# 总冠名商招商

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2025-04-24

*第一篇：总冠名商招商2024环球皇后竞选全球总决赛 2024环球国际小姐中国总决赛全程总冠名合作计划书 企业（品牌）形象宣传权益1.享有赛事杯名的独家冠名权，大赛的获奖证书、杯名上刻印钻石级合作伙伴的名称；2.允许企业在产品包装，企业所...*

**第一篇：总冠名商招商**

2024环球皇后竞选全球总决赛 2024环球国际小姐中国总决赛

全程总冠名合作计划书

 企业（品牌）形象宣传权益

1.享有赛事杯名的独家冠名权，大赛的获奖证书、杯名上刻印钻石级合作伙伴的名称；

2.允许企业在产品包装，企业所有宣传广告中出现赛事独家总冠名称号；

3.参赛选手才艺表演中，安排以冠名企业产品命题的广告现场创意表演；

4.总决赛电视晚会中，选手标号牌将和冠名企业标志组合设计；

5.一名冠名企业合作伙伴领导出任大赛组委会领导成员；

6.一名冠名企业合作伙伴领导将被特邀作为获奖选手颁奖嘉宾；

7.冠名企业合作伙伴品牌将全程贯穿于电视大赛、颁奖晚会及有关大赛的所有

宣传载体；

8.赛前，大赛组委会召开媒体联合新闻发布会，由主办单位相关嘉宾及各主流

媒体记者出席，冠名企业合作伙伴的机构代表将受邀出席；

9.颁奖晚会现场，大赛组委会向冠名合作伙伴颁发纪念杯一座。

 媒体宣传权益——享有所有赛事宣传报道中的展示权

 电视媒体宣传权益：

1.中央电视台、上海卫视、浙江卫视及象山电视台将现场全程录播总决赛盛况，其中不少于1次重播,在其它主流电视媒体播放不少于45家，以每次每场50分钟计算，合计为3000分钟以上企业品牌的全程展示和动态演绎；

2.冠名企业名称与LOGO,随同大赛形象宣传片，在中央电视台、上海卫视、浙江卫视及象山电视台黄金时段以每天5次的高频率滚动播出至大赛结束（约90天）；

3.大赛期间，中央电视台、上海卫视、浙江卫视及象山电视台将在新闻及相关节目中播出若干合作企业冠名赛事的相关报道；

4.为赛事专门制作的专题节目、总决赛及颁奖晚会电视屏幕右下角出现合作企业冠名赛事的标志，结束字幕出现冠名企业全屏特别鸣谢及品牌LOGO（领衔位置）。

5.冠名企业相关活动作为2024年度大赛的重要回顾，将融入2024年度大赛形象宣传片，于2024年10月起至2024年9月，在国内外45家电视媒体滚动播出。

平面媒体宣传权益：

1、组委会将邀请主办，协办媒体进行总冠名商专题报道，部分媒体将作企业专访；

2．在为期近一个月的赛事活动集中宣传期内，国内外媒体将广泛报道冠名企业参与赛事的有关信息；

3．将在赛事官方网站上热点报道总冠名商对此次赛事的赞助新闻；

4．在唯一网络合作伙伴专题赛事宣传报道中可链接至总冠名商产品页面；

 手机短信宣传权益：

1、大赛期间，组委会将委托短信业务代理商向所辖联通及移动约3000万名手机

用户，提供有关大赛进程、大赛宣传及现场评选等迅息传递服务；

2、所传递的所有内容中，均将体现冠名合作企业的品牌信息；

●现场广告权益：

1.总决赛晚会现场提供总冠名商巨大广告牌1块（尺寸另定）

2.总决赛晚会现场显著位置放置合作企业冠名赛事的广告展板和横幅；

3.大赛电视总决赛及颁奖晚会过程中，舞台背景显著位置出现冠名合作企业品

牌LOGO。

4.总决赛主持人讲台广告。

5.颁奖晚会动态背景广告。

●特殊权益：

1.特设以冠名企业品牌命名的大赛奖项,如“XX”形象大使、“XX”最佳新人奖”

等；

2.总冠名商享有挑选本次大赛前五名获奖选手之一免费签约企业形象代言人的优先权，时间一年，决赛结束后15天内前五名小姐对冠名商企业做回访活动；

3.总决赛晚会观摩券正面刊印冠名冠名企业Logo和名称；

4.大赛VCD资料100张和会刊100本 ；

5.赛事会刊中赠送１个整版封底商家产品广告；

6.总决赛晚会现场礼品袋的独家广告；

7.冠名企业机构代表同当年度大赛获奖选手合影留念;

8.赠送总决赛晚会观摩券100张(300USD/张).●专项活动权益：

总决赛期间根据总冠名商经营需要，策划举办主题日专项推广活动（另详）

●赞助金额：

1、环球皇后竞选全球总决赛独家总冠名赞助金额为人民币250万元正。

2、环球国际小姐中国总决赛独家总冠名赞助金额为人民币150万元正。

3、两场赛事联合独家总冠名赞助金额为人民币300万元正。

**第二篇：总冠名招商方案**

相约七夕”《倾城之恋》

第二届千人相亲大会

总冠名招商方案

一、价值分析

1、总共举办相亲次数： 从2024年8月份开始至今共承办相亲活动18场次，共有2024余人参加，成功配对100余对。2024年成功举办了第一届中国湘西千人相亲会，还举办实验学校、市公安局、职专、电力公司、人民医院、矿业、大学等单位的专场相亲活动。

2、主要相亲季节： 5月份－6月份，8月底－10月上旬，因为这个时候天黑得比较晚，气候适宜，是最佳恋爱季节。本次相亲会就在8月23日至25日。

3、主要相亲目标：周边县市各机关、企事业单位、白领等的单身男女。

相关消费——一个家庭的组建，会带动很多相关产业，如婚纱摄影、餐饮业、汽车、建材、房地产等业态，根据调查显示除购买房子车子外，普通家庭结婚消费在4-8万左右，可见人们愿意为婚姻消费并且消费能力很强。

5、活动目的：打造湘西相亲平台，构建和谐社会、和谐湘西。“8.23相约七夕《倾城之恋》——第二届千人相亲大会”全力打造湘西最大、知名度最高的相亲平台。一方面通过丰富多彩的特色活动，发扬传统文化，彰显时代特色，传播和谐理念，汇聚万众参与；另一方面，拓宽发展思路，创新展会模式，侧重品牌宣传，加强信息交流，促进市场经济和谐有序发展。

相关领导和上千名群众齐聚，古风鼓乐、礼炮齐鸣、彩旗飘扬、群球放飞„„这势必会引起各阶层群体的关注，其传播效应不可估量，对于宣传企业品牌、提升企业形象、扩大企业影响具有难以估算的价值。

二、赞助金额 人民币大约10万元

总冠名单位仅限一家，冠名本届千人相亲会所有活动

三、冠名回报

（一）总体活动回报

●名誉回报

冠 名 权：列贵单位为总冠名单位，冠名本届相亲会所有活动，出现在本届千人相亲会所有对外宣传中；

宣 传 权：总冠名单位全程介入本届千人相亲会所有宣传活动；

参 与 权：邀请冠名单位领导及所属企业方阵出席千人相亲会；

排 他 权：总冠名单位享有排他性权利，可以优先使用“8.23相约七夕《倾城之恋》——第二届千人相亲大会”的活动资源； 授权产品推广权：总冠名单位产品作为“8.23相约七夕《倾城之恋》——第二届千人相亲大会”指定产品进行市场推广；

影像资料使用权：在中华人民共和国法律许可范围内，总冠名单位参与“8.23相约七夕《倾城之恋》——第二届千人相亲大会”的影像资料可用于总冠名单位或其产品的宣传；

相亲会标志使用权：在中华人民共和国法律许可范围内，总冠名单位

可以将“8.相约七夕《倾城之恋》——第二届千人相亲大会”的标志用于企业形象或其产品的宣传，使用期限为一年。●媒体回报

新闻发布：拟邀请团结报、电视台、人民广播电台、电视台、传媒及地方各大网站等媒体参加新闻发布会，宣传报道与总冠名单位相关联的活动信息；邀请冠名单位领导出席新闻发布会，并作发言；

媒体宣传：在湘西电视台相关频道播出时，可在节目中显示总冠名单位企业标识；

新闻和广告，体现总冠名单位或企业标识；

媒体跟随相亲会的报道对总冠名单位进行宣传报道；

邀请电视台、媒体跟随相亲会的报道对总冠名单位进行采访、宣传、报道；

网络推广：在千人相亲会官方网站设立横幅、链接以及“企业风采”专栏，宣传总冠名单位；

形象宣传：本届千人相亲会所有电视广告、广播广告、报纸广告均采取与总冠名单位形象捆绑结合的方式，以此提升总冠名单位的形象层次（具体方式双方另行协商）。

●现场回报

道路广告：在所有活动的入场设计路线主要位置均显示总冠名单位标识；

在所有活动的迎宾车车身或车厢内部以总冠名的形式出现企业标识；

广场广告：相亲会期间，所有活动现场显要位置广告位约60平方米；

在相亲会前期的宣传海报、大型喷绘、邀请函等处刊登企业信息； 在场馆迎门大两侧等显著位置展示冠名单位的LOGO； 提供相亲会现场广告展位约30平方米；

所有活动现场醒目位置展示总冠名单位名称标识及形象广告；

在所有活动现场显著位置悬挂总冠名单位的空飘气球；

在所有活动现场均可为总冠名单位设置半圆拱门；

电子广告： 免费赠送文化节活动前半个月的的士、天桥LED、商业视频宣传片广告，并进行循环播放；

纪 念 品：总冠名单位产品可作为纪念品在所有活动现场进行分发。

其 他：赠送本次相亲会入场券。

●印刷品回报

DM彩页宣传：千人相亲会宣传册预留总冠名单位宣传广告板块，封面采用文化节与总冠名独家捆绑模式；

证件宣传：在所有参加本届文化节的嘉宾工作证背面、主持人台标等合适位置显示总冠名单位名称标识等；

现场宣传：在本届文化节的所有宣传海报、宣传页、手提袋等处均标注总冠名单位指定的广告标识；

光盘宣传：向总冠名单位提供千人相亲会精美画册、光盘；

相亲会光盘的封面醒目位置显示总冠名单位LOGO。

●其他回报 活动前期宣传中，各街道主干道站牌、公交车身、出租车及活动现场周围张贴总冠名单位宣传海报（由总冠名单位提供），具体事宜再议。

总冠名单位可以向本届千人相亲会组委会提出其它合理权益，经双方协商同意后实施。说明：

1、本案最终解释权归千人相亲会组委会所有。

2、本案中的具体事宜，双方可面谈商定。

**第三篇：总冠名**

电视广告中什么是总冠名,什么是分冠名啊? [ 标签：电视 广告,电视,冠名 ] 栏目广告策划高手请进```什么是总冠名``什么是分冠名`` `` 还有就是平播广告和插播广告的区别

“赞助”的含义要比“冠名”广一些。

赞助就是指公司企业为一些活动、比赛、影视剧等等资助，以期达到宣传自身的目的。比如我们看到电视剧终总有：鸣谢、由...赞助 等字幕，就是赞助商介绍部分。

冠名是指不仅赞助某项事业，而且资助金额较大，要求主办方将活动的主题名称中加上公司（或公司主推产品）的名字或LOGO，比如蒙牛酸酸乳杯超级女声...满意答案

好评率：0%

面是转载的，你看看吧

冠名是广告的一种形式，主要形式有以下几种：

1、片头标版

规 格：节目开始时片头出现字幕并配音

示 例：“本节目由XXX冠名播出”，时长：每期5秒

特 点：开篇第一个章节，第一个画面。对观众形成强烈视觉和听觉冲击。

2、主持人口播

规 格：节目每章节开始时主持人口播

示 例：“欢迎准时来到XXX——法治中国”

次数时间：每期节目中不少于2次，共30秒左右

特 点：开篇第一句话，对观众反复提示。以语音形式来强化提示消费者。

3、演播室广告元素

形 式：演播室企业标志、产品名称或标准字、标准色彩呈现 时 长：每期节目中不少于30秒

特 点：演播室的画面元素简洁，仅有XXX标志、名称、标准色彩其注意力指数高。

4、赠送一条5秒贴片广告 赠 送：5秒贴片广告

位 置：在其他冠名广告形式提示冲击品牌下，插入企业5秒广告深度诉求，完整诠释企业品牌。贴片广告效果：强化冠名效应，用5秒广告阐述品牌深度信息，使冠名效果形成立体网状传播，最大可能开拓消费认知。

5、角标效果

规 格：节目播出中，在屏幕左下角嵌入三维动画。

频 次：每集节目出现不少于3次，每次出现不少于60秒 时 长：每期共暴露时间180秒以上

效 果：与节目画面融为一体，强迫受众记忆。

6、片尾字幕鸣谢

规 格：出现企业标准字、标准色彩、企业LOGO 内 容：特别鸣谢——XXX 时 间：5秒左右。

最后在栏目的片尾出现鸣谢字幕，也就是最后再以片尾鸣谢的方式再次提醒观众的潜意思。

鸣谢效果：XXX的相关品牌要素最后再得到强化认知。

7、特别赠送

重 播：《法治中国》全国各大电视台每天不少于100次重播，XXX的所有广告回报将随重播赠送播出。

分冠名就是相对于总冠名而言，处于次要地位。

**第四篇：冠名招商协议**

日照市春季汽车大型团购会招商函

甲方：日照市港城快讯广告有限公司

乙方：（冠名赞助单位）

日照市港城快讯将于2024年4月3日至4日在日照市兴业四季

春城广场隆重举行第一届春季汽车大型团购会活动。届时，广大购车

者可以在团购会上充分了解参展商的促销团购信息。展会期间，市民

可以一次性与大量车型“亲密接触”，免去东奔西跑选车看车之苦，真正让市民实现买车的梦想。

一、冠名方法：

1、乙方需向日照港城快讯广告有限公司赞助人民币贰万元，方可获得《日照市春季汽车大型团购会》冠名权，并享受冠名

所有权益；

2、乙方可根据自身企业文化特点向甲方提出自己关于此次冠名回

报的内容及建议。

二、冠名权益：

1、乙方拥有日照市春季汽车大型团购会冠名权，冠名方式为《\*\*\*

日照市春季汽车大型团购会》。

2、在团购会一系列宣传与进行中，在团购进程、公共关系、新闻宣

传等活动中，涉及团购会内容时，均以《\*\*\*日照市春季汽车大型团购会》名称和形象出现。

三、冠名回报：

1、乙方可在团购会现场，利用舞台等场地进行一系列相关产品的活

动。

2、团购会舞台前挂《\*\*\*日照市春季汽车大型团购会》横幅一条。

3、团购会现场设《\*\*\*日照市春季汽车大型团购会》背景墙一块。

4、团购会现场设《\*\*\*日照市春季汽车大型团购会》气球彩飘4个。

5、甲方提供2名专业模特协助乙方进行活动。

5、在《港城快讯》上给予价值5000元产品广告宣传。

6、甲方前期宣传途径及数量：

1.《港城快讯》整版，三期。

2.日照市电视台飞字宣传，十天，六频道滚动播出。

3.日照市电台宣传，十天，文体频道，交通频道。

4.短信平台，10万条短信

四、参展品牌：

奔驰、一汽大众、上海大众、广州丰田、上海大众斯柯达、东风日产、长安福特、东风悦达起亚、东风标致、帝豪、莲花、中华、雪佛兰、长安马自达等。

本次协议一式两份，甲、乙双方各执一份，双方代表签名并盖章后生效，复印件无效，本协议最终解释权属于日照市港城快讯广告有限公司。

甲方：日照市港城快讯广告有限公司。

甲方代表（签字盖章）：

乙方：

乙方代表（签字盖章）：

签定时间：

**第五篇：冠名商发言稿**

赞助商发言稿

尊敬的各位领导、女士们、先生们

大家下午好！

非常高兴来到充满青春活力的大学校园，今天是举行“三鹰户外用品有限公司冠名福大方程式赛车”签约仪式的日子，我代表公司感谢贵系的盛情邀请，并对今天到场的所有朋友们问好！

中国创造擎动未来。倡导自主创新，培育及选拔汽车产业人才，促进中国制造向中国创造的转型,推动中国汽车工业由民族品牌向世界品牌的跨越，是中国大学生方程式汽车大赛的理念。在福州大学这所才华横溢的高校里，机械工程学院更是不乏创造性人才。贵车队作为福州大学参与此次大赛的首支队伍，具有非凡的意义！我很高兴能和机械学院建立合作关系，借这项赛事全面提高同学们的综合素质和能力，！

多年来我三鹰户外用品有限公司始终坚守“自主创新、敢于拼搏、诚信双赢”的经营理念，树立良好的企业形象和社会信誉，我公司愿与有识之士携手携手共创双赢，同时这也是我们和贵车队合作的原因之一。本次冠名是我和贵系合作的第一个项目，三鹰公司希望能一直合作下去，不断加强联系，深入沟通，一起携手，取得更大的成就！

最后，预祝三鹰户外有限公司冠名福大方程式赛车”签约仪式圆满成功！谢谢大家！篇二：冠名单位五粮液集团保健酒公司(玖真宝酒)发言稿 冠名单位五粮液集团保健酒公司（玖真宝酒）发言稿

尊敬的各位领导、各位来宾、参赛队员： 大家晚上好！

在2024全国女子篮球俱乐部联赛（彭州赛区)隆重举行之际，我谨代表五粮液集团保健酒公司玖真宝酒的全体员工，向前来参加本次赛事的各位领导以及各位嘉宾表示热烈的欢迎和衷心的感谢。

玖真宝酒是五粮液集团保健酒公司重点打造的战略发展品牌，传承了中国五千年的道家养生文化，五粮液基酒与道家养生配方的融合，经多年反复实践及验证研制而成的养生珍品酒，既有经典的传承，又有独特的创新。过去白酒的价值仅在于“醇香浓烈”，是沟通澎湃的雄胜血液，而今天，酒的价值更则重于“健康愉悦”，是具有人文关怀的柔美养生。与传统白酒相比，玖真宝酒更加柔和，更加甘醇，适量饮之，带给我们的不仅是精神的愉悦，更重要的是生活的品质、身体的健康。

五粮液集团玖真宝酒全球运营中心以“为人类的终身健康与和谐提供养生服务，成为行业的领头军”为愿景，计划在五年内将玖真宝打造成中国养生白酒行业的领袖品牌，公司以卓越的经营理念和服务质量为中国的健康养生产业增

添新的元素。

最后，再次向关心支持五粮液集团玖真宝酒的各界人士，表示最衷心的感谢，愿玖真宝酒成为我们的愉悦生活用酒，工作接待用酒，喜庆团圆用酒。祝参赛队员超越自我、顽强拼搏，取得更好的成绩，预祝2024全国女子篮球俱乐部联赛（彭州赛区)取得圆满成功；谢谢大家！2024.7.20篇三：赞助商发言稿 2024安徽地产行业篮球联赛暨第一届“信联杯”

篮球比赛开幕式致辞

尊敬的各位来宾、各界朋友们：

大家上午好！

团结深化友谊, 拼搏铸就辉煌。今天，我们在这里隆重举行2024安徽地产行业篮球联赛暨第一届“信联杯”篮球比赛。我谨代表安徽信联文化传媒有限公司对本次比赛的开幕表示热烈的祝贺!对全体裁判员、运动员致以良好的祝愿!向所有到场的各界朋友们表示热烈的欢迎！

谢谢大家！篇四：赞助商发言稿 北京高校首届（xxx）杯）乒乓球精英大

奖赛赞助商发言稿

各位领导、老师、同学们：

大家上午好！

今天，我非常高兴代表海夫伟业科技有限公司参加北京高校首届（ｘｘｘｘ）杯乒乓球精英大奖赛的开幕式，更加荣幸的是有这样一个与才华横溢的首都高校师生、各位嘉宾领导交流的机会。

为了感谢北京大学乒乓球协会、各位嘉宾领导和首都各个高校师生一直以来对海夫伟业科技有限公司的支持，我们将以最优质的服务和产品回报本次大赛。希望全体参赛队员，包括来自首都各个高校的所有关心和支持乒乓球运动的朋友们，积极参与，用心合作，赛出风格，赛出水平。同时希望我们能和诸位一起携手，共同将本次大赛办好。最后预祝大赛取得圆满成功！篇五：冠名商回报方案

商丘首届设计师大赛冠名赞助回报方案

一、荣誉回报

1、赞助商作为商丘首届设计师大赛的冠名单位；

2、赞助商派代表一名担任商丘首届设计师大赛的特别评委，参加赛事的点评、颁奖并讲话；

3、以赞助商企业或产品冠名大赛的一项单项奖（如xxx最佳形象奖）。

二、媒体回报

1、东方今报：

（1）活动期间，不间断的在报纸以软文的方式报道活动情况同时显示冠名单位

（2）活动期间，对冠名单位进行2次采访并报道在报纸

2、商丘电视台

（1）带赞助商冠名的商丘首届设计师大赛的游动字幕（12个频道），从活动启动到比赛结束，在商丘电视台滚动播出。

带赞助商冠名的商丘首届设计师大赛宣传片，每天滚动播出不少于20次；

（2）在海选及决赛录播或直播画面出现企业形象广告及促销广告；

（3）在海选及决赛录播或直播画面中插播企业形象广告或促销广告；

（4）在大赛宣传片片尾贴播赞助商5秒标版广告；

（5）在比赛视频中每5分钟滚动一次赞助商图形或图示。

（6）颁奖典礼活动中，冠名单位有5分钟的发言权，同时在显著位置均出现冠名单位标志，整个活动中将不定时的由主持人鸣谢冠名单位。

（7）电视台将为冠名单位制作专访和相关视频并发布与电视媒体和商广网上

3、商丘装修网 商广网

（1）视频站相关专题专栏视频窗口周侧都会出现赞助商的图片广告；

（2）赞助商的企业宣传片发商丘装修网站

（3）所有的大赛节目视频在商广网上播出

（4）论坛相关板块帖子宣传。

三、宣传品广告回报

1、大赛宣传单5万张，预留20%版面制作赞助商广告；

2、其他办公宣传品，（信封信笺、工作证、记者证、礼品袋等）出现赞助商企业名称及标识；

3、大赛所有门票，背面20%制作赞助商广告；

四、其他回报

1、商丘首届设计师大赛比赛背板出现赞助商冠名；

2、商丘首届设计师大赛比赛采访背板上出现赞助商的标识；

3、在由组委会举办的决赛选手外景采风现场出现赞助商标识及整体形象；

4、商丘首届设计师大赛总决赛门票，贵宾票10张，其他入场券20张；

5、绝对优先权：在关于活动的所有视觉识别、宣传报道、媒体联动、互动等任何环节，企

业均享有绝对优先权。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！