CCTV 中国中央电视台广告部 CHINA CENTRAL TELEVISION ADVERTISING DEPT.

中央电视台广告投放联系方式一览表

地址：	
中央电视台广告部	
地址：	北京市海淀区复兴路11号
邮编：	100859

电话：	
CCTV黄金资源广告招标咨询电话：	68581118/68507403
电视剧贴片销售及CCTV-1常规时段咨询电话：	68500052
CCTV-1（承包项目）、CCTV-7、CCTV高清频道咨询电话：	68509590
CCTV-2咨询电话：	68507026
CCTV-3、CCTV-音乐、CCTV-戏曲咨询电话：	68500192/68509502
CCTV-5、CCTV-8、CCTV-12咨询电话：	68508237
CCTV-10咨询电话：	68508421
CCTV-4、CCTV-9、CCTV-西班牙语频道、CCTV-法语频道咨询电话：	68500090
CCTV-新闻频道咨询电话：	68508450/68507874
CCTV-少儿频道咨询电话：	68500969
广告产品研发咨询电话：	68507025
广告公司客户服务热线：	68500053/68509487
广告版本签订咨询电话：	68500179
广告带审查咨询电话：	68509333
广告监播咨询电话：	68526797
《同赢》编辑部：	68500030
传真：	广告部办公室：68507398 客户服务科：68509505 频道经营科：68511134 宣传推广科：68516254

汇款请寄：	
单位名：	中央电视台
用途：	五科广告费
开户行：	工商银行北京礼士路支行
账号：	0200003609088116975
财务五科：	68509506/68507405
广告部网址：	http://ad.cctv.com

《中央电视台2009年广告产品手册》最终解释权归中央电视台广告部所有
所有节目安排以《中国电视报》为准
如遇广告回报和价格调整，以中央电视台广告部最新发布为准

BELIEVE IN THE POWER OF BRANDS

相信品牌的力量

中央电视台2009年广告产品手册

CCTV Advertising Products Handbook-2009 Edition

2009 新高度 新起点

中央电视台2009年广告产品手册

CCTV 中国中央电视台广告部 CHINA CENTRAL TELEVISION ADVERTISING DEPT.

中央电视台广告产品最新信息请登陆：www.cctv.com

2009 新高度 新起点

相信品牌的力量

BELIEVE IN THE POWER OF BRANDS

中央电视台2009年广告产品手册

CCTV Advertising Products Handbook-2009 Edition

卷首语
Introductory remark

中央电视台广告产品体系

经过多年发展，中央电视台广告经营目前已形成以黄金资源广告招标产品为龙头，自营类广告产品和承包类广告产品为重要两翼的广告产品体系。2009年及未来几年，这种央视广告产品体系及以此为基础的央视广告销售体系不会改变，但将不断完善，不断升级。

黄金资源广告招标产品，包括招标竞购广告产品和签约认购广告产品两大类。其中，招标竞购类广告产品是央视稀缺黄金广告资源，在每年的11月18日通过招标方式完成对第二年的预售；签约认购广告产品是央视各频道限量销售的核心广告资源，在每年的9月至11月通过签约认购方式完成对第二年的预售。

自营类广告产品，包括各频道时段、栏目、套装、大活动及特别节目广告等产品，企业可以通过代理公司直接从中央电视台广告部进行购买。除广告部发布的现有广告产品之外，客户亦可根据需要，通过与广告部洽谈进行个性化定制。

承包类广告产品，包括整频道承包、单栏目（项目）承包两种方式，由中央电视台广告部授权委托承包代理公司经营，企业客户可通过承包代理公司进行购买，承包代理公司再与广告部按照承包协议进行集中结算。

中央电视台广告经营将继续严格执行广告代理制，企业客户须通过广告代理公司购买央视广告产品。中央电视台广告部愿与更多的企业、广告代理公司加强沟通，增进交流，共同提高，努力实现广告主、广告代理公司、媒体三方的和谐共赢，共同推动中国广告业规范、健康、高速发展。

相信品牌的力量
BELIEVE IN THE POWER OF BRANDS

CON目录 TENTS

2009年黄金资源招标广告产品

005 招标竞购广告产品
007 签约认购广告产品

2009年自营类广告产品

015 各频道时段及栏目广告产品（含2009年最新设计产品）
016 跨频道广告产品（2009年最新设计）
025 2009年大活动及特别节目广告产品（2009年最新设计）

2009年承包类广告产品

031 单栏目（项目）承包广告产品
038 整频道承包广告产品

附录：广告产品招商方案

041 CCTV-1 晚间黄金档剧场贴片一套装广告方案
043 CCTV-1 晚间黄金档剧场下集预告中插一套装广告方案
045 CCTV-1 晚间黄金档剧场名不虚传套装广告方案
047 CCTV-1 晚间黄金档剧场贴片二套装广告方案
049 CCTV-1 电视剧中插套装广告方案
051 CCTV-1 晚间强档套装广告方案
053 CCTV-1 晚间长秒套装广告方案
055 CCTV-2 商务菁英套装广告方案
057 CCTV-3 栏目短信互动广告方案
061 CCTV-新闻频道 新闻零距离套装广告方案
063 CCTV-新闻频道 栏目短信互动广告方案
067 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3 缤纷丽人套装广告方案
069 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-新闻频道 “星火”套装广告方案
071 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-4、CCTV-10 健康全家福套装广告方案
073 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-4 、CCTV-新闻频道 神州风采主题套装广告方案
075 CCTV-1、CCTV-7 快乐童年广告套装A
077 CCTV-1、CCTV-7 快乐童年广告套装B
079 CCTV-1、CCTV-新闻频道 康乐年华套装广告方案
081 CCTV-2、CCTV-新闻频道 热点关注套装广告方案
083 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-10、CCTV-12、CCTV-新闻频道 榜样的力量套装广告方案
085 CCTV-1、CCTV-3、CCTV-11、CCTV-音乐频道 梨园百花春套装广告方案
087 CCTV-1、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-9、CCTV-音乐频道 综艺饕餮套装广告方案
089 CCTV-1、CCTV-4、CCTV-9 2009CCTV大型中秋直播双语晚会联合特约广告方案
091 CCTV-1 感动中国2009年度人物评选贴片套装广告方案
092 CCTV-2 2009CCTV中国经济年度人物评选贴片套装广告方案
093 CCTV-3 2009年第七届CCTV小品大赛广告方案
097 CCTV-3 2009年第五届CCTV电视舞蹈大赛贴片套装广告方案
098 CCTV-3 2009 国际幽默大汇演广告方案
100 CCTV-3 2009“五一”《挑战群英会》广告方案
102 CCTV-3 2009 世界魔术大会广告方案
104 CCTV-3、CCTV-音乐频道 2009CCTV民族器乐电视大赛广告方案
107 CCTV-3、CCTV-音乐频道 2009两岸三地迎中秋大型民族音乐会广告方案
109 CCTV-4 2009 海峡两岸知识大赛广告方案
111 CCTV-4 2009 第二届在华留学生汉语大赛广告方案
113 CCTV-新闻频道“第四届我最喜爱的十大人民警察”评选活动广告方案
115 CCTV-少儿频道 2009年亚太大学生机器人大赛国内选拔活动广告方案

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
相信品牌的力量

2009 新高度 新起点

中央电视台2009年广告产品手册
CCTV Advertising Products Handbook-2009 Edition

1st

第一部分

2009年黄金资源招标广告产品

- 招标竞购广告产品
- 签约认购广告产品



2009年黄金资源招标广告产品

2009年黄金资源招标广告产品是中央电视台2009年广告产品体系中的龙头产品，包括招标竞购广告产品和签约认购广告产品两部分。

2009年招标竞购广告产品是中央电视台最为黄金稀缺的广告产品，具有强大的传播力和品牌影响力，企业客户通过招标方式购买。2009年招标竞购广告产品已于2008年11月18日招标完毕。

2009年签约认购广告产品是中央电视台各频道2009年广告资源中的优质产品，于2008年9月至11月间进行了预售，企业客户通过广告代理公司与央视广告部签约购买。签约认购产品适用预售价格，且一站式购买，广告回报超值。2009年签约认购广告产品已于2008年11月18日前销售完毕。

招标竞购广告产品

2009年招标竞购广告产品由四大系列标的物构成，具体分为：新闻系列、天气预报系列、电视剧系列和特殊项目系列。

2009年招标竞购广告产品已于2008年11月18日招标完毕。

标的物名称		播出时间	广告时长/条	竞标时间单元	时间单元数量	广告数目/时间单元
新闻系列	新闻联播前广告	CCTV-1,18:59:40前	30秒片尾企业同贺标版(4家共用)+15秒广告	自然月	12个	4条
	十九点报时组合	CCTV-1,18:59:40-19:00:00	15秒广告+5秒报时广告	两个月	6个	1条
	新闻联播后标版	CCTV-1,19:30起	7.5秒	两个月	6个	12条
	A特段	CCTV-1,约19:36起	15秒	两个月	6个	12条
	焦点访谈提要后广告	CCTV-1,约19:39起	15秒	两个月隔日	12个	2条
	焦点访谈后广告	CCTV-1,约19:52起	15秒和30秒	自然月	12个	6条15秒，3条30秒
	二十二点报时组合	CCTV-1,21:59:40-22:00:00；CCTV-新闻频道6:00前(周一至周日)、7:00前(周一至周日)、12:00前(周二至周六)、14:00前(周一至周五)、18:00前(周一至周六)。	15秒广告+5秒报时广告	季度	4个	1条
天气预报系列	天气预报特约收看广告	CCTV-1,约19:31	5秒特约收看广告+10秒广告	自然月	12个	1条
	天气预报1+1广告	CCTV-1:(1)天气预报中插10秒广告位置：全国省会城市天气预报与其它城市天气预报之间；(2)天气预报翻版7.5秒广告位置：屏幕左侧为全国其它城市天气预报字幕，屏幕右侧1/4左右画面显示企业名称或产品标识，无声翻版。	10秒广告+ 7.5秒翻版广告	自然月	12个	2条
电视剧系列	电视剧特约剧场	CCTV-1晚间黄金档剧场第1集电视剧开始时间为19: 56左右，第2集电视剧开始时间为20: 48左右。	5秒特约标版 + 15秒广告 + 5秒特约标版+ 5秒提醒收看标版+“特别鸣谢”标版	半年	2个	1条
	CCTV-1晚间电视剧场合作企业	CCTV-1晚间黄金档剧场第一集电视剧片头后广告正一位置，约19:56；CCTV-1星夜剧场第一集电视剧中插广告正一位置，约 23:51	15秒合作企业共有标版+ 每家企业15秒广告	年	1个	4条
	上午精选剧场冠名	CCTV-1上午精选剧场第1集开始时间为9: 22左右，第2集开始时间为10: 18左右	5秒冠名标版+15秒广告+30秒广告	半年	2个	1条

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年黄金资源招标广告产品

招标竞购广告产品

	下午情感剧场冠名	CCTV-1下午情感剧场第1集开始时间为13: 00左右，第2集开始时间为13: 53左右。	5秒冠名标版+15秒广告+30秒广告	半年	2个	1条
	星夜剧场冠名	CCTV-1星夜剧场冠名第1集开始时间为23: 28左右，第2集开始时间为24: 28左右。	5秒冠名标版+15秒广告+30秒广告	半年	2个	1条

标的物名称		竞标时间单元	广告数目/时间单元
特殊项目系列	《2009年春节联欢晚会报时》广告	年	1
	《2009年我最喜爱的春节晚会节目评选活动》独家冠名	年	1
	《2009 CCTV中国经济年度人物评选》独家冠名	年	1
	中央电视台2009综艺联盟	年	4
	中央电视台2009・2010体育赛事直播节目合作伙伴	年	3
	中央电视台2009体育频道服装指定供应商	年	1
	中央电视台2009体育频道信息服务指定供应商	年	1
	中央电视台2009体育频道演播室大屏幕指定供应商	年	1

注：2009年招标竞购广告产品详情参见《中央电视台2009年黄金资源广告招标书》。

签约认购广告产品

2009年签约认购广告产品是由66个中央电视台各频道的优质广告产品构成，已于2008年11月18日销售完毕。

项目编号	资源名称	资源数量	签约周期
1	CCTV-1&新闻《朝闻天下》独家特约	1家	半年、全年
2	CCTV-1&新闻《新闻30分》独家特约	1家	半年、全年
3	CCTV-1《晚间新闻》独家特约	1家	半年、全年
4	《半边天》妇女节特别节目独家冠名	1家	2009年2月至3月
5	中央电视台2009经济频道战略同盟	3家	全年
6	CCTV-2《第一时间》独家特约	1家	全年
7	CCTV-2《经济信息联播》独家特约	1家	全年
8	CCTV-2《经济半小时》独家特约	1家	全年
9	CCTV-2《中国财经报道》独家特约	1家	全年
10	CCTV-2《对话》伙伴	2家	全年
11	《时尚中国》大型电视活动独家冠名	1家	2009年9月至12月
12	CCTV-3《同一首歌》同赢企业	1家	全年
13	CCTV-3《欢乐中国行》同行伙伴	1家	全年
14	CCTV-3《星光大道》合作伙伴	1家	全年
15	2009年第七届CCTV小品大赛独家冠名	1家	2009年4月至5月
16	2009年第五届CCTV电视舞蹈大赛独家冠名	1家	2009年3月至4月
17	CCTV-4《走遍中国》携手企业	1家	半年、全年
18	CCTV-4《海峡两岸》同心合作	1家	半年、全年
19	CCTV-4《中华情》合作同盟	1家	全年
20	CCTV-4《中国新闻》独家特约	1家	半年、全年
21	中央电视台2009体育频道篮球分类赛事转播合作伙伴	1家	全年
22	中央电视台2009体育频道乒乓球分类赛事转播合作伙伴	1家	全年
23	中央电视台2009体育频道网球分类赛事转播合作伙伴	1家	全年
24	CCTV-5《全明星猜想》独家冠名	1家	全年
25	中央电视台2009科教频道合作伙伴	2家	全年
26	《百家讲坛》独家特约	1家	全年
27	《讲述》独家特约	1家	全年
28	《探索发现》独家特约	1家	全年

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年黄金资源招标广告产品

签约认购广告产品

29	CCTV-新闻频道“天气预报”提示关注	1家	半年、全年
30	“慈善之星”联合赞助	2家	全年
31	中央电视台2009少儿频道成长伙伴	2家	全年
32	CCTV-少儿《动画梦工场》独家特约	1家	全年
33	CCTV-少儿《银河剧场》独家特约	1家	全年
34	CCTV-1、4、新闻 2009中央电视台“大事直通”套装广告	4家	2009年全年
35	CCTV-1、4、新闻 新中国成立60周年庆贺主题套装广告	4家	2009年9月至10月
36	CCTV-1、4、9 《2009CCTV大型中秋直播双语晚会》联合特约	2家	2009年9月至10月
37	CCTV-1、2 “3·15”主题套装	4家	2009年2月至3月
38	CCTV-1、新闻《感动中国2008年度人物评选》独家冠名	1家	2008年11月底至2009年2月
39	CCTV-1、新闻2009年“两会报道”套装广告	多家	2009年3月
40	CCTV-1&新闻《朝闻天下》贴片	30秒	半年、全年
41	CCTV-1&新闻《新闻30分》贴片	30秒	半年、全年
42	CCTV-1晚间黄金档剧场贴片一	60秒	季度、半年、全年
43	CCTV-1晚间黄金档剧场下集预告前中插一	60秒	季度、半年、全年
44	CCTV-1晚间黄金档剧场名不虚传(电视剧集间广告)	30秒	季度、半年、全年
45	CCTV-1晚间黄金档剧场贴片二	30秒	季度、半年、全年
46	CCTV-1《晚间新闻·国内报道》贴片	30秒	半年、全年
47	CCTV-1《晚间新闻·国际报道》贴片	30秒	半年、全年
48	CCTV-2《第一时间》贴片	60秒	半年、全年
49	CCTV-2《经济信息联播》贴片	60秒	半年、全年
50	CCTV-2《经济半小时》贴片	60秒	半年、全年
51	CCTV-2《中国财经报道》贴片	60秒	全年
52	CCTV-2《对话》贴片	60秒	全年
53	CCTV-3《同一首歌》贴片	60秒	全年
54	CCTV-3《欢乐中国行》贴片	60秒	全年
55	CCTV-3《星光大道》贴片	60秒	全年
56	CCTV-4 《走遍中国》贴片	30秒	全年
57	CCTV-4 《海峡两岸》贴片	60秒	全年
58	CCTV-4 《中华情》贴片	90秒	全年

2009年黄金资源招标广告产品

签约认购广告产品

59	CCTV-4 《中国新闻》贴片	60秒	全年
60	CCTV-5《全明星猜想》贴片	60秒	全年
61	CCTV-5《体育新闻》贴片	60秒	全年
62	《百家讲坛》贴片	60秒	全年
63	《讲述》贴片	60秒	全年
64	《探索发现》贴片	60秒	全年
65	CCTV-少儿 《动画梦工场》贴片	30秒	全年
66	CCTV-少儿 《银河剧场》贴片	30秒	全年

注：2009年签约认购广告产品详情参见《中央电视台2009年黄金资源广告招标签约认购类产品手册》。



BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
相信品牌的力量

2009 新高度 新起点

中央电视台2009年广告产品手册
CCTV Advertising Products Handbook-2009 Edition

2nd

第二部分

2009年自营类广告产品

- 各频道时段及栏目广告产品（含2009年最新设计产品）
- 跨频道广告产品（2009年最新设计产品）
- 2009年大活动及特别节目广告产品（2009年最新设计产品）



2009自营类广告产品

2009年自营类广告产品是中央电视台目前正在销售的广告产品，企业客户通过广告代理公司直接向中央电视台广告部购买。自营类广告产品形式丰富多样，各具特色，传播优势明显，为客户提供了更多的广告投放选择。2009年自营类广告产品具体包括：各频道时段广告及栏目广告产品、跨频道套装广告产品、大活动及特别节目广告产品。

各频道时段及栏目广告产品

CCTV-1

单位：元/次

产品名称	播出时间	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
法治在线前	6:00左右	11,700	17,600	22,000	29,900	35,200	39,600
朝闻天下前	6:59左右	16,000	24,000	30,000	40,800	48,000	54,000
夕阳红前	8:48左右	18,100	27,200	34,000	46,200	54,400	61,200
动画剧场	首播: 周六11:03-11:53，16:44-17:34 重播: 周六26:43-27:33	10,700	16,000	20,000	27,200	32,000	36,000
精选剧场贴片一	9:22左右	22,400	33,600	42,000	57,100	67,200	75,600
精选剧场中插一	9:46左右	29,900	44,800	56,000	76,200	89,600	100,800
精选剧场集间	10:11左右	20,300	30,400	38,000	51,700	60,800	68,400
精选剧场贴片二	10:16左右	21,300	32,000	40,000	54,400	64,000	72,000
精选剧场中插二	10:38左右	29,900	44,800	56,000	76,200	89,600	100,800
精选剧场贴片三	11:03左右	25,100	37,600	47,000	63,900	75,200	84,600
精选剧场后	11:53左右	31,500	47,200	59,000	80,200	94,400	106,200
今日说法前	12:33左右	37,300	56,000	70,000	95,200	112,000	126,000
情感剧场贴片一	13:05左右	33,100	49,600	62,000	84,300	99,200	111,600
情感剧场中插一	13:32左右	34,700	52,000	65,000	88,400	104,000	117,000
情感剧场集间	13:57左右	26,700	40,000	50,000	68,000	80,000	90,000
情感剧场贴片二	14:06左右	28,300	42,400	53,000	72,100	84,800	95,400
情感剧场中插二	14:34左右	34,100	51,200	64,000	87,000	102,400	115,200
情感剧场后	15:03左右	26,700	40,000	50,000	68,000	80,000	90,000
道德观察	周六15:00-15:30	22,400	33,600	42,000	57,100	67,200	75,600
健康之路周刊	首播: 周三15:33-16:03 重播: 周三26:22-26:52	24,500	36,800	46,000	62,600	73,600	82,800
人与自然	首播: 周四/周五/周六15:33-16:03 重播: 周四/周五/周六26:32-27:17；周日6:32-6:57	24,500	36,800	46,000	62,600	73,600	82,800
三星智力快车	周日11:03-11:53	22,400	33,600	42,000	57,100	67,200	75,600
半边天	周一至周五16:06-16:36	23,500	35,200	44,000	59,800	70,400	79,200
科技博览	周一至周六16:39-16:59	23,500	35,200	44,000	59,800	70,400	79,200
动画城	周一至周五17:48-18:18	31,500	47,200	59,000	80,200	94,400	106,200

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年自营类广告产品

各频道时段及栏目广告产品

榜上有名	18:11左右	28,800	43,200	54,000	73,400	86,400	97,200
大风车	周一至周日18:18-18:58	36,800	55,200	69,000	93,800	110,400	124,200
电视剧贴片一	19:55左右	76,800	115,200	144,000	195,800	230,400	259,200
下集预告前 中插广告一	20:40左右	67,200	100,800	126,000	171,400	201,600	226,800
名不虚传	20:42左右	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
电视剧贴片二	20:45左右	69,300	104,000	130,000	176,800	208,000	234,000
下集预告前 中插广告二	21:33左右	60,300	90,400	113,000	153,700	180,800	203,400
精彩十分前	21:39左右	53,300	80,000	100,000	136,000	160,000	180,000
精彩十分后	21:51左右	48,000	72,000	90,000	122,400	144,000	162,000
晚间新闻报道后	22:30-22:33	42,700	64,000	80,000	108,800	128,000	144,000
晚间精品节目前	22:34左右	40,500	60,800	76,000	103,400	121,600	136,800
今天故事汇	周一至周六22:36-22:56	43,700	65,600	82,000	111,500	131,200	147,600
晚间精品节目后	22:56左右	35,700	53,600	67,000	91,100	107,200	120,600
星夜剧场贴片一	23:00左右	34,100	51,200	64,000	87,000	102,400	115,200
星夜剧场中插一	23:26左右	49,100	73,600	92,000	125,100	147,200	165,600
星夜剧场集间	23:51左右	24,000	36,000	45,000	61,200	72,000	81,000
星夜剧场贴片二	23:59左右	24,000	36,000	45,000	61,200	72,000	81,000
星夜剧场中插二	0:22左右	34,100	51,200	64,000	87,000	102,400	115,200
见证前	0:47左右	17,600	26,400	33,000	44,900	52,800	59,400
见证	周一至周日0:52-1:22	19,200	28,800	36,000	49,000	57,600	64,800
讲述前	1:23左右	12,300	18,400	23,000	31,300	36,800	41,400
讲述	周一至周日1:29-1:52	14,400	21,600	27,000	36,700	43,200	48,600

各频道时段及栏目广告产品

套装广告产品（2009年最新设计）

单位：万元

产品名称	具体广告安排	投放周期	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
晚间黄金档剧场贴片一套装广告	电视剧贴片一	30次	230	340	425	580	680	770
		90次	680	1,020	1,275	1,730	2,040	2,300
		180次	1,360	2,040	2,550	3,470	4,080	4,590
晚间黄金档剧场下集预告前中插一套装广告	下集预告前中插一	30次	200	300	378	510	600	680
		90次	600	908	1,134	1,540	1,810	2,040
		180次	1,210	1,810	2,268	3,080	3,630	4,080
晚间黄金档剧场名不虚传套装广告	名不虚传	30次	190	280	355	480	570	640
		90次	570	850	1,065	1,450	1,700	1,920
		180次	1,140	1,700	2,130	2,900	3,410	3,830
晚间黄金档剧场贴片二套装广告	电视剧贴片二	30次	210	310	385	520	620	690
		90次	620	920	1,155	1,570	1,850	2,080
		180次	1,230	1,850	2,310	3,140	3,700	4,160
电视剧中插套装广告	精选剧场中插一 情感剧场中插一 名不虚传 星夜剧场中插一	月度	190	290	360	490	580	650
		季度	560	840	1,050	1,430	1,680	1,890
		半年	1,100	1,640	2,050	2,790	3,290	3,700
晚间强档套装广告	榜上有名 名不虚传 精彩十分后 晚间精品节目贴片 晚间精品节目后 星夜剧场贴片二	月度	260	380	480	650	770	860
		季度	740	1,120	1,390	1,900	2,230	2,510
		半年	1,460	2,180	2,730	3,710	4,370	4,920

产品名称	具体广告安排	广告规格	投放周期	产品价格
晚间长秒套装广告	见证前	180秒	月度	300
			季度	870
			半年	1710

注：上述套装广告产品具体回报详见附件。

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年自营类广告产品

各频道时段及栏目广告产品

CCTV-2

单位：元/次

产品名称	播出时间	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
全球资讯榜	周一至周日11:50-12:30	8,500	12,800	16,000	21,800	25,600	28,800
购物街	首播: 周日12:30-13:30 重播: 周四17:03-18:03； 周六15:10-16:10； 周日7:00-8:00， 26:25-27:25	14,400	21,600	27,000	36,700	43,200	48,600
为您服务	首播: 周一至周五18:55-19:25； 重播: 周一至周五10:30-11:00 26:15-26:45	13,300	20,000	25,000	34,000	40,000	45,000
时段A1 (为您服务前)	周一至周五18:50	10,700	16,000	20,000	27,200	32,000	36,000
时段D (财富故事会重播后)	周一至周日25:20	10,700	16,000	20,000	27,200	32,000	36,000

套装广告产品（2009年最新设计）

单位：万元

产品名称	具体广告安排	投放周期	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
商务菁英套装广告	《第一时间》 《证券时间》 《全球资讯榜》 《经济与法》	月度	110	170	209	280	330	380
		季度	350	530	659	900	1,050	1,190
		半年	690	1,030	1,290	1,750	2,060	2,320

注：《商务菁英套装广告》具体回报详见附件。

各频道时段及栏目广告产品

CCTV-3

单位：元/次

产品名称	播出时间	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
时段6	周一至周五14:13； 周六13:56；周日14:08	9,400	14,200	17,700	24,100	28,300	31,900
时段7	周一至周五14:48； 周六15:32；周日15:12	9,400	14,200	17,700	24,100	28,300	31,900
时段8	周一至周五15:55； 周六16:38；周日16:18	9,400	14,200	17,700	24,100	28,300	31,900
想挑战吗	首播: 周日21:15-22:15 重播: 周二14:53-15:53； 周六16:45-17:45	32,000	48,000	60,000	81,600	96,000	108,000
时段17	周一至周四00:18， 周五1:05，周六23:35， 周日23:55	11,100	16,600	20,800	28,300	33,300	37,400

套装广告产品（2009年最新设计）

单位：万元

产品名称	具体栏目	季度价格		半年价格	
		单栏目	套装	单栏目	套装
栏目短信互动广告方案	《星光大道》	170	799	320	1520
	《欢乐中国行》	160		300	
	《艺术人生》	100		190	
	《演艺竞技场》	120		230	
	《周末喜相逢》	140		270	
	《动物世界》	130		255	
	《新视听》	110		210	
	《联合对抗》	90		170	
	《综艺快报》	120		230	

注：CCTV-3《栏目短信互动广告》具体回报详见附件。

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年自营类广告产品

各频道时段及栏目广告产品

CCTV-4

单位：元/次

产品名称	播出时间	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
导视A后	周一至周日5:02	5,800	8,600	10,800	14,700	17,300	19,400
导视B后	周一至周日5:57	5,800	8,600	10,800	14,700	17,300	19,400
导视C后	周一至周五6:42	7,000	10,600	13,200	18,000	21,100	23,800
导视D后	周一至周日6:57	6,900	10,400	13,000	17,700	20,800	23,400
台湾万象	首播: 周日7:00-7:30 重播: 周日13:30-14:00； 周日17:50-18:20	14,400	21,600	27,000	36,700	43,200	48,600
导视E后	周一至周五11:12	8,000	12,000	15,000	20,400	24,000	27,000
导视F后	周一至周五11:27	8,500	12,800	16,000	21,800	25,600	28,800
经典剧场1后	周一至周五14:58	12,100	18,200	22,700	30,900	36,300	40,900
周末时段	周六/周日14:57	10,600	15,800	19,800	26,900	31,700	35,600
导视G后	周一至周日16:57	12,100	18,200	22,700	30,900	36,300	40,900
导视H后	周一至周五17:12	11,500	17,300	21,600	29,400	34,600	38,900
导视I后	周一至周五17:47	14,700	22,000	27,500	37,400	44,000	49,500
探索发现	首播: 周一至周五23:30 重播: 周一至周五6:10	13,900	20,800	26,000	35,400	41,600	46,800
导视J后	周一至周日0:57	6,900	10,400	13,000	17,700	20,800	23,400
导视K后	周一至周五3:02	5,300	7,900	9,900	13,500	15,800	17,800
3点电视剧后	周一至周五3:57	5,300	7,900	9,900	13,500	15,800	17,800
导视L后	周一至周日3:57	5,300	7,900	9,900	13,500	15,800	17,800

CCTV-7

单位：元/次

产品名称	播出时间	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
动画城	周一至周六8:37-9:05	8,000	12,000	15,000	20,400	24,000	27,000
七巧板	周日8:37-9:05	8,500	12,800	16,000	21,800	25,600	28,800
智慧树	周一至周日9:08-9:36	8,100	12,200	15,200	20,700	24,300	27,400
芝麻开门	周一至周日9:40-10:03	8,300	12,500	15,600	21,200	25,000	28,100

各频道时段及栏目广告产品

CCTV-新闻

单位：元/次

产品名称	播出时间	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
百姓故事	周日11:12-11:57	14,900	22,400	28,000	38,100	44,800	50,400
共同关注	周一至周六12:30-12:55	16,000	24,000	30,000	40,800	48,000	54,000
每周质量报告	周日12:30-12:55	20,300	30,400	38,000	51,700	60,800	68,400
我的今日之最	周一至周六18:10-18:55	17,600	26,400	33,000	44,900	52,800	59,400
实话实说	周日18:10-18:55	16,500	24,800	31,000	42,200	49,600	55,800
新闻调查	周六21:30-22:15	24,000	36,000	45,000	61,200	72,000	81,000
晚间新闻	周一至周日23:00-23:29	17,100	25,600	32,000	43,500	51,200	57,600
午夜新闻后	周一至周日00:30前	11,700	17,600	22,000	29,900	35,200	39,600

套装广告产品（2009年最新设计）

单位：万元

产品名称	具体广告安排	投放周期	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
新闻零距离套装广告方案	上午新闻直播时段 下午新闻直播时段 《我的今日之最》 《国际时讯》 《晚间新闻》 午夜新闻后	月度	160	240	298	405	480	540
		季度	500	750	939	1,280	1,500	1,690
		半年	980	1,470	1,840	2,500	2,940	3,310

产品名称	具体栏目	季度价格		半年价格	
		单栏目	套装	单栏目	套装
栏目短信互动广告方案	《朝闻天下》	410	880	780	1670
	《每周质量报告》	80		150	
	《世界周刊》	90		170	
	《实话实说》	50		95	
	《新闻调查》	70		130	
	《共同关注》	280		530	
	《法治在线》	280		530	

注：《新闻零距离》套装广告、CCTV—新闻《栏目短信互动广告》具体回报详见附件。

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年自营类广告产品

各频道时段及栏目广告产品

CCTV-高清

产品名称	播出时间	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
广告1	周一至周日 6:00-18:00左右	1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告2		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告3		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告4		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告5		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告6		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告7		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告8		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告9		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告10		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告11		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告12		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告13		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告14		1,100	1,600	2,000	2,700	3,200	3,600
广告15	周一至周日 18:00左右-24:00	2,100	3,200	4,000	5,400	6,400	7,200
广告16		2,100	3,200	4,000	5,400	6,400	7,200
广告17		2,100	3,200	4,000	5,400	6,400	7,200
广告18		2,100	3,200	4,000	5,400	6,400	7,200
广告19		2,100	3,200	4,000	5,400	6,400	7,200
广告20		2,100	3,200	4,000	5,400	6,400	7,200
广告21		2,100	3,200	4,000	5,400	6,400	7,200

跨频道广告产品（2009年最新设计）

序号	产品名称	播出频道	广告规格	月度价格（万元）	季度价格（万元）	半年价格（万元）
1	缤纷丽人套装广告	CCTV-1、2、3	5秒	130	416	810
			10秒	200	620	1,220
			15秒	248	779	1,530
			20秒	340	1,060	2,080
			25秒	400	1,250	2,440
			30秒	445	1,400	2,750
2	“星火”套装广告	CCTV-1、2、3、4、7、新闻频道	5秒	66	190	370
			10秒	98	290	560
			15秒	123	360	700
			20秒	170	490	950
			25秒	200	570	1,120
			30秒	220	640	1,260
3	健康全家福套装广告	CCTV-1、2、4、10	5秒	28	80	150
			10秒	42	120	220
			15秒	52	140	270
			20秒	71	200	370
			25秒	84	230	440
			30秒	94	260	490
4	神州风采套装广告	CCTV-1、2、4 、新闻频道	5秒	106	335	656
			10秒	159	500	985
			15秒	199	628	1,230
			20秒	270	855	1,670
			25秒	320	1,005	1,970
			30秒	360	1,130	2,215
5	快乐童年套装广告A	CCTV-1、7	5秒	59	190	360
			10秒	88	280	550
			15秒	110	350	680
			20秒	150	470	930
			25秒	180	560	1,090
			30秒	200	630	1,230

跨频道广告产品（2009年最新设计）

6	快乐童年套装广告B	CCTV-1、7	5秒	85	270	520
			10秒	130	400	780
			15秒	158	500	980
			20秒	215	680	1,330
			25秒	255	800	1,560
			30秒	280	900	1,760
7	康乐年华套装广告	CCTV-1、新闻频道	5秒	100	280	550
			10秒	150	420	830
			15秒	180	530	1,040
			20秒	248	720	1,410
			25秒	290	850	1,660
			30秒	330	950	1,860
8	热点关注套装广告	CCTV-2、新闻频道	5秒	110	330	650
			10秒	160	500	980
			15秒	198	620	1,220
			20秒	270	850	1,660
			25秒	320	1,000	1,950
			30秒	360	1,120	2,200

序号	产品名称	播出频道	广告规格	产品价格(万元/家)
9	榜样的力量套装广告	CCTV-1、2、10、12、新闻频道	5秒	130
			10秒	200
			15秒	248
			20秒	340
			25秒	400
			30秒	450
10	梨园百花春套装广告	CCTV-1、3、11、音乐频道	5秒	42
			10秒	63
			15秒	78
			20秒	106
			25秒	125
			30秒	141
11	综艺饕餮套装广告	CCTV-1、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-9、音乐频道	5秒	200
			10秒	300
			15秒	380
			20秒	520
			25秒	610
			30秒	690

注：上述跨频道广告产品具体回报详见附件。

2009年大活动及特别节目广告产品

（2009年最新设计）

序号	活动名称	播出频道	广告项目	价格(万元)
1	2009CCTV大型中秋直播双语晚会	CCTV-1、4、9	联合特约	430万元/家
2	感动中国2009年度人物评选	CCTV-1	贴片套装(15秒)	35
3	2009 CCTV中国经济年度人物评选	CCTV-2	贴片套装(15秒)	240
4	2009年第七届CCTV小品大赛	CCTV-3	独家冠名	828
			贴片套装(15秒)	68
5	2009年第五届CCTV电视舞蹈大赛	CCTV-3	贴片套装(15秒)	83
6	2009国际幽默大汇演	CCTV-3	独家冠名	430
			贴片套装(15秒)	42
7	2009“五一”《挑战群英会》	CCTV-3	独家冠名	598
			贴片套装(15秒)	46
8	2009世界魔术大会	CCTV-3	独家特约	335
			贴片套装(15秒)	66
9	2009CCTV“民族器乐电视大赛”	CCTV-3、音乐频道	独家冠名	398
			贴片套装(15秒)	34
10	2009两岸三地迎中秋大型民族音乐会	CCTV-3、音乐频道	独家特约	128
			贴片套装(15秒)	11
11	2009“海峡两岸知识大赛”	CCTV-4	独家冠名	330
			贴片套装(15秒)	34
12	2009第二届“在华留学生汉语大赛”	CCTV-4	独家冠名	610
			贴片套装(15秒)	54
13	“第四届我最喜爱的十大人民警察”评选活动	CCTV-新闻频道	独家特约	258
			贴片广告(15秒)	5
14	2009年亚太大学生机器人大赛国内选拔活动	CCTV-少儿频道	独家冠名	420
			贴片套装(15秒)	28

注：上述广告具体回报详见附件。节目播出安排均为暂定，如遇调整，具体广告回报及价格以调整后为准。



BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
相信品牌的力量

2009 新高度 新起点

中央电视台2009年广告产品手册
CCTV Advertising Products Handbook-2009 Edition

3rd

第三部分

2009年承包类广告产品

- 单栏目（项目）承包广告产品
- 整频道承包广告产品



2009承包类广告产品

2009年承包类广告产品是中央电视台目前正在销售的广告产品，由中央电视台广告部授权委托承包代理公司经营，企业客户可通过承包代理公司进行购买。2009年承包类广告产品具体分为单栏目（项目）承包广告产品和整频道承包广告产品。

单栏目（项目）承包广告产品

CCTV—1

产品名称	播出时间	2009年度承包代理公司
夕阳红	周一至周日8:48-9:18	新豪文广告有限公司
今日说法	周一至周日12:39-12:59	北京未来广告公司
新闻30分	周一至周日12:00-12:30	新雷明顿广告有限公司
晚间新闻·国内报道后	周一至周日22:16	北京中外名人广告有限公司
晚间新闻·国际报道后	周一至周日22:26	北京中外名人广告有限公司
东方时空	周一至周五22:30-23:00	北京未来广告公司

CCTV—2

产品名称	播出时间	2009年度承包代理公司
第一时间	周一至周五7:00-9:00；周六日8:00-9:00	北京广而告之影视制作有限公司
证券时间	周一至周五9:00-9:25，22:28-22:58	北京中视恒润广告有限公司
健康之路	首播: 周一至周五9:35-10:25 重播: 周一至周五6:05-6:55	灵诺策划传播机构 虹彩文广国际文化传播有限公司
财富故事会	首播: 周一至周五12:30-13:00 重播: 周一至周五15:25-15:55，24:20-24:50	北京梓俊宏业广告有限公司
快乐主妇	首播: 周六12:30-13:30 重播: 周三17:03-18:03；周六7:00-8:00； 周日17:25-18:25	怡明时空(北京)国际传媒广告有限责任公司
鉴宝	首播: 周六17:45-18:45 重播: 周三16:03-17:03；周六27:25-26:25； 周日14:05-15:05	北京华夏典藏影视广告有限公司
欢乐家庭	首播: 周一至周五18:00-18:50 重播: 周一至周五14:35-15:25，25:25-26:15	北京中视广经文化发展有限公司
非常6＋1	首播: 周日18:25-19:45 重播: 周五16:43-18:03；周六16:20-17:40， 26:25-27:45；周日9:30-10:50	北京中新文广广告有限公司
交换空间	首播: 周六18:45-19:45 重播: 周四16:03-17:03；周六9:50-10:50； 周日15:10-16:10	北京当代之光广告公司
咏乐汇	首播: 周六19:45-20:45 重播: 周一17:03-18:03；周六10:50-11:50； 周日16:20-17:20	北京中视广经文化发展有限公司

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年承包类广告产品

单栏目（项目）承包广告产品

开心辞典	首播: 周日19:45-20:45 重播: 周二17:03-18:03；周六14:05-15:05； 周日10:50-11:50，25:25-26:25	北京中外名人广告有限公司
生活	首播: 周一至周五19:25-20:13 重播: 周一至周五11:00-11:48，26:45-27:33	中航文化股份有限公司
经济与法	首播: 周一至周五20:13-20:43 重播: 周一至周五14:00-14:30，周日9:00-9:30	北京同路无限广告有限公司
经济信息联播	首播: 周一至周日20:45-21:25 重播: 周一至周日23:05-23:45	中航文化股份有限公司
经济半小时	首播: 周一至周日21:25-21:55 重播: 周一至周日24:50-25:20，13:30-14:00	北京青春万岁广告有限公司
今日观察	首播: 周一至周五21:55-22:25 重播: 周一至周五23:50-24:20，13:00-13:30	北京中视广经文化发展有限公司
中国财经报道	首播: 周六21:58-22:58 重播: 周二16:03-17:03；周六6:00-7:00； 周日23:50-24:50	中视金桥国际传媒有限公司
对话	首播: 周日21:58-22:58 重播: 周一16:03-17:03；周六23:50-24:50； 周日6:00-7:00	北京标格广告有限公司

套装广告产品

产品名称	套装构成	2009年度承包代理公司
二套三栏目套	CCTV-2《财富故事会》、《为您服务》、 《健康之路》栏目贴片广告	北京光耀天润广告有限公司
创新中国	CCTV-2时段广告	北京奥华新传广告有限公司
二套导视套	CCTV-2导视广告	北京木丰广告有限公司
关注中国经济	CCTV-2栏目片尾广告	北京中视广经文化发展有限公司
关注百姓生活	CCTV-2栏目片尾广告	北京中视广经文化发展有限公司

单栏目（项目）承包广告产品

CCTV—3

产品名称	播出时间	2009年度承包代理公司
综艺快报	首播：周一至周五11:55-12:25 重播：周二至周六 6:00-6:30	北京美亚时空广告有限公司
快乐驿站60分	首播：周一至周五18:20-18:50、周六17:50-18:50 重播：周二至周五 7:00-7:30、周四9:45-10:45	北京时代昌荣广告有限公司
同一首歌	首播：周五19:30-21:10 重播：周六9:40-11:20；周日12:26-14:10	北京同唱同赢广告有限公司
周末喜相逢	首播：周六19:30-20:30 重播：周日11:20-12:20；周一9:50-10:50	北京星诺嘉明广告有限公司
欢乐中国行	首播：周日19:30-21:10 重播：周一12:30-14:10；周日9:30-11:10	三星影视交流中心
艺术人生	首播：周三20:35-21:35 重播：周日 6:20-7:20	北京东方神语广告有限公司
星光大道	首播：周六22:30-23:50 重播：周二12:30-13:50；周六12:36-13:56	北京中外名人广告有限公司
梦想剧场	首播：周二22:30-23:35 重播：周三9:45-10:45；周四14:53-15:53	北京中视电传广告有限公司
挑战主持人	首播：周四22:30-23:30 重播：周五10:50-11:50；周日15:48-16:18	北京宽视神通广告有限公司

套装广告产品

产品名称	套装构成	2009年度承包代理公司
黄金综艺套	CCTV-3《国际艺苑》、《神州大舞台》、《新视听》、《演艺竞技场》	北京中新文广广告有限公司
精品综艺套	CCTV-3《幕后》、《联合对抗》、《正大综艺》、《曲苑杂坛》、《激情广场》、《与您相约》、《流金岁月》栏目贴片广告	北京中视电传广告有限公司
经典综艺套	CCTV-3《电视诗歌散文》、《舞蹈世界》、《世界各地》、《动物世界》、《文化访谈录》栏目贴片广告	北京启迪新业广告有限公司
中国音乐电视套	CCTV-3《中国音乐电视MTV版》、《中国音乐电视现场版》栏目贴片广告	北京文传实际国际广告有限公司
电视剧套装	CCTV-3《电视剧》贴片广告	北京光耀天润广告有限公司
综合时段套A	CCTV-3时段广告	北京启迪新业广告有限公司
综合时段套B	CCTV-3时段广告	中广鼎舜国际广告（北京）有限公司
综合时段套C	CCTV-3时段广告	深圳金色银松广告有限公司
综合时段套D	CCTV-3时段广告	北京鹏润世纪广告有限公司

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年承包类广告产品

单栏目（项目）承包广告产品

CCTV—4

产品名称	播出时间	2009年度承包代理公司
CCTV-4部分时段及栏目广告	-	中视金桥国际广告有限公司
CCTV-4部分时段及栏目广告	-	北京广而告之影视制作有限公司
《中华医药》	首播: 周三22:00-22:50 重播: 周三9:00-9:50	北京光耀天润广告有限公司

CCTV—7

套装广告产品

产品名称	套装构成	2009年度承包代理公司
军事三栏目套	CCTV-7《防务新观察》《军情连连看》《人民子弟兵》栏目广告	北京中视冠群文化传播有限公司
综合时段套装A	CCTV-7时段广告	北京澳卫亚广告有限公司
综合时段套装B	CCTV-7时段广告	思为道国际文化传媒(北京)有限公司
综合时段套装C	CCTV-7时段广告	北京昱海云天广告有限公司
少儿时段	CCTV-7时段广告	北京郎玛广告有限公司
长秒广告	CCTV-7时段广告	北京翔韵广告有限公司

单栏目（项目）承包广告产品

CCTV—新闻

产品名称	播出时间	2009年度承包代理公司
朝闻天下丨早新闻	新闻频道6:10/6:57 CCTV-1、新闻频道7:14/7:55/8:10/8:20	北京开心就好广告有限公司
朝闻天下丨媒体广场	新闻频道6:25/6:44 CCTV-1、新闻频道 7:25/7:44	中视金桥国际传媒有限公司
法治在线	周一至周五 17:30-17:55	北京合力天玺广告有限公司
国际时讯	周一至周六20:00-20:29， 周日20:00-20:14	中航文化股份有限公司
世界周刊	周日22:15-23:00	奥美嘉华(北京)广告有限公司
新闻会客厅	周一至周五20:30-21:00	新雷明顿广告有限公司
高端访问	周日20:15-21:00	北京光耀天润广告有限公司
东方时空	周一至周五22:30-23:00	北京未来广告公司
新闻1+1	周一至周五22:00-22:30	奥美嘉华(北京)广告有限公司
新闻周刊	周六22:15-23:00	奥美嘉华(北京)广告有限公司
面对面	周六20:15-21:00	北京光耀天润广告有限公司

套装广告产品

产品名称	套装构成	2009年度承包代理公司
整点新闻套	整点新闻贴片广告	中航文化股份有限公司

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

2009年承包类广告产品

单栏目（项目）承包广告产品

跨频道广告产品

产品名称	套装构成	2009年度承包代理公司
广而告之白天套	CCTV-1、CCTV-2时段广告	广而告之合众国际广告有限公司
收视指南白天套	CCTV-1、CCTV-2时段广告	广而告之合众国际广告有限公司
精品荟萃	CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3时段广告	北京沃美广告有限公司
跨频道套	CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3时段广告	北京银玲珑广告有限公司
魅力中国	CCTV-2、CCTV-3、CCTV-4时段广告	北京春日升广告有限公司

2009年承包类广告产品

整频道承包广告产品

频道	2009年度承包代理公司
CCTV-5	北京未来广告公司
CCTV-8	北京未来广告公司
CCTV-9 英语频道	中视(北京)体育推广有限公司
CCTV-10	上海中视国际广告有限公司
CCTV-11 戏曲频道	中视购物有限公司
CCTV-12	北京未来广告公司
少儿频道	北京优扬世纪传媒科技有限公司
音乐频道	中视购物有限公司
CCTV-E 西班牙语频道	广而告之合众国际广告有限公司
CCTV-F 法语频道	广而告之合众国际广告有限公司



附录：广告产品招商方案

01 CCTV-1 晚间黄金档剧场贴片一套装广告方案 041

02 CCTV-1 晚间黄金档剧场下集预告中插一套装广告方案 043

03 CCTV-1 晚间黄金档剧场名不虚传套装广告方案 045

04 CCTV-1 晚间黄金档剧场贴片二套装广告方案 047

05 CCTV-1 电视剧中插套装广告方案 049

06 CCTV-1 晚间强档套装广告方案 051

07 CCTV-1 晚间长秒套装广告方案 053

08 CCTV-2 商务菁英套装广告方案 055

09 CCTV-3 栏目短信互动广告方案 057

10 CCTV-新闻频道 新闻零距离套装广告方案 061

11 CCTV-新闻频道 栏目短信互动广告方案 063

12 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3 缤纷丽人套装广告方案 067

13 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-新闻频道 “星火”套装广告方案 069

14 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-4、CCTV-10 健康全家福套装广告方案 071

15 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-4 、CCTV-新闻频道 神州风采主题套装广告方案 073

16 CCTV-1、CCTV-7 快乐童年广告套装A 075

17 CCTV-1、CCTV-7 快乐童年广告套装B 077

18 CCTV-1、CCTV-新闻频道 康乐年华套装广告方案 079

19 CCTV-2、CCTV-新闻频道 热点关注套装广告方案 081

20 CCTV-1、CCTV-2、CCTV-10、CCTV-12、CCTV-新闻频道 榜样的力量套装广告方案 083

21 CCTV-1、CCTV-3、CCTV-11、CCTV-音乐频道 梨园百花春套装广告方案 085

22 CCTV-1、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-9、CCTV-音乐频道 综艺饕餮套装广告方案 087

23 CCTV-1、CCTV-4、CCTV-9 2009CCTV大型中秋直播双语晚会联合特约广告方案 089

24 CCTV-1 感动中国2009年度人物评选贴片套装广告方案 091

25 CCTV-2 2009CCTV中国经济年度人物评选贴片套装广告方案 092

26 CCTV-3 2009年第七届CCTV小品大赛广告方案 093

27 CCTV-3 2009年第五届CCTV电视舞蹈大赛贴片套装广告方案 097

28 CCTV-3 2009 国际幽默大汇演广告方案 098

29 CCTV-3 2009“五一”《挑战群英会》广告方案 100

30 CCTV-3 2009 世界魔术大会广告方案 102

31 CCTV-3、CCTV-音乐频道 2009CCTV民族器乐电视大赛广告方案 104

32 CCTV-3、CCTV-音乐频道 2009两岸三地迎中秋大型民族音乐会广告方案 107

33 CCTV-4 2009 海峡两岸知识大赛广告方案 109

34 CCTV-4 2009 第二届在华留学生汉语大赛广告方案 111

35 CCTV-新闻频道“第四届我最喜爱的十大人民警察”评选活动广告方案 113

36 CCTV-少儿频道 2009年亚太大学生机器人大赛国内选拔活动广告方案 115

CCTV-1

01 晚间黄金档剧场贴片一套装广告方案

CCTV-1黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳传播平台！

2008年，一个特殊的年份，一部《闯关东》响彻神州大地，收视节节攀高，不仅闯出一个荡气回肠的故事，更闯出中华民族坚韧的生命力。

非比寻常的传奇魅力，偶像人物的精彩一生，《李小龙传奇》2008年底再热央视银屏。

2009年，开年大戏《走西口》融合了《乔家大院》晋商文化和“闯关东”精神！一部平民传奇史诗巨制， 全剧平均收视率高达9.60%！

2009年，一套黄金剧场更有多部精彩剧目：

老舍经典重拍，黄磊、蒋勤勤、元秋主演《四世同堂》，“未雪国耻身先去，重整河山待后生”，讲述七七事变北平沦陷后，小羊圈胡同里的惶惑、背叛、隐忍、苟安和视死如归的抗争……

陈宝国主演老舍先生名著《茶馆》，方寸天地奔波三教九流，半个世纪承载市井百态！

为庆祝建国60周年的大剧《解放》，气势恢宏，磅礴大气，运筹帷幄，决胜千里，有望再创战争题材剧标杆！

《我的兄弟叫顺溜》，一种兄弟情谊，一段战地悲歌，一个传奇兵王，一部新鲜视角的传奇故事，一部战争年代的士兵突击，由王宝强倾情出演！

2009年，中央电视台一套黄金剧场好剧不断，大戏连连，涵盖了历史剧、农村、战争、情感、都市等各类题材，囊括了著名导演、编剧、一线演员的最新精品力作，成就一个绝佳的品牌传播平台！

中央电视台一套黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳首发平台！

【广告投放单位】

以30次为最小投放单位，按30次、90次或180次套装购买。

【广告总时长】 30秒

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

【广告播出安排】

CCTV-1晚间黄金档剧场贴片一（约19:55左右）播出。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按30次、90次或180次套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	30次套装价格 (万元)	90次套装价格 (万元)	180次套装价格 (万元)
5秒	230	680	1360
10秒	340	1020	2040
15秒	425	1275	2550
20秒	580	1730	3470
25秒	680	2040	4080
30秒	770	2300	4590

注：

1、如指定播出位置，则按照中央电视台广告部相关加价规定进行加收。

2、购买90次及180次套装的企业，2009年遇重点电视剧加价时，仍按原签单价格执行。

3、如遇晚会等特别编排导致电视剧未能播出，企业广告在原晚间黄金档剧场贴片一相近时段播出，保证频次。

CCTV–1

02 晚间黄金档剧场下集预告前中插一套装广告方案

CCTV–1黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳传播平台！

2008年，一个特殊的年份，一部《闯关东》响彻神州大地，收视节节攀高，不仅闯出一个荡气回肠的故事，更闯出中华民族坚韧的生命力。

非比寻常的传奇魅力，偶像人物的精彩一生，《李小龙传奇》2008年底再热央视银屏。

2009年，开年大戏《走西口》融合了《乔家大院》晋商文化和“闯关东”精神！一部平民传奇史诗巨制， 全剧平均收视率高达9.60%！

2009年，一套黄金剧场更有多部精彩剧目：

老舍经典重拍，黄磊、蒋勤勤、元秋主演《四世同堂》，“未雪国耻身先去，重整河山待后生”，讲述七七事变北平沦陷后，小羊圈胡同里的惶惑、背叛、隐忍、苟安和视死如归的抗争……

陈宝国主演老舍先生名著《茶馆》，方寸天地奔波三教九流，半个世纪承载市井百态！

为庆祝建国60周年的大剧《解放》，气势恢宏，磅礴大气，运筹帷幄，决胜千里，有望再创战争题材剧标杆！

《我的兄弟叫顺溜》，一种兄弟情谊，一段战地悲歌，一个传奇兵王，一部新鲜视角的传奇故事，一部战争年代的士兵突击，由王宝强倾情出演！

2009年，中央电视台一套黄金剧场好剧不断，大戏连连，涵盖了历史剧、农村、战争、情感、都市等各类题材，囊括了著名导演、编剧、一线演员的最新精品力作，成就一个绝佳的品牌传播平台！

中央电视台一套黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳首发平台！

【广告投放单位】

以30次为最小投放单位，按30次、90次或180次套装购买。

【广告总时长】 30秒

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

【广告播出安排】

CCTV–1晚间黄金档剧场第一集电视剧片尾下集预告前（约20:41左右）播出。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按30次、90次或180次套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	30次套装价格（万元）	90次套装价格（万元）	180次套装价格（万元）
5秒	200	600	1210
10秒	300	908	1810
15秒	378	1134	2268
20秒	510	1540	3080
25秒	600	1810	3630
30秒	680	2040	4080

注：

1、如指定播出位置，则按照中央电视台广告部相关加价规定进行加收。

2、购买90次及180次套装的企业，2009年遇重点电视剧加价时，仍按原签单价格执行。

3、如遇晚会等特别编排导致电视剧未能播出，企业广告在原晚间黄金档剧场下集预告前中插一相近时段播出，保证频次。

CCTV–1

03 晚间黄金档剧场名不虚传 套装广告方案

CCTV–1黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳传播平台！

2008年，一个特殊的年份，一部《闯关东》响彻神州大地，收视节节攀高，不仅闯出一个荡气回肠的故事，更闯出中华民族坚韧的生命力。

非比寻常的传奇魅力，偶像人物的精彩一生，《李小龙传奇》2008年底再热央视银屏。

2009年，开年大戏《走西口》融合了《乔家大院》晋商文化和“闯关东”精神！一部平民传奇史诗巨制， 全剧平均收视率高达9.60%！

2009年，一套黄金剧场更有多部精彩剧目：

老舍经典重拍，黄磊、蒋勤勤、元秋主演《四世同堂》，“未雪国耻身先去，重整河山待后生”，讲述七七事变北平沦陷后，小羊圈胡同里的惶惑、背叛、隐忍、苟安和视死如归的抗争……

陈宝国主演老舍先生名著《茶馆》，方寸天地奔波三教九流，半个世纪承载市井百态！

为庆祝建国60周年的大剧《解放》，气势恢宏，磅礴大气，运筹帷幄，决胜千里，有望再创战争题材剧标杆！

《我的兄弟叫顺溜》，一种兄弟情谊，一段战地悲歌，一个传奇兵王，一部新鲜视角的传奇故事，一部战争年代的士兵突击，由王宝强倾情出演！

2009年，中央电视台一套黄金剧场好剧不断，大戏连连，涵盖了历史剧、农村、战争、情感、都市等各类题材，囊括了著名导演、编剧、一线演员的最新精品力作，成就一个绝佳的品牌传播平台！

中央电视台一套黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳首发平台！

【广告投放单位】

以30次为最小投放单位，按30次、90次或180次套装购买。

【广告总时长】 30秒

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

【广告播出安排】

CCTV–1晚间黄金档剧场第一、二集电视剧之间（约20:42左右）播出。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按30次、90次或180次套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	30次套装价格（万元）	90次套装价格（万元）	180次套装价格（万元）
5秒	190	570	1140
10秒	280	850	1700
15秒	355	1065	2130
20秒	480	1450	2900
25秒	570	1700	3410
30秒	640	1920	3830

注：

1、如指定播出位置，则按照中央电视台广告部相关加价规定进行加收。

2、购买90次及180次套装的企业，2009年遇重点电视剧加价时，仍按原签单价格执行。

3、如遇晚会等特别编排导致电视剧未能播出，企业广告在原晚间黄金档剧场名不虚传相近时段播出，保证频次。

04

CCTV—1

晚间黄金档剧场贴片二套装广告方案

CCTV—1黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳传播平台！

2008年，一个特殊的年份，一部《闯关东》响彻神州大地，收视节节攀高，不仅闯出一个荡气回肠的故事，更闯出中华民族坚韧的生命力。

非比寻常的传奇魅力，偶像人物的精彩一生，《李小龙传奇》2008年底再热央视银屏。

2009年，开年大戏《走西口》融合了《乔家大院》晋商文化和“闯关东”精神！一部平民传奇史诗巨制， 全剧平均收视率高达9.60%！

2009年，一套黄金剧场更有多部精彩剧目：

老舍经典重拍，黄磊、蒋勤勤、元秋主演《四世同堂》，“未雪国耻身先去，重整河山待后生”，讲述七七事变北平沦陷后，小羊圈胡同里的惶惑、背叛、隐忍、苟安和视死如归的抗争……

陈宝国主演老舍先生名著《茶馆》，方寸天地奔波三教九流，半个世纪承载市井百态！

为庆祝建国60周年的大剧《解放》，气势恢宏，磅礴大气，运筹帷幄，决胜千里，有望再创战争题材剧标杆！

《我的兄弟叫顺溜》，一种兄弟情谊，一段战地悲歌，一个传奇兵王，一部新鲜视角的传奇故事，一部战争年代的士兵突击，由王宝强倾情出演！

2009年，中央电视台一套黄金剧场好剧不断，大戏连连，涵盖了历史剧、农村、战争、情感、都市等各类题材，囊括了著名导演、编剧、一线演员的最新精品力作，成就一个绝佳的品牌传播平台！

中央电视台一套黄金剧场，中国优秀电视剧的最佳首发平台！

【广告投放单位】

以30次为最小投放单位，按30次、90次或180次套装购买。

【广告总时长】 30秒

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

【广告播出安排】

CCTV—1晚间黄金档剧场贴片二（约20:45左右）播出。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按30次、90次或180次套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	30次套装价格 (万元)	90次套装价格 (万元)	180次套装价格 (万元)
5秒	210	620	1230
10秒	310	920	1850
15秒	385	1155	2310
20秒	520	1570	3140
25秒	620	1850	3700
30秒	690	2080	4160

注：

1、如指定播出位置，则按照中央电视台广告部相关加价规定进行加收。

2、购买90次及180次套装的企业，2009年遇重点电视剧加价时，仍按原签单价格执行。

3、如遇晚会等特别编排导致电视剧未能播出，企业广告在原晚间黄金档剧场贴片二相近时段播出，保证频次。

05

CCTV–1

电视剧中插
套装广告方案

电视剧作为观众喜闻乐见的娱乐形式，拥有广泛受众群，也是企业营销的重要广告资源之一。

频道影响力、电视剧质量等因素成为决定电视剧收视率的关键要素，也是影响企业广告投资回报率的重要指标。

CCTV–1是中央电视台的旗舰频道，也是全国唯一无盲区覆盖的电视频道。CCTV–1电视剧场在中国有着最广泛的影响力。在CCTV–1电视剧场播出的电视剧都是精品巨作，如2008年播出的《闯关东》、《李小龙传奇》，2009年播出的《走西口》等大剧，不仅取得高收视，更引起强烈社会反响。

CCTV–1电视剧中插套装：

◇ 首次整合CCTV–1四档品牌剧场，高收视率保障，覆盖全国范围主流收视群体，全天贯穿，创造最佳有效到达率。

上午精选剧场：9:00–11:00，上午收视占有率高，观众群稳定。

下午情感剧场：13:00–15:00，下午锁定主力收视群体，影响面广。

晚间黄金档剧场：20:00–21:30，凭借黄金资源的优势，创造晚间剧场第一收视高峰。

星夜剧场：23:00–24:00，承接晚间精品节目高收视，延续夜间收视第二高潮。

◇ 企业产品借助电视剧场中插广告，实现无缝传播。

◇ 中插广告限量供应，投放环境纯净，充分体现CCTV–1电视剧场传播优势。

【广告投放期】

以自然月为最小投放单位，按月度、季度或半年购买。

【广告总时长】30秒

【广告播出安排】

播出频道	播出时段	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次	季度总频次	半年总频次
CCTV-1	精选剧场中插一	周一至周日 第一集电视剧9:46左右	正常位置	1次/天	30	90	180
	情感剧场中插一	周一至周日 第一集电视剧13:32左右	正常位置	1次/天	30	90	180
	名不虚传 (黄金档电视剧集间)	周一至周日20:42左右	正常位置	15次/月	15	45	90
	星夜剧场中插一	周一至周日 第一集电视剧23:26左右	正常位置	1次/天	30	90	180
频次合计					105次	315次	630次

说明：

1、具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、如因特殊原因导致电视剧未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度、季度或半年套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格（万元）	季度价格（万元）	半年价格（万元）
5秒	190	560	1100
10秒	290	840	1640
15秒	360	1050	2050
20秒	490	1430	2790
25秒	580	1680	3290
30秒	650	1890	3700

06

CCTV—1

晚间强档
套装广告方案

● 国家电视台的旗舰频道——CCTV—1

1958年9月2日开播的中央电视台综合频道CCTV—1，是中国开办最早、影响力最大的电视频道。由于政策上的特殊地位，CCTV—1是中国唯一的一个通过卫星、微波和有线网络三种方式覆盖全国的频道，也是全国覆盖率、入户率最高的频道，收视人口超过13亿，是国家电视台名副其实的“旗舰频道”。

● 唯一一档由CCTV—1晚间强档构成的套装广告

CCTV—1“晚间强档”套装广告，汇集CCTV—1晚间精品节目：

◇ 20：00—21：33中国优秀电视剧的最佳首发平台“黄金档电视剧场”，广告安排在两集电视剧之间播出；

◇ 22：00—22：30备受精英阶层关注的《晚间新闻》，广告安排在《晚间新闻》前的“精彩十分后”（约21：51）广告时段播出；

◇ 22：36—22：56晚间精品节目专属时段，精选央视各频道的精品节目以及最新拍摄的精品纪录片、专题片等，广告安排在节目片头附近播出；

◇ 23：00《星夜剧场》第一集的序幕拉开，广告安排在《星夜剧场》前的“晚间精品节目后”（约22：56）广告时段播出；

◇ 24：00《星夜剧场》第二集精彩剧情即将上演，广告安排在星夜剧场贴片二播出；

CCTV—1“晚间强档”套装广告，贯穿每晚18：00—24：00，特别在20：00—24：00之间，平均每小时安排1个广告频次，每月广告频次达136次，实现在CCTV—1晚间黄金时段的高频次播出。

【广告投放单位】

以自然月为最小投放单位，按月度、季度或半年购买。

【广告总时长】 30秒

【广告播出安排】

企业广告在以下节目内播出：

播出栏目/时段	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次	季度总频次	半年总频次
榜上有名	周一至周五约18:11	正常位置	5次/周	22	66	132
名不虚传(黄金档电视剧集间)	周一至周日约20:42	正常位置	15次/月	15	45	90
精彩十分后	周一至周日约21:51	正常位置	15次/月	15	45	90
晚间精品节目贴片	周一至周六约22:36	节目片头前或后	6次/周	24	72	144
晚间精品节目后	周一至周日约22:56	正常位置	1次/天	30	90	180
星夜剧场贴片二	周一至周日约24:00	正常位置	1次/天	30	90	180
频次合计				136次	408次	816次

说明：

1、具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度、季度或半年套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格（万元）	季度价格（万元）	半年价格（万元）
5秒	260	740	1460
10秒	380	1120	2180
15秒	480	1390	2730
20秒	650	1900	3710
25秒	770	2230	4370
30秒	860	2510	4920

07

CCTV–1

晚间长秒
套装广告方案

CCTV–1是中国开办最早、影响力最大的电视频道。由于政策上的特殊地位，CCTV–1是中国唯一的一个通过卫星、微波和有线网络三种方式覆盖全国的频道，也是全国覆盖率、入户率最高的频道，收视人口超过13亿，是国家电视台名副其实的“旗舰频道”。

CCTV–1晚间广告时间历来是商家尤为青睐的广告传播资源，无论从广告投放环境、资源品牌价值还是受众品质，均堪称全国广告载体中的高端平台。CCTV–1晚间广告多以5秒至30秒规格为主，广告时间的短促，一定程度上限制了广告的创意和内容的诠释，尤其对于一些消费者关注度高的产品，需要更长的广告时长来诠释更丰富的产品信息。

中央电视台特别推出CCTV–1“晚间长秒”套装广告，长达3分钟的广告时长，大气、从容，让企业细细讲述品牌自己的故事……

【名额】 独家

【广告投放单位】

以自然月为最小投放单位，按月度、季度或半年购买。

【广告规格】 180秒

【广告播出安排】

CCTV–1周一至周日晚间“见证前”（约0：47）播出，1次/天。

月度频次：30次；季度频次：90次；半年频次：180次。

【广告价格】

套装广告规格	月度价格（万元）	季度价格（万元）	半年价格（万元）
180秒	300	870	1710



08

CCTV-2

商务菁英
套装广告方案

● 全面直击商务人群，还看CCTV-2“商务菁英”

以经济资讯为核心内容的CCTV-2，覆盖率和入户率一直在全国名列前茅，是唯一覆盖全国的财经专业频道。2008年“全球金融危机”发生后，CCTV-2的节目更受关注。

依托CCTV-2精品资讯节目打造的“商务菁英”套装广告，针对商务人群进行广泛、有效、迅速的传播，兼具广度、深度与高度。

● 全天分布均匀，各类经济栏目全面覆盖，符合商务人士收视习惯

CCTV-2“商务菁英”套装囊括早、中、晚三大收视高峰的经济类栏目，广告频次高达156次/月，全天分布均匀，符合商务人士收视习惯，传播优势明显、效果显著。

◇ 7：00-9：00早间新闻资讯栏目《第一时间》：用鲜活的资讯点缀商务早餐；

◇ 9：00-9：25证券资讯栏目《证券时间》（上午版）：股市开市前提前预热；

◇ 11：50-12：30午间新闻资讯栏目《全球资讯榜》：汇聚全球权威新闻网站的热点排行，丰富商务午餐；

◇ 20：13-20：43经济法制栏目《经济与法》：从经济界人士，尤其是民营经济人士的切身需要出发，为其特别打造；

◇ 22：28-22：58《证券时间》（晚间版）在股市交易结束后，汇聚专家观点，点评当天行情走势；

◇ 此外，下午14：00-14：30《经济与法》重播节目更让“商务菁英”覆盖全天，全面接触各类商务人群。

● 品牌栏目，受众品质高，极具购买力

“商务菁英”集合了商务人士集中度较高的经济类栏目，贯穿全天形成立体传播通道，对目标人群传播效率高。CSM数据显示，《第一时间》、《全球资讯榜》、《经济与法》、《证券时间》栏目，35岁以上、大学及以上文化程度、中高水平月收入、职业为干部/管理者的男性观众集中度都在100以上，说明“商务菁英”目标人群定位高端，且极具购买力。

【广告投放单位】 月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】 30秒

【广告播出安排】

企业广告在以下节目内播出：

播出栏目	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
《第一时间》	周一至周五7:00-9:00 周六至周日8:00-9:00	7:00-8:00	1次/期	播出20次	播出65次	播出130次
		8:00-9:00	1次/期	播出28次	播出91次	播出182次
《证券时间》(上午版)	周一至周五9:00-9:25	节目内正常位置	1次/期	播出20次	播出65次	播出130次
《全球资讯榜》	周一至周日11:50-12:30	节目内正常位置	1次/期	播出28次	播出91次	播出182次
《经济与法》	首播:周一至周五 20:13-20:43 重播:周一至周五 14:00-14:30	节目内正常位置	1次/期	首播20次 重播20次	首播65次 重播65次	首播130次 重播130次
《证券时间》(晚间版)	周一至周五22:28-22:58	节目内正常位置	1次/期	播出20次	播出65次	播出130次
频次合计				156次 (首播136次)	507次 (首播442次)	1014次 (首播884次)

说明：

1、 具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、 如因特殊原因导致首播节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

3、 节目重播时广告带入，如遇节目重播取消，重播节目中广告不予补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）或半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格(万元/4周)	季度价格(万元/13周)	半年价格(万元/26周)
5秒	110	350	690
10秒	170	530	1030
15秒	209	659	1290
20秒	280	900	1750
25秒	330	1050	2060
30秒	380	1190	2320

09

CCTV—3

栏目短信
互动广告方案

“郎酒·红花郎杯观众最喜爱的春节晚会节目评选”、“隆力奇杯青年歌手大赛”、“红牛奥运今日之星评选”等一系列短信互动广告的经典案例，已经让“常规广告加互动广告”这种跨媒体的广告回报形式为广大企业所认同。其紧密结合栏目、多样化的互动电视宣传、精准到达的投放效果、稳定的互动宣传平台运作，形成独特的广告资源，是传统电视广告投放形式的有益补充。而多年累积的庞大活跃的互动群体数量，已经成为企业不能忽视的受众人群。

本方案精选CCTV—3具有代表性的品牌综艺类栏目开设短信互动环节，使企业的品牌通过短信直接到达每一位参与互动的观众。并通过多种形式的电视广告回报，使观众获得深刻的品牌记忆。

【名额】 独家

【广告投放单位】

以季度为最小投放单位，按季度或半年购买。

【单栏目短信互动广告方案】





BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

序号	栏目名称	播出时间	期数	广告回报	频次	名额	单栏目短信互动广告价格(万元)
1	《星光大道》	CCTV-3 首播:周六约22:30； 重播:周二约12:31、周六约12:36	13期	主持人口播:口播内容为:“支持您心中的冠军选手，发送选手编号到10669999***，您将有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)!”(或相关内容)	2次/期	独家	季度:170 半年:320
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“支持您心中的冠军选手，发送选手编号到10669999***，您将有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)!”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目片头前或栏目片尾后广告段播出。	1次/期		
2	《欢乐中国行》	CCTV-3 首播:周日约19:30； 重播:周一约12:30、周日约9:30	13期	定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与欢乐中国行互动话题讨论，发送评论到10669999***，您将有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期	独家	季度:160 半年:300
				15秒广告:栏目片头前或栏目片尾后广告段播出。	1次/期		
3	《艺术人生》	CCTV-3 首播:周三约20:35； 重播:周日约6:20	13期	定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“给节目留言，发送留言到10669999***，您将有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期	独家	季度:100 半年:190
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		

4	《演艺竞技场》	CCTV-3 首播:周五约21:10； 重播:周二约9:45、周日约14:12	13期	观众互动宣传片:节目内播出观众互动宣传片，宣传片中以画面、口播以及字幕形式出现以下内容:“您能看出以下两个图片中的不同之处吗？发送答案到10669999***，您将有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)。时长30秒/次。	2次/期	独家	季度:120 半年:230
				15秒广告:栏目片头前或栏目片尾后广告段播出。	1次/期		
5	《周末喜相逢》	CCTV-3 首播:周六约19:30； 重播:周日约11:20、周一约9:50	13期	主持人口播:口播内容为:“报名参加笑星联盟，发送您的姓名到10669999***，有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)	1次/期	独家	季度:140 半年:270
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“报名参加笑星联盟，发送您的姓名到10669999***，有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目片头前或栏目片尾后广告段播出。	1次/期		
6	《动物世界》	CCTV-3 首播:周二至周六约18:55； 重播:周二至周六约 6:30、周一至周五约16:00	65期	观众互动宣传片:节目内播出观众互动宣传片，宣传片中以画面、口播以及字幕形式出现以下内容:“参与互动答题，发送答案字母到10669999***，有机会赢取****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)。时长20秒/次。	1次/期	独家	季度:130 半年:255
				15秒广告:栏目片头前或栏目片尾后广告段播出。	1次/期		
7	《新视听》	CCTV-3 首播:周三约19:30； 重播:周五约14:53、周六约11:20	13期	主持人口播:口播内容为:“参与互动答题，发送答案字母到10669999***，有机会赢取****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)	2次/期	独家	季度:110 半年:210
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与互动答题，发送答案字母到10669999***，有机会赢取****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)。时长10秒/次。	4次/期		
				15秒广告:栏目片头前或栏目片尾后广告段播出。	1次/期		

8	《联合对抗》	CCTV-3 首播:周日约18:35； 重播:周一约6:00	13期	观众互动宣传片:节目内播出观众互动宣传片，宣传片中以画面、口播以及字幕形式出现以下内容:“现在出题难倒选手，马上就可获得出题奖金，还有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)发送您的题目到10669999***，或拨打电话168*****,160*****”(或相关内容)。时长10秒/次。	1次/期	独家	季度:90 半年:170
				主持人口播:口播内容为:“现在出题难倒选手，马上就可获得出题奖金，还有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)发送您的题目到10669999***，或拨打电话168*****,160*****”(或相关内容)	1次/期		
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“现在出题难倒选手，马上就可获得出题奖金，还有机会获得由****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)发送您的题目到10669999***，或拨打电话168*****,160*****”(或相关内容)。时长10秒/次。	1次/期		
				15秒广告:栏目片头前或栏目片尾后广告段播出。	1次/期		
9	《综艺快报》	CCTV-3 首播:周一至周五约11:55； 重播:周二至周六约6:00	65期	主持人口播:口播内容为:“参与互动答题，发送答案字母到10669999***，有机会赢取****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)	1次/期	独家	季度:120 半年:230
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与互动答题，发送答案字母到10669999***，有机会赢取****(企业名称)提供的****(企业产品或奖品)”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		

◇ 播出安排以《中国电视报》预告为准。

【栏目短信互动广告套装价格】

季度价格：799万元

半年价格：1520万元

◇ 套装方案包含以上表中所有广告回报，名额独家。

说明：

1、本方案的投放期：季度指3个自然月连续投放，半年指6个自然月连续投放。

2、本方案涉及节目在CCTV-3重播时广告带入，如遇节目重播取消，重播节目中广告不予补播。

3、本方案涉及由企业提供幸运观众奖品的种类及数量由中央电视台广告部与企业另行协商确定。

4、本方案购买遵循套装优先原则，即在同一投放期内，如有企业购买本方案套装，则不再出售本投放期内的单个栏目短信互动广告。

10

CCTV–新闻频道
新闻零距离
套装广告方案

中央电视台的新闻节目收视占据了全国上星频道电视新闻市场的三分之二。新闻直播是新闻频道的最大特色，全天上、下午的两大直播新闻节目时段，突出时效性和信息量，实现滚动、递进和更新式的报道，以最快的速度向全国电视观众提供最鲜活的国内国际新闻资讯。

CCTV–新闻频道“新闻零距离”套装广告，在新闻频道的直播新闻节目时段内实现客户广告的高频次滚动播出，配合晚间的主要新闻类栏目广告，真正实现新闻资讯节目与客户广告的零距离，新闻节目的收视人群与客户广告目标受众的零距离。

【广告投放单位】 月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】 60秒

【广告播出安排】

播出栏目	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
上午新闻直播时段	周一至周日 8:30-11:30	节目内正常位置	3次/期	84	273	546
下午新闻直播时段	周一至周日 13:00-17:30	节目内正常位置	4次/期	112	364	728
《我的今日之最》	周一至周六 18:10	节目内正常位置	1次/期	24	78	156
《国际时讯》	周一至周日 20:00	节目内正常位置	1次/期	28	91	182
《晚间新闻》	周一至周日 23:00	节目内正常位置	1次/期	28	91	182
午夜新闻后	周一至周日约 0:30	正常位置	1次/期	28	91	182
频次合计				304次	988次	1976次

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

说明：

1. 具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）及半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格 (万元/4周)	季度价格 (万元/13周)	半年价格 (万元/26周)
5秒	160	500	980
10秒	240	750	1470
15秒	298	939	1840
20秒	405	1280	2500
25秒	480	1500	2940
30秒	540	1690	3310

CCTV–新闻频道

11

栏目短信
互动广告方案

“郎酒·红花郎杯观众最喜爱的春节晚会节目评选”、“隆力奇杯青年歌手大赛”、“红牛奥运今日之星评选”等一系列短信互动广告的经典案例，已经让“常规广告加互动广告”这种跨媒体的广告回报形式为广大企业所认同。其紧密结合栏目、多样化的互动电视宣传、精准到达的投放效果、稳定的互动宣传平台运作，形成独特的广告资源，是传统电视广告投放形式的有益补充。而多年累积的庞大活跃的互动群体数量，已经成为企业不能忽视的受众人群。

本方案精选CCTV–新闻频道具有代表性的品牌新闻专题类栏目开设短信互动环节，使企业的品牌通过短信直接到达每一位参与互动的观众。并通过多种形式的电视广告回报，使观众获得深刻的品牌记忆。

【名额】 独家

【广告投放最小单位】

以季度为最小投放单位，按季度或半年购买。

【单栏目短信互动广告方案】







序号	栏目名称	播出时间	期数	广告回报	频次	名额	单栏目短信互动广告价格(万元)
1	《朝闻天下》	CCTV-1&CCTV-新闻周一至周日约7:00-8:30	91期	主持人口播:口播内容为:“参与今日话题讨论，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)	2次/期	独家	季度:410 半年:780
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与今日话题讨论，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节!”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	3次/期		
2	《每周质量报告》	CCTV-新闻周日约12:30	13期	主持人口播:口播内容为:“发送您身边的质量故事到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)	1次/期	独家	季度:80 半年:150
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“发送您身边的质量故事到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		
3	《世界周刊》	CCTV-新闻周日约22:15	13期	主持人口播:口播内容为:“参与互动话题讨论，发送观点到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)	1次/期	独家	季度:90 半年:170
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与互动话题讨论，发送观点到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		
4	《实话实说》	CCTV-新闻周日约18:10	13期	主持人口播:口播内容为:“参与互动话题讨论，提供新闻线索，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”。(或相关内容)	1次/期	独家	季度:50 半年:95

				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与互动话题讨论，提供新闻线索，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		
5	《新闻调查》	CCTV-新闻 周六约21:30	13期	主持人口播:口播内容为:“参与今日话题讨论，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)	1次/期	独家	季度:70 半年:130
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与今日话题讨论，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		
6	《共同关注》	CCTV-新闻 周一至周六约 12:30	78期	主持人口播:口播内容为:“发送您关注的事情到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”。(或相关内容)	1次/期	独家	季度:280 半年:530
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“发送您关注的事情到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		
7	《法治在线》	CCTV-新闻 周一至周五约 17:30	65期	主持人口播:口播内容为:“参与今日话题讨论，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”。(或相关内容)	1次/期	独家	季度:280 半年:530
				定帧字幕:节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为:“参与今日话题讨论，发送留言到10669999***。***(企业名称)独家支持本互动环节”(或相关内容)。时长10秒/次。	2次/期		
				15秒广告:栏目贴片广告正常位置播出。	1次/期		

◇ 播出安排以《中国电视报》预告为准。

【栏目短信互动广告套装价格】

季度价格：880万元

半年价格：1670万元

◇ 套装方案包含以上表中所有广告回报，名额独家。

说明：

1、本方案的投放期：季度指3个自然月连续投放，半年指6个自然月连续投放。

2、本方案涉及节目在CCTV—新闻频道重播时广告带入，如遇节目重播取消，重播节目中广告不予补播。

3、本方案涉及由企业提供幸运观众奖品的种类及数量由中央电视台广告部与企业另行协商确定。

4、本方案购买遵循套装优先原则，即在同一投放期内，如有企业购买本方案套装，则不再出售本投放期内的单个栏目短信互动广告。

12

CCTV–1、CCTV–2、CCTV–3

缤纷丽人
套装广告方案

● 央视首款以女性受众为主体打造的特色广告套装

女性是消费的主力，在一个家庭中往往扮演决策者和执行者的角色。“缤纷丽人”套装广告从女性观众收视习惯和喜好出发，整合央视CCTV–1、CCTV–2、CCTV–3三大频道女性集中度较高的各类品牌栏目、电视剧场，实现跨频道传播，同时在时间安排上采用“一周打通”和“周末重点”相结合的策略，在女性中的传播穿透力强。

● 甄选央视女性观众集中度高的品牌栏目

CCTV–1《情感剧场》播放两岸三地、国内外优秀家庭情感类电视剧，剧集长，收视稳定，观众构成以女性为主体，女性集中度具有明显优势。

CCTV–1《半边天》是一档讲述女人们自己的故事的栏目，是央视的老牌栏目，主持人张越思想深刻、访谈风格独特，贴近大多数普通女性的心灵。

CCTV–2《开心辞典》、《非常6+1》、《快乐主妇》、《购物街》和CCTV–3《艺术人生》、《快乐驿站》都是女性朋友喜闻乐见的节目，女性观众集中度均高于100，观众构成中既有20多岁的年轻女性也有40、50岁的成熟女性。

【广告投放单位】 月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】 30秒

【广告播出安排】

企业广告在以下节目内播出：

播出频道	播出栏目/时段	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
CCTV-1	情感剧场中插二	周一至周日13:09-15:00	正常位置	1次/期	播出28次	播出91次	播出182次
CCTV-1	《半边天》	周一至周五16:06-16:36	节目内正常位置	1次/期	播出20次	播出65次	播出130次
CCTV-2	《快乐主妇》	首播:周六12:30-13:30 重播:周三17:03-18:03 周六7:00-8:00 周日17:25-18:25	节目内正常位置	1次/期	首播4次 重播12次	首播13次 重播39次	首播26次 重播78次
CCTV-2	《开心辞典》	首播:周日19:45-20:45 重播:周二17:03-18:03 周六14:05-15:05 周日10:50-11:50 周日25:25-26:25	节目内正常位置	1次/期	首播4次 重播16次	首播13次 重播52次	首播26次 重播104次
CCTV-2	《非常6+1》	首播:周日18:25-19:45 重播:周五16:43-18:03 周六16:20-17:40 周六26:25-27:25 周日9:30-10:50	节目内正常位置	1次/期	首播4次 重播16次	首播13次 重播52次	首播26次 重播104次
CCTV-2	《购物街》	首播:周日12:30-13:30 重播:周四17:03-18:03 周六15:10-16:10 周日7:00-8:00 周日26:25-27:25	节目内正常位置	1次/期	首播4次 重播16次	首播13次 重播52次	首播26次 重播104次
CCTV-3	《快乐驿站》	首播:周一至周五 18:20-18:50 周六17:50-18:50 重播:周二至周五 7:00-7:30 周四9:43-10:43	节目内正常位置	1次/期	首播24次 重播20次	首播78次 重播65次	首播156次 重播130次
CCTV-3	《艺术人生》	首播:周三20:35-21:35 重播:周日6:20-7:20	节目内正常位置	1次/期	首播4次 重播4次	首播13次 重播13次	首播26次 重播26次
频次合计					176次 (首播92次)	572次 (首播299次)	1144次 (首播598次)

说明：

1、 具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、 如因特殊原因导致首播节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

3、 节目重播时广告带入，如遇节目重播取消，重播节目中广告不予补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）或半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格 (万元/4周)	季度价格 (万元/13周)	半年价格 (万元/26周)
5秒	130	416	810
10秒	200	620	1220
15秒	248	779	1530
20秒	340	1060	2080
25秒	400	1250	2440
30秒	445	1400	2750

13

CCTV–1、CCTV–2、CCTV–3、CCTV–4、CCTV–7、CCTV–新闻频道“星火”套装广告方案

◇ 首度整合CCTV–1、CCTV–2、CCTV–3、CCTV–4、CCTV–7、CCTV–新闻频道早晚时段，高频次覆盖，全方位到达。

◇ 广告随中央电视台社教类栏目、经济类栏目、电视剧等多类型节目播出，多层次触及广大受众群。

◇ 精选的广告资源，优越的广告环境，符合商务人士收看习惯，达成针对性传播效果。

【广告投放单位】

以自然月为最小投放单位，按月度、季度或半年购买。

【广告总时长】 30秒

【广告播出安排】

企业广告在以下广告时段内播出：

序号	播出频道	播出时段	播出时间	频次安排	月度总频次	季度总频次	半年总频次
1	CCTV-1	见证前	周一至周日约0:47	1次/天	30	90	180
2	CCTV-1	法治在线前	周一至周日约6:00	1次/天	30	90	180
3	CCTV-1	榜上有名	周一至周五约18:11	1次/天	22	66	132
4	CCTV-2	经济半小时(重播)后	周一至周五约1:20	1次/天	22	66	132
5	CCTV-3	电视剧前	周一至周四约00:18；周五约1:05；周六约23:35；周日约23:55	1次/天	30	90	180
6	CCTV-4	探索发现后	周一至周五约6:40	1次/天	22	66	132
7	CCTV-4	电视剧后	周一至周日约3:55	1次/天	30	90	180
8	CCTV-7	沃野天机前	周一至周日约21:05	1次/天	30	90	180
9	CCTV-新闻	午夜新闻后	周一至周日约00:30	1次/天	30	90	180
频次合计					246次	738次	1476次

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

说明：

1、 具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、 如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度、季度或半年套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格 (万元)	季度价格 (万元)	半年价格 (万元)
5秒	66	190	370
10秒	98	290	560
15秒	123	360	700
20秒	170	490	950
25秒	200	570	1120
30秒	220	640	1260

14

CCTV–1、CCTV–2、CCTV–4、CCTV–10

健康全家福
套装广告方案

当今社会，追求高品质生活成为一种时尚，健康节目成为收视热点。

健康节目关乎老百姓的切身利益，观众只相信权威、可信赖的传媒发布的信息。

“健康全家福”套装广告：

◇ 首度整合中央电视台CCTV–1、CCTV–2、CCTV–4、CCTV–10的健康类栏目资源。

◇ 依托节目的权威影响力，增强广告传播效果，帮助企业提升品牌形象，强化渠道与终端的营销力度。

◇ 节目播出时间符合关注健康人群的收视习惯，全面覆盖目标收视人群。

《健康之路》在CCTV–1、CCTV–2、CCTV–10跨频道播出，是中央电视台历史最悠久的、以健康为主旨的名牌栏目，播出形式采用直播互动的方式，在关注健康的人群中，拥有很高的收视份额和知名度。

《中华医药》依托CCTV–4国际化传播平台，是中央电视台唯一向海内外传播中国中医药文化的权威栏目，为观众提供求医问药和健康咨询服务。内地观众群体集中稳定，同时也吸引了数量众多的台、港、澳及东南亚地区观众。

《大医精诚》（暂定名）预计CCTV–10播出，每集时长50分钟，暂定9集。由中央电视台与国家卫生部、国家食品药品监督管理局合作拍摄，以中国历史上名医名药的传奇经历为支撑，全方位勾勒出一个有血有肉、生动丰满，集科学性和可视性为一体的中医主题故事。

【广告投放单位】　月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】　30秒

【广告播出安排】

企业广告在以下节目内播出：

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

播出栏目	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
CCTV-1《健康之路周刊》	首播:周三15:33-16:03 重播:周三26:22-26:52	节目内正常位置	1次/期	首播4次 重播4次	首播13次 重播13次	首播26次 重播26次
CCTV-2《健康之路》	CCTV-2首播: 周一至周五9:35-10:25 CCTV-2重播: 周一至周五6:05-6:55 CCTV-10重播: 周一至周五17:30-18:20	节目内正常位置	1次/期	首播20次 重播40次	首播65次 重播130次	首播130次 重播260次
CCTV-4《中华医药》	首播:周三22:00-22:50 重播:周三09:00-09:50	节目内正常位置	1次/期	首播4次 重播4次	首播13次 重播13次	首播26次 重播26次
CCTV-10专题片《大医精诚》	待定	贴片	-	共9次	共9次	共9次
频次合计				85次 (首播37次)	256次 (首播100次)	503次 (首播191次)

说明：

1、具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、如因特殊原因导致首播节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

3、节目重播时广告带入，如遇节目重播取消，重播节目中广告不予补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）或半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格 (万元/4周)	季度价格 (万元/13周)	半年价格 (万元/26周)
5秒	28	80	150
10秒	42	120	220
15秒	52	140	270
20秒	71	200	370
25秒	84	230	440
30秒	94	260	490

15

CCTV–1、CCTV–2、CCTV–4、CCTV–新闻频道

神州风采
主题套装广告方案

● 专为城市形象设计的特色套装，广告环境无干扰，“风景这边独好”

“神州风采”套装采用主题化片头包装的形式，后紧接各城市优美风景及形象广告，统一包装，突出主题，优良的广告环境，无其他产品广告干扰，效果更佳。

● 央视4大频道同时覆盖，跨频道传播更迅速、更广泛、更有效

“神州风采”套装精选央视4大频道新闻资讯类、文化类优质栏目，覆盖早、中、晚三大收视高峰，针对国际、国内两个市场，进行广泛、有效、迅速的传播。

早间：CCTV–1《朝闻天下》&CCTV–2《第一时间》

囊括央视早间两大重点新闻资讯类栏目：

《朝闻天下》开启全新一天，新闻服务生活。全面而丰富的资讯，清新而明快的播报，带观众认知昨天、掌控今天。

《第一时间》用资讯唤醒每一天！三大版块：“新闻”——以轻松的方式传播最鲜活的国际国内新闻，偏重经济视角；“读报”——以适于电视表达的方式重新梳理多家媒体关注的头条；“时尚”——以娱乐的方式关注时尚科技产品、电影、CD、书籍及国内外不同的人们的不同的生活。

午间：CCTV–2《全球资讯榜》

《全球资讯榜》提供以国际为主、国内外融通的全球经济资讯，汇聚国内外权威新闻网站的排行和全球媒体的热点聚焦，以分类新闻排行榜的发布方式，在浩如烟海的资讯海洋中精选观众最需要知道的新闻。

晚间：CCTV–新闻频道《新闻会客厅》

《新闻会客厅》以家庭式的客厅为演播室基本形态，关注当日或近期国内重大新闻事件中的人物，挖掘当事人和关联人的亲历、亲为和亲感，突出新闻中人性和新闻性的结合。

国内&国际：CCTV–4亚洲版、欧洲版、美洲版

CCTV–4（中文国际频道）节目面向国际、国内两个市场，针对不同区域推出亚洲版、欧洲版、美洲版，尤受海外观众青睐。广告精选亚、欧、美当地黄金时段，在CCTV–4亚洲版、欧洲版、美洲版分别安排了2个频次/天。

● 高频次，全天分布均匀，全面接触海内外不同收视习惯的人士

“神州风采”套装广告频次高，从清晨到午夜，全天分布均匀，收视高峰时段全面覆盖，亚洲、欧洲、美洲黄金时间一网打尽，全面接触海内外不同收视习惯的人士，传播优势明显、效果显著。

【广告投放单位】 月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】 60秒

【广告播出安排】

企业广告在以下节目内播出：

播出频道	播出栏目/时段	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
CCTV-1	朝闻天下前	周一至周日约6:59	正常位置	1次/天	28	91	182
CCTV-2	《第一时间》	周一至周五7:00-9:00 周六至周日8:00-9:00	7:00-8:00	1次/期	20	65	130
			8:00-9:00	1次/期	28	91	182
CCTV-2	《全球资讯榜》	周一至周日11:50-12:30	节目内正常位置	1次/期	28	91	182
CCTV-新闻	《新闻会客厅》	周一至周五20:30-21:00	节目内正常位置	1次/期	20	65	130
CCTV-4（亚洲版）	中国新闻后	周一至周五约11:10	正常位置	5次/周	20	65	130
CCTV-4（亚洲版）	百家讲坛（重播）后	周一至周日约0:55	正常位置	1次/天	28	91	182
CCTV-4（欧洲版）	海峡两岸（重播）前	周一至周日约6:57(北京时间)	正常位置	1次/天	28	91	182
CCTV-4（欧洲版）	中国新闻前	周一至周日约20:57(北京时间)	正常位置	1次/天	28	91	182
CCTV-4（美洲版）	新闻60分后	周一至周日约9:02(北京时间)	正常位置	1次/天	28	91	182
CCTV-4（美洲版）	百家讲坛（重播）后	周一至周五约0:57(北京时间)	正常位置	5次/周	20	65	130
频次合计					276次	897次	1794次

说明：

1、 具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、 如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明】

制作“神州风采”片头，片头后播出各家企业广告。

注：在《第一时间》、《全球资讯榜》、《新闻会客厅》栏目内，仅播出企业广告，不播出“神州风采”片头。

【广告价格】

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）或半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格(万元/4周)	季度价格(万元/13周)	半年价格(万元/26周)
5秒	106	335	656
10秒	159	500	985
15秒	199	628	1230
20秒	270	855	1670
25秒	320	1005	1970
30秒	360	1130	2215

16

CCTV–1、CCTV–7
快乐童年套装广告A

童年，就是一叶快乐的小舟，在驶向成长的彼岸时，带给我们无尽的欢乐。

中央电视台的少儿节目，伴随着一代又一代小朋友成长，成为一个又一个面向青少年的名牌节目。

“快乐童年”套装广告：

◇ 少儿品牌栏目依托CCTV–1、CCTV–7拥有全国覆盖优势，全方位直击目标受众。

◇ 让全国青少年开心，也让众多成年家长倾心。

◇ 让品牌伴随少儿成长，让品牌成为家庭伙伴！

《动画城》是中国著名的动画片电视栏目，自1994年开办以来，已经首播动画片近千余部集。除播放动画片之外，此栏目亦常以各种生动活泼的编辑形式，介绍中国和外国的最新动画片制作和所有鲜为人知的动画片业的各类信息。

《动画剧场》是CCTV–1播出的一档新颖时尚，又充满童趣的全新动画栏目，是推介和播放国产精品动画片的窗口。该栏目将着力打造国产动画的品牌形象。

【广告投放期】 月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】 30秒



【广告播出安排】

播出频道	播出栏目/时段	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
CCTV-1	《动画城》	周一至周五约17:38	节目内正常位置	1次/期	20	65	130
CCTV-1	《动画剧场》	周六约11:03、16:44(2期)	节目内正常位置	1次/期	8	26	52
CCTV-7	《动画城》	周一至周六约8:37	节目内正常位置	1次/期	24	78	156
频次合计					52次	169次	338次

说明：

1.具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2.如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）或半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格(万元/4周)	季度价格(万元/13周)	半年价格(万元/26周)
5秒	59	190	360
10秒	88	280	550
15秒	110	350	680
20秒	150	470	930
25秒	180	560	1090
30秒	200	630	1230

17

CCTV-1、CCTV-7
快乐童年套装广告B

童年，就是一叶快乐的小舟，在驶向成长的彼岸时，带给我们无尽的欢乐。

中央电视台的少儿节目，伴随着一代又一代小朋友成长，成为一个又一个青少年心中的名牌节目。

“快乐童年”套装广告：

◇ 少儿品牌栏目依托CCTV-1、CCTV-7拥有全国覆盖优势，全方位直击目标受众。

◇ 让全国青少年开心，也让众多成年家长倾心。

◇ 让品牌伴随少儿成长，让品牌成为家庭伙伴！

《大风车》栏目创建于1995年6月1日，以“尊重儿童、支持儿童、引导儿童、快乐儿童”为使命，与全国亿万儿童相伴成长，把欢乐播种在每一个孩子的心田，同时也成为中国最具影响力的少儿电视栏目。

《智慧树》是一档面向学龄前儿童的益智类节目。

《七巧板》专为幼儿精心设计，包括情景认知、音乐游戏、亲子故事、生活能力锻炼等。精彩的内容，新鲜的创意，带给宝宝开心快乐的童年记忆。

《芝麻开门》是一档少儿科普节目，2008年6月1日全新改版之后，微型情景剧，将科学知识融入故事中，以系列故事的形式推出，建造了一个科学游乐园。

【广告投放期】 月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】 30秒






【广告播出安排】

播出频道	播出栏目/时段	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
CCTV-1	《大风车》	周一至周日约18:18	节目内正常位置	1次/期	28	91	182
CCTV-7	《七巧板》	周日约8:37	节目内正常位置	1次/期	4	13	26
CCTV-7	《智慧树》	周一至周日约9:08	节目内正常位置	1次/期	28	91	182
CCTV-7	《芝麻开门》	周一至周日约9:40	节目内正常位置	1次/期	28	91	182
频次合计					88次	286次	572次

说明：

1.具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2.如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）或半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格(万元/4周)	季度价格(万元/13周)	半年价格(万元/26周)
5秒	85	270	520
10秒	130	400	780
15秒	158	500	980
20秒	215	680	1330
25秒	255	800	1560
30秒	280	900	1760

18

CCTV—1、CCTV—新闻频道

康乐年华套装广告方案

精确的选择造就精准投放，精“睿”的决策成就精明商家。

CCTV—1《夕阳红》是为中央电视台专为中老年观众服务的专题节目，该节目及节目前的广告时段收视人群中，45岁以上人群的收视集中度远超平均水平，年龄特质非常突出。

中老年观众习惯收看的节目还有CCTV—1上午精选剧场、榜上有名、CCTV—新闻频道上、下午新闻直播等节目。

“康乐年华”套装广告产品精选上述在中老年人群中传播穿透力强的跨频道资源，平均每月高达266次的广告频次，形成对这一观众群体的强大传播效率，打造针对这一目标群体传播的有力载体。

【广告投放单位】

以自然月为最小投放单位，按月度、季度或半年购买。

【广告总时长】 60秒





【广告播出安排】

播出频道	播出栏目/时段	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次	季度总频次	半年总频次
CCTV-1	精选剧场中插二	周一至周日约10:38	正常位置	15次/月	15	45	90
CCTV-1	夕阳红前	周一至周日约8:48	正常位置	1次/天	30	90	180
CCTV-1	榜上有名	周一至周五约18:11	正常位置	11次/月	11	33	66
CCTV-新闻	上午新闻直播节目	8:30-11:30之间	节目内正常位置	3次/天	90	270	540
CCTV-新闻	下午新闻直播节目	13:00-17:30之间	节目内正常位置	4次/天	120	360	720
频次合计					266次	798次	1596次

说明：

1、具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2、如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度、季度或半年套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格 (万元)	季度价格 (万元)	半年价格 (万元)
5秒	100	280	550
10秒	150	420	830
15秒	180	530	1040
20秒	248	720	1410
25秒	290	850	1660
30秒	330	950	1860

19

CCTV—2、CCTV—新闻频道
热点关注套装广告方案

为全国电视观众呈现最受关注的时政、财经、民生话题，并对这些话题背后的深层次社会背景进行剖析，这里有国内外政界、商界资深人士的权威观点，也有普通百姓的看法，更有新闻事件当事人的解说。

“热点关注”套装广告方案——涵盖中央电视台经济频道和新闻频道中与社会生活关系最为密切的新闻专题类节目和访谈类节目，是具有权威性和公信力的传播平台。

● CCTV—2《全球资讯榜》：

中央电视台经济资讯频道新闻主框架的组成部分之一，在正午时段为观众提供以国际为主、国内外融通的全球经济资讯，汇聚国内外权威新闻网站的排行和全球媒体的热点聚焦，以分类新闻排行榜的发布方式，在浩如烟海的资讯海洋中精选观众最需要知道的新闻。

● CCTV—新闻频道《共同关注》：

节目将关注点定位在中国社会大转型时期大量出现的弱势群体身上，选取百姓中真、善、美的动人故事为内容，呼唤社会真情，展现互助关爱，为帮助者和被帮助者搭建起一个互助的平台。

● CCTV—新闻频道《我的今日之最》：

大型直播互动节目，观众可以通过自己喜欢的方式与节目互动，身边的新闻事件和感兴趣的话题，都有可能成为节目的内容，主持人和嘉宾就新闻话题从不同视角发表看法，展开辩论。

● CCTV—新闻频道《高端访问》：

是中央电视台，也是全球华语电视媒体里最有影响力的以专访外国元首、政府首脑和各界国际知名人士为基本样式的人物访谈节目。中国著名的国际新闻主持人水均益是栏目的制片人和标记性的专访记者。

● CCTV—新闻频道《新闻调查》：

中央电视台唯一一档深度新闻评论类节目，以记者调查采访的形式，探寻事实真相，注重研究新问题，探索新表达。在百姓和高端都有着广泛的影响。

【广告投放单位】 月度（4周）、季度（13周）、半年（26周）

【广告总时长】 30秒

【广告播出安排】

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

播出频道	播出时间	播出位置	频次安排	月度总频次(4周)	季度总频次(13周)	半年总频次(26周)
CCTV-2《全球资讯榜》	周一至周日约11:50-12:30	节目内正常位置	1次/期	28	91	182
CCTV-新闻《共同关注》	周一至周六约12:30-12:55	节目内正常位置	1次/期	24	78	156
CCTV-新闻《每周质量报告》	周日约12:30-12:55	节目内正常位置	1次/期	4	13	26
CCTV-新闻《我的今日之最》	周一至周六约18:10-18:55	节目内正常位置	1次/期	24	78	156
CCTV-新闻《高端访问》	周日约20:15-21:00	节目内正常位置	1次/期	4	13	26
CCTV-新闻《新闻调查》	周六约21:30-22:15	节目内正常位置	1次/期	4	13	26
频次合计				88次	286次	572次

说明：

1.具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2.如因特殊原因导致节目未能播出，广告部将安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按月度（4周）、季度（13周）及半年（26周）套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	月度价格(万元/4周)	季度价格(万元/13周)	半年价格(万元/26周)
5秒	110	330	650
10秒	160	500	980
15秒	198	620	1220
20秒	270	850	1660
25秒	320	1000	1950
30秒	360	1120	2200

20

CCTV—1、CCTV—2、CCTV—10、CCTV—12、CCTV—新闻

榜样的力量套装广告方案

榜样的力量是无穷的。

榜样来自于我们身边，亲切、真实，同时也让我们感受到既平凡却又震撼心灵的生命华彩……

中央电视台每年均联合多家中央、国家级权威部门，打造表彰不同领域榜样人物的活动盛典，每一场年度盛事均以其高端、权威性引起全国关注。榜样的力量感人至深，为全社会带来心灵的洗礼，让国人见证人性的光辉。

● **2009劳动榜样——联合全国总工会、发改委等权威部门，央视打造中国普通劳动者的荣誉殿堂。**

● **第四届我最喜爱的十大人民警察——由中央电视台和公安部共同举办，是对杰出民警的最高表彰。2009年的评选活动，必将带给广大电视观众更多的感动。**

● **2009平安中国——2009年，适逢政法系统四年一度的表彰之年，中央综治委将会同人事部对上百个全国综合治理先进地市、单位和个人进行表彰。《平安中国》活动将紧扣表彰主题，通过专题、访谈、推广会、新闻发布会、论坛、社区互动活动等形成全方位的报道和宣传。**

● **2009孝亲敬老十佳楷模评选——国家老龄委、教育部、广电总局等多家中央单位发起的一项旨在弘扬中华民族传统美德的教育示范活动。该评选活动每两年举办一次，2009年是第三届。**

● **感动中国2009年度人物评选——中央电视台举办的大型评选活动。每年从社会各行各业推选出十位人物，他们或推动时代进步，或爱岗敬业，或以个人的行为代表了社会发展方向，他们使得十三亿颗心随着他们跳动，他们让整个民族动容！**

● **2009CCTV中国经济年度人物评选——被誉为中国经济领域的“奥斯卡”。创办于2000年，每年设有10个年度人物奖，奖励积极推动中国经济发展和社会进步的企业家、经济学家或者政府官员。该项评选活动旨在以人物为线索和载体，梳理每一年度中国经济发展的脉络与走向**

● **2009中国骄傲——国务院应急管理办公室、公安部、国家安全生产监督管理总局、中华全国总工会、共青团中央、中华全国妇女联合会等六大部委共同主办，自2005年成功举办之后，受到社会各界广泛好评。活动以“寻找你我身边的英雄”为主题，用系列专题片和专题晚会的形式，把目光对准那些在“危机事件”中挺身而出的平民英雄。**

“榜样的力量”套装广告，全面整合央视人物评选类活动资源，多频道——CCTV—1、CCTV—2、CCTV—10、CCTV—12、CCTV—新闻，长跨度——2009年5月至2010年年初，在杰出人物展现人性之美的同时，在平民英雄们接受华夏儿女最崇高敬意的同时，让品牌升华！

【广告总时长】90秒

【广告播出安排】

企业广告在以下节目内播出：

序号	节目名称	预计播出频道	预计播出时间	预计播出期数	预计广告频次
1	2009劳动榜样	CCTV—10	2009年5月1日	1	1次／期，共计1次
2	第四届我最喜爱的十大人民警察评选活动颁奖晚会	CCTV—新闻	2009年9月	1	1次／期，共计1次
3	平安中国	CCTV—12	2009年9月	待定	50次
4	2009中国经济年度人物评选	CCTV—2	2009年9月至10年1月	28期专题节目	1次／期，共计28次
				1期颁奖晚会	2次／期，共计2次
5	孝亲敬老十佳楷模颁奖晚会	CCTV—10	2009年10月26日	1	2次／期，共计2次
6	感动中国2009年度人物评选颁奖晚会	CCTV—1、CCTV—新闻	2010年2月	1	2次／期，共计2次
7	“2009中国骄傲”评选	CCTV—2	待定	1	2次／期，共计2次
频次合计					88次

说明：

1.节目播出安排暂定，具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2.上述节目重播安排待定，如节目完整重播，则广告带入。如重播节目内广告未带入，亦不予补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按88次套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	套装广告价格（万元）
5秒	130
10秒	200
15秒	248
20秒	340
25秒	400
30秒	450

21

CCTV–1、CCTV–3、CCTV–11、CCTV–音乐

梨园百花春套装广告方案

戏曲是艺术园地中的一朵奇葩，散发着独特的艺术魅力，令喜爱她的人为之痴迷，为之不知肉味，为之欲罢不能。戏曲类电视节目拥有数量庞大的拥趸，他们以满腔的热爱、高度的忠诚，将遥控器锁定在那生、旦、净、末、丑的多彩世界……

中央电视台每年均为广大戏迷朋友奉献系列大型戏曲节目，戏迷挑战赛、新年京剧晚会、春节戏曲晚会等节目类型多样、丰富多彩，早已形成规模庞大的忠实观众群，如约而至，固定收视。2009年，央视的戏曲荧屏将更加异彩纷呈。

“梨园百花春”套装广告，全面整合央视2009年戏曲类重大特别节目资源，为企业打造极具针对性、指向性的特色广告产品——精准投放，上佳之选！

【广告总时长】60秒







【广告播出安排】

企业广告在以下节目内播出：

序号	节目名称	预计播出频道	预计播出时间	预计播出期数	预计广告频次
1	《过把瘾》戏迷挑战赛	CCTV–11	3–4月	8	1次/期，共计8次
2	越女争峰第Ⅱ季——龙凤配	CCTV–11	上半年	10	1次/期，共计10次
3	非同凡响——豫剧青年演员电视挑战赛	CCTV–11	待定	20	1次/期，共计20次
4	海峡情——梨园百花春中秋大型戏曲晚会	CCTV–音乐	中秋	1	2次/期，共计2次
5	2010年新年京剧晚会	CCTV–1	2010年元旦	1	1次/期，共计1次
6	2010年春节戏曲晚会	CCTV–3	2010年春节	1	1次/期，共计1次
频次合计					42次

说明：

1.节目播出安排暂定，具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2.上述节目重播安排待定，如节目完整重播，则广告带入。如重播节目内广告未带入，亦不予补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按42次套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	套装广告价格（万元）
5秒	42
10秒	63
15秒	78
20秒	106
25秒	125
30秒	141

22

CCTV—1、CCTV—3、CCTV—4、CCTV—9、CCTV—音乐

综艺饕餮套装广告方案

综艺类大型活动与特别节目是中央电视台独特的品牌节目资源。黄金的播出时间、杰出的收视表现、稳定的节目品质、独具特色的品牌内涵，共同构成了中央电视台与全国广大电视观众的每一次年度约会——“小品大赛”、“舞蹈大赛”、“中秋双语晚会”、“维也纳新年音乐会”……中央电视台2009年将精心打造每一场年度盛会，再次为观众带来期待已久的视听享受。

中央电视台特别推出“综艺饕餮”套装广告，整合全台综艺类重点活动和特别节目资源，2009年5月至2010年元旦期间，综艺类重大节目全部囊括，重要时间节点全部覆盖，“五·一”、“端午”、“中秋”、“十·一”、“元旦”，企业和产品品牌将在一次次的收视跃升中获得提升……

【广告总时长】60秒

【广告播出安排】

以下节目播出企业贴片广告，1次/期：

序号	预计播出时间	节目名称	预计播出频道	预计播出期数	预计广告频次
1	5月	第七届CCTV小品大赛	CCTV-3	7	7
2		全国流行歌曲大赛	CCTV-音乐	14	14
			CCTV-3、音乐(并机)	1	2(并机频次)
3		2009“五一”挑战群英会	CCTV-3	7	7
4		2009年国际幽默大汇演	CCTV-3	7	7
5	6月	端午节大型诗歌朗诵会	CCTV-3	1	1
6	7月	世界魔术大会	CCTV-3	8	8
7	8月	首届CCTV全国管乐展演	CCTV-音乐	20	20
8		中德挑战特别节目	CCTV-3	2	2
9	10月	国庆音乐会	待定	1	1
10		2009CCTV大型直播中秋双语晚会	CCTV-1、4、9(并机)	1	3(并机频次)
11		中秋晚会	CCTV-3	1	1
12		2009两岸三地中秋民族音乐会	CCTV-3、音乐(并机)	1	2(并机频次)
13		海峡情——梨园百花春中秋大型戏曲晚会	CCTV-音乐	1	1
14	11月	第五届CCTV电视舞蹈大赛	CCTV-3	10	10
15	2010年1月1日	2010年元旦双语晚会	CCTV-4	1	1
16		2010年维也纳新年音乐会	CCTV-音乐	1	1
17	待定	第二届CCTV民族器乐大赛	CCTV-3	1	1
			CCTV-音乐	17	17
18	待定	为中国喝彩系列节目	CCTV-3	1	1
19	待定	第十一届中韩歌会	CCTV-3	1	1
频次合计					108次

说明：

1.节目播出安排暂定，具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2.上述节目重播安排待定，如节目完整重播，则广告带入。如重播节目内广告未带入，亦不予补播。

【广告形式说明及价格】

广告形式说明：

1、企业可投放5秒、10秒、15秒、20秒、25秒、30秒规格的套装广告。

2、套装广告指企业广告按108次套装购买，且投放规格需统一。

套装广告规格	套装广告价格(万元)
5秒	200
10秒	300
15秒	380
20秒	520
25秒	610
30秒	690

CCTV—1、CCTV—4、CCTV—9

23 2009 CCTV大型中秋直播双语晚会联合特约广告方案

国际水准 华人盛典

中秋节一直都为人们喻为最有人情味、最诗情画意的一个传统节日。作为中国最具活力的大型直播晚会之一，CCTV中秋晚会成为全球华人互致亲情、遥寄乡思的独特文化载体。

中国传统节日凝结着中华民族的民族精神和民族情感，承载着中华民族的文化血脉和思想精华，是维系国家统一、民族团结和社会和谐的重要精神纽带。

中央电视台已经连续12年举办现场直播中秋晚会，通过大型文艺晚会形式在传统中秋佳节增加中华文化的向心力和感召力，同时充分展现当代中国现代化建设的辉煌成就，与全球华人一起共庆佳节、共享盛世。

中秋晚会也成为全球华人的视觉盛宴，中华传统节日的时尚风标。在中秋晚会中，人们一起祝福亲人，祝福中国，共同找回对中秋明月的美好记忆，重温那些意味深长的华夏传统和真情！

CCTV中秋晚会，逐渐形成自己的艺术风格，在海内外华人中具有很深的影响力。在总体风格上，坚持对外文艺国际化、高端化、大型化和时尚化的风格，面向台港澳及海外华人华侨观众，以真挚自然的情感营造温馨和谐的氛围，展示盛世的辉煌。在视觉和心理上形成全世界华人共度中秋、相亲相聚的感人场景。

2009年中秋晚会吸引众多影视明星与著名歌星加盟，文艺节目精彩纷呈。为全球华人再次奉上一份浓郁亲情的中秋贺礼，晚会让世界各地的华人共同沉浸在同根同源的亲情与乡情中，度过一个心潮澎湃的中秋之夜。

CCTV—1、4、9并机直播倾情奉献，广大观众翘首期待。

【节目播出安排】（暂定）

2009年10月3日（中秋节），CCTV—1、4、9晚间黄金时间并机直播1场晚会，时长120分钟。

（注：具体播出时间以《中国电视报》的预告为准。）

【名额：2家】

【广告回报】

一、宣传片广告回报

广告形式：

● 10秒联合特约标版

制作中秋晚会宣传片，宣传片后播出10秒联合特约标版。标版时长10秒，画面出现企业名称和标识，每家企业独立画面不少于3秒，配音为：“2009年中央电视台中秋晚会由***、***（企业名称）联合特约播映”。

● 15秒广告



播出安排：

● 宣传片+10秒联合特约标版

2009年8月28日至10月3日期间，在CCTV—1、CCTV—4（亚洲版、美洲版、欧洲版）全频道滚动播放，共计220次：

◇ CCTV—1全频道滚动播出，共计70次；

◇ CCTV—4亚洲版全频道滚动播出，共计110次；

◇ CCTV—4美洲版全频道滚动播出，共计20次；

◇ CCTV—4欧洲版全频道滚动播出，共计20次。

● 宣传片+10秒联合特约标版+各家企业15秒广告

2009年9月1日至10月3日期间，在CCTV—4《中华情》栏目中播出，1次/期，共计3次（首播频次）。

说明：CCTV—4《中华情》首播周六22：00，重播：周六3：00；周六15：10

（具体播出时间以《中国电视报》为准。）

二、晚会中广告回报

● 10秒联合特约标版+各家企业15秒广告：

广告形式：

标版时长10秒，画面出现企业名称和标识，每家企业独立画面不少于3秒，配音为：“2009年中央电视台中秋晚会由***、***（企业名称）联合特约播映”。

标版后播出各家企业15秒广告。

播出安排：

节目片头后正一位置，1次/期，共计3次（含并机频次）；

节目片尾后正一位置，1次/期，共计3次（含并机频次）；

共计播出6次（含并机频次）。

● 片尾鸣谢

节目片尾出现：鸣谢***（企业名称），可出现企业logo， 1次/期，共计3次（含并机频次）。

说明：本方案所涉及企业logo及企业广告出现先后以企业签约的时间先后为序。

【联合特约广告价格】430万元/家

CCTV—1

24

感动中国2009年度人物评选贴片套装广告方案

《感动中国》是中国中央电视台举办的一大型评选活动。每年从社会各行各业推选出十位人物，他们或推动时代进步，或爱岗敬业，或以个人的行为代表了社会发展方向。总之，他们使得十三亿颗心随着他们跳动。感动是年终岁末一段温暖的话题，也是新春伊始一股蓬勃的力量……

中央电视台“感动中国2009年度人物”评选，一个让整个民族动容的活动！

【节目播出安排】（暂定）

2010年2月，CCTV—1晚间黄金时间播出《感动中国2009年度人物评选颁奖晚会》，1场。

（注：具体播出时间以《中国电视报》节目预告为准。）

【广告播出安排】

节目内播出，共计2次。

【广告规格及价格】

贴片广告按2次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	19	28	35	48	56	63



CCTV—2

25

2009 CCTV中国经济年度人物评选贴片套装广告方案

“CCTV中国经济年度人物评选”被誉为中国经济领域的奥斯卡。

“CCTV中国经济年度人物评选”创办于2000年。每年设有10个年度人物奖，奖励积极推动中国经济发展和社会进步的企业家、经济学家或者政府官员。该项评选活动旨在以人物为线索和载体，梳理每一年度中国经济发展的脉络与走向。

2009CCTV中国经济年度人物评选活动时间跨度长，影响范围广，特别节目、候选人论坛、颁奖晚会有机结合，依托晚间名牌节目《经济半小时》为播出载体，持续5个月播出，在09年下半年中国经济界、商务人群和各年龄层的观众群掀起一个又一个关注热点：

◇《经济半小时特别节目——四方论道》：国内经济热点城市举办年度人物大讲堂；

◇《经济半小时特别节目——四海论道》：邀请往届中国经济年度人物在海外世界经济中心城市宣讲中国制造；

◇《年度人物候选人论坛》：年度人物候选人精彩演讲；

◇《2009 CCTV中国经济年度人物颁奖典礼》：中国商界风云人物笑傲中国年度经济“奥斯卡”。

2009CCTV中国经济年度人物评选，与商界精英同行！

【节目播出安排】（暂定）

- 《经济半小时特别节目——四方论道》
  期数：6期
  播出时间：2009年9月至11月期间，CCTV—2 晚间21：30—22：00首播
- 《经济半小时特别节目——四海论道》
  期数：2期
  播出时间：2009年9月至11月期间，CCTV—2晚间21：30—22：00首播
- 《年度人物候选人论坛》
  期数：不少于20期
  播出时间：2009年12月至2010年1月期间，CCTV—2晚间21：30—22：00首播
- 《2009 CCTV中国经济年度人物颁奖典礼》
  期数：1期
  播出时间：2010年1月CCTV—2晚间20：00—22：30首播

注：具体播出安排以《中国电视报》节目预告为准。

【广告播出安排】

1、《四方论道》、《四海论道》、《年度人物候选人论坛》节目内播出，1次/期，共28次；

2、颁奖晚会内播出，2次/期，共2次。

贴片广告共计播出30次。

【广告规格及价格】

贴片广告按30次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	128	192	240	326	384	432

CCTV—3

26 2009 CCTV年第七届CCTV小品大赛广告方案

2009年“5·1”期间，中央电视台将举办“第七届CCTV小品大赛”。

中央电视台已成功举办过六届小品大赛。该大赛成为了中央电视台的品牌节目，深受广大小品专业人员和电视观众的欢迎和喜爱。

第七届CCTV小品大赛在全国范围内征集优秀作品，包括话剧小品、哑剧小品、歌剧小品、舞剧小品、音乐剧小品、戏曲小品、杂技小品、魔术小品等题材，甄选出的优秀作品于4月29日—5月4日进行决赛，5月6日举行优秀表演奖决赛暨颁奖晚会。

第七届CCTV小品大赛在赛制、题材、宣传、电视化表现方面大胆创新，亮点不断，再掀收视热点：

● 分赛区覆盖全国，影响范围大

本届大赛将与各省级电视台合作，在全国设立分赛区。决赛前，各分赛区的比赛在社会中产生广泛影响，有利于提高观众的持续关注度和对大赛品牌的忠诚度。

● 网络手机短信等新媒体互动，与大赛紧密结合

本届大赛以央视网、央视公众资讯中心为平台，将大赛外延大大拓展。

央视公众资讯通过手机短信互动，增加观众参与程度，扩大互动。

央视网集团旗下的网络，手机电视、平台对小品大赛进行大强度联合推广。

网络：央视网作为小品大赛的官方网站，独家直播全部6场决赛和颁奖晚会，提供历届小品大赛视频及相关的资料，发布候选名单，启动“我最喜爱的小品演员”的网络投票，让每一个观众都能参与到大赛中来。

手机电视：奥运期间，CCTV手机电视覆盖了9700万宽带用户。这将使小品大赛伴随每个人的身边。

央视网的多终端新媒体联合推广，将使本届小品大赛从影响范围及深度上形成一次更贴近民众的，由所有观众参与的全国大赛。



● 评委阵容更加权威，极具号召力

评委会成为一个新的收视亮点。本着权威化、多元化、时代化的特点，评委组由小品界、戏剧界、影视界、文化界的专家、知名人士组成，更加丰富，更具收视号召力。

● 盛大颁奖礼，规格空前

突出颁奖晚会的仪式感，举办成一次盛大的颁奖礼，凸现奖项及大赛的高规格。届时将邀请众多大腕出席并参与表演，必是一次文艺盛典！

相信本届大赛必将诞生一系列经典之作，创下2009年“5·1”期间的收视高峰。

【节目播出安排】（暂定）

播出时间：CCTV—3晚间19：30

播出日期：2009年4月29至5月4日决赛（直播）；

2009年5月6日举行优秀作品表演奖决赛暨颁奖晚会（直播）；

共计7场。

（注：具体播出时间以《中国电视报》的预告为准。）

独家冠名广告

【名额】独家

【广告回报】

一、冠名权

大赛以赞助企业名称独家冠名：“***杯（企业名称）第七届CCTV小品大赛”。

● 冠名企业在其商业宣传中可使用由企业名称和节目名称组成的“联合logo”，须经中央电视台广告部审定并备案。

● 权限使用周期：2009年3月1日至2009年12月31日。

二、大赛及颁奖晚会电视广告回报

一）宣传片广告回报

广告形式：

● 冠名宣传片

制作“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”电视宣传片，宣传片中出现“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”字样及口播内容。

● 15秒广告

播出安排：

2009年3月28日至5月节目结束前：

● 冠名宣传片

CCTV—3《节目导视》内播出，总计不少于60次。

● 冠名宣传片+5秒冠名标版+15秒广告

CCCTV—3时段内滚动播出，总计75次。

（注：具体播出时间以《中国电视报》的预告为准。）

二）大赛及颁奖晚会节目内广告回报

● 冠名片头、片花：

◇ 节目片头出现“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”字样，1次/期，共7次；

◇ 节目中插播片花出现“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”字样，1次/期，共7次。

● 冠名企业5秒标版+冠名企业15秒广告

广告形式：

标版时长5秒，画面出现冠名企业名称及logo，并配口播语：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”。

标版后播出冠名企业15秒广告。

播出安排：

节目片头后正一位置，1次/期；

节目中插正一位置，1次/期；

共计播出14次。

● 现场回报（6场决赛和1场颁奖晚会）

◇ 现场主持台出现“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”字样；

◇ 现场观众席背景板出现“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”字样；

◇ 现场大屏幕出现“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”字样；

◇ 主持人串场词中出现：“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”或“本届大赛得到了***（企业名称）的大力支持”等内容（具体内容可协商确定），1次/期，共7次；

● 6场决赛短信互动广告回报

◇ 主持人口播：“电视机前的观众，收看小品大赛的同时，别忘了和我们交流，你喜欢那个小品， 或者您有什么好的建议和想法，把您的感受编辑成短信，发送至1066 9999 XXX”告诉我们。”你将有机会获得由****（企业名称）提供的精美纪念品（或企业产品、奖品）（或“本互动环节由****（企业名称）大力支持”等相关内容），2次/期，共计12次。

◇ 定帧字幕：节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为：“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛。全国手机用户编辑“留言”发送至10669999***，您将有机会获得由****(企业名称)提供的精美纪念品（或企业产品、奖品）!” （或“本互动动环节由****（企业名称）大力支持”等相关内容）。时长10秒/次，4次/期，共计24次。

◇ 手机终端：给参与短信互动的观众下发的短信回复语中回复带有“感谢参与***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”的文字。

● 颁奖晚会短信互动广告回报

◇ 定帧字幕：节目播出过程中，在屏幕下方出现介绍短信互动参与方式的定帧字幕，字幕内容为：“感谢您关注***（企业名称）杯第七届CCTV大赛。您有什么好的建议和想法，可编辑 “留言”发送至1066 9999 XXX”告诉我们。” （或相关内容）。时长10秒/次，4次/期，共计4次。

◇ 手机终端：给参与短信互动的观众下发的短信回复语中回复带有“感谢参与***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”的文字。

● 角标

屏幕右下角出现“***（企业名称）杯第七届CCTV小品大赛”角标，10秒/次，6次/期，共计42次。

● 片尾鸣谢

节目片尾出现：鸣谢***（企业名称），可出现企业logo，1次/期，共7次。

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

三、网络宣传回报

● 央视网回报：2009年4月1日至2009年5月31日期间

◇ 央视网（www.cctv.com）“2009年第七届CCTV小品大赛”专题首页包装显示冠名企业标识；

◇ 央视网（www.cctv.com）“2009年第七届CCTV小品大赛”专题首页1屏通栏广告；

◇ 央视网（www.cctv.com）“2009年第七届CCTV小品大赛”专题首页轮播视频弹出广告1个；

◇ 央视网（www.cctv.com）“2009年第七届CCTV小品大赛”专题视频直播/点播前视频贴片广告1个；

◇ 央视网（www.cctv.com）“2009年第七届CCTV小品大赛”专题“我最喜爱的小品演员”发贴后回复成功提示页面包装企业标志及产品形象。如，“**企业提示您，投票成功”。

● 手机wap网回报：

◇ 在央视网手机WAP网上发布企业软文2篇。

● 软性回报：

◇ 企业代表参加央视网网络访谈一次，访谈全程在央视网进行视频图文直播。

◇ 央视网发布5篇软文推广对企业进行公关宣传。

央视网所有提到“2009年第七届CCTV小品大赛”之处都提及冠名赞助企业名义。如新闻稿中“**企业(或产品名称)杯2009年第七届CCTV小品大赛”字样，或在宣传flash中体现企业LOGO及名义（与电视冠名名义保持一致）。

说明：6场决赛的现场奖品可由冠名企业提供。具体奖品的种类及数量由中央电视台广告部与冠名企业另行协商确定。

【独家冠名广告价格】 828万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

节目片头后正常位置播出，1次/期，共计7次。

【广告价格】：

贴片套装广告价格：

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	36	54	68	92	107	121



CCTV—3

27 2009年第五届CCTV电视舞蹈大赛贴片套装广告方案

最富影响力的舞蹈成果盛会　　最具期待性的文艺品牌节目

荟萃和谐中国舞蹈艺术的风采　　打造盛世年代明星诞生的舞台

全方位普及舞蹈文化　　全景式展示舞蹈艺术

第五届CCTV电视舞蹈大赛即将于2009年4月在中央电视台综艺频道盛大开幕。大赛及颁奖晚会将连续十天在CCTV—3晚间黄金时间现场直播，为全国电视观众呈现异彩纷呈的舞蹈盛宴。

作为唯一的全国性电视舞蹈大赛，自2000年第一届大赛举办至今，已经成为中央电视台的品牌性节目，获得了广泛的社会影响力。中宣部对于大赛给予了高度的评价：“作品表演显水平、技巧表演显功底、素质考试显底蕴、即兴表演显灵性、各种舞蹈齐争妍、观众参与显气氛、精彩回放显魅力。”

【节目播出安排】（暂定）

2009年4月份，CCTV—3晚间黄金时间播出，共计10场节目（9场比赛＋1场颁奖晚会）

（注：具体播出时间以《中国电视报》的预告为准。）

【广告播出安排】

节目片头后正常位置播出，1次/期，共计10次。

【广告价格】：

贴片套装广告价格：

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	44	66	83	113	133	150





CCTV—3

2009 国际幽默大汇演广告方案 28

2009年5月，“国际幽默大汇演”热潮将再次席卷荧屏。

来自世界各国的当红幽默艺人将亮相央视舞台，展现最前沿的世界级幽默艺术表演。滑稽明星面对面，中外幽默大聚会，难得一见的好戏，不能不看的演出——“2009国际幽默大汇演”，CCTV—3初夏时节隆重登场。

【节目播出安排】（暂定）

2009年5月，CCTV—3晚间黄金时间播出，共7期，每期节目时长60分钟。

（注：具体播出时间以《中国电视报》节目预告为准。）

独家冠名广告

【名额】独家

【广告回报】

一、独家冠名权

节目以企业名称冠名：“***（企业名称）国际幽默大汇演”。

二、宣传片广告回报

广告形式：

1、冠名宣传片：制作节目宣传片，片中体现“***（企业名称）国际幽默大汇演”内容；

2、冠名企业5秒标版：制作冠名企业5秒标版，标版画面可出现冠名企业名称及logo，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（配音内容可协商确定）；

3、企业15秒广告。

播出安排：

1、冠名宣传片+冠名企业5秒标版，2009年3—5月，CCTV—3播出，播出频次总计60次；

2、冠名宣传片+冠名企业5秒标版+15秒广告，2009年3—5月，CCTV—3播出，播出频次总计40次。

三、节目内广告回报

1、节目现场广告回报：

1）演播室现场布景体现冠名企业元素；

2）主持人串词中体现冠名企业称谓（内容可协商确定），4次/期，共28次。

2、节目内电视广告回报：

1）节目片头出现“***（企业名称）国际幽默大汇演”内容， 1次/期，共7次；

2）节目片花出现“***（企业名称）国际幽默大汇演”内容，3次/期，共21次；

3）制作冠名企业5秒标版，标版画面可出现冠名企业名称及logo，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（配音内容可协商确定）；标版后带冠名企业15秒广告，具体播出位置如下：

- 节目片头后正一位置播出，1次/期，共7次；
- 节目中广告段正一位置插播，2次/期，共14次；

冠名企业5秒标版+15秒广告，播出共21次。

4）节目播出过程中，屏幕右下方角标出现冠名企业名称，6次/期，每次时长10秒，共42次；

5）片尾滚动鸣谢字幕时出现冠名企业名称及logo，1次/期，共7次。

【独家冠名广告价格】430万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

节目内播出，1次/期，共计7次。

【广告规格及价格】

贴片广告按7次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	22	34	42	57	67	76

CCTV-3

2009“五一”《挑战群英会》广告方案

29

应中央电视台第三套节目《想挑战吗》栏目邀请，各大省级电视台的竞技类娱乐节目强强联手，隆重推出“《想挑战吗》五一黄金周特别节目——2009‘五一’《挑战群英会》”。

5月1日至6日，各地方电视台的节目主持人将和CCTV-3的主持人一起，集体亮相中央电视台，各自带领当地具有地方特色的精选出的挑战项目参加现场挑战，由现场观众、手机短信、网络、热线电话等互动方式现场评选当场最受观众喜爱的挑战英雄。

5月7日，在挑战群英会总决赛现场，将举行盛大的颁奖典礼，为前六场节目中获胜的挑战英雄颁奖。期间将穿插由演艺明星和境外挑战者参加的大型助兴挑战节目。

五一黄金周期间，连续七期节目，在选手们向技能、体能、智能极限发起挑战的同时，必将掀起一轮收视热潮。

【节目播出安排】

2009年5月1日——7日，CCTV-3晚间播出，共七期，每期节目时长120分钟。

（注：具体播出时间以《中国电视报》预告为准。）

独家冠名广告

【名额】独家

【广告回报】

一、节目冠名权

1. 节目冠名：《***（冠名企业名称）挑战群英会》

2. 获胜者命名为“***（冠名企业名称）2009‘五一’《挑战群英会》挑战英雄”





二、节目现场广告回报

1. 节目现场布景中出现《***（冠名企业名称）挑战群英会》节目名称和冠名企业标识。
2. 节目播出过程中，主持人口播：您现在收看的是由***（冠名企业名称）挑战群英会。
   平均每期4次，总计不少于28次。
3. 根据节目需要和冠名企业的产品类别，可由冠名企业提供挑战项目所需的道具（视节目需求而定）。
4. 抽奖电脑显示器背面帖有冠名企业标识。
5. 冠名企业领导将安排为挑战英雄和获奖嘉宾各颁奖一次。

三、节目内硬广告回报

1. 节目片头出现《***（冠名企业名称）挑战群英会》画面内容
   每期一次，共计7次。
2. 节目片花中出现《***（冠名企业名称）挑战群英会》画面及口播内容
   平均每期2次，共计14次。
3. 节目角标中出现《***（冠名企业名称）挑战群英会》内容
   平均每期3次，每次时长15秒，共计21次。
4. 冠名标版及企业广告
   冠名标版时长5秒，画面为冠名企业形象，配音为：挑战群英会由***（冠名企业名称）冠名播出。
   - 冠名标版+冠名企业15秒广告：节目中后播出，每期2次，共计14次。
5. 片尾鸣谢：
   节目结束时，演职员表中出现鸣谢字幕，内容为“鸣谢***（冠名企业名称）”，可出现冠名企业LOGO，每期1次，共计7次。

四、节目宣传片广告回报

冠名节目宣传片，画面及口播中包含《***（冠名企业名称）挑战群英会》内容，后带5秒冠名标版，冠名标版画面为冠名企业形象，配音为：挑战群英会由***（冠名企业名称）冠名播出。

宣传片及冠名标版在节目播出前两周在CCTV-3播出，总计不少于40次。

【独家冠名广告价格】 598万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

在节目内插播，每期一次，共计7次。

【广告价格】

贴片广告按照7次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	25	37	46	63	74	83

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

CCTV–3

2009 世界魔术大会 广告方案

30

国际水准　魔法盛宴

2009年中央电视台春节联欢晚会上，台湾魔术师刘谦的“近景魔术”一炮而红，魔术热也随之而起。

2009年7月，CCTV–3将在全国再度掀起魔术新热潮——第24届FISM世界魔术大会将于7月底在北京举行。

国际魔术联盟每三年举办一次的世界魔术大会，因其参赛节目之多、比赛门类之广和水平之高，被誉为“世界魔术的奥林匹克”，每届约有2000多名来自世界各地的魔术师、魔术道具商和魔术爱好者参加大会，并有世界顶级的选手参加比赛。

2006年8月4日，在瑞典斯德哥尔摩举行的第23届世界魔术大会上，经过激烈竞争，中国北京从西班牙格兰纳达和奥地利维也纳三个申办城市中脱颖而出，夺得2009年世界魔术大会的举办权。

中国魔术源远流长，早在2000多年前，就出现早期的魔术。现在，中国从事魔术事业的人数已达数万人，魔术爱好者更是不计其数。中国的魔术师在一些国际魔术比赛中获得了金奖。

2009世界魔术大会期间，CCTV–3为全国亿万观众呈现的异彩纷呈的魔法盛宴！

【节目播出安排】（暂定）

2009年7月底，CCTV–3晚间黄金时间播出，共计8场。

（注：具体播出时间以《中国电视报》的预告为准。）

独家特约广告

【名额】独家

【广告回报】

一、宣传片广告回报

广告形式：

- 5秒独家特约标版

制作世界魔术大会宣传片，宣传片后播出5秒独家特约标版。标版时长5秒，画面出现企业名称和标识，配音为：“2009年世界魔术大会由***（企业名称）独家特约播映”。





● 15秒广告

播出安排：大赛播出前一个月开始。

● 宣传片+5秒独家特约标版

CCTV—3时段内全天滚动播出，总计30次。

● 宣传片+5秒独家特约标版+15秒广告

CCTV—3时段内全天滚动播出，总计60次。

（注：具体播出时间以《中国电视报》的预告为准。）

二、晚会中广告回报

● 5秒独家特约标版+15秒广告：

广告形式：

标版时长5秒，画面出现企业名称和标识，配音为：“2009年世界魔术大会由***（企业名称）独家特约播映”。

标版后播出企业15秒广告。

播出安排：

节目片头后正一位置，1次/期，共计8次；

5秒独家特约标版+ 15秒广告：共计播出8次。

● 片尾鸣谢

节目片尾出现：鸣谢***（企业名称），可出现企业logo， 1次/期，共计8次。

【独家特约广告价格】335万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

节目片头后正常位置播出，1次/期，共计8次。

【广告价格】：

贴片套装价格：

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	35	53	66	90	106	120

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

CCTV—3、CCTV—音乐

2009 CCTV民族器乐电视大赛广告方案

31

中国民乐，历史悠久，博大精深。为弘扬民族文化，促进民族音乐的繁荣和发展，中央电视台2009年将举办第二届CCTV民族器乐电视大赛。

大赛分器乐独奏、器乐组合两类，选手不分职业和非职业，依年龄段参加少年组、中青年组及海外组的比赛。大赛分初赛、复赛、半决赛、决赛四个阶段。

大赛通过初赛、复赛，胜出选手9月将汇聚北京，参加12场半决赛，通过现场演奏及才艺展示两环节的比拼产生胜出选手，10月将再分别挑战5场决赛。通过一轮轮的角逐，器乐独奏、器乐组合各将产生金奖1名、银奖1名、铜奖1名，以及一名观众最喜爱节目奖等。大赛结束后将为获胜者们举办隆重的颁奖晚会。

【节目播出安排】（暂定）

大赛播出安排：（12场半决赛+5场决赛+1场颁奖晚会）

12场半决赛：2009年9月20日起，CCTV—音乐频道晚间黄金时间播出；

5场决赛：2009年10月8日起， CCTV—音乐频道晚间黄金时间播出；

1场颁奖晚会：2009年10月中旬，CCTV—3晚间黄金时间播出。

（注：具体播出时间以《中国电视报》节目预告为准）



独家冠名广告

【名额】独家

【广告回报】

一、冠名权

大赛以赞助企业名称独家冠名：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”；

● 冠名企业在其商业宣传中可使用由企业名称和节目名称组成的“联合logo”，须经中央电视台广告部审定并备案。

● 权限使用周期：自签约之日起至2009年12月31日。

二、大赛及颁奖晚会电视广告回报

一）宣传片广告回报

1、制作冠名企业的宣传片，宣传片中出现：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”字样及配音；

2、制作冠名企业5秒标版，标版画面可出现冠名企业名称及标识，配口播语：“本节目由***（企业名称）冠名播出”；

3、冠名宣传片播出安排：

2009年9月—10月期间，CCTV-1全频道滚动播出，共计30次；

2009年8月—10月期间，CCTV—音乐频道时段内滚动播出，共计100次；

4、冠名宣传片+冠名企业5秒标版+15秒企业广告播出安排：

2009年8月—10月期间，CCTV—音乐频道时段内滚动播出，共计100次。

（注：具体播出时间以《中国电视报》的预告为准。）

二）12场半决赛+5场决赛广告回报

1、大赛现场广告回报：

1）大赛现场背景板可出现冠名企业元素；

2）大赛评委席可体现冠名企业元素；

3）主持人串词中出现：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”称谓，2次/期，共计34次；

2、大赛节目内广告回报：

1）大赛片头出现：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”字样，1次/期，共计17次；

2)大赛片花出现：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”字样，2次/期，共计34次；

3）制作冠名企业5秒标版，标版画面可出现冠名企业名称及标识，配口播语：“本节目由***（企业名称）冠名播出”；标版后带冠名企业15秒广告一条，具体播出安排如下：

a)大赛片头后正一位置播出，1次/期；

b)大赛中插正一位置播出，1次/期；

冠名企业5秒标版+15秒广告，在大赛中插播，2次/期，共计34次；

4)大赛片尾滚动鸣谢字幕中出现冠名企业名称，1次/期，共计17次。



三）颁奖晚会广告回报

1、晚会现场广告回报：

1）晚会现场背景板可出现冠名企业元素；

2）主持人串词中出现：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”称谓，2次/期，共计2次；

3）大赛的奖杯、证书可出现“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”字样。

BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

2、晚会节目内广告回报：

1）晚会片头出现：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”字样，1次/期，共计1次；

2）晚会片花出现：“***（企业名称）杯民族器乐电视大赛”字样，2次/期，共计2次；

3）制作冠名企业5秒标版，标版画面可出现冠名企业名称及标识，配口播语：“本节目由***（企业名称）冠名播出”；标版后带冠名企业15秒广告一条，具体播出安排如下：

a)晚会片头后正一位置播出，1次/期；

b)晚会中插正一位置播出，1次/期；

冠名企业5秒标版+15秒广告，在晚会中插播，2次/期，共计2次；

4）晚会片尾滚动鸣谢字幕中出现冠名企业名称，1次/期，共计1次。

【独家冠名广告价格】398万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

1、CCTV—音乐频道大赛片头后正常位置1次/期，共计17次；

2、CCTV—3晚会片头后正常位置播出，1次/期，共计1次；

CCTV—音乐频道、CCTV—3共计播出18次。

【广告价格】：

贴片套装广告价格：

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	18	27	34	46	54	61

CCTV—3、CCTV—音乐

32 2009 两岸三地迎中秋大型民族音乐会广告方案

庆祝中华民族传统中秋佳节

表达中华儿女团圆和平期盼

中央电视台邀请两岸三地的民族乐团、知名歌手共赴“两岸三地迎中秋大型民族音乐会”，中秋团圆之夜，将呈现给观众一台全球华人共庆中秋佳节的精品音乐会。

独家特约广告

【节目播出安排】

2009年中秋，CCTV—3、CCTV—音乐频道播出1场，节目时长90分钟。

（注：具体播出安排以《中国电视报》节目预告为准。）

【广告回报】

一、宣传片回报

● 晚会宣传片+独家特约标版+15秒广告

广告形式：

1.制作晚会宣传片，宣传片后播出独家特约标版。

2.独家特约标版时长5秒，画面出现企业名称及logo，配音为：“***（企业名称）与您共庆中秋佳节”（配音可协商确定）。

3.标版后播出企业15秒广告。

播出安排：

1．2009年9月—10月期间，CCTV—3全天滚动播出，平均1次/天，共计8次。

2．2009年9月—10月期间，CCTV—音乐频道播出，白天平均4次/天，晚间平均2次/天，共计48次。






二、晚会中回报

1．独家特约标版+企业15秒广告

广告形式：

独家特约标版时长5秒，画面出现企业名称及logo，配音为：“***（企业名称）与您共庆中秋佳节”（配音可协商确定）。标版后播出企业15秒广告。

播出安排：

节目片头后正一位置播出，1次。

节目片中插播，1次。

CCTV—3共计播出2次，CCTV—音乐频道共计播出2次。

2．片尾鸣谢

晚会片尾出现“鸣谢***（企业名称）”和企业logo，CCTV—3播出1次，CCTV—音乐频道播出1次。

【独家特约广告价格】 128万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

节目内播出，CCTV—3播出1次，CCTV—音乐频道播出1次。

【广告规格及价格】

贴片广告按2次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	6	9	11	15	18	20

CCTV—4

33

2009 海峡两岸知识大赛广告方案

以弘扬中华文化，传承中华文明为宗旨的“海峡两岸知识大赛”由中央电视台和台湾中天电视台联合举办。

“海峡两岸知识大赛”是由海峡两岸大学生就中华五千年历史文化及现代成就展开的大型知识大赛节目。大赛分为初赛、复赛、决赛三个阶段，包括台湾地区的台湾大学、政治大学、师范大学等，大陆地区的北京大学、清华大学、复旦大学、浙江大学等，香港地区的香港大学和澳门地区的澳门大学等——两岸四地共20多所顶级高校参与角逐。中央电视台的知名节目主持人和台湾中天电视台的当家主持人将共同主持大赛节目。

节目预计于2009年11月份播出。

【节目播出安排】（暂定）

2009年11月，CCTV-4晚间黄金时间播出，共7期，每期节目时长50分钟。

（注：具体播出时间以《中国电视报》节目预告为准。）

独家冠名广告

【名额】独家

【广告回报】

一、独家冠名权

节目以企业名称冠名：“***（企业名称）杯海峡两岸知识大赛”。

二、宣传片广告回报

冠名宣传片：

制作节目宣传片，片中体现“***（企业名称）杯海峡两岸知识大赛”内容；2009年10—11月，在CCTV—4导视内全天滚动播出，播出频次共计30次。

三、节目内电视广告回报

1、节目片头出现“***（企业名称）杯海峡两岸知识大赛”字样， 1次/期，共7次；

2、节目片花出现“***（企业名称）杯海峡两岸知识大赛”字样，2次/期，共14次；

3、制作冠名企业5秒标版，标版画面可出现冠名企业名称及logo，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（配音内容可协商确定）；标版后带冠名企业15秒广告，具体播出位置如下：

- 节目片头后正一位置播出，1次/期，共7次；
- 节目中广告段正一位置插播，1次/期，共7次；

冠名企业5秒标版+15秒广告，播出共14次。

4、节目播出过程中，屏幕右下方角标出现冠名企业名称，6次/期，每次时长10秒，共42次；

5、片尾滚动鸣谢字幕时出现冠名企业名称及logo，1次/期，共7次。

四、现场广告回报

1、比赛现场背景版出现“***（企业名称）杯海峡两岸知识大赛”字样；

2、主持人口播“***（企业名称）杯海峡两岸知识大赛”，3次/期，共计21次；

3、邀请冠名企业领导出席决赛现场，并上台颁奖。

【独家冠名广告价格】330万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

节目内播出，1次/期，共计7次。

【广告规格及价格】

贴片广告按7次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	18	27	34	46	54	61

CCTV—4

34 2009 第二届在华留学生汉语大赛广告方案

随着中国的改革开放，国际地位的日益提高，越来越多的外国人来到中国留学，吸收中国文化，学习汉语精华。由国家汉语国际推广领导小组与中央电视台联合举办的“在华留学生汉语大赛”，为在华留学生提供一个展示汉语才能的平台。本届大赛预计将在CCTV—4(中文国际频道)晚间黄金时间播出。

大赛以寓教于乐的方式，展现留学生汉语语言能力，通过提高外国人学习汉语的兴趣和热情，进一步推广和普及中国传统文化。

【节目播出安排】（暂定）

2009年暑假，CCTV—4晚间黄金时间播出，共12期，每期节目时长60分钟。

（注：具体播出时间以《中国电视报》节目预告为准。）

独家冠名广告

【名额】独家

【广告回报】

一、独家冠名权

节目冠名：“***（企业名称）杯第二届在华留学生汉语大赛”。

二、宣传片广告回报

广告形式：

1、冠名宣传片：制作节目宣传片，片中体现“***（企业名称）杯第二届在华留学生汉语大赛”内容；

2、冠名企业5秒标版：制作冠名企业5秒标版，标版画面出现冠名企业名称及logo，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（配音内容可协商确定）；

播出安排：

冠名宣传片+冠名企业5秒标版，2009年5—7月，在CCTV—4导视内全天滚动播出，播出频次共计100次。





BELIEVE IN THE
POWER OF BRANDS
中央电视台2009年广告产品手册

附录：广告产品招商方案

三、节目内电视广告回报

1、节目片头出现冠名企业字样， 1次/期，共12次；

2、节目片花出现冠名企业字样，2次/期，共24次；

3、制作冠名企业5秒标版，标版画面可出现冠名企业名称及logo，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（配音内容可协商确定）；标版后带冠名企业15秒广告，具体播出位置如下：

- 节目片头后正一位置播出，1次/期，共12次；
- 节目中广告段正一位置插播，1次/期，共12次；

冠名企业5秒标版+15秒广告，播出共24次。

4、节目播出过程中，屏幕右下方角标出现冠名企业名称，6次/期，每次时长10秒，共72次；

5、片尾滚动鸣谢字幕时出现冠名企业名称及logo，1次/期，共12次。

四、现场广告回报

（一）大赛现场广告回报（大赛场次以实际播出为准）

1、现场大屏幕、笔记本、主持台、评委席等，视节目情况体现冠名企业元素；

2、节目播出过程中，主持人串词中出现冠名企业称谓，3次/期，共计24次；

3、为冠名企业提供大赛入场券，具体数量场次协商确定。

（二）颁奖晚会现场广告回报（颁奖晚会具体播出安排以实际播出为准）

1、现场大屏幕、主持台等体现冠名企业元素；

2、节目播出过程中，主持人串词中出现冠名企业称谓，共3次；

3、大赛奖杯、证书出现冠名企业字样；

4、邀请冠名企业领导作为颁奖嘉宾出席颁奖晚会。

【独家冠名广告价格】610万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

节目内播出，1次/期，共计12次。

【广告规格及价格】

贴片广告按12次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	29	43	54	73	86	97

CCTV—新闻

35 “第四届我最喜爱的十大人民警察”评选活动广告方案

由中央电视台和公安部共同举办的“第四届我最喜爱的十大人民警察”评选活动即将于2009年9月举行。

当祖国和人民最需要的时候，人民警察总是冲锋在前，他们日以继夜，不畏艰难险阻的工作，保障了人民生命财产的安全，维护了国家的形象和荣誉。

每年都会有太多的好民警留在了人们的记忆中。每年一度的“我最喜爱的十大人民警察”评选活动，就是对这些杰出民警的最高表彰。2009年的评选活动，必将带给广大电视观众更多的感动。

【节目播出安排】

1. 2009年8-9月，候选人的先进事迹将在新闻频道《法治在线》栏目内安排展播，同时开始全国投票。首播共计不少于30期，每期时长25分钟。

《法治在线》栏目播出时间：

首播：新闻频道，周一－周五17:30；

重播：新闻频道，次日11:30、2:35。

重播：CCTV-1，6:30

2. 2009年9月底，新闻频道晚间黄金时间推出100分钟颁奖典礼，揭晓十位“我最喜爱的十大人民警察”。

（节目播出安排以《中国电视报》预告为准。）

独家特约广告

【名额】独家

【广告回报】

第一部分：展播期间电视广告回报

一、活动宣传片

制作活动宣传片，片尾带特约企业5秒赞助标版，标版画面出现特约企业名称、LOGO，配口播语：“本节目由***（企业名称）独家特约播出”。

宣传片及特约标版在《法治在线》栏目内播出，首播总计不少于40次。






二、展播节目

1．特约企业5秒赞助标版，标版画面出现特约企业名称、LOGO，配口播语：“本节目由***（企业名称）独家特约播出”，标版后带特约企业15秒广告一条。

赞助标版＋15秒特约企业广告在展播节目内播出，1次/期，共计播出30次。

注：

1. **展播节目内的广告回报在首播节目中承诺不少于30期；**
2. **重播节目含广告播出，如遇节目调整导致重播节目无法正常播出的，将不做补偿。**

第二部分：颁奖晚会节目内电视广告回报

1. 特约企业5秒赞助标版，标版中出现特约企业名称、LOGO，配口播语：“本节目由***（企业名称）独家特约播出”，标版后带特约企业15秒广告一条，具体插播位置如下：

i. 节目片头后正一位置，1次/期

ii. 节目片尾，1次/期

2. 节目片尾滚动鸣谢字幕中出现特约企业名称、LOGO，1次/期。



【独家特约广告价格】 258万元

贴片广告

【广告回报】

贴片广告在颁奖晚会节目片头后插播，共计1次。

【广告价格】

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	3	4	5	7	8	9

CCTV—少儿

36 2009年亚太大学生机器人大赛国内选拔活动广告方案

2009年亚太大学生机器人大赛国内选拔活动即将于6月在北京拉开帷幕。

亚太大学生机器人大赛是由亚洲太平洋地区广播电视联盟倡导的一项在亚太地区颇具影响力的大学生赛事，中央电视台作为亚广联成员及本项赛事的董事会成员，从2002年至2008年已成功举办了七届国内选拔活动，国家教育部、科技部、中国科学院、中国科协作为协办单位也给予了大力支持。

2009年的大赛报名工作已经展开，现已有来自全国各地包括台湾地区的大学组建的近40支代表队报名参赛。不仅有纯粹的理工科院校，也有不少知名的综合性院校。目前各参赛队正在积极的备战中，大赛组委会以及评委、裁判们也在紧锣密鼓的工作中。莘莘学子们将与耗费他们半年心血和智慧研制的机器人汇聚在大赛的舞台上，进行激烈角逐。比赛中夺得冠军的队伍将代表中国参加在日本举办的“亚太大学生机器人大赛”。

2009年的机器人大赛将进行大刀阔斧的改进，不拘泥于比赛本身，除了精彩的比赛之外，以讲故事的手法将各参赛队研制机器人过程中的感人故事，精彩花絮——呈现在广大观众面前，并以广受好评的评书形式作为故事串联，力求使节目制作的更新颖，更感人，更具影响。相信，通过这样的设计，不但能丰富节目的信息量，也可以大大满足观众们希望了解机器人大赛台前幕后故事的好奇心，让观众既能看明白比赛，也能激发他们对机器人项目的热爱，同时在比赛之外还能被播出的故事深深吸引。

更庞大的参赛规模，更雄厚的比赛实力，更精彩的节目制作，更超值的播出时长，必将为广大观众奉上一席精彩纷呈的视觉盛宴。

【节目播出安排】

CCTV—少儿频道2009年 “十一”黄金周期间晚间黄金时间播出，共9集，时长60分钟/期，并于次日重播。

（播出安排以《中国电视报》预告为准）

独家冠名广告

【名额】独家

【广告回报】

一、独家冠名权

选拔活动独家冠名：“2009年亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”。

二、大赛播出前期电视广告回报

电视宣传片中出现“2009年亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”画面及配音内容，宣传片后带赞助标版，标版时长5秒，标版画面出现冠名企业名称与标识，并配口播广告语：“本节目由***（冠名企业名称）企业独家冠名播出”。

宣传片及冠名标版在CCTV—少儿频道播出，总计不少于200次。

三、大赛节目内广告回报

1．国内选拔活动现场广告回报

1）舞台背景板出现“亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”字样；

2）周边看板出现冠名企业名称及标识；

3）电子计分器出现冠名企业名称；

4）现场横幅出现冠名企业名称及标识；

5）主持人台出现冠名企业名称及标识；

6）评论员台出现冠名企业名称及标识；

7） 主持人口播语中出现“亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”及“得到了***（冠名企业名称）大力支持”等内容，不少于2次/期；

8）现场入口处可设置冠名企业展台（展台由企业提供）；

9）部分观众服装出现企业名称及标识（服装由冠名企业提供）；

10）邀请冠名企业领导出席选拔活动暨颁奖典礼并为获奖队颁奖。

2．节目演播室内广告回报

节目演播室现场布景中出现“亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”字样。

3．电视广告回报

1） 节目片头出现 “2009年亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”画面内容，1次/期；

2） 节目片花中出现“2009年亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”字样，在节目中插播，1次/期；

3） 冠名企业5秒赞助标版，标版出现企业名称与标识，并配口播语：“本节目由***（冠名企业名称）企业独家冠名播出”，赞助标版后带冠名企业15秒广告一条。

a）在节目片头后插播，1次/期；

b）在节目片中插播，1次/期。

4） 节目中屏幕右下角的角标出现“2009年亚太大学生机器人大赛***（冠名企业名称）杯国内选拔活动”字样，15秒/次，平均3次/期。

5）片尾滚动鸣谢字幕，带冠名企业名称及LOGO，1次/期。

【独家冠名广告价格】420万元

贴片套装广告

【广告播出安排】

在节目内插播， 1次/期，共计9次。

【广告价格】

贴片广告按照9次套装销售。

单位：万元

广告规格	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
套装广告价格	15	22	28	38	44	50