

中央广播电视总台中国交通广播

# 奋进新征程 奔跑向未来

2023城市马拉松策划通案

# 目录

01 赛事介绍

02 赛事服务

03 宣传推广

04 合作权益

# 目录

01 赛事介绍

02 赛事服务

03 宣传推广

04 合作权益

# 赛事介绍



主办单位：地方人民政府、中央广播电视总台中国交通广播

承办单位：地方文旅、体育及相关部门

运营单位：北京初美体育文化发展有限公司

传播媒体：中央电视台、央广网、中国交通广播等，超30家央级媒体

传播平台：学习强国、央广网客户端、云听客户端、微博、微信、抖音

# 赛事定位及规格



## 高规格

- 全程马拉松：500-800人
- 半程马拉松：1000-2000人
- 5公里迷你跑：2000人

# 赛事优势

央媒集群协同田协会会员单位贡献声量与品质“双高”的马拉松。



## 主流价值引导

央广网、中国交通广播等主流媒体高频宣传报道，深挖契合主流价值的内容，用故事、形象、旋律、画面生动展现新时代主办单位努力在高质量发展中走在前列勇当尖兵。



## 高规格马拉松赛

赛事由中国田协会会员单位北京初美体育文化发展有限公司策划和运营，为主办单位打造高规格马拉松贡献专业力量。

# 赛事价值

巨大的经济带动和品牌传播作用，让城市跑成为各地政府和企业推介旅游、拉动消费、提高知名度的上佳之选。

## 提升城市人气

- 中国交通广播强大的影响力，充分调动本市及周边300公里市民，极大的宣传城市品牌，为城市凝聚人气。
- 利用中交广资源优势，招募国内外知名企业加盟，借品牌势能，提升城市人气。

## 释放城市活力

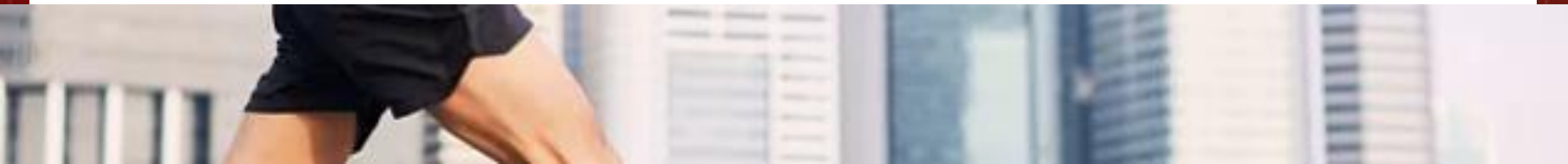
- 北京初美体育文化发展有限公司着力打造业界标杆性品质赛事，为参跑者带来极具质感的参赛体验。
- 近千名跑步爱好者，开启一场活力满满的健康跑之旅，让城市重新焕发生机与活力。

## 带动区域经济

- 传播覆盖面广，全媒体渠道宣传，全网海量投放。
- 趣味环节激发参赛者、围观者的二次传播，让更多人了解城市文化，更让大家知道城市文旅资源的精彩之处，带动区域经济加速跑甚至跨越式发展。

## 塑造城市品牌

- 健康跑将赛道规划在城市风景优美的景区、城市道路范围内，促进体育赛事与城市旅游、城市发展、城市文明深度融合。
- 中央广播电视总台中国交通广播联动CCTV-5、央广网等数十家央媒平台大力宣传赛事、打造城市金名片。



# 赛事关键词

## 专业



### 打造高端专业的马拉松赛事

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

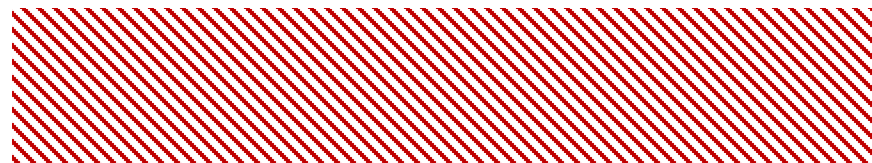
专业教练团队赛前热身、赛后拉伸服务；持证医护志愿者陪跑 专业田径运动装备厂商提供服装与参赛包；



# 赛事受众



- 举办地周边300公里常驻人群为主，以及大批全国跑友、游客；
- 25岁到40岁之间白领为中坚力量的体育爱好者，具有消费能力强、假期充裕的特点；
- 传播覆盖消费稳定、消费力强的高净值人群；



# 目录

01 赛事介绍

02 赛事服务

03 宣传推广

04 合作权益

# 主要传播媒体



**中国交通广播**是中央广播电视总台设立的唯一的国家交通广播，也是国家应急广播的重要组成部分。中国交通广播定位为“大交通”信息服务，为全国参与公路、铁路、水路、民航出行人群提供路况、新闻、气象等专题资讯；在发生重大突发事件时，根据应急需要及时播发权威信息，部署应急措施，起到预警疏导、联络沟通和信息通报作用。

为了更好地践行总台“5G+4K/8K+AI”战略布局，中国交通广播联动公安部、交通运输部、应急管理部等部委，已初步打造完成“传统广播频率+移动网络电台+微信公众号+自媒体平台”的立体传播矩阵，努力做好内容生产供给侧结构性改革转变。

截至2022年，中国交通广播已在全国26个省（自治区、直辖市）超过66个地级以上城市完成信号覆盖，总覆盖人口超过5亿人。同时紧跟国家战略，在京津冀、长三角、川渝、东三省等区域实施组网布局，组建区域化采编体系。实现了中央广播全国一体播发和区域化联动服务的有机结合，广播的权威性和贴地性得到有效体现。

# 中国交通出行服务第一台

最具传播力和影响力的央媒之一

## 北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会

### 感谢信

中国交通广播

尊敬的领导、媒体朋友们：大家好！中国广播集团北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会秘书处。

自北京2022年冬奥会和冬残奥会成功申办以来，贵台始终与中国冰雪运动事业同呼吸、共命运，为北京冬奥会和冬残奥会的成功举办做出了积极贡献。贵台在冬奥会筹备期间，第一时间推出“冬奥进行时”系列报道，全方位、多角度地报道了冬奥会的筹备工作，为社会各界提供了权威的冬奥资讯。贵台还通过“冬奥进行时”系列报道，广泛开展了冬奥知识普及和宣传，为北京冬奥会和冬残奥会的成功举办营造了良好的舆论氛围。贵台还通过“冬奥进行时”系列报道，广泛开展了冬奥知识普及和宣传，为北京冬奥会和冬残奥会的成功举办营造了良好的舆论氛围。贵台还通过“冬奥进行时”系列报道，广泛开展了冬奥知识普及和宣传，为北京冬奥会和冬残奥会的成功举办营造了良好的舆论氛围。

贵台在冬奥会筹备期间，第一时间推出“冬奥进行时”系列报道，全方位、多角度地报道了冬奥会的筹备工作，为社会各界提供了权威的冬奥资讯。贵台还通过“冬奥进行时”系列报道，广泛开展了冬奥知识普及和宣传，为北京冬奥会和冬残奥会的成功举办营造了良好的舆论氛围。贵台还通过“冬奥进行时”系列报道，广泛开展了冬奥知识普及和宣传，为北京冬奥会和冬残奥会的成功举办营造了良好的舆论氛围。

特此致谢，谨此致谢。北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会秘书处

北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会

2022年4月4日

北京2022冬奥组委会对中国交通广播报道的感谢信



全国主要高速路显著呈现中国交通广播提示收听路牌



京津冀高速



行业协会理事单位



北京2022冬奥证书

# 赛事运营方

经验保障

人力保障

技术保障

资源保障

北京初美体育文化发展有限公司

**中国田径协会会员单位**

自有执行团队参与并执行的中国田协共办赛事超过20场。

**获得中国田协金银铜牌优势**

赛事团队参与运营多个城市的首届田协赛事，100%都获得了铜牌赛事。



执行过金牌赛事5场

金银铜牌经验

执行过银牌、铜牌赛事10场

执行A类赛事20场+

A类赛事经验

少有的一家田协共办5k, 10k, 半马、全马都执行过的赛事公司

全马赛时执行人数达到40人

执行人员保障

半马赛事执行人数不少于15人

成功的全国跑步赛事举办经验

# 赛事运营方

初美体育作为专业的马拉松运营公司。在全国拥有多场最高级A1马拉松运营经验。充分得到跑者的认可。

在全国各地运营过海阳国际马拉松、曲阜圣城国际马拉松、济南华山湖半程马拉松、枣庄国际马拉松、三门峡马拉松、哈巴河马拉松等。

拥有10万多全马半马跑者数据，紧密合作20多个报名平台，长期合作30多个自媒体平台。将为赛事引流和传播提供有力保障。



# 赛事新闻发布会

北京举办大型新闻发布会，央视知名主持，配合大规模宣传，打造宣传至高点。

## 立足国家新闻中心 远誉中央



### 梅地亚中心 辉煌历程

2008年3月，梅地亚中心荣幸地成为全国人大、政协“两会”新闻中心。

2008年8月，梅地亚中心荣幸地成为第二十九届奥林匹克运动会官方接待饭店。

2008年9月，梅地亚中心成为世界瞩目的“神舟七号载人航天飞行”新闻中心。

2009年3月，梅地亚中心再次荣幸地成为全国人大、政协“两会”新闻中心。

2013年3月，梅地亚中心再次荣幸地成为十二届全国人大、政协“两会”新闻中心。

2020年5月28日，在十三届全国人大三次会议上，国务院总理李克强在北京人民大会堂出席记者会并远程连线位于梅地亚中心的中外记者，首次通过视频连线的形式答记者问。

梅地亚中心地处北京西长安街西段，毗邻财政部、国资委、国家新闻出版广电总局等部委机关。

# 赛事嘉宾

特邀综艺明星、知名跑友到场助阵



杨紫



彭昱畅



关晓彤



(仅为示意, 可依据主办方需求进行调整)



# 创意设计

中央广播电视总台顶级团队，可依据主办方城市特色进行设计，如：海报、奖牌、现场物料等。

国际化视觉 / 独特记忆点 / 城市感召力



# 趣味现场互动

人偶、合影板、完赛成绩墙、趣味小游戏等多种互动形式，引发自媒体传播并记录美好瞬间。



# 城市特色完赛区

完赛区打造集特色美食、农特产品、民俗工艺品、文创产品、旅游资源展销于一体的市集。记者现场采访前来市集体验的商家、领导、参赛选手等。



# 专业团队掌镜 多角度拍摄



1. 途中拍照
  2. 全景航拍
  3. 大画幅摄影
  4. 选手特写
- ...

精彩瞬间 分秒呈现



# 目录

01 赛事介绍

02 赛事服务

**03 宣传推广**

04 合作权益

# 定制化营销推广



每个城市，一个主题

(城市名) 城市马拉松  
如：2023·昆明·多彩春城马拉松



每个城市，一个印象

重庆-山城、北京-首都、  
昆明-春城等

# 一城一品

# 国家重点媒体宣传矩阵

主流舆论 主流媒体 主流价值



新闻报道



专题宣传



好听在云听

声音博物馆（景区）



中央广播电视总台

中国交通广播

旅游节目专访县领导

县域形象宣传

口播招募

赛事直播（新媒体）



30家  
全国重点新闻媒体新闻  
报道

# 新闻报道（央广网）

广播端发挥声音媒体优势，展现精彩纷呈的城市活力，高频次曝光，传递城市发展强音。央广网客户端发挥宣传窗口作用，搭建赛事宣传专题，利用图文、视频生动呈现精彩瞬间。

## 客户端：广播资讯



## 客户端：视频+图片+文字



## PC端：视频+图片+文字





# 声音博物馆（云听）



- ✓ 3期连播
- ✓ 景区旅游线路 游览宝典
- ✓ 历史故事 故事话匣子
- ✓ 一场寓教于乐的 知识之旅

了解景区 从这里开始…

云听客户端搭建景区文旅专辑，以现存的景区为触点，展开动人的故事。

点击链接可回听

<https://ytweb.radio.cn/share/albumDetail?columnId=16692777521100&appUid=FDCFDCC3-490C-4D9A-B484-5FADC72C63F5&appUserId=IX3QrNcoBvPwmX14khbFFA%3D%3D>

# 城市/县域宣传（中国交通广播）

赛事宣传联动城市/县域宣传 海量曝光焕发关注热潮

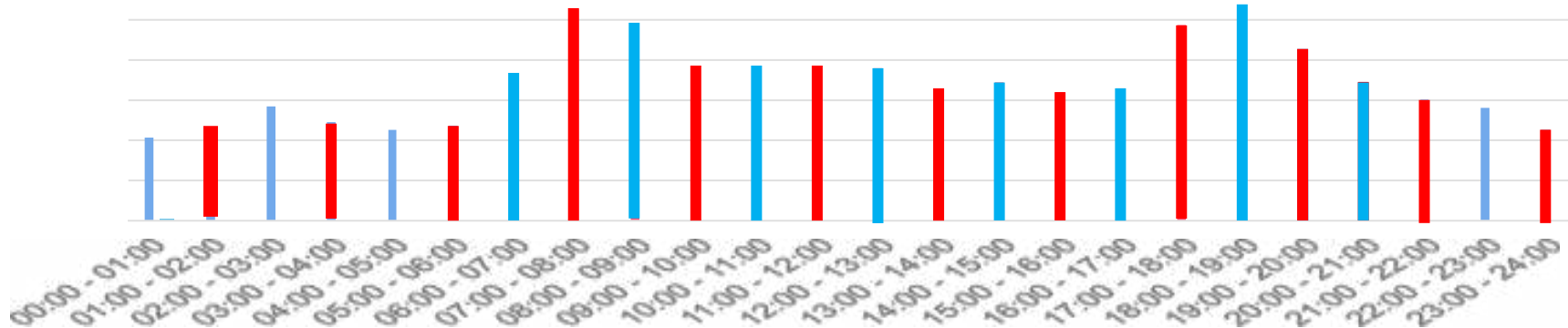
15秒 品牌宣传

30秒 品牌宣传

1分钟 品牌故事

3分钟 品牌小剧场

中国交通广播全天各时段日均触达人数图



高频铺排，布局全场景触点，覆盖全天出行高峰和活跃人群

# 赛事直播

## 中国交通广播4大账号同步直播，触达全网



抖音号



微博号



微信视频号



微信号

中国交通广播融媒体矩阵由“中国交通广播”微博、微信公众号、抖音、央视频等账号共同组成。联合打造属于中国交通广播的融媒体品牌。

- 现已拥有微博粉丝量近**600万**
- 微信活跃粉丝量以及抖音官方账号粉丝量均**超100万**
- 融媒体**国家级广播媒体第4位**。

# 主办方专访

## 交广会客厅

节目时间：周四至周五 12:30-13:00

节目主持：高雅

访谈主题：新时代城市/县域发展蓝图

访谈对象：主办方领导

录制时间：录制1期

录制地点：中国交通广播491办公区

播出形式：30分钟音频专访形式

播出平台：学习强国、云听

播出配合：配有节目播出预热海报宣传



# 主办方专访节目介绍

## 交广会客厅

节目时间：周四至周五 12:30-13:00

节目主持：高雅

《交广会客厅》节目是一档谈话节目，通过节目主持人与特邀嘉宾围绕交通强国发展纲要、热点交通新闻、重点交通工程等话题进行交流访谈。

节目聚焦交通行业的新闻事件、新闻人物，和产生的一些社会热点、公共事务等作为访谈主题。涉及经济建设和交通领域的发展，以积极传播具有权威性、准确性和贴近性的国家广播声音。

参与访谈嘉宾多为政府官员、专家学者和新闻事件当事人，通过在访谈中发布第一手、准确的信息和具有导向性的观点见解，满足观众对节目传播信息的需求。



# 跑友招募

## 中国交通广播 汽车节目

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

# 跑友招募

## 中国交通广播 音乐节目

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

### 《乐夜乐动听》



《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。

# 跑友招募

## 中国交通广播 旅游及美食节目

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

CMG 中国交通广播

30家官媒+100家媒体同步宣传



# 目录

01 赛事介绍

02 赛事服务

03 宣传推广

04 合作权益

# 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

# 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	/	/

# 赛事合作伙伴

以大型国企、央企为首，更多行业优秀品牌加入，为赛事赋能，为城市品牌提升赋能



# 合作延伸

## 全年策划不同创意类型跑步项目

面向年度合作伙伴开放的权益，可为其量身定制全年“跑步+N”创意跑步活动。  
如：七夕情侣跑、暑期学生跑、盛夏落日跑、国庆欢乐跑、跨年跑等。



# 期待合作

