

乐动10K健康跑

——中央广播电视总台中国交通广播城市健康跑IP合作方案——

START





目录

CONTENTS

- 01** 赛事介绍
- 02** 赛事规划
- 03** 赛事宣传
- 04** 合作权益



体育总局：国内赛事应办尽办



总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻中央经济工作会议精神和《政府工作报告》部署，按照“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”要求，**深化体育供给侧结构性改革，不断丰富体育产品和服务，激发体育消费活力，推动体育产业高质量发展**，助力服务“六稳”“六保”、构建新发展格局，为稳住经济大盘、确保经济在合理区间运行贡献体育力量。

| 体育总局：国内赛事**应办尽办**



国家体育总局
General Administration of Sport of China

促进体育消费

1. 深化体育消费试点工作，推动40个国家体育消费试点城市通过**打造体育消费新场景、培育体育消费新业态新模式、发放体育消费券、组织体育消费节等措施**，更好满足群众疫情防控常态化下的体育消费需求；
2. 宣传绿色健康生活方式，**鼓励群众走向户外、参与户外运动**，支持**体育社会组织下沉社区、体育企业面向广大群众组织户外健身活动**，进一步挖掘户外运动、绿色出行等领域消费潜力；
3. **鼓励各级工会组织户外赛事活动**、按规定购买相关服务；
4. 结合疫情防控形势适时举办全国户外运动产业大会、中国体育消费博览会，搭建供需对接平台，释放体育消费潜力。

中国交通广播 X 各地政府 倾力打造全民跑步盛事



为品牌赢得在消费者心中的地位



彰显
社会责任

推广
健康生活理念

打造
营销长廊

强化
社会知名度

乐动·10K健康跑计划将在3年内，落地全国30个以上城市，以各省市政府、文旅体育部门、知名景区为纽带，将全民健身、品牌、产品三者深度结合，让品牌融入消费者运动场景，打造积极向上的品牌秀场，提升品牌知名度。

再创品牌营销“崭新高地”，唱响健康“好声音”

10公里封闭路段，起点、终点、沿途设花式品牌互动区，打造营销长廊，强化记忆，让品牌深度融入运动场景





PART ONE

CMG 中国交通广播
中央广播电视总台



赛事介绍

乐动10K健康跑IP介绍



主办单位：地方政府、中国交通广播

承办单位：地方体育局、文旅局

运营单位：北京初美体育文化发展有限公司

比赛规模：10km,800-1000人

赛事关键词

专业



打造高端专业的路跑赛事

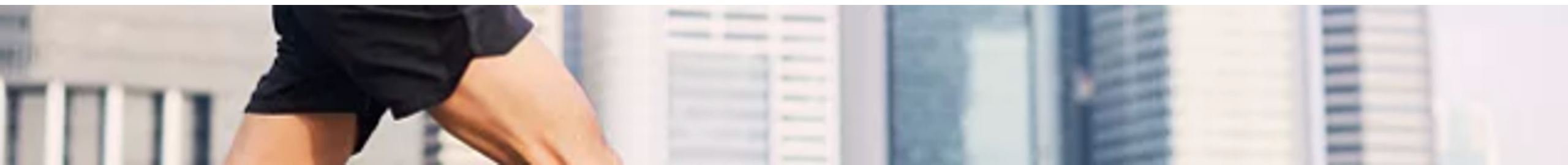
每站比赛均以高于马拉松赛事的标准派出国际、国家级裁判
国际级丈量员做赛道丈量出具认证证书
田径世锦赛、世界杯服务商提供专业的赛事搭建与计时芯片
让大众跑友在10公里比赛中获得最专业的赛事体验

安全



提供更安全的赛事服务

专业教练团队赛前热身、赛后拉伸服务；持证医护志愿者陪跑
专业田径运动装备厂商提供服装与参赛包
官方赞助商每站比赛免费礼品大派送



| 受众特点

- **本市及周边300公里**常驻人群为主，疫情风险可控。
- **25岁-40岁**之间**白领**为中坚力量的运动，**跑步爱好者**的消费能力强、假期充裕。
- 传播覆盖**消费稳定、消费力强**的**高净值人群**。



| 赛事优势

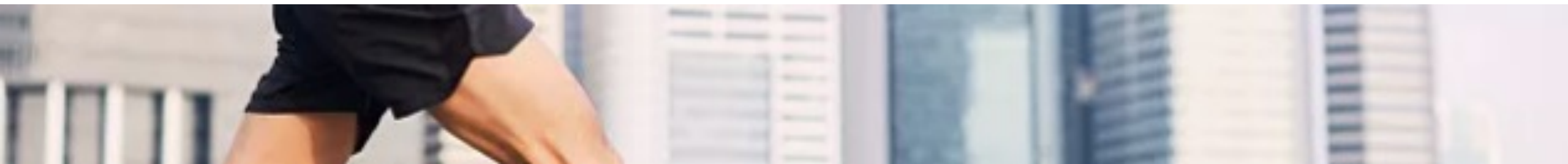
安全 灵活 周期短

800-1000人的规模**符合国家**相关文件**规定**；

10公里的路线，参与人员的**密度可控**；

城市中，可设计**多条路线供选择**，灵活、自由；

比赛**筹备**相对**简单**，准备**周期短**。



定制化赛事营销推广



每个城市，一个主题

(品牌名·城市名) 乐动10k健康跑
如：奔驰·北京乐动10k健康跑



每个城市，一个印象

重庆-长安汽车、北京-光明乳业、
佛山-精一家居等

一城一品

完赛区打造 潮玩市集

集各合作品牌产品、城市特色产业展销于一体，打造潮流生活市集。现场采访前来市集体验的品牌方、参赛选手等。



众多社会名人加入，为赛事增添人气

央视人气主持人、特邀知名跑友



新颖的视觉创意

中央广播电视总台顶级创意设计



中国交通广播 实况直播

现场搭设直播间，赛事全程播出



专业的传播呈现，分秒绽放精彩

中央广播电视总台专业采编、制作团队为呈现保驾护航



赛事现场玩法多样，聚拢人气





赛事规划

| 赛事规划

乐动10K健康跑，2022年优选10个特色城市举办



“

高规格赛事走进中小城市

让更多跑友在自己的城市体验高级别
专业赛事

”

赛事规划

2022年

拟落地城市，**从北向南逐渐拓展**，在全国形成声势浩大的、持续性的关注。

依据品牌需求
遴选举办城市



赛事规划

打造区域性体旅知名IP

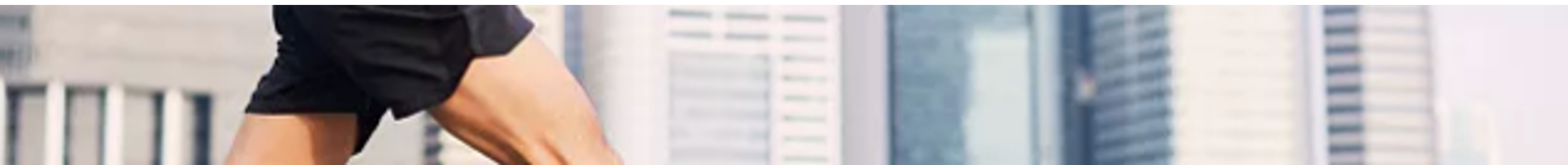


2023年提前筹备，申请中国田协认证赛事，从而升级至国家级赛事，争创铜牌赛事，成为区域知名赛事，也更加具备超强的吸引力，拉动地方旅游经济。

2024年扩大参赛规模，将赛事升级，争创中国田协银牌赛事。

2025年成为中国田协最高级荣誉金牌赛事，打造城市高规格跑步赛事。

| 赛事执行：短平快





PART THREE

CMG 中国交通广播
中央广播电视总台



赛事宣传

传播规划：系列赛事宣传“长尾”效应传播

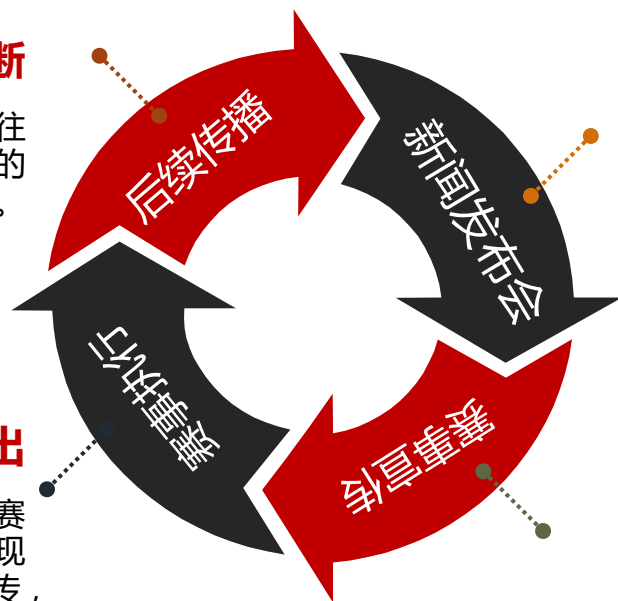
全年赛事不间断

赛事宣传不停歇

合作品牌传播久

赛事不断 传播不断

利用赛事传播的循环，持续对过往赛事进行传播，达到合作品牌的“长尾”传播。



签约仪式+赛事招募

在北京举行项目签约仪式并开启赛事招募，由中央广播电视总台中国交通广播全程进行传播。开启赛事传播工作。

比赛现场露出

在比赛现场，利用赛事地图、过往赛事精彩瞬间照片墙等形式，在比赛现场对过往举办赛事合作品牌进行宣传，通过分享照片墙，实现私域流量传播。

赛事招募宣传

通过广播、短视频等形式，展示过往比赛精彩瞬间，招募参与比赛选手，并对过往比赛举办合作品牌行传播。



央媒集群 大力宣传 为品牌提高声量



中央广播电视总台旗下全国覆盖的广播频率，是第一家呼号是“中国”的交通广播，**融媒体矩阵高频传播——全天高频品牌宣传、品牌高管专访、中交广双微一抖视频直播**

中国交通广播



中央电视台体育频道(CCTV-5)是中国开播最早、规模最大、拥有世界众多顶级赛事独家报道权的专业体育频道。**活动期间，CCTV-5新闻报道。**

CCTV-5



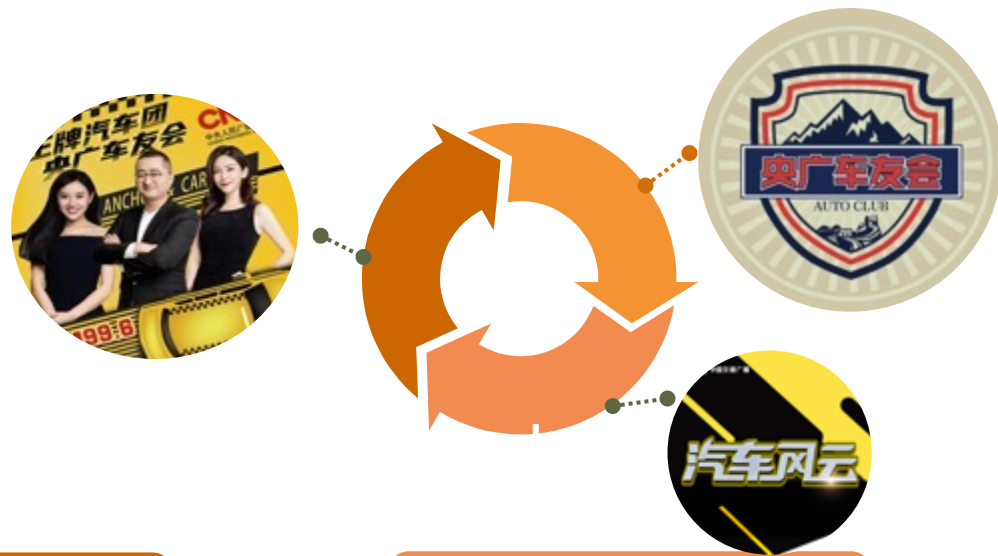
央广网是由中央广播电视总台主办的音频广播新闻网站,是中央重点新闻网站之一，注册用户1.3亿。**借助央广网全媒体矩阵搭建赛事专区，为赛事进行全方位宣传。**

央广网

中国交通广播 汽车节目宣推

CMG 中国交通广播
中央广播电视总台

覆盖举办地及周边300公里的有车人群，精准触达消费力强、消费稳定群体



王牌汽车团

- 依托全国汽车行业及专家连线的专业视角
- 报道全国汽车大势
- 挖掘汽车企业商业价值

汽车风云

- 成为全国汽车领域的一面镜子
- 关注最新汽车潮流
- 独特的汽车视角

央广车友会

- 汽车全业态服务类节目
- 从听众角度出发，疑难解答各类汽车问题
- 新车优惠、车型对比、帮选好车

中国交通广播 生活娱乐节目宣推

CMG 中国交通广播
中央广播电视总台

借助城市音乐打卡跑步类节目，吸引年轻、高学历、高收入的白领及学生人群



嗨完再睡，早起不累！

《乐夜乐动听》全国联播乐玩乐嗨音乐全民互动节目，主持人兼全国十佳制作人晓乐，严选+精细制作出品。邀全国听友畅快玩乐，开启运动打卡、陪跑贴士，打造全民运动，车厢KTV，为爱唱K的朋友定制乐夜点唱机，同时节目紧扣时下热点，打造全国晚间唯一一档有趣好玩有营养有内涵，不按常理出牌的音乐真人秀。乐夜乐动听，越夜越开心！

中国交通广播 文旅美食节目宣推

借助音视频同步优势 全方位展现品牌魅力



国内旅游 宣传推广平台

- 基于畅游天下栏目，通过“风筝节”“山东潍坊探访”“红色基因”陕西延安旅游推介、“百村计划”等媒体篇、政府篇，提升地方知名度，强化旅游关注度。

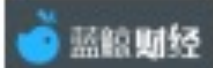
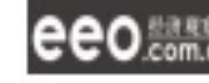


中国传统美食文化 对外输出平台

- 基于月吃越美栏目揭秘美食文化、传承百年味道的调性，致力于输出中国传统美食文化、构建美食、文化资源库。

全网海量媒体宣传与推广，助力赛事人气冲顶

20家官媒+100家媒体同步宣传





PART FOUR

CMG 中国交通广播
中央广播电视总台



合作权益

赛事合作权益-服装类

活动现场领导与观众互动，留下品牌着装影像



领导着品牌服饰与现场观众互动



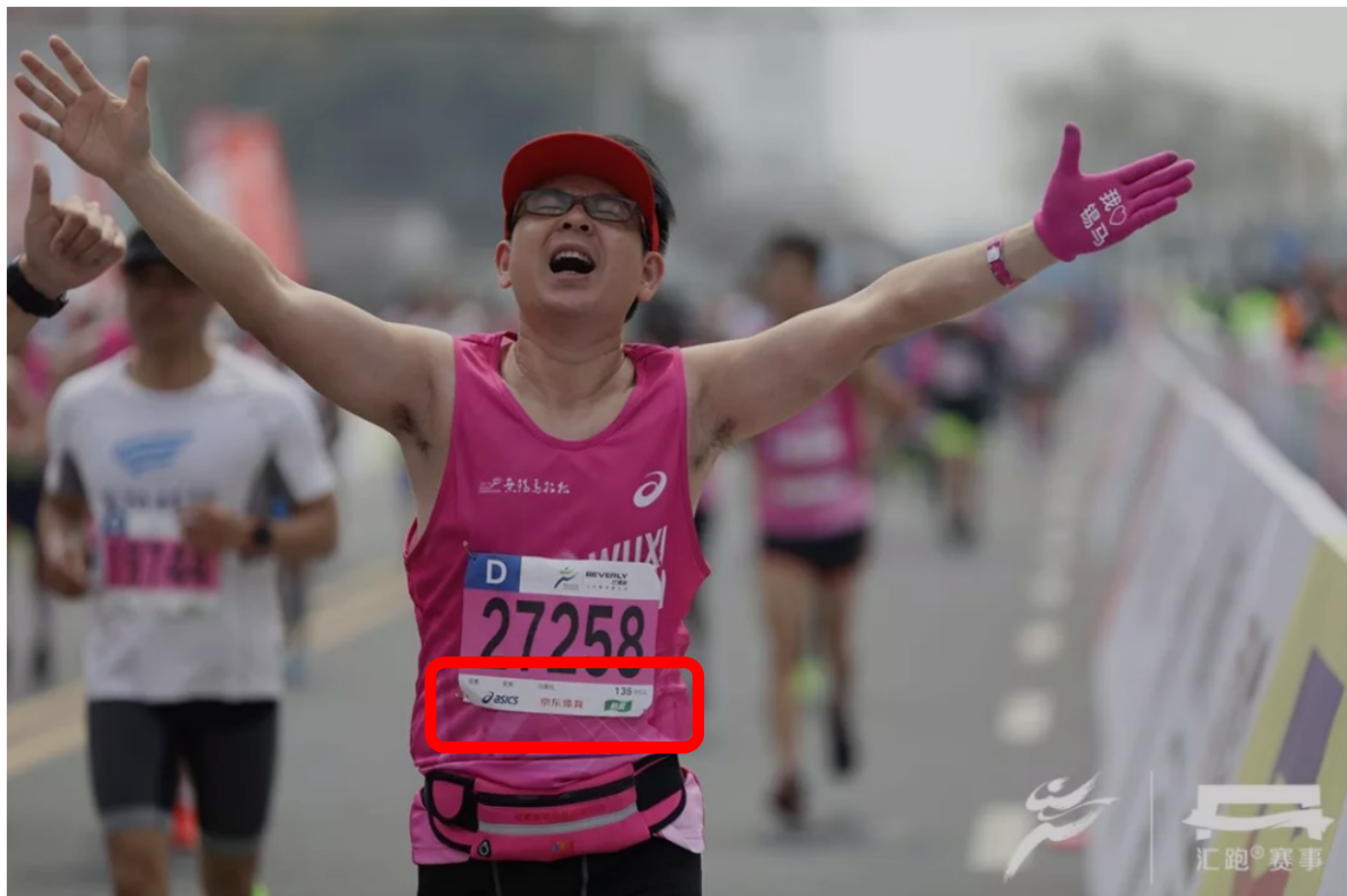
赛事合作权益-服装类（可通用金融、快消、汽车等）

赛事起终点龙门立柱醒目位置logo展示



赛事合作权益-服装类（可通用金融、快消、汽车等）

号码布醒目位置稀缺展示资源



赛事合作权益-服装类（可通用金融、快消、汽车等）

博览会及起终点各类展板上显著位置logo展示



赛事合作权益-汽车类

博览会及终点现场汽车展示



赛事合作权益-汽车类

赛事计时车引导车等独家展示位置及直播过程中的大量品牌露出



赛事合作权益-服装类（可通用金融、快消、汽车等）

终点完赛区各种互动区与跑者亲密接触增加二次传播



赛事合作权益

序号	媒介形式	具体媒体	体现形式/说明	规格尺寸	数量
1	知识产权	享有赛事称号权	赛事官方指定运动时装品牌	/	/
2		赛事合成标志使用权	/	/	/
3		享有赛事赞助商行业排他	运动服饰行业排他		1
4		拥有赛事相关知识产权使用权	礼遇权、赛事名称使用权		1
5	电视媒体	中央电视台	CCTV5体育世界新闻	赛事画面剪辑	35秒
6	网络媒体	赛事微信公众号/抖音	单独发文、单条视频	公众号发文、抖音发短视频	公众号1篇、抖音1条
7			公众号底端合作伙伴logo组合	200*100	不少于50篇
8		新闻报道	120家网络媒体（含网易、搜狐、新浪等）	文章提及合作伙伴	不少于1篇，不少于80家网站
9	礼遇接待	免费参赛名额	乐动10km名额	免费直通	10km*10，全马*10
10		开幕式或闭幕式领导致辞	/	/	/
11		领导颁奖	/	/	/
12		受邀参与新闻发布会	高级合作伙伴权益	出席参与新闻发布会	2人
13	会刊	秩序册	彩页介绍、封面logo展示（高级合作伙伴权益位置）	封面、A4页面	1P
14		成绩册	LOGO展示（高级合作伙伴权益位置）	封面	1个
15		参赛指南	彩页介绍、封面logo展示（高级合作伙伴权益位置）	封面、插页	1P

赛事合作权益

序号	媒介形式	具体媒体	体现形式/说明	规格尺寸	数量
16	现场媒介	起终点门楼	LOGO展示 (高级合作伙伴权益位置)	待定	4
17		赛事主背景板	大型logo (高级合作伙伴权益位置)	待定	1
18		主舞台两侧看板	/	/	/
19		赛道沿街横幅	/	/	/
20		起点A板	起终点A板	1mx3m	10块
21		赛道指引牌	LOGO展示 (高级合作伙伴权益)	待定	140块
23		赛道饮水站	白色桌布logo展示、绿色桌布logo展示	/	/
24		赛事车辆车贴展示	/	/	/
25		冲刺带	/	/	/
26		起点带	/	/	/
27		完赛奖牌	/	/	/
28		赛事号码布	/	/	/
29		赛事水杯	/	/	/
30		赞助商颁奖/致辞	/	/	/
31		活动背景板	LOGO展示 (高级合作伙伴权益)	签名板、宣传板、拍照板等	若干
32		奖品	若有再做约定	/	/
33		赛事现场展示区展位	露天展销台	5mx5m空间	1个
34		领装备处展位	/	/	/
36		工作人员/志愿者等证	/	/	/
37			选手参赛服	/	/

合作共赢

中国交通广播