

中韩青年歌会 招商书

中韩青年歌会组委会

2009年11月

第一部分 首届中韩青年歌会介绍

“中韩青年歌会”是由中华广播影视交流协会、韩中交流协会联合发起，牵手两国著名城市市政府共同主办的一项大型流行音乐跨国赛事。它由金碟奖国际联盟、中国唱片金碟奖组织委员会以及金碟奖国际联盟韩国支社共同协办，将每年举办一届，并在两国轮流举办总决赛。

中韩青年歌会分为预赛和决赛两大阶段，在预赛阶段采取两种形式相结合的方式选拔歌手，即：在两国全国范围内多个城市设置预赛举办场地实行预选赛，或由承办城市直接推荐选手交由歌会组委会进行集中统一审核。在决赛阶段，又分为两国分别总决赛和共同总决赛暨颁奖晚会两大步骤。中韩青年歌会通过对两国热爱音乐、拥有音乐才华的青年进行严格的专业培训和选拔，并评选出最优秀的选手，使之实现音乐梦想，展现音乐才华，走向国际大舞台。

首届中韩青年歌会从2009年1月开始，至2009年8月结束，历时8个月之久，山东省日照市为中国区总决赛主办城市，韩国首尔为总决赛主办城市。活动期间，大赛组委会将联合CCTV、MBC等中韩两国各主流媒体对本届歌会进行全方位、高密度的宣传及跟踪报道，使之最终成为中、韩两国青年间及流行音乐业界一个广为流传的国际赛事品牌。

一、歌会目的

1、促进两国文化交流

近年来中、韩两国在文化艺术交流与合作方面创造了一大批成功案例，并通过这些文化艺术交流分别在对方国内创造了巨大的文化艺术市场。中国刮“韩流”，韩国吹“汉风”，这正是两国民间文化交流的真实写照。

本次歌会将以增进21世纪中、韩青年的文化关系，促进交流与合作，传播优秀传统文化为己任，为两国文化的交流、发展与繁荣做出贡献。

2、巩固双方城市之间的友好关系

目前中、韩各省、市之间已结成友好城市100余对，双方各有130多所院校建立了友好关系，本届歌会将为中韩承办城市和各预选赛举办城市之间友好关系的进一步发展与巩固，搭建一座崭新的桥梁，提供一个绝佳的平台。

3、打造新生代亚洲明星

近年来，韩流文化成为亚洲乃至世界范围内的强势流行文化，众多韩流影视歌明星，成为内地广大青少年追捧的超级偶像巨星。目前我国也有越来越多

的影视歌明星通过大众传媒被越来越多的韩国观众所熟悉和喜爱。打造新生代中国流行文化新星，向韩国民众展示中国优秀流行文化明星的形象和魅力，并积极开拓韩国市场，也成为本次歌会的重要目的之一。

4、引进并整合开发歌曲资源，培育音乐市场

近年来音像载体发生了巨大的变化，随着3G、数字电视、手机电视等新媒体市场的崛起，网络音乐、手机铃声、MP3格式的广泛使用，人们对音乐产品的消费方式变得更加多元化，在传统音像市场遭受巨大冲击不断萎缩的同时，音乐市场整体销售额也呈下滑态势。究其原因，网络歌曲和视频的低品质已经不能满足消费者，免费下载资源几近枯竭，短暂的快乐正逐渐被“没有好音乐听”的更为长期的苦恼掩盖。中韩青年歌会将为数字音乐市场开拓一条新的道路，通过自身资源和优势引进大量优秀韩语歌曲，并进行实实在在的音乐产品生产和推广，为广大乐迷带来新鲜的优秀作品，进而拉动音乐市场的消费。

5、为两国企业搭建一座沟通的桥梁

08年世界遭受了一场巨大的金融海啸，各大企业遭受重创，各国经济进入了寒冬，将进入一个漫长的恢复期。企业如何在当前经济形势下度过难关，或保持原有业绩甚至取得进一步发展，推广自身企业和品牌，拉动销售和出口是一条不变的硬道理。中韩青年歌会以文化搭台，为经济唱戏，歌会组委会将利用自身资源优势 and 品牌影响力，同时充分整合并利用歌会各大合作媒体，以事件吸引眼球，以娱乐进行营销，为两国企业搭建一座展示的平台，一座沟通的桥梁。

二、歌会目标

以此次中韩青年歌会为起点，充分整合各地专业歌手、评委、专家资源，为音乐艺术及音乐市场的繁荣和发展储备力量，逐步建立庞大的“专业歌手库”，“原创音乐库”等各类音乐资源库。并通过本次活动丰富经验的积累，随着金碟奖国际联盟其它成员国以及世界其它国家的加入，使其更进一步发展壮大成为往后每年举办一届的亚洲乃至全世界的大型跨国音乐文化盛宴，更是各国人民之间真正的音乐艺术交流日。

三、歌会特点

1、重要人物聚集

在首届中韩青年歌会活动中，将齐聚三大类人物：一是中、韩两国文化

部、广电总局、知名对外交流协会、多个知名城市市政府等相关政府部门要人；二是中韩两国文化艺术界、音乐界学者、教授及权威人士；三是影、视、歌各界的风云人物。除此之外，首届中韩青年歌会还拥有广泛的评委会会员及投票群众（中韩青年歌会评委会会员主要由以下15类专业人士组成，包括歌唱家、演奏家、词作家、作曲家、指挥家、教育家、音乐人、经纪人、解说词作者、录音师、音乐录像制作人、摄影师、美工、造型师及音像界知名人士等）。这将使首届中韩青年歌会在中韩整个音乐界激起一阵巨大的漩涡

2、专业性强

歌会聘请中国唱片金碟奖组委会以及金碟奖国际联盟评审委员会在国内一流并具备国际资质的资深、知名评委组成本次歌会的评审团，本着公平、公正、公开的原则对每位歌手进行专业评审，全面体现赛事的专业性及严谨性，使之成为一次具备国际水准的专业赛事。

3、亮点多多

本届歌会组委会十分注重歌手未来空间的潜力挖掘，并着重关注所有参赛选手的后续发展。并且明星表演嘉宾、明星主持、明星评委的参与，将为本届歌会提供最亮点，最大限度的吸引媒体及观众的注意力。

4、活动本身宣传强大

根据歌会进程，歌会宣传共分为前期、新闻发布会期、预赛期、中国区总决赛期、选手培训期、韩国总决赛期、后期共七个时期。结合强大的媒体平台，形成七个强势宣传期，势必将中韩青年歌会打造成中韩文化交流的标志性项目。

（具体歌会进程宣传请看媒体宣传方案1）

5、大量媒体宣传报道

根据本次歌会的特点和需要，特将媒体资源整合为战略合作媒体与活动支持媒体。

1) 战略合作媒体：CCTV、中国国际广播电台、《金碟时尚》电视栏目（全国发行__个地区）、金碟时尚网站等

2) 活动支持媒体：各大卫星电视台、广播电台、报纸媒体、网络媒体、户外媒体等

本次歌会宣传将呈现如下特点：

- ◆ 媒体报道全面详细，关注度高；
- ◆ 媒体报道广泛，覆盖面大；
- ◆ 宣传密度大，影响范围广；
- ◆ 参与报道媒体种类全面，回报形式多样。

第二部分 媒体宣传方案

1、歌会进程宣传方案

歌会进程	宣传内容	宣传时间	媒体属性	发布内容	合作版块/频道
歌会前期	为新闻发布会和歌会的开展做预热	12月	网站类	以软文形式向公众介绍歌会相关信息及新闻发布会时间	新闻资讯或音乐娱乐版块为主
两国新闻发布会	歌会正式召开，拉开大会序幕	待定	电视类	发布会现场报道宣传	娱乐资讯类栏目
			广播类		音乐广播频道
			平面类		报纸+娱乐杂志
			网络类		新闻资讯或音乐娱乐版块为主
各地预赛	预赛开始，扩大本届歌会影响力	2月—4月	电视类	预赛现场报道，周边花絮	娱乐资讯类栏目
			广播类		音乐广播频道
			平面类		报纸+娱乐杂志
			网络类		新闻资讯或音乐娱乐版块为主
			地面宣传		张贴海报、户外广告
	整合所有		电视类	决赛现场转播，录制现场专访	娱乐资讯类栏目
			广播类	决赛现场转播，歌曲播放，可加入排行榜	音乐广播频道

中国区总决赛	媒体资源，把歌会推到高潮	5月	平面类	新闻软文播报，嘉宾、评委、优秀歌手专访	报纸+娱乐杂志
			网络类	官方网站视频直播，向其他网络媒体发布软文报道	新闻资讯或音乐娱乐版块为主
			地面宣传	制作歌会及优秀选手海报	张贴海报、户外广告
选手培训期	回顾整个歌会进程，为韩国总决赛预热	6月—7月	电视类	制作歌会专题记录片，及参赛城市宣传片，并制作培训期花絮节目	娱乐资讯类栏目
			广播类	获奖歌曲播放，制作排行榜	音乐广播频道
			平面类	发布对歌会总结性文章，为获奖歌手做专访	报纸+娱乐杂志
			网络类	时时追踪报道获奖歌手培训情况，为韩国区决赛预热	新闻资讯或音乐娱乐版块为主
韩国总决赛暨颁奖晚会	歌会最高潮，打造媒体最热话题	8月	电视类	决赛现场转播，录制现场专访	娱乐资讯类栏目
			广播类	决赛现场转播，歌曲播放，可加入排行榜	音乐广播频道
			平面类	新闻软文播报，嘉宾、评委、优秀歌手专访	报纸+娱乐杂志
			网络类	官方网站视频直播，向其他网络媒体发布软文报道	新闻资讯或音乐娱乐版块为主
			地面宣传	制作歌会及优秀选手海报	张贴海报、户外广告

歌会后期	后续报道	9月	网络类	获奖选手待遇跟踪 报道 歌会成果宣传 各方反响和评论	歌会官方网站
			电视类	歌会回顾专题片	娱乐类栏目/频道
			广播类	获奖选手歌曲展播 获奖选手待遇跟踪 报道	音乐广播频道
			平面类	获奖选手跟踪报道 及专访	报纸+娱乐杂志

2、具体整合宣传报道规划：

No.	媒体属性	媒体种类	媒体用途	备注
	平面媒体	报纸：北京娱乐信报，北	协办媒体	2-3家
		京青年报，环球时报，南	新闻稿	
		方日报，齐鲁晚报，日照	长期的（追踪）专	
		日报…….	题报道	
		杂志：《音乐时空》，	协办媒体	1-2家
		《人民音乐》，《音乐世	一般专题报道	
	电波媒体	界》，《当代歌坛》，	长期的（追踪）专	
		《时尚》，《齐鲁周刊》	题报道	
		…….		
		电视媒体：中央电视台	新闻跟踪报道	协办电视台
		《综艺快报》、北京电视	比赛花絮连续报道	
		…….		

		台《每日文娱播报》，湖南卫视《娱乐无极限》、（直播） 东方卫视《娱乐星天地》、Channel[v]、凤凰卫视、旅游卫视、华娱卫视、山东卫视及日照市电视台、各承办城市地方电视台	预选赛比赛录播	各承办城市地方电视台
		《金碟时尚》电视栏目	全程跟踪报道	深度报道
		CCTV MBC	全程跟踪报道 大赛准决赛、决赛 录播	
		广播媒体： 中国国际广播电台	预选赛花絮报道大 赛进程 全程跟踪报道与宣 传 “韩中音乐排行 榜”独家播出	各承办城市地方电 台 娱乐频道
	网络媒体	门户网站：新浪，搜狐， 网易，TOM，腾讯，雅 虎…… 音乐网站：一听，九天，音 乐在线…… 论坛：百度，谷歌……	协办媒体(1-2家)	专题报道
		本次活动官方网站 http://zhgh.bjhstk.com	本次活动的全部内 容	深度报道
4.	户外媒体	公交站牌、灯箱、彩虹 门、过街天桥广告牌、气 球等等	视觉冲击、眼球效 应	大赛VI

第三部分 首届中韩青年歌会赞助方案

为了充分体现和挖掘中韩青年歌会的项目优势及资源价值，首届中韩青年歌会面向全社会各个行业进行公开招商引资。

一、首届中韩青年歌会招商赞助形式

- 1、资金赞助
- 2、实物赞助
- 3、其他形式赞助

二、首届中韩青年歌会招商项目分项总览

- 1、歌会总冠名赞助招商：仅1家[人民币：XX万元]
- 2、中国区总决赛冠名赞助招商：仅1家[人民币：XX万元]
- 3、指定单位招商：按照各具体项目确定赞助标准，赞助商品牌获得首届中韩青年歌会唯一指定品牌，并颁发奖牌、证书等，同时共同商定其他回报方式。

唯一指定手机厂商 唯一指定电脑厂商 唯一指定MP3厂商
唯一指定汽车厂商 唯一指定航空公司 唯一指定接待公司
唯一指定服装品牌 唯一指定饮用水品牌 唯一指定化妆品品牌
唯一指定金融机构 唯一指定接待车队 唯一指定

三、首届中韩青年歌会招商赞助回报条例

总冠名招商【赞助金额：RMB XXX万元】

充分利用首届中韩青年歌会系列宣传活动、整体SP运营及媒体组合战略对总冠名赞助商的本次战略投资行为进行全方位、深层次的宣传报道，其回报主要体现在以下几大部分：

第一部分 联合标识宣传回报

- 1、总冠名赞助商获得首届中韩青年歌会“战略合作伙伴”名义，并作为首届中韩青年歌会的特别协办单位。

2、 组委会将总冠名赞助商企业标识和中韩青年歌会标识一起制作成“首届中韩青年歌会战略合作伙伴：联合标识”，在首届中韩青年歌会的系列宣传活动中均使用这一联合标识；同时总冠名赞助商有权使用此联合标识用于企业的推广宣传活动，使用权期限为永久性，随着中韩青年歌会的开展和成熟，联合商标的升值空间巨大。

3、 组委会授予总冠名赞助商“首届中韩青年歌会战略合作伙伴：联合标识”的证书及荣誉牌。

4、 组委会将联合不少于100家媒体单位（包括电视台、电台、报刊杂志、网站等）对总冠名赞助商“联合标识”进行深入而广泛的宣传报道（刊登频次不少于100次）。

5、 总冠名赞助商将获得首届中韩青年歌会中国区预选赛“XXX杯冠军”“XXX杯亚军”“XXX杯季军”的冠名权；以及“XXX杯最佳演唱奖”等12类综合奖项的冠名权。

第二部分 系列赛事、活动宣传回报

首届中韩青年歌会举办的每一次活动和每一轮赛事都将力邀中韩两国宣传部、文化部、国家新闻出版总署等政府部门重要领导人以及著名学者、音乐界权威人士等参与，同时还将邀请影、视、歌、模特等各界风云人物现场捧场。而且每一次活动和比赛都将进行电视、电台或网络直播及录播等，组委会每次还将联合不少于100家媒体单位（包括电视台、电台、报刊、杂志、网站等）对首届中韩青年歌会系列赛事及新闻发布会、记者招待会进行深入而广泛的宣传报道，报道中以各种软性新闻宣传总冠名赞助商企业形象及品牌价值，以期达到对总赞助商整体宣传的显著效果。

1、 首届中韩青年歌会战略合作伙伴签约仪式及记者招待会

1) 专门召开与总冠名赞助商企业的合作签约仪式记者招待会。

2) 总冠名赞助商企业有权选派一名企业代表在记者招待会上作一次讲话（时间不超过20分钟），并接受记者现场采访提问。

3) 记者招待会现场设置大型背景板，显著位置印有联合标识和总冠名赞助商企业名称等标识。

4) 总冠名赞助商企业代表可与参会领导及嘉宾合影留念。

5) 总冠名赞助商企业有权在会议现场按组委会的要求派发企业宣传的资料或产品。

6) 双方共同商定其他回报方式。

2、首届中韩青年歌会中、韩两国新闻发布会

1) 总冠名赞助商企业有权选派一名代表参加中、韩两国新闻发布会，并在新闻发布会上作一次致辞（时间不超过5分钟）。

2) 会员评委代表大会及新闻发布会现场均设置大型背景板，显著位置印有联合标识和总赞助商企业名称等标识。

3) 总冠名赞助商企业代表可与参会领导及嘉宾合影留念。

4) 总冠名赞助商企业有权在会议现场按组委会的要求派发企业的宣传资料或产品。

5) 双方共同商定其他回报方式。

3、中、韩两国各地预选赛

1) 总冠名赞助商企业获得各地预选赛赛场及其他相关活动场地竖旗广告的布置使用权。

2) 预选赛现场升空气球、条幅、POP、海报、彩旗上均出现总冠名赞助商联合标识。

3) 总赞助商获得预选赛现场广告牌、标语牌、横幅等广告位的使用权。

4) 总赞助商获得预选赛现场中心舞台标牌广告的使用权。

5) 预选赛现场采访背景板上出现联合标识及总冠名赞助商全称等。

6) 各地预选赛现场大屏幕电视出现联合标识及总冠名赞助商企业的30 " 形象宣传广告及滚动字幕广告（不少于3次）。

7) 预选赛现场周围出现至少5块总冠名赞助商企业的大块形象宣传广告及企业广告宣传语等广告位。

8) 预选赛现场将总冠名赞助商的企业品牌、名称融入舞台布置中，主持人播报总冠名赞助企业和理念，凸显总冠名企业形象。

9) 总冠名赞助商企业有权在预选赛现场按组委会要求派发企业的宣传资料

或产品。

10) 总冠名赞助商企业代表在预选赛现场与明星评委及政府领导嘉宾等共同为获奖艺人颁发奖杯及证书。

11) 总冠名赞助商企业代表在预选赛现场可与知名艺人、明星评委、颁奖嘉宾、政府领导颁奖嘉宾、获奖选手等合影留念。

12) 预选赛直播或录播镜头中多次出现总冠名商家场地内广告牌、公益标语牌等场内广告。

13) 预选赛直播或录播片头片尾中多次插播总赞助商企业广告宣传片，片尾出现联合标识及总冠名赞助商牌鸣谢。

4、中国区总决赛

1) 总冠名赞助商企业获得参赛选手及嘉宾下榻宾馆及其他相关活动场地竖旗广告的布置使用权。

2) 总决赛现场升空气球、条幅、POP、海报、彩旗上均出现总冠名赞助商联合标识。

3) 总赞助商获得决赛现场广告牌、标语牌、横幅等广告位的使用权。

4) 总赞助商获得决赛现场中心舞台标牌广告的使用权。

5) 决赛现场采访背景板上出现联合标识及总冠名赞助商全称等。

6) 决赛现场大屏幕电视出现联合标识及总冠名赞助商企业的30"形象宣传广告及滚动字幕广告（不少于3次）。

7) 决赛现场周围出现至少10块总冠名赞助商企业的大块形象宣传广告及企业广告宣传语等广告位。

8) 决赛现场将总赞助商的企业品牌、名称融入舞台布置中，主持人口播并邀请赞助商企业代表上台进行鸣谢，由总冠名赞助商企业代表致辞（时间不超过3分钟），凸显总冠名企业形象。

9) 总冠名赞助商企业有权在决赛现场按组委会要求派发企业的宣传资料或产品。

10) 总冠名赞助商企业代表在决赛现场与知名艺人、明星评委及政府领导嘉宾等共同为获奖艺人颁发奖杯及证书。

11) 总冠名赞助商企业代表在颁奖晚会上可与知名艺人、明星评委、颁奖嘉宾、政府领导颁奖嘉宾、获奖选手等合影留念。

12) 邀请总冠名赞助商企业领导出席总决赛现场、答谢酒会等。

13) 决赛直播或转播镜头中多次出现总冠名商家场地内广告牌、公益标语牌等场内广告。

14) 决赛直播或转播片头片尾中多次插播总赞助商企业广告宣传片，片尾出现联合标识及总冠名赞助商牌鸣谢。

5、韩国总决赛前宣传回报

首届中韩青年歌会两国分区总决赛结束至韩国总决赛开赛前约3个月密集型媒体投放计划，其各类广告（包括电视广告，电台广告，报刊杂志广告，灯箱、路牌、车体、候车厅、地铁站等户外广告宣传）等宣传中均出现联合标识及总冠名赞助商企业全称等标识（此环节具体投放广告计划待定）。

6、韩国总决赛暨颁奖晚会现场宣传回报

1) 总冠名赞助商企业获得参赛选手及嘉宾下榻宾馆及其他相关活动场地竖旗广告的布置使用权。

2) 总决赛现场升空气球、条幅、POP、海报、彩旗上均出现总冠名赞助商联合标识。

3) 总赞助商获得决赛现场广告牌、标语牌、横幅等广告位的使用权。

4) 总赞助商获得决赛现场中心舞台标牌广告的使用权。

5) 决赛现场采访背景板上出现联合标识及总冠名赞助商全称等。

6) 决赛现场大屏幕电视出现联合标识及总冠名赞助商企业的30" 形象宣传广告及滚动字幕广告（不少于3次）。

7) 决赛现场周围出现至少10块总冠名赞助商企业的大块形象宣传广告及企业广告宣传语等广告位。

8) 决赛现场将总赞助商的企业品牌、名称融入舞台布置中，主持人口播并邀请赞助商企业代表上台进行鸣谢，由总冠名赞助商企业代表致辞（时间不超过3分钟），凸显总冠名企业形象。

9) 总冠名赞助商企业有权在决赛现场按组委会要求派发企业的宣传资料

或产品。

10) 总冠名赞助商企业代表在决赛现场与知名艺人、明星评委及政府领导嘉宾等共同为获奖艺人颁发奖杯及证书。

11) 总冠名赞助商企业代表在颁奖晚会上可与知名艺人、明星评委、颁奖嘉宾、政府领导颁奖嘉宾、获奖选手等合影留念。

12) 邀请总冠名赞助商企业领导出席总决赛现场、答谢酒会等。

13) 决赛直播或转播镜头中多次出现总冠名商家场地内广告牌、公益标语牌等场内广告。

14) 决赛直播或转播片头片尾中多次插播总赞助商企业广告宣传片，片尾出现联合标识及总冠名赞助商标牌鸣谢。

第三部分 印刷品宣传回报

1、首届中韩青年歌会对外宣传文件中均出现联合标识及总冠名赞助商企业全称等标识。

2、首届中韩青年歌会的邀请函、车证、秩序册、成绩册、新闻稿、宣传海报等均出现总冠名赞助商企业名称、标识等。

3、首届中韩青年歌会各轮次各场比赛门票显著位置出现联合标识及总冠名赞助商企业全称等标识（门票背面印制总赞助商企业广告）。

4、首届中韩青年歌会纪念画册封底为总冠名赞助商企业形象广告，内页1P整版总冠名赞助商企业形象图文专访宣传（大小为16开本，内容可由总赞助商企业自己提供）。

5、首届中韩青年歌会全程活动光盘VCD涵盖颁奖晚会全程及联合标识和总冠名赞助商企业全称等标识。

第四部分 特别环节宣传回报

1、总冠名赞助商将获得《金碟时尚》电视节目片尾的15秒贴片广告，时长为1年（每周1期，全年52期，目前已在全国超过XX家电视台播出）。

2、将针对总冠名赞助商企业品牌的特性，邀请多名艺人嘉宾及政府领导嘉宾对冠名企业进行考察报道；结合首届中韩青年歌会的评选活动，为总赞助商度身定做一场“户外秀”，邀请参赛选手、知名艺人嘉宾及政府重要领导参

与此活动，同时邀请部分媒体参与报道宣传，致力于共同打造企业品牌，促进产品的推广，完美诠释总冠名赞助商品牌内涵（可由总赞助商选择提供场地，具体方案另行商定）。

3、邀请总冠名赞助商企业代表一人出任组委会副主任职务。

4、总赞助商品牌获得首届中韩青年歌会“唯一指定-**-品牌”。

5、总赞助商享有首届中韩青年歌会官方网站首屏显著位置的一个广告位置，使用权限为1年（以签订协议日期为准），并与总赞助商企业网站建立直接链接。

6、赠送总赞助商首届中韩青年歌会全程活动光盘VCD、纪念画册各100套。

7、赠送总赞助商首届中韩青年歌会各轮次比赛现场坐阵门票各100张，宣传和传达总冠名赞助商企业形象或产品形象（广告牌及横幅等）。

8、总赞助商获得首届中韩青年歌会系列宣传、评选及颁奖晚会现场图片资料的使用权，可用于总赞助商企业的形象宣传等。

第五部分 中国区媒体组合营销宣传回报（此部分具体商定）

首届中韩青年歌会全程媒体组合营销推广以主赞助商为主，总冠名企业形象和品牌内涵的硬性广告以及隐性广告将随着首届中韩青年歌会整体形象宣传在各大电视台、广播电台、报纸、杂志、网络以及户外媒体上进行播出或报道，预定投放计划如下：

1、电视媒介宣传回报

中央电视台、山东电视台、东方卫视、广东电视台、南方电视台、凤凰卫视、Channel[v]、旅游卫视、中国教育电视台及其他各卫视台、省级电视台、地市级电视台等（选择中央电视台作为战略合作媒体，同时选择5-7家省级电视台作为歌会协办媒体，搭建歌会互动平台，进行深入报道评论，其他相关各电视台作为歌会系列赛事的跟踪报道单位）。

1) 《金碟时尚》在全国的播出电视台目前已超过XX家，每期 30分钟的《金碟时尚》节目片尾插播总冠名企业15秒贴片广告，全年52期，其播出频次超过XXX次。

2) 中央电视台《综艺快报》、北京电视台《每日文化播报》、东方卫视《娱乐星天地》、广东电视台《娱乐最前线》、湖南卫视《娱乐无极限》、光线传媒《娱乐现场》、Channel[v]等,以上各栏目在报道首届中韩青年歌会相关新闻动态、赛事进程、专题采访、选手娱乐资讯时均出现总赞助商联合标识5秒标版,其播出频次预计超过300次。

3) 首届中韩青年歌会决赛前的主题宣传片带总冠名企业15秒专栏花絮报导将在全国各卫视台、省级电视台及地市级电视台播出,播出时间超过2个月,其播出频次预计超过1500次。

4) 首届中韩青年歌会系列赛事及新闻发布会、颁奖晚会现场直播或录播将在全国各卫视台、省级电视台及地市级电视台播出,播出中出现总冠名赞助商场地内广告牌、公益标语牌以及片尾出现的联合标识及总冠名赞助商牌鸣谢,其播出频次预计超过300次。

2. 电台媒介宣传回报

中国国际广播电台、北京音乐台、北京文艺台、山东音乐台、广东音乐台及各地交通台和文艺台等(选择10家音乐类或文艺类广播电台,全国63家交通台作为首届中韩青年歌会系列赛事跟踪评论报道媒体单位)。

1) 邀请总冠名赞助企业代表参加各电台录音室的做客节目,针对总冠名赞助商企业高层领导访谈及企业发展规划等内容做直播采访,并配合在相关网站进行网络直播(具体安排另行商定)。

2) 各电台在报道播出首届中韩青年歌会系列赛事活动、新闻发布会、新闻资讯、音乐节目等过程中插播总冠名赞助商形象宣传广告。

3. 平面媒介宣传回报

报纸:人民日报、光明日报、环球时报、中国电视报、中国青年报、生活时报、中国日报、音乐生活报、北京青年报、北京娱乐信报、北京日报、新京报、北京晨报、京华时报、北京晚报、精品购物指南、北京广播电视报、山东日报、文汇报、电视周刊、新民晚报、广州日报、南方周末、南方都市报、深圳晚报、扬子晚报、齐鲁晚报等各地主要报纸媒体(选择2-3家全国性报纸作为

首届中韩青年歌会全程跟踪报道媒体单位，50家各类报纸媒体作为首届中韩青年歌会系列赛事活动跟踪报道单位）；

杂志：人民音乐、现代音乐、演艺圈、现代人、音乐世界、当代歌坛、《韩流先锋》、《纯韩娱乐》、《轻音乐》日韩版等各地主要杂志期刊（选择5本娱乐类杂志作为首届中韩青年歌会跟踪报道单位，进行互动采访、资讯跟踪等）；

户外广告：路牌、高立柱、灯箱、车体广告、海报、易拉宝、横幅、升空气球、彩旗、彩虹门等户外媒介（具体投放计划待定）。

1) 首届中韩青年歌会系列赛事活动、新闻发布会、选手培训、相关新闻资讯等报道过程中以软性新闻宣传总冠名赞助商企业形象及品牌内涵。

2) 邀请新闻记者针对总冠名赞助商企业进行人物专访及形象专访等系列报道，以公关软文投放的方式进行报道。

3) 结合首届中韩青年歌会整体形象宣传在相关平面媒介上投放总冠名赞助商企业广告。

4. 网络媒介宣传回报

中韩青年歌会官方网站、潘多拉、新浪、搜狐、网易、TOM、腾讯，雅虎、一听，九天、音乐在线、百度、谷歌等门户网站及音乐专业网站（选择1家具备实力的SP运营商，与首届中韩青年歌会各相关环节进行互动娱乐，全程跟踪报道评论系列相关赛事活动及新闻资讯等，同时选择其他门户网站及音乐网站进行各相关活动跟踪报道评论）。

1) 中韩青年歌会官方网站：首屏显著位置一个广告位并建立相关链接，全程滚动报道总冠名商与歌会的相关信息，其报道信息版面出现总冠名赞助商标识或企业全称等文字资料，重点突显总冠名赞助商的企业和品牌形象，中韩青年歌会电子杂志宣传总赞助商形象及品牌，并提供免费下载功能。

2) 其他门户网站及专业网站：全程跟踪报道中韩青年歌会系列赛事活动及新闻资讯，体现总冠名赞助商与中韩青年歌会的紧密合作关系，突现总冠名赞助商的战略投资行为意识等。

5. 专访宣传报道

邀请总冠名赞助商企业代表参与首届中韩青年歌会系列赛事活动及新闻发布会、颁奖晚会、答谢酒会等，安排各大媒体对其进行专访报道，如中央电视台《综艺快报》、广东电视台《企业名人专访》、各大网站及广播电台的做客直播间访谈节目等（具体安排另行商定）。

中国区总决赛赞助商回报条例【赞助金额：RMB XXX万元】

第一部分 主题冠名宣传回报

- 1、 赞助商获得首届中韩青年歌会“中国区总决赛主题赞助商”名义。
- 2、 赞助商获得首届中韩青年歌会中国区总决赛独家冠名权，可冠名为“‘XXX之夜’首届中韩青年歌会中国区总决赛”，在中国区总决赛的整体对外宣传中均使用此名称；同时赞助商有权使用此冠名用于企业自身的宣传推广活动，使用权期限为永久性。
- 3、 组委会将联合不少于100家媒体单位（包括电视台、电台、报刊杂志、网站等）对中国区总决赛主题赞助商的冠名进行深入而广泛的宣传报道（刊登频次不少于100次）。
- 4、 赞助商将获得首届中韩青年歌会中国区总决赛“XXX杯冠军”“XXX杯亚军”“XXX杯季军”的冠名权。

第二部分 系列会议活动宣传回报

首届中韩青年歌会举办的每一次活动和每一轮赛事都将力邀中韩两国宣传部、文化部、国家新闻出版总署等政府部门重要领导人以及著名学者、音乐界权威人士等参与，同时还将邀请影、视、歌、模特等各界风云人物现场捧场。而且每一次活动和比赛都将进行电视、电台或网络直播及录播等，组委会每次还将联合不少于100家媒体单位（包括电视台、电台、报刊、杂志、网站等）对首届中韩青年歌会系列赛事及新闻发布会、记者招待会进行深入而广泛的宣传报道，报道中以各种软性新闻宣传中国区总决赛主题赞助商企业形象及品牌价值，以期达到对赞助商整体宣传的显著效果。

- 1、 首届中韩青年歌会中国区总决赛主题赞助商签约仪式暨记者招待会
 - 1) 专门召开与主题赞助商企业的合作签约仪式暨记者招待会。

2) 赞助商企业有权选派一名企业代表在记者招待会上作一次讲话（时间不超过20分钟），并接受记者现场采访提问。

3) 记者招待会现场设置大型背景板，显著位置印有“‘XXX之夜’首届中韩青年歌会中国区总决赛主题赞助商签约仪式暨记者招待会”等。

4) 赞助商企业代表可与参会领导及嘉宾合影留念。

5) 赞助商企业有权在会议现场按组委会要求派发企业宣传资料或产品。

6) 双方共同商定其他回报方式。

2、首届中韩青年歌会中方新闻发布会

1) 赞助商企业有权选派一名代表参加会员评委代表大会，并在新闻发布会上作一次致辞（时间不超过3分钟）。

2) 会员评委代表大会及新闻发布会现场均设置大型背景板，显著位置印有颁奖晚会主题赞助商企业名称及标识。

3) 赞助商企业代表可与参会领导及嘉宾合影留念。

4) 赞助商企业有权在会议现场按组委会要求派发企业宣传资料或产品。

5) 双方共同商定其他回报方式。

第三部分 印刷品宣传回报

1、首届中韩青年歌会对外宣传文件中均出现中国区总决赛主题赞助商企业全称及标识。

2、首届中韩青年歌会的邀请函、车证、秩序册、成绩册、新闻稿、宣传海报等均出现主题赞助商企业名称、标识等。

3、首届中韩青年歌会中国区总决赛门票正面均冠以“‘XXX之夜’ 首届中韩青年歌会中国区总决赛”字样，同时出现赞助商企业全称及标识。

4、首届中韩青年歌会纪念画册封二为中国区总决赛主题赞助商企业形象广告，内页1P整版赞助商企业形象图文专访宣传（大小为16开本，内容可由赞助商企业自己提供）。

5、首届中韩青年歌会全程活动光盘VCD涵盖中国区总决赛全程及主题赞助商名称、标识、文字等。

第四部分 颁奖晚会前宣传回报

首届中韩青年歌会中国区总决赛前后约2个月密集型的媒体投放计划，其各类广告（包括电视广告，电台广告，报刊杂志广告，灯箱、路牌、车体、候车厅、地铁站等户外广告宣传）等宣传中均出现“‘XXX之夜’首届中韩青年歌会中国区总决赛”及赞助商企业全称及标识（此环节具体投放广告计划待定）。

1、平面广告：在全国主流报刊媒体及日照市密集投放高发行媒体。

2、户外广告：日照市、各预选赛承办城市投放广告牌不少于300块（包括天桥广告、灯箱、车站广告灯），投放车身广告不少于100个。

3、宣传品投放：海报X万张，宣传单页X万张，易拉宝X个，以及礼品等其他形式，全国范围内投放。

4、线上推广：

1) 各大门户网站作为中韩青年歌会核心网络合作伙伴，设立专题全程报道。

2) 中韩青年歌会官方网站<http://zhgh.bjhstk.com>宣传。

3) 中韩青年歌会制作多媒体电子杂志，通过与中国电信、中国网通合作向不少于2000万网络用户宣传。

5、线下宣传：举办新闻发布会及记者招待会，公开发布中韩青年歌会推进情况。

6、电视台：中央电视台《综艺快报》、北京电视台《每日文化播报》、东方卫视《娱乐星天地》、广东电视台《娱乐最前线》、湖南卫视《娱乐无极限冲浪》、光线传媒《娱乐现场》、Channel[v]、中韩青年歌会特别栏目《金碟时尚》等跟踪报道。

7、电台：中国国际广播电台、北京音乐台、北京文艺台、上海音乐台、上海文艺台、深圳电台、广东音乐台、山东音乐台及各地交通台和文艺台等（选择10家音乐类或文艺类广播电台，全国63家交通台进行跟踪评论报道）。

第五部分 中国区总决赛现场宣传回报

1、赞助商企业获得颁奖晚会艺人及嘉宾下榻宾馆及其他相关活动场地竖旗广告的布置权。

2、 决赛现场升空气球、条幅、POP、海报、彩旗上均出现赞助商企业全称及标识。

3、 赞助商获得决赛现场广告牌、标语牌、横幅等广告位的使用权。

4、 赞助商获得决赛现场中心舞台标牌广告的使用权。

5、 决赛现场采访背景板上出现赞助商企业全称及标识。

6、 决赛现场大屏幕电视出现赞助商企业的30 " 形象宣传广告及滚动字幕广告（不少于3次）。

7、 决赛现场周围出现至少10块赞助商企业大块形象宣传广告及企业广告宣传语等。

8、 决赛现场将赞助商的企业品牌、名称融入舞台布置中，主持人口播并邀请赞助商企业代表上台进行鸣谢，由赞助商企业代表致辞（时间不超过3分钟），凸显赞助商企业形象。

9、 赞助商企业有权在决赛现场按组委会的要求派发企业的宣传资料或产品。

10、 赞助商企业代表在决赛现场颁奖典礼上与知名艺人及政府领导嘉宾等共同为“综合素质奖”获奖艺人颁发奖杯及证书。

11、 赞助商企业代表在决赛现场可与知名艺人颁奖嘉宾、政府领导颁奖嘉宾、获奖选手等合影留念。

12、 邀请赞助商企业四名代表出席决赛现场、答谢酒会等。

13、 中国区总决赛直播或转播镜头中多次出现赞助商场地内广告牌、公益标语牌等场内广告。

14、 中国区总决赛直播或转播片头片尾中多次插播赞助商企业广告宣传片，片尾出现赞助商标牌鸣谢。

第六部分 特别环节宣传回报

1、 将针对赞助商企业品牌的特性，邀请多名明星评委、艺人嘉宾及政府领导嘉宾对赞助商企业进行考察报道；结合首届中韩青年歌会的评选活动，为赞助商度身定做三场“户外秀”（歌迷会形式），邀请艺人嘉宾及政府领导参与此活动，同时邀请部分媒体参与报道宣传，致力于共同打造企业品牌，促进产品的推广，完美诠释赞助商品牌内涵（具体举办地点由赞助商选择确定，具

体方案另行商定)。

2、邀请赞助商企业代表一人出任组委会副主任职务。

3、赞助商品牌获得第三届金碟奖“唯一指定**品牌”。

4、赞助商享有中韩青年歌会官方网站首屏显著位置的一个广告位置，使用权限为1年（以签订协议日期为准），并与赞助商企业网站建立直接链接。

5、赠送赞助商中韩青年歌会全程活动光盘VCD、纪念画册各100套。

6、赠送赞助商首届中韩青年歌会中国区总决赛现场坐阵100张门票，宣传和传达赞助商企业形象或产品形象（广告牌及横幅等）。

7、赞助商获得首届中韩青年歌会系列宣传活动及中国区总决赛赛事现场图片资料的使用权，可用于赞助商企业的形象宣传等。

第七部分 媒体组合营销宣传回报（此部分具体商定）

1、电视媒介宣传回报：选择中央电视台作为战略合作媒体，同时选择5-7家省级电视台作为歌会协办媒体，与中韩青年歌会搭建互动平台，进行深入报道评论，其他相关各电视台作为歌会系列赛事活动的跟踪报道单位，报道过程中出现主题赞助商企业名称、标识、3秒标版等，体现赞助商品牌价值。

2、电台媒介宣传回报：选择10家音乐类或文艺类广播电台，全国63家交通台作为中韩青年歌会系列赛事活动跟踪评论报道媒体单位，报道过程中口播出现中国区总决赛主题赞助商企业名称等，同时可邀请赞助商企业代表参加各电台录音室的做客节目，针对赞助商企业高层领导人生访谈及企业发展规划等内容做直播采访，并配合在相关网站进行网络直播。

3、平面媒介宣传回报：选择2-3家全国性报纸、5本娱乐音乐类杂志作为中韩青年歌会全程跟踪报道媒体单位，50家各类平面媒体作为中韩青年歌会系列赛事活动跟踪报道单位，以软性新闻宣传赞助商企业形象及品牌内涵。

4、网络媒介宣传回报：选择1家具备实力的SP运营商，与中韩青年歌会各环节进行互动娱乐，全程跟踪报道评论系列相关活动及新闻资讯等，同时选择其他门户网站及专业网站进行各相关活动跟踪报道评论，全程滚动报道赞助商与中韩青年歌会的相关信息，其报道信息版面出现赞助商标识或企业全称

等文字资料，重点突显赞助商的企业和品牌形象，中韩青年歌会电子杂志宣传赞助商形象及品牌，并提供免费下载功能。

5、专访宣传报道：邀请赞助商企业代表参与首届中韩青年歌会系列赛事活动及新闻发布会、颁奖晚会、答谢酒会等，安排各大媒体对其进行专访报道，如中央电视台《综艺快报》、广东电视台《企业名人专访》、各大网站及广播电台的做客直播间访谈节目等（具体安排另行商定）。

指定单位招商【唯一指定，按照具体项目确定】

指定产品赞助商可向中韩青年歌会组委会提供实物或资金的支持，并将随着中韩青年歌会品牌的深入人心而实现指定产品的品牌效益，按照具体项目确定赞助标准。

一、名誉回报

赞助商可获得首届中韩青年歌会“唯一指定***”的名义（如：唯一指定手机厂商、唯一指定航空公司等），可在对外宣传中冠以“首届中韩青年歌会唯一指定***”的名义。

二、宣传回报

1、在首届中韩青年歌会各类大型活动的背景板上注明赞助商“唯一指定***”身份及标识，并邀请不少于5家媒体进行报道。

2、在首届中韩青年歌会印刷宣传品中注明赞助商“唯一指定***”身份。

3、在首届中韩青年歌会户外广告宣传中注明赞助商“唯一指定***”身份。

4、在首届中韩青年歌会后，享有中韩青年歌会官方网站首页显著位置一个广告位并可建立相关窗口链接。

5、享有首届中韩青年歌会预选赛、中国区总决赛、韩国总决赛现场周边广告位使用权（具体数量商定）。

6、歌会实况直播或录播节目片尾出现赞助商牌鸣谢

三、活动内容回报

- 1、将邀请赞助商一名领导出席由组委会所举办的各类大型活动。
- 2、赞助商可提供产品由组委会作为礼品赠送给中韩青年歌会嘉宾及领导。
- 3、赞助商可提供产品由组委会作为奖品赠送给歌会获奖选手。
- 4、可对首届中韩青年歌会某一活动进行主题赞助，或可与组委会联合策划举办与中韩青年歌会有关的主题活动(如歌迷见面会)。

以上作为首届中韩青年歌会各环节赞助招商回报条例通案，经与企业达成合作意向，即可根据企业的具体需要共同磋商针对性的回报条款并制定策划专案。