**附件4**

**佛山陶 真功夫**

**佛山陶瓷品牌原产地认证**

**“一带一路”发展计划**

**一、佛山功夫 品牌擂台·佛山陶瓷原产地认证企业第一梯队 38万元**

 **1、荣誉回报：**

允许合作商使用《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》合作商的名义对外进行商业推广，推广使用的材料需提前向主办方报备。

**2、战队特约**

合作商在节目比赛中拥有一支专属认证战队**（多轮）**，战队名称为“陶瓷原产地认证xxx企业战队”，战队选手的介绍体现为“xxx企业代表选手xxx”，运动员着装体现企业LOGO。战队选手介绍片、采访内容将根据合作品牌卖点进行相应设计，内容体现合作品牌卖点。

**3、现场回报**

（1）、赠送特别鸣谢单位功夫盛典活动价值**2万元**票房，企业可邀请观众进场观看盛典；

（2）、在佛山电视台一号演播厅举行的32强赛节目录制，现场安排特别鸣谢单位**Vip门票8张**。

（3）、现场提供指定合作单位条幅广告位1个。

（4）、每场比赛结束后选手采访环节，logo墙上体现合作商权益。

**4、电视资源播出（包含节目、插播广告）：**

**（1）、纯节目播出资源**

功夫盛典、《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》海选和季播节目安排在**CCTV-5（待定）、广东国际频道、广东体育频道、澳广视、新马泰电视台、佛山电视台公共频道**播出，主持人开场口播“本节目鸣谢首批佛山陶瓷原产地认证企业XXXX的大力支持”，节目片尾压屏或标板体现合作商权益。

**（2）、节目中广告回报**

在佛山电视台播出的**17期**（含2期盛典节目）节目，包括首播+重播，共有7个广告时段，每期节目插播合作商15秒广告1次， 17期节目广告插播不少于17次，同时节目在相关微信号上进行回顾，节目回放体现指定合作企业权益。

（3）、战队选手宣传

合作商战队选手通过选手介绍、出场、宣传片、采访等方式体现战队所属合作商权益，在各合作电视媒体首播与重播、网络媒体点播、节目宣传报道等对外宣传时获得权益。

**5、网络媒体宣传（包括新媒体、主流视频媒体、门户网站等）：**

（1）、《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》所有系列活动进行期间，佛山电视台、小强热线、味道佛山、体坛123等微信公众号（公众号总粉丝数量超100万）、微博、以及各分台、镇街广播站官方微信号推送相关文章，文章体现合作商权益；

（2）、《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》系列节目在佛山电视台首播，同时在腾讯、爱奇艺等主流视频网站点播；新华网、人民网等主流媒体，斗鱼、花椒等直播平台，以及各大自媒体和网络媒体300多家媒体平台对活动进行宣传。

**二、佛山功夫 品牌擂台·佛山陶瓷原产地认证企业第二梯队 28万元**

 **1、荣誉回报：**

允许合作商使用《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》合作商的名义对外进行商业推广，推广使用的材料需提前向主办方报备。

**2、战队特约**

合作商在节目比赛中拥有一支专属认证战队**（三轮）**，战队名称为“陶瓷原产地认证xxx企业战队”，战队选手的介绍体现为“xxx企业代表选手xxx”，运动员着装体现企业LOGO。战队选手介绍片、采访内容将根据合作品牌卖点进行相应设计，内容体现合作品牌卖点。

**3、现场回报**

（1）、赠送功夫盛典现场广告位

（2）、现场提供指定合作单位条幅广告位1个。

（3）、每场比赛结束后选手采访环节，logo墙上体现合作商权益。

**4、电视资源播出（包含节目、插播广告）：**

**（1）、纯节目播出资源**

功夫盛典、《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》海选和季播节目安排在**CCTV-5（待定）、广东国际频道、广东体育频道、澳广视、新马泰电视台、佛山电视台公共频道**播出，主持人开场口播“本节目鸣谢首批佛山陶瓷原产地认证企业XXXX的大力支持”，节目片尾压屏或标板体现合作商权益。

（2）、节目中广告回报

17期节目包括首播+重播，共有7个广告时段， 17期节目广告插播合作单位10秒广告不少于15次。

（3）、战队选手宣传

合作商战队选手通过选手介绍、出场、宣传片、采访等方式体现战队所属合作商权益，在各合作电视媒体首播与重播、网络媒体点播、节目宣传报道等对外宣传时获得权益。

**5、网络媒体宣传（包括新媒体、主流视频媒体、门户网站等）：**

（1）、《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》系列节目在佛山电视台首播，同时在腾讯、爱奇艺等主流视频网站点播；新华网、人民网等主流媒体，斗鱼、花椒等直播平台，以及各大自媒体和网络媒体共300多家媒体平台对活动及选手进行宣传。

**三、佛山功夫 品牌擂台·佛山陶瓷原产地认证企业第三梯队 18万元**

 **1、荣誉回报：**

（1）、允许合作商使用《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》的名义对外进行商业推广，推广使用的材料需提前向主办方报备。

**2、战队特约**

合作商在节目比赛中拥有一支专属认证战队**（一轮）**，战队名称为“陶瓷原产地认证xxx企业战队”，战队选手的介绍体现为“xxx企业代表选手xxx”，运动员着装体现企业LOGO。战队选手介绍片、采访内容将根据合作品牌卖点进行相应设计，内容体现合作品牌卖点。

**3、现场回报**

（1）、现场提供指定合作单位条幅广告位1个。

（2）、每场比赛结束后选手采访环节，logo墙上体现合作商权益。

**4、电视资源播出（包含节目、插播广告）：**

**（1）、纯节目播出资源**

功夫盛典、《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》海选和季播节目安排在**CCTV-5（待定）、广东国际频道、广东体育频道、澳广视、新马泰电视台、佛山电视台公共频道**播出，主持人开场口播“本节目鸣谢战队特约单位xxx陶瓷原产地认证企业的大力支持”，节目片尾压屏或标板体现合作商权益。

（2）、战队选手宣传

合作商战队选手通过选手介绍、出场、宣传片、采访等方式体现战队所属合作商权益，在各合作电视媒体首播与重播、网络媒体点播、节目宣传报道等对外宣传时获得权益。

**5、网络媒体对外宣传（包括新媒体、主流视频媒体、门户网站等）：**

（1）、《百姓英雄——寻找佛山新时代功夫明星》系列节目在佛山电视台首播，同时在腾讯、爱奇艺等主流视频网站点播；新华网、人民网等主流媒体，斗鱼、花椒等直播平台，以及各大自媒体和网络媒体共300多家媒体平台对活动进行宣传。

佛山电视台

2018年7月