2014秦皇岛国际马拉松

商务合作方案

马拉松

积淀人类历史的古老竞技项目
传播绿色健康的新型生活方式

马拉松

全城齐动的都市盛宴
万众瞩目的城市名片

专业选手与普通群众同场竞技
马拉松作为一项参与度极高的赛事其意义早已超越体育本身

她向人们诠释着亲情、友情、爱情的真谛
赛途中的每一步都拨动着参赛者与观赛者的心弦

全球每年近3000场马拉松赛事
5千万人次参与其中
数亿人群感同身受

热浪席卷中国

2013年全国共举办39场马拉松赛事

75万人参与其中，总人数相比2012年增长50%

2014我们要将
这场盛宴带到秦皇岛！

渤海明珠—秦皇岛

- 秦皇岛地处河北东北部，南邻渤海，北依燕山，东接辽宁，西近京津，位于中国最具发展潜力的环渤海中心地带，是东北与华北两大经济区的结合部和重要出海口
- 城市总面积7182平方公里，人口273万，辖北戴河区、海港区、山海关区和抚宁县、昌黎县、卢龙县及青龙县
- 同时这座城市更是国家园林城市和我国首批优秀旅游城市

秦皇岛国际马拉松

赛事一览

Event Briefing

赛事简介

◆**赛事名称**：2014 秦皇岛国际马拉松

◆**赛事日期**：2014年8月31日

◆**赛事地点**：河北省秦皇岛市

◆**赛事规模**：全程马拉松（参赛设置2000人）

半程马拉松（参赛设置1000人）

迷你马拉松（参赛设置12000人）

◆**主办单位**： 中国田径协会 河北省体育局 秦皇岛市人民政府

◆**承办单位**： 河北省体育局田径运动管理中心

秦皇岛市体育局

秦皇岛市海港区人民政府

秦皇岛市北戴河区人民政府

◆**执行单位**： 中奥路跑体育管理有限公司

赛事路线

全程马拉松：

奥体中心体育场南门（起点）—沿奥体街向东—至文体路左转—至河北大街西段左转向西—至与滨海大道交叉口左转向南—至山东堡桥上右转绕下桥—至河滨路向东—至文体路左转—至与岭前街交叉口左转向西—至滨海大道—至东经路右转—至西经路—至中海滩路左转—至东海滩路—至海波路—至鸽赤路—至滨海大道右转向东—至与河北大街西段交叉口右转—至文昌路右转—至奥体街左转—至奥体中心南门（终点）

2014年赛事规划

➢ **赛事总体目标:**

全力保证赛事整体质量，加速提升赛事国内外知名度；努力将秦皇岛国际马拉松打造成国内一流的马拉松赛事，力争在三年之内成为“中国田径协会金牌赛事”。

◆竞赛组织：

组委会将在2014秦皇岛国际马拉松赛事中更高质量地完成赛事组织；在赛事筹备、运营的各个方面力争达到国内高水平。

2014年赛事规划

◆**赞助商服务**：将为赞助商提供优质、全面的服务，注重赞助商赛事参与体验。确保做好赞助商权益落实工作，并把投入精力保证赞助商服务顺利进行。

◆**媒体宣传**：丰富媒体类型，扩大媒体宣传范围及周期。在报名期间、赛事前后及时有效地传递赛事信息，全方面对赛事和城市进行传播。

◆**体育展示**：制定赛事形象应用标准，强调赛事宣传重点；将体育展示与竞赛展示紧密结合。

赛事媒体传播规划

6月赛事预热期
- 新媒体话题植入
- 吸引粉丝关注赛事

7月初赛事预告期
- 官方途径发布消息
- 中央级媒体共同发稿

7月-8月初赛事升温期
- 赛事推广活动、新闻发布会
- 赛事启动报名

8月中下旬赛事沸腾期

赛事及常规活动举行；各类媒体深入报道

- 中央人民广播电台、新华社、中新社、人民日报、光明日报、中国日报、中国体育报、工人日报、解放军报、新浪、搜狐、网易、腾讯及省内各主流媒体等数十家媒体现场采访报道。

赛事媒体传播规划

CCTV5赛事现场直播

◆中央电视台体育频道全程现场直播赛事

CCTV5赛事新闻

◆中央电视台体育频道《体育晨报》、《体育世界》等节目播出赛事新闻

全国覆盖

区域覆盖

媒体整合

地方电视台新闻报道

◆多家地方电视台进行赛事专题新闻报道

赛事官方自媒体传播

◆利用赛事官方自媒体，如微博微信、官网等渠道将信息直接传播到目标人群

新闻热点

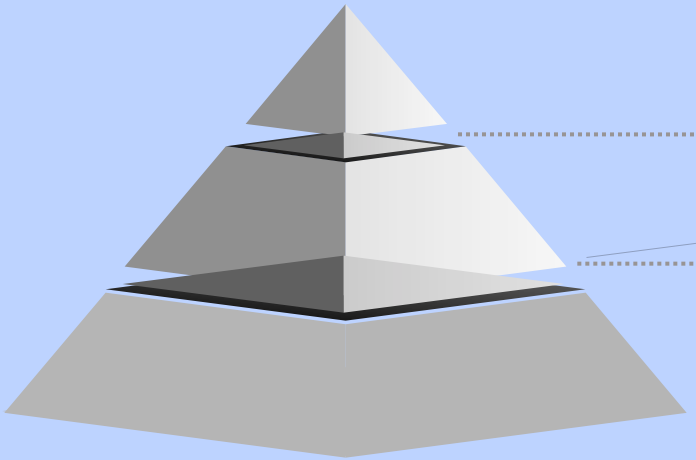
CCTV 5
直播
2013北京现代北京马拉松

北京日报
京报集团所属报刊
京报网首页 | 版面导航 | 标题导航
2013年10月21日 星期一
上一期 下一期
上一篇 下一篇
放大 缩小 默认 朗读
北京园博会京报网特别报道
北京马拉松27年赛会纪录被破
本报讯（记者 高炜）昨天上午8时，2013北京现代·北京马拉松在天安门广场起跑。国家体育总局副局长肖天、北京市副市长杨晓超出席起跑仪式并为选手鸣枪发令。经过激烈角逐，埃塞俄比亚选手托拉·沃尔德格贝里尔以2小时07分16秒的成绩获得男子组冠军，打破了尘封27年的赛会纪录；中国选手张莹莹以2小时31分19秒的成绩获得女子组冠军，这是中国女将连续第22年获得北京马拉松冠军。

sina 新浪竞技风暴
体育 > 综合体育 > 田径 > 正文
2013北京马拉松报名再创纪录 3万名额仅用时13小时
2013年09月09日10:05 新浪体育 微博 我有话说
LI-NING
新赛季
新浪体育讯 2013北京现代·北京马拉松报名
作于9月8日上午9时8分正式启动，截至当日晚上2
30分，30000名额已全部报满，用时13个小时。这
度创造了国内马拉松赛事报名新记录，大幅刷新了
北马去年保持的94小时历史记录。

CCTV 5
体育
直播 2013北京马拉松赛
2:07:13
北京现代
2013北京现代北京
Beijing Hyundai

赞助商级别体系



冠名赞助商（1席）

官方合作伙伴

官方赞助商

赞助商级别简介

赞助级别	合作特点
冠名赞助商1家	费用最高、品牌曝光效果最好
官方合作伙伴4家	费用适中，品牌曝光程度较高
官方赞助商5家	现金与实物结合形式；主要面对水、功能饮料、酒店等服务性质的合作商

赞助原则：

•赛事赞助分为**三个级别**，遵循高级别赞助商**优先原则**

•冠名赞助商享有赛事**官方独家冠名权**

•赞助回报与赞助费用成正相关，不同级别的赞助商**按照赞助金额比例**享受不同比例的权益回报

(注:权益回报详细列表见附件)

合作权益回报

- **商业权益：**
- ✓ 行业内排他性：具有同行业竞争品牌排他权利
- ✓ 合作称谓，如“2014秦皇岛国际马拉松冠名赞助商”
- ✓ 可使用2014秦皇岛国际马拉松与“品牌”组合标志，享有唯一指定用品的称谓，例如“2014秦皇岛国际马拉松唯一指定品牌赞助商”
- ✓ 可于赛事组委会授权的范围内使用2014秦皇岛国际马拉松LOGO、赛事竞赛衍生产品（文字、图片、视 频图像等）于“品牌”的商业活动
- ✓ 免费参赛名额
- ✓ “品牌”可购买用于商业促销的参赛名额

合作权益回报

- **赛事现场广告回报：**
- ✓ 起点背景板体现“品牌”信息
- ✓ 全程拱门体现“品牌”信息
- ✓ 终点主席台背景板体现“品牌”信息
- ✓ 终点采访背景板体现“品牌”信息
- ✓ 终点观礼车体现“品牌”信息
- ✓ 终点导视指示牌上体现“品牌”信息
- ✓ 全程终点（1米 * 2米）广告板
- ✓ 全程终点（1米 * 6米）广告板
- ✓ 沿途提示牌上体现“品牌”信息
- ✓ 沿途水站、功能饮料站、自备饮料站、能量补给站围挡体现“品牌”信息
- ✓ 沿途赛道1m*8m横幅体现“品牌”信息
- ✓ 参赛号码布体现“品牌”信息

赛事现场品牌曝光(以北京马拉松为例)

展示物: 赛事背景板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事拱门
展示元素: 品牌信息

展示物: 广告板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事冲刺带
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事颁奖背景板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事采访背景板
展示元素: 品牌信息

赛事现场品牌曝光(以北京马拉松为例)

展示物: 赛事地贴
展示元素: 品牌信息

展示物: 宣传横幅
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事公里板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事水站广告
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事信息板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事号码布
展示元素: 品牌信息

合作权益回报

- **赛事印刷物品广告回报：**
- ✓ 赛事提供给选手参赛指南，封面/内页体现“品牌”信息
- ✓ 赛事秩序册，封面/内页体现“品牌”” 信息
- ✓ 赛事媒体光盘，体现“品牌”” 信息
- ✓ 赛事运动员名录封面体现“品牌”信息
- ✓ 赛事成绩册封面体现“品牌”信息
- ✓ 赛事起终点方案体现“品牌”信息
- ✓ 赛事证件体现“品牌”信息
- ✓ 选手成绩证书上体现“品牌”信息
- ✓ 志愿者证书上体现“品牌”信息

赛事制作物品牌曝光(以北京马拉松为例)

展示物: 参赛指南
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事手册广告
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事证书
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事证件
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事奖牌
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事邀请函
展示元素: 品牌信息

合作权益回报

- **赛事常规活动广告回报：**

✓ 赛事媒体中心：
背景板体现“品牌”信息

✓ 赛事发枪仪式：
嘉宾可上台为赛事发枪
起跑主席台背景板体现“品牌”信息

✓ 赛事颁奖仪式：
嘉宾可为选手颁奖
颁奖仪式背景板体现“品牌”信息

✓ 赛前、赛后新闻发布会：
新闻发布会背景板体现“品牌”信息

✓ 赛后庆功晚宴：
背景板体现“品牌”信息

赛事活动品牌曝光(以北京马拉松为例)

展示物: 赛事新闻发布会背景板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事新闻发布会签到板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事运动员见面会背板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛后新闻发布会背板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事晚宴背板
展示元素: 品牌信息

展示物: 赛事晚宴签到背板
展示元素: 品牌信息

赛事线上资源品牌曝光(以北京马拉松为例)

赛事官方网站:企业标识体现、广告宣传

2014秦皇岛国际马拉松

期待贵公司的参与