

2016 欢乐春节·艺术中国汇招商总规则

一、年度招商时间

2015 年 9 月—2015 年 12 月 31 日

二、年度招商原则

2016 年欢乐春节·艺术中国汇招商分为总冠名招商——分活动冠名及招商——单项内容招商三个类别，在遵循总招商规则的前提下，可根据不同企业的需求做出个性化方案的调整。

三、年度招商范围

1、招商项目均不跨年度签约。

签约成功单位享有未来艺术中国汇关联活动、项目的优先选择权。

项目执行时间为 2015 年 11 月 15 日—2016 年 2 月 15 日

2、2016 年项目招商资源分为四部分：

- 1) 总冠名招商资源：
- 2) 分活动冠名及招商资源：
- 3) 单项内容招商资源：
- 4) 广告预售资源：

注：招商期间，艺术中国汇组委会有权对本规则做出调整。

□ 2016 艺术中国汇活动内容

开幕式及艺术表演

帝国大厦灯光秀

哈德逊河焰火秀

公共艺术展

纽约国际创意与艺术博览会

总领馆新春晚宴

洛克菲勒中心彩虹厅开幕酒会

新春烟火预热表演

3、招商赞助合作分项总览：

- 1) 官方全球首席合作伙伴
- 2) 活动分项冠名赞助机构
- 3) 唯一指定产品赞助商
- 4) 活动战略合作伙伴（略）
- 5) 活动协办赞助机构（略）
- 6) 媒体特约合作机构（略）
- 7) 活动视频及网络授权特约合作机构（略）

四、冠名赞助回报方案

1、赞助类别：官方全球首席合作伙伴

1) 赞助名额：限一名

2) 赞助回报：

a. 官方全球首席合作伙伴权益如下：

- 官方全球首席合作伙伴准称呼；
- 赞助商享有 2016 艺术中国组委会授权的官方全球首席合作伙伴权益；
- 赞助商可在自合同签订之日起到活动结束后不超过 12 个月的时间，在合约规定的范围内使用整体活动的视觉符号；
- 赞助商可以“2016 艺术中国汇纽约系列活动官方全球首席合作伙伴”的名义，经主办方授权许可后可自行组织相关的媒体宣传及活动；
- 赞助商享有优先与活动关联艺术家及创作的合作权利（此项专门与艺术家协商具体合作事项）；

- 活动期间，组委会可配合赞助商举办推广主题活动；
- 国际创意与艺术博览会展位一个
- 活动国内巡回展合作单位优先选择权。

b. 广告宣传权益如下：

-新闻发布会

- 纽约现场新闻发布会，邀请国内外主流媒体到场进行报道；
- 邀请赞助商派出代表出席活动新闻发布会并发言；
- 新闻发布会的新闻通稿上重点提及赞助商；
- 主持人在新闻发布会上口头鸣谢赞助商的支持。

-媒体广告

- 活动合作媒体新闻、专访及推广；（参考附件二：媒体资源名单）
- 国外定向广告投放（纽约室内公交车车体广告、地铁站广告、各场地现场广告、户外广告、道路广告）；
- 国内定向广告投放（户外广告、平面广告）；
- 部分活动的直播、转播、视频制作推广宣传

-活动宣传

- 活动总体宣传海报及视频体现企业形象标识；
- 活动现场宣传手册；
- 活动官网介绍及推广，在网站显要位置刊载总冠名赞助商品牌；
- 官方社交公众号对总冠名企业的宣传和企业互动。

c. 相关VIP待遇

- 安排总冠名企业10人全程参加活动；
- 邀请总冠名企业参加开幕式，并在贵宾席就坐；
- 邀请总冠名企业代表参加活动期间晚宴、酒会等相关活动，并致辞；

d. 各单项活动个性化植入（另行协商，参考附件一：2016艺术中国汇资源列项）

2、赞助类别：分活动冠名赞助机构

1) 赞助名额：限八名

2) 赞助回报:

a. 活动冠名权益如下:

- 活动冠名赞助商标准称呼;
- 赞助商享有 2016 艺术中国组委会授权的单项活动冠名赞助商权益;
- 冠名赞助商可在自合同签订之日起到活动结束后不超过 6 个月的时间,在合约规定的范围内使用单项活动的视觉符号;
- 赞助商可以“2016 艺术中国汇单项活动赞助商”的名义,经主办方授权许可后可自行组织相关的媒体宣传及活动;
- 赞助商享有优先与活动关联艺术家及创作的合作权利(此项专门与艺术家协商具体合作事项);
- 活动期间,组委会可配合赞助商举办推广主题活动;
- 国际创意与艺术博览会展示空间;
- 活动国内巡回展合作单位优先选择权。

b. 广告宣传权益如下:

-新闻发布会

- 纽约现场新闻发布会,邀请国内外主流媒体到场进行报道;
- 邀请赞助商派出代表出席活动新闻发布会;
- 新闻发布会的新闻通稿上重点提及赞助商;
- 主持人在新闻发布会上口头鸣谢赞助商的支持。

-媒体广告

- 活动合作媒体新闻、专访及推广;(可参考附件二:媒体资源名单)
- 国外定向广告投放(纽约室内公交车车体广告、各场地现场广告);
- 国内定向广告投放(户外广告、平面广告);
- 部分活动的直播、转播、视频制作推广宣传。

-活动宣传

- 活动宣传海报及视频体现企业形象标识;
- 活动现场宣传手册;
- 活动官网介绍及推广,在网站显要位置刊载总冠名赞助商品牌;

- 官方微博公众号对冠名企业的宣传和企业互动；

c. 相关 VIP 待遇

- 安排冠名企业参加相关活动；
- 邀请冠名企业参加开幕式，并在贵宾席就坐；
- 邀请冠名企业代表参加活动期间晚宴、酒会等相关活动；
- 安排冠名企业代表参加单项活动重要仪式环节，并致辞。

d. 个性化回报建议（另行商议）

- 开幕式及艺术表演：创作植入；嘉宾服装；现场布置；设备支持；
- 帝国大厦灯光秀：logo 设计植入；
- 哈德逊河焰火秀：logo 设计植入；
- 公共艺术展：艺术家创作合作；
- 国际创意与艺术博览会：现场展位展示；主题日；公共区域宣传、广告及推广；
- 总领馆新春晚宴：特供酒水、餐饮、礼品；
- 洛克菲勒中心彩虹厅开幕酒会：特供酒水、餐饮、礼品；
- 烟火预热表演：表演嘉宾；现场布置；舞台背景板；

3、赞助类别：唯一指定产品赞助商

产品合作内容类别

- 航空、陆地交通工具
- 酒店
- 酒水、饮料
- 食品、餐饮
- 手机、网络运营商、通信产品、技术支持
- 礼品
- 宣传印刷品
- 音响、灯光、投影设备
- 户外防寒用品

- 服装

五、“欢乐春节·艺术中国汇组委会”对本商务方案有最终解释权。

附件一：2016 欢乐春节·艺术中国汇-商务合作表

序号	类别	内容	
A	官方全球首席合作伙伴	总冠名+各项活动分冠名	
B	官方全球合作伙伴	总冠名	
		纽约国际创意与艺术博览会冠名	
		帝国大厦灯光展演冠名	
		哈德逊河焰火秀冠名	
		公共艺术展冠名	
		总领馆新春晚宴冠名	
		洛克菲勒中心开幕式晚宴冠名	
A/B	官方指定合作伙伴	“欢乐春节·艺术中国汇”曼哈顿双层旅游巴士广告宣传	
		纽约国际创意与艺术博览会主题日合作	
		纽约国际创意与艺术博览会企业参展	
		艺术家赞助合作	
		指定服装品牌	
		指定饮品品牌	
		晚宴指定酒水品牌	
		指定拍摄设备品牌	
		指定礼品品牌	
	指定酒店		
	支持单位		
鸣谢单位			

附件二：媒体资源名单（拟定）

- 国内媒体资源包括：雅昌艺术网、99 艺术网、央美艺讯网、中国艺术新闻网、凤凰艺术、搜藏网、人民艺术网、Artspy 艺术眼、中国文艺网、HI 艺术、网易艺术、搜狐文化、新浪收藏、中国网艺术中国、香港大公网、光明网、中国经济网书画频道、人民网 CHINADAILY、北京商报、湖南卫视、芒果 TV...
- 国外媒体资源包括：The New York Times、The Los Angeles Times, Washington Post、Miami Herald、Associate Press、Reuters Video News、Daily News、Thirteen NYC、NY1、The New York Observer、CBS、NBC、FOX、ABC、Village Voice、Time Out New York Magazine、NY Arts、ART News、NY Art Beat、CCTV、新华社、人民日报、凤凰卫视、星岛日报、侨报、世界日报、美国中文电视台、中国国际广播电台、中新社...