现场体现赞助商元素	√	√	√	
		第三次新闻发布会-正赛抽签仪式	抽签仪式体现赞助商元素	√	√	√	
第四次新闻发布会-开赛新闻发布会	发布会现场体现赞助商元素	√	√	√			
企业活动	为企业定制相关推广活动	√					
主题日冠名	以企业品牌名称冠名主题日活动	1次					
礼遇	贵宾礼遇和门票	观赛门票及证件	获赠赛事门票及贵宾证件	预赛单元门票30张，半决赛单元门票16张，决赛单元门票10张，贵宾证4个	预赛单元门票10张，半决赛单元门票5张，决赛单元门票3张，贵宾证1个		
		车证	获赠赛事期间贵宾车证	具体数量待定，建议车证与贵宾证匹配	具体数量待定，建议车证与贵宾证匹配		
		赞助商授牌仪式	获得组委会授予“赛事冠名赞助商”的称号，并颁发奖牌	颁发	颁发	颁发	
		出席宣传推广活动	获得邀请参加	具体视情况待定			
		赛事资料集结	赠与企业整改赛事活动文字、图片及视频资料	√	√		
	附加宣传权益	企业产品、广告宣传权	允许企业产品、宣传广告，可随现场门票发送（产生费用由企业自理）	√	√	√	
		推广活动宣传权	允许企业产品、宣传广告，可在本次赛事相关各项宣传推广活动现场发送（产生费用自理）	√	√	√	
	官方宣传平台	官方网站	在官网上播放赛事宣传片，片尾出现赞助商集体LOGO展示	√	√		
			在官网上设置赞助商LOGO和外链	√	√	√	
			在官网上设置赞助商品牌介绍三级页面	√			
官方微信		在赛事官方公共微信帐号上提及赞助品牌	1次	1次			
官方微博	在赛事官方微博上提及赞助品牌	1次	1次				
官方赛事宣传片	CCTV5	赛前播放	√				
	广东体育频道	赛前播放	√				
	东莞电视台	赛前密集刊播	√				
	网络媒体（东莞阳光网、东莞时间网）	赛前一个月发布带有赞助企业名称或标志的赛事宣传片	√				
	海外电视转播	在实况转播或重播赛事期间展示新城赞助商广告位	√				

宣传推广资源权益	电视媒体	CCTV5赛事直播	推出系列动态报道，关注2015苏迪曼杯东莞赛事的筹备进展、赛事盛况，直播赛事，展示赞助商	√		
		CCTV其他频道	在CCTV1\2新闻频道力争刊发新闻报道，新闻报道中以适当方式展现赞助商的相关内容。			
		广东体育频道	推出系列动态报道，在实况转播或重播赛事期间展示现场赞助商广告位	√		
		东莞电视台	推出系列动态报道，在实况转播或重播赛事期间展示现场赞助商广告位	√		
		广东卫视	在《广东新闻联播》等新闻栏目刊发多篇新闻报道，新闻报道中以适当方式展现赞助商。			
	网络媒体	腾讯网	与国家羽毛球队官方合作媒体腾讯全面合作，开辟专题，并利用QQ弹窗、QQ迷你框、腾讯新闻微信号和客户端，推送2015苏迪曼杯东莞赛事相关新闻。在新闻报道中以适当方式展现赞助商的相关内容。	√	√	
		东莞阳光网	东莞阳光网推出2015苏迪曼杯东莞赛事专题网页。网页页面出现赞助商Logo，并设置超链接到赞助商公司网站。	√	√	
		人民网、新华网、凤凰网、新浪、网易、搜狐新闻等客户端和东莞网络文化协会旗下本土网络平台	增加东莞城市宣传内容和转发推荐赛事相关新闻。在新闻报道中以适当方式展现赞助商的相关内容。			
		重点微博、微信公众号	配合赛事各阶段进展，设计制作宣传赛事以及东莞城市形象的微博、微信等网文，通过国内微博微信大V转发推荐。在网文信息中以适当方式展现赞助商的内容。	√	√	
	平面媒体	《人民日报》	在《人民日报》重要版面力争刊发新闻报道，人民网刊发并转载相关报道。文章中以适当方式展现赞助商的相关内容。			
		新华社	新华社播发多篇系列报道，并协调国内各媒体积极转载。文章中以适当方式展现赞助商的相关内容。			
		《南方日报》	在重要版面分2-3次刊发各半个整版的专题新闻报道；在头版刊发重要报道。专刊中以适当方式展现赞助商的相关内容。	√	√	
		《体坛周报》	推出系列动态报道；刊发关于东莞体育文化事业尤其是羽毛球、篮球等运动发展的有关情况的深度报道。文章中以适当形式展现赞助商的相关内容。			
		《南方都市报》	推出系列动态报道；推出《游莞观赛》专题。以适当方式展现赞助商相关内容。	√	√	
		东莞报业传媒集团（包括《东莞日报》、《东莞时报》、东莞时间网、《看东莞》杂志）	集团各子媒体开辟专题专栏专版，推出系列活动动态报道、专题报道，以及多期公益广告；《东莞日报》、《东莞时报》在赛事开幕前刊发多个整版的专题新闻报道，在赛事开幕当日各推出4-8个版的大型特刊；东莞时间网出2015苏迪曼杯东莞赛事的专题网页。在相关板块中以适当方式展现赞助商的相关内容，并注明鸣谢。	√	√	