

**中央广播电视总台 2026 年
金象成长计划增益合作产品
(品牌栏目类产品)**

目录

2026 年 CCTV-1 黄金档剧场甄选企业	1
2026 年 CCTV-1、CCTV-新闻 新闻联播提示收看	3
2026 年 CCTV-1、新闻 《朝闻天下》独家特别呈现	5
2026 年 CCTV-1、新闻 《朝闻天下》贴片 A 套装	6
2026 年 CCTV-1、新闻 《朝闻天下》贴片 C 套装	7
2026 年 CCTV-1、新闻 《朝闻天下》贴片 D 套装	8
2026 年 CCTV-1、新闻 《朝闻天下》贴片 E 套装	9
2026 年 CCTV-1、4、新闻 两会新闻全接触 A+级合作方案	10
2026 年 CCTV-新闻《环球视线》独家特别呈现	11
2026 年 CCTV-4《健康中国》独家冠名	12
2026 年 CCTV-4《健康中国》独家特约	15
2026 年 CCTV-4《平凡匠心》独家冠名	17
2026 年 CCTV-4《国宝发现》独家冠名	20
2026 年 CCTV-4《中国缘》独家冠名	21
2026 年 CCTV-4《深度国际》独家特别呈现	23

2026 年 CCTV-1 黄金档剧场甄选企业

【广告亮点】	<ul style="list-style-type: none">● 享有“中央广播电视总台 CCTV 黄金档剧场甄选企业”称号及使用授权。● 整合 CCTV-1、CCTV-8 两大黄金档剧场资源，强强联合，权益丰富。● 打通 CCTV-1 全天各档剧场，更响亮的品牌声音，更强大的传播效果，助企业实现传播大战略的布局。● 电视剧是家庭收视的灵魂和主体，拥有最广泛的观众构成，本方案体现了电视剧类广告产品的优势，全面覆盖广大受众群。
【节目播出安排】	CCTV-1《黄金档剧场》周一至周五，约 20:06-21:50，2 集/天（暂定）。 CCTV-8《黄金强档》周一到周日，约 19:10-22:30，3 集/天。
【广告投放周期】	上半年/下半年/全年，共 2 家（限非白酒类客户）
【合作企业权益】	授予企业“CCTV 黄金档剧场甄选企业”称号，企业的产品包装和商业活动中可使用称号，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。 称号使用期限：上半年：2026 年 1 月 1 日至 2026 年 6 月 30 日； 下半年：2026 年 7 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日； 全 年：2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日。

一、CCTV-1《黄金档剧场》广告回报

20 秒甄选企业联合标版+每家企业 15 秒广告	形式： <ul style="list-style-type: none">● 制作 20 秒甄选企业联合标版，画面出现“CCTV 黄金档剧场甄选企业”字样及每家企业名称和标识，配音：“中央电视台黄金档剧场甄选企业***、***、***、***（企业名称）邀您共赏好剧”。● 每家企业 15 秒广告紧跟 20 秒甄选企业联合标版后播出。 <p>（注：联合标版最终时长将根据签约客户数量调整，保证每家企业不少于 3 秒）</p>
	位置及频次：周一到周五，在 CCTV-1“黄金档剧场第一集前情提要前”（约 19:59）播出，1 次/天，上半年共计 126 次，下半年共计 130 次，全年共计 256 次。（不承诺 1 月 1 日、2 月 16 日、3 月 3 日、9 月 25 日及 10 月 1 日的播出。）
15 秒企业广告	位置及频次：在 CCTV-1“黄金档剧场集间”（周一至周五，约 20:55；周六、日，20:00-22:00 间），每家企业 15 秒广告隔日播出，1 次/天，上半年共计 90 次，下半年共计 90 次，全年共计 180 次。（不承诺 1 月 1 日、2 月 16 日、3 月 3 日、9 月 25 日及 10 月 1 日的播出。）

二、CCTV-8《黄金强档》广告回报

20 秒甄选企业联合标版+每家企业 15 秒广告	位置及频次：周一到周日，在 CCTV-8“黄金强档第一集本集提要前”（19:09-19:39 间），正一位置播出，1 次/天，上半年共计 181 次，下半年共计 184 次，全年共计 365。（注：联合标版最终播出时长将根据签约客户数量进行调整，保证每家企业不少于 3 秒）
15 秒企业广告	位置及频次：周一到周日，在 CCTV-8“黄金强档第三集下集预告前”（22:08-22:38 间）播出，1 次/天，上半年共计 181 次，下半年共计 184 次，全年共计 365 次。

三、CCTV-1《第一精选剧场》广告回报

15 秒企业广告	位置及 频次:	周一至周日, 在 CCTV-1“第一精选剧场第一集贴片”(09:25-11:00 间) 播出, 约 1 次/天, 上半年共计 174 次, 下半年共计 175 次, 全年共计 349 次。(不承诺 2 月 16 日的广告回报)
----------	------------	---

四、CCTV-1《第一情感剧场》广告回报

20 秒甄选企业联 合标版+每家企业 15 秒广告	位置及 频次:	周一至周日, 在 CCTV-1“第一情感剧场第二集贴片”(13:35-16:00 间) 播出, 约 1 次/天, 上半年共计 174 次, 下半年共计 175 次, 全年共计 349 次。(注: 联合标版最终时长将根据签约客户数量调整, 保证每家企业不少于 3 秒; 不承诺 2 月 16 日的广告回报)
---------------------------------	------------	--

五、CCTV-1 其他广告回报

20 秒甄选企业联 合标版+每家企业 15 秒广告	位置及 频次:	周一至周日, 在 CCTV-1“下午精品节目一”(16:00-17:48 间) 播出, 约 1 次/天, 上半年共计 174 次, 下半年共计 175 次, 全年共计 349 次。(注: 联合标版最终时长将根据签约客户数量调整, 保证每家企业不少于 3 秒; 不承诺 2 月 16 日的广告回报)
---------------------------------	------------	--

六、CCTV 黄金档剧场甄选企业联合宣推片回报

黄金档剧场甄选企 业联合宣推片	形式:	联合宣推片时长 15 秒, 内容为黄金档剧场剧目宣推, 画面遮幅或字幕: “黄金档剧场甄选企业***、***、***、*** (企业名称) 提示您收看 CCTV-1 精彩大剧”(字幕内容可协商确定)。
--------------------	-----	--

播出安排:

频道	播出栏目/时段	播出时间	上半年频次	下半年频次	全年频次
CCTV-8	佳人剧场第一集贴片	12:25-12:55 间	181	184	365
CCTV-8	星推荐前	18:15-18:45 间	181	184	365
CCTV-8	经典剧场第二集贴片	22:55-23:15 间	181	184	365
CCTV-11	午间电视剧第一集贴片	约 11:40	181	184	365

注: 本方案中该项回报为增值回报, 如遇漏播不进行补播或退款。

【刊例价格】 上半年: 8,471 万元; 下半年: 8,609 万元; 全年: 16,557 万元

说明:

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 方案广告如有错漏播按《电视广告错漏播处理办法(试行)》等中央电视台广告经营管理中心相关规定处理。
3. 指定位置加价以中央广播电视总台总经理室价格体系为准。
4. 本方案不包含白酒行业, 白酒类客户如有投放, 另行商议。
5. 方案广告段名称仅供参考, 以最终合同为准。

2026 年 CCTV-1、CCTV-新闻

新闻联播提示收看

【节目看点】 《新闻联播》是中国收视率最高的新闻节目，自开播以来始终保持着中国电视新闻节目最高的收视率和最大的影响力，当之无愧为中国电视新闻节目的珠穆朗玛峰。

【广告亮点】

- 定位新闻联播“头条工程”，每日引领联播播出，占领品牌高地。
- 国内王牌新闻栏目，收视率、覆盖率双高，节目的严肃性、权威性与品牌相得益彰，增强品牌传播的美誉度。
- 企业广告聚焦的最优之选，助力品牌传播的公信力、影响力。

【广告总时长】 120 秒

【广告投放周期】 2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日

【广告回报】

电视广告回报

企业广告回报 时长：15 秒

15 秒企业广告播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	频次
CCTV-1、新闻	新闻联播前	约 18:56	各 1 次/天
CCTV-1	新闻 30 分前	约 11:57	1 次/天
	今日说法内	周一至周五，12:36-13:16 间； 周六日，12:35-13:30 间	1 次/天
	晚间新闻前	约 21:58 (不包含 2026 年 2 月 16 日)	1 次/天

【刊例价格】 (万元)	月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
	价格	2,692	2,285	2,130	1,815	1,815	1,815
	月份	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
	价格	1,815	1,815	2,130	2,130	2,130	2,130

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 方案广告如有错漏播按《电视广告错漏播处理办法（试行）》等中央广播电视总台总经理室相关规定处理。如遇重大活动或其他特殊情况，造成“新闻联播前”段位仅在 CCTV-新闻未能播出时，或提前、延后播出，将不再补偿。

3. 指定位置加价以中央广播电视总台总经理室价格体系为准。
4. 投放期优惠：累计 90 天优惠率：5%；累计 180 天及以上优惠率：10%。投放期优惠在执行的最后一个月体现。
5. 本方案不包含白酒行业，白酒类客户如有投放，另行商议。
6. 方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2026 年 CCTV-1、新闻

《朝闻天下》独家特别呈现

【节目看点】	<ul style="list-style-type: none">● 《朝闻天下》是新闻频道的王牌栏目，也是总台在早间最受关注的名片型栏目之一，拥有多年的稳定收视群体。● 带领观众开启全天的新闻资讯窗口，及时获悉重点时政要闻，纵览全球大事小情。		
【广告亮点】	<ul style="list-style-type: none">● 收视表现稳定突出，是早间时段不可错过的收视高峰。● 拥有稳定的收视群体，覆盖多种消费人群。		
【节目播出安排】	CCTV-1、新闻并机播出： CCTV-1，周一至周日 06:00-08:30 间播出； CCTV-新闻，周一至周日 06:00-09:00 间播出。		
【名额】	独家		
【广告回报】			
5 秒特别呈现标版 +15 秒企业广告	形式：	标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“《朝闻天下》由***（企业名称）独家特别呈现”（口播语可协商确定），标版后播出 15 秒企业广告。	
	位置：	朝闻天下 A/C/D/E 套装正一或倒一位置	
	频次：	CCTV-1、新闻各 2 次/天，共 4 次/天	
【刊例价格】	投放期 全年连续	广告天数 365 天	刊例价格 6,552 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 方案广告如有错漏播按《电视广告错漏播处理办法（试行）》等中央电视台广告经营管理中心相关规定处理。
3. 指定位置加价以中央广播电视总台总经理室价格体系为准。
4. 本方案不包含白酒行业，白酒类客户如有投放，另行商议。
5. 方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2026 年 CCTV-1、新闻

《朝闻天下》贴片 A 套装

【播出安排】	节目内中插第五、第九个广告段正常位置（约 6:55、7:55 并机播出）。					
【广告投放周期】	上半年连续/下半年连续/全年单日/全年双日/全年连续					
【频次】	1 次/段，4 次/天（CCTV-1、CCTV-新闻各 2 次/天）。					
【刊例价格】	【投放期】	【广告频次】	【刊例价格（万）】			
			5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
	上半年连续	724	1,027	1,540	1,925	3,465
	下半年连续	736	1,045	1,566	1,957	3,522
	全年单日	744	1,055	1,583	1,978	3,561
	全年双日	716	1,015	1,523	1,905	3,427
	全年连续	1460	2,006	3,009	3,761	6,770

2026 年 CCTV-1、新闻

《朝闻天下》贴片 C 套装

【播出安排】	节目内中插第六、第十个广告段正常位置（约 7:15、8:15 并机播出）。					
【广告投放周期】	上半年连续/下半年连续/全年单日/全年双日/全年连续					
【频次】	1 次/段，4 次/天（CCTV-1、CCTV-新闻各 2 次/天）。					
【刊例价格】	【投放期】	【广告频次】	【刊例价格（万）】			
			5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
	上半年连续	724	1,027	1,540	1,925	3,465
	下半年连续	736	1,045	1,566	1,957	3,522
	全年单日	744	1,055	1,583	1,978	3,561
	全年双日	716	1,015	1,523	1,905	3,427
	全年连续	1,460	2,006	3,009	3,761	6,770

2026 年 CCTV-1、新闻

《朝闻天下》贴片 D 套装

【播出安排】	节目内中插第三、第七个广告段正常位置（约 6:30、7:30 并机播出）。					
【广告投放周期】	上半年连续/下半年连续/全年单日/全年双日/全年连续					
【频次】	1 次/段，4 次/天（CCTV-1、CCTV-新闻各 2 次/天）。					
【刊例价格】	【投放期】	【广告频次】	【刊例价格（万）】			
			5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
	上半年连续	724	1,027	1,540	1,925	3,465
	下半年连续	736	1,045	1,566	1,957	3,522
	全年单日	744	1,055	1,583	1,978	3,561
	全年双日	716	1,015	1,523	1,905	3,427
	全年连续	1,460	2,006	3,009	3,761	6,770

2026 年 CCTV-1、新闻

《朝闻天下》贴片 E 套装

【播出安排】	节目内中插第四、第八个广告段正常位置（约 6:45、7:45 并机播出）。					
【广告投放周期】	上半年连续/下半年连续/全年单日/全年双日/全年连续					
【频次】	1 次/段，4 次/天（CCTV-1、CCTV-新闻各 2 次/天）。					
【刊例价格】	【投放期】	【广告频次】	【刊例价格（万）】			
			5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
	上半年连续	724	1,027	1,540	1,925	3,465
	下半年连续	736	1,045	1,566	1,957	3,522
	全年单日	744	1,055	1,583	1,978	3,561
	全年双日	716	1,015	1,523	1,905	3,427
	全年连续	1,460	2,006	3,009	3,761	6,770

2026 年 CCTV-1、4、新闻

两会新闻全接触 A+级合作方案

【节目看点】 ● 每一年的两会都是我国政治日历上的重要节点。中国社会的重大事件，都将在两会上精彩呈现。收看两会报道，与全国人民一同见证中国的进步。选择总台两会项目，让全国人民见证品牌的力量。

【广告亮点】 ● CCTV-1、4、新闻三大新闻王牌平台，尽收总台两会最强阵容。
● 紧贴重大时政报道，锁定出色收视表现，为企业赢得最高关注度。
● 大小屏联动，让品牌围绕重大报道通过总台融媒体平台发声。

【广告投放周期】 2026 年全国两会期间（以实际播出时间为准）。

【广告回报】

一、两会直播回报

【节目播出安排】 CCTV-1、4、新闻：2026 年 3 月 4 日起播出（以实际播出时间为准）。
CCTV-1、4：直播全国人大、政协开闭幕会、新闻发布会、总理记者招待会等。
CCTV-新闻：直播全国人大、政协开闭幕会、总理记者招待会、小组讨论、新闻发布会、政府各职能部门记者招待会等。

【广告播出安排】 15 秒企业广告在以下时段正常位置播出，具体安排如下：

5 秒提示收看标版 形式： 标版时长 5 秒，画面出现企业名称和标识，配音内容可结合企业特性协商确定。15 秒广告紧跟标版后播出。
+15 秒企业广告 位置： 直播节目前倒一/倒二位置、直播节目后正一/正二位置
频次： 在 CCTV-1 播出不少于 8 次，在 CCTV-4 播出不少于 8 次，在 CCTV-新闻播出不少于 20 次，共计不少于 36 次。

二、两会周期核心新闻栏目广告回报

2026 年 3 月 1 日至 3 月 15 日，15 秒企业广告在以下栏目/时段正常位置播出，具体安排如下：

播出频道	播出段位	播出时间	频次
CCTV-1、新闻	朝闻天下套装	周一至周日，6:35-8:15 间	各 2 次/天
CCTV-1、新闻	新闻 30 分中插	周一至周日，12:00-12:30 间	各 1 次/天
CCTV-新闻	晚间新闻前	周一至周日，约 21:58	1 次天

【刊例价格】 1,810 万元（直播正倒一位置）/1,740 万元（直播正倒二位置）

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 方案广告如有错漏播按《电视广告错漏播处理办法（试行）》等中央电视台广告经营管理中心相关规定处理。
3. 本方案中两会直播回报仅承诺总频次，如遇直播安排调整，以实际播出频道为准。
4. 本方案不包含白酒行业，白酒类客户如有投放，另行商议。
5. 方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2026 年 CCTV-新闻《环球视线》独家特别呈现

【节目看点】	<ul style="list-style-type: none">● 《环球视线》是新闻频道国际新闻评论类栏目第一品牌。周一到周四每晚后黄金时间，权威国际问题专家将围绕当天最具影响力的国际事件，对新闻进行深度分析和评论。为观众分析国际热点新闻，揭示问题核心，带领观众浏览天下大事。● 栏目吸引了一批高学历、高收入的管理岗位成熟人士收看，他们不仅是社会的中坚力量，更是重大消费的决策群体。投放《环球视线》，借力全球大势传递品牌理念，让品牌价值成为全球视线的焦点。
【广告亮点】	<ul style="list-style-type: none">● 权威主播，金牌专家，豪华阵容，造就栏目超高品质。● 新闻频道后黄金时段播出，是高端政商人士收看电视的高峰时间。
【节目播出安排】	CCTV-新闻，周一至周四，22:30-23:00 间。
【名额】	独家
【投放期】	全年连续共 208 天（不包括 2026 年 2 月 16 日除夕）
【广告回报】	
5 秒特别呈现标版 +15 秒企业广告	形式：标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“《环球视线》由***（企业名称）独家特别呈现”（口播语可协商确定），标版后播出 15 秒企业广告。 位置：节目内片头后正一位置 频次：1 次/天，全年共 208 次。
【刊例价格】	2,505 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 方案广告如有错漏播按《电视广告错漏播处理办法（试行）》等中央电视台广告经营管理中心相关规定处理。
3. 指定位置加价以中央广播电视总台总经理室价格体系为准。
4. 本方案不包含白酒行业，白酒类客户如有投放，另行商议。
5. 方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2026 年 CCTV-4《健康中国》独家冠名

【节目看点】	《健康中国》是中央广播电视总台华语环球节目中心重点打造的大型健康类节目，分为健康中国家、健康中国说、健康中国行、健康中国运动处方四部分，集权威性、前瞻性、服务性、可视性为一体。		
【节目播出安排】	首播：周日 17:00-18:00，重播：次周二 09:00-10:00；次周六 23:00-24:00		
【广告投放周期】	2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日，共 52 期。		
【广告回报】			
一、冠名权			
使用期限：	2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日		
商业使用：	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独家冠名称号及联合 logo，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。		
二、节目内回报			
冠名片头	形式：	节目片头落版出现冠名企业名称的联合 logo，时长约 3 秒。	
	频次：	1 次/期。共 52 期。	
5 秒冠名标版+15 秒广告	形式：	标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。后接 15 秒广告	
	频次：	第一个、第二个中插口正一位置，2 次/期。共 52 期。	
冠名口播	形式：	主持人口播：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出。”（口播语可协商确定）。	
	频次：	2 次/期。共 52 期。	
冠名字幕	形式：	屏幕下方出现字幕：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出。”（内容可协商确定）。	
	频次：	2 次/期。共 52 期。	
角标	形式：	节目播出过程中，屏幕右下角出现栏目名称及冠名企业 logo 的翻转角标。	
	频次：	时长不少于节目净时长 30%。共 52 期。	
布景植入	形式：	在节目现场布景中露出企业元素，具体形式可依据企业需求定制，需与节目组协商确认。	
	频次：	共 44 期。	
商业长视频	形式：	根据客户的需求设计与企业产品或理念相关的广告植入，具体形式需与节目组协商确认。	
	频次：	共 4 期。	
片尾鸣谢	形式：	节目片尾出现企业名称与标识。	

频次：1 次/期。共 52 期。

三、宣推片回报

15 秒冠名宣推片+15 秒企业广告

形式：宣推片总时长 15 秒，宣推片中含企业元素，配音：“本节目由 ***（企业名称）冠名播出”（具体形式与栏目组协商确定）。后面紧接播出 15 秒企业广告

播出安排：2026 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	总频次
CCTV-4	下午滚动	周一至周日 13:00-18:00	365

【新媒体发布平台】CCTV4 在央视频号及第三方平台账号；央视频客户端；CMG 观察微信公众号

【合作回报】

CCTV4 跨平台

A 级短视频合作

与合作方合作短视频，在短视频中充分体现合作方元素及理念，并在 CCTV4 微博、抖音、快手、微信视频号、央视频号第三方平台账号发布（具体呈现协商而定）。
频次：每个账号各 4 条。

短视频直发/拆条

在 CCTV4 微博、抖音、快手、微信视频号、央视频账号发布直发/拆条短视频，围绕直播主题，在短视频中植入企业元素（具体形式、呈现、发布平台由三方协商而定）。
频次：每个账号各 10 条。

文章供稿

在 CCTV4 微信公众号，在专场直播结束后，发布由企业提供稿件的文章（具体呈现形式可协商确定）。
频次：2 篇。

央视频跨平台

短视频直发

在央视频客户端及第三方平台账号直发相关短视频，短视频中体现合作方元素（具体呈现协商而定）。
频次：4 条。

CMG 观察微信公众号

文章内植入

在 CMG 观察微信公众号发布的文章中植入合作方元素（具体呈现协商而定）。
频次：4 篇

【新媒体宣推回报】

- 1、总台新媒体在直播、点播时同步带入冠名企业元素无遮挡。
- 2、总台端新媒体在主频道宣推资源同步带入冠名企业元素，具体资源以频道实际执行为准。
- 3、如第三方平台方依据其相关商业规则进行屏蔽或限流，导致冠名企业元素无法带入的，则由企业自行负责。

【刊例价格】4,800 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广

告未播出，将按照价值对等原则安排补播。

3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。
6. 中央广播电视总台总经理室对页面数据拥有版权，对互动数据拥有知晓及使用权。合作方如需对外公布互动数据，需经中央广播电视总台总经理室备案。
7. 总台新媒体只负责发布，如平台方依据其相关商业规则进行屏蔽或限流，则由企业自行承担。
8. 方案回报须至少提前七个工作日报备排期并提前五个工作日提供通过广告审核的素材。
9. 节目相关版权归中央广播电视总台所有，主持人肖像不得随意使用，节目及预告等相关信息未经总经理室批准，企业不得用于任何形式的二次传播。
10. 企业可以使用经总台新媒体和总经理室确认的物料进行商业宣推，不可擅自将物料进行修改。
11. 企业可以在由总台新媒体及总经理室确认过的平台上推广此次直播。
12. 合作不得过于商业化，若因商业化问题导致资源不能发布，责任由企业承担。
13. 方案须于广告回报期内执行完毕，若因不可抗力或客户原因（例如客户不提供物料或物料过于商业化未通过节目组审核等）导致未能执行，逾期不予补播。
14. 总台在第三方新媒体平台账号发布不少于两个平台。
15. 新媒体广告回报最终解释权归中央广播电视总台总经理室所有。

2026 年 CCTV-4《健康中国》独家特约

【节目看点】 《健康中国》是中央广播电视总台华语环球节目中心重点打造的大型健康类节目，分为健康国家、健康中国说、健康中国行、健康中国运动处方四部分，集权威性、前瞻性、服务性、可视性为一体。

【节目播出安排】 首播：周日 17:00-18:00，重播：次周二 09:00-10:00；次周六 23:00-24:00

【广告投放周期】 2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日，共 52 期。

【广告回报】

一、节目内回报

5 秒特约标版+15 秒广告 **形式：** 标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）独家特约播出”（口播语可协商确定）。后接 15 秒广告

频次： 第一个、第二个中插口正二位置，2 次/期。共 52 期。

特约口播 **形式：** 主持人口播：“本节目由***（企业名称）独家特约播出。”（口播语可协商确定）。

频次： 1 次/期。共 52 期。

特约字幕 **形式：** 屏幕下方出现字幕：“本节目由***（企业名称）独家特约播出。”（内容可协商确定）。

频次： 1 次/期。共 52 期。

布景植入 **形式：** 在节目现场布景中露出企业元素，具体形式可依据企业需求定制，需与节目组协商确认。

频次： 共 44 期。

商业长视频 **形式：** 根据客户的需求设计与企业产品或理念相关的广告植入，具体形式需与节目组协商确认。

频次： 共 2 期。

片尾鸣谢 **形式：** 节目片尾出现企业名称与标识。

频次： 1 次/期。共 52 期。

二、15 秒企业广告回报

15 秒企业广告 **播出安排：** 2026 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，播出安排如下：

频道	广告段位	播出时间	总频次
CCTV-4	下午滚动	周一至周日 13:00-18:00	365

【新媒体发布平台】 CCTV4 在央视频号及第三方平台账号；央视频客户端；CMG 观察微信公众号

【合作回报】

CCTV4 跨平台 **A 级短视频合作** 与合作方合作短视频，在短视频中充分体现合作方元素及

理念，并在 CCTV4 微博、抖音、快手、微信视频号、央视
频道第三方平台账号发布（具体呈现协商而定）。

频次：每个账号各 2 条。

央视频跨平台

短视频直发

在央视频客户端及第三方平台账号直发相关短视频，短视
频中体现合作方元素（具体呈现协商而定）。

频次：2 条。

CMG 观察微信公众号

文章内植入

在 CMG 观察微信公众号发布文章中植入合作方元素（具
体呈现协商而定）。

频次：2 篇

【刊例价格】3,411 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。
6. 中央广播电视总台总经理室对页面数据拥有版权，对互动数据拥有知晓及使用权。合作方如需对外公布互动数据，需经中央广播电视总台总经理室备案。
7. 总台新媒体只负责发布，如平台方依据其相关商业规则进行屏蔽或限流，则由企业自行承担。
8. 方案回报须至少提前七个工作日报备排期并提前五个工作日提供通过广告审核的素材。
9. 节目相关版权归中央广播电视总台所有，主持人肖像不得随意使用，节目及预告等相关信息未经总经理室批准，企业不得用于任何形式的二次传播。
10. 企业可以使用经总台新媒体和总经理室确认的物料进行商业宣推，不得擅自将物料进行修改。
11. 企业可以在由总台新媒体及总经理室确认过的平台上推广此次直播。
12. 合作不得过于商业化，若因商业化问题导致资源不能发布，责任由企业承担。
13. 方案须于广告回报期内执行完毕，若因不可抗力或客户原因（例如客户不提供物料或物料过于商业化未通过节目组审核等）导致未能执行，逾期不予补播。
14. 总台在第三方新媒体平台账号发布不少于两个平台。
15. 新媒体广告回报最终解释权归中央广播电视总台总经理室所有。

2026 年 CCTV-4《平凡匠心》独家冠名

【节目看点】	《平凡匠心》是一部系列人物专题片。它以“平凡人，非凡梦”为主题，讲述精彩而极致的人生故事。节目里的主人公遍及当代中国社会各个阶层，每个人在生活方式、事业选择上都拥有独特的梦想和追求，或开风气之先，领时代之新，或执着本色，坚守初心，在各自的职业生涯中创新与坚守。	
【节目播出安排】	首播：周六 17:30-18:00，每期 15 分钟，两期连播；重播：周日 02:30	
【广告投放周期】	2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日，共 104 期。	
【广告回报】		
一、冠名权		
使用期限：	2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日	
商业使用：	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独家冠名称号及联合 logo，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。	
二、节目内回报		
冠名片头	形式：	节目片头落版出现冠名企业名称的联合 logo，时长约 3 秒。
	频次：	1 次/期。共 104 期。
5 秒冠名标版+15 秒广告	形式：	标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。后接 15 秒广告
	频次：	节目内中插口正一位置，1 次/期。共 104 期。
冠名字幕	形式：	屏幕下方出现字幕：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出。”（内容可协商确定）。
	频次：	1 次/期。共 104 期。
角标	形式：	节目播出过程中，屏幕右下角出现栏目名称及冠名企业 logo 的翻转角标。
	频次：	时长不少于节目净时长 30%。共 104 期。
商业长视频	形式：	根据客户的需求设计与企业产品或理念相关的广告植入，具体形式需与节目组协商确认。
	频次：	共 2 期。
片尾鸣谢	形式：	节目片尾出现企业名称与标识。
	频次：	1 次/期。共 104 期。
【新媒体发布平台】	CCTV4 第三方平台账号	
华语新媒体回报		
CCTV4跨平台	短视频直发/拆条	在CCTV4微博、抖音、快手、微信视频号、央视频账号发布直发/拆条短视频，围绕直播主题，在短视频中植入企业

		元素（具体形式、呈现、发布平台由三方协商而定）。 频次：共2条。
CCTV4微信公众号	文章供稿	在CCTV4微信公众号，在专场直播结束后，发布由企业提供稿件的文章（具体呈现形式可协商确定）。 频次：共1篇。
CCTV4微博	海报	主题海报体现企业元素（具体呈现形式协商确定）。 频次：共1张。
	博文直发	由CCTV4微博账号发布博文，体现企业元素（具体呈现形式协商确定）。 频次：共1条。

【新媒体宣推回报】

- 1、总台新媒体在直播、点播时同步带入冠名企业元素无遮挡。
- 2、总台端新媒体在主频道宣推资源同步带入冠名企业元素，具体资源以频道实际执行为准。
- 3、如第三方平台方依据其相关商业规则进行屏蔽或限流，导致冠名企业元素无法带入的，则由企业自行负责。

【刊例价格】1,556 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。
6. 中央广播电视总台总经理室对页面数据拥有版权，对互动数据拥有知晓及使用权。合作方如需对外公布互动数据，需经中央广播电视总台总经理室备案。
7. 总台新媒体只负责发布，如平台方依据其相关商业规则进行屏蔽或限流，则由企业自行承担。
8. 方案回报须至少提前七个工作日报备排期并提前五个工作日提供通过广告审核的素材。
9. 节目相关版权归中央广播电视总台所有，主持人肖像不得随意使用，节目及预告等相关信息未经总经理室批准，企业不得用于任何形式的二次传播。
10. 企业可以使用经总台新媒体和总经理室确认的物料进行商业宣推，不得擅自将物料进行修改。
11. 企业可以在由总台新媒体及总经理室确认过的平台上推广此次直播。
12. 合作不得过于商业化，若因商业化问题导致资源不能发布，责任由企业承担。
13. 方案须于广告回报期内执行完毕，若因不可抗力或客户原因（例如客户不提供物料或物料过于商业化未通过节目组审核等）导致未能执行，逾期不予补播。
14. 总台在第三方新媒体平台账号发布不少于两个平台。
15. 新媒体广告回报最终解释权归中央广播电视总台总经理室所有。

2026 年 CCTV-4《国宝发现》独家冠名

【节目播出安排】	首播：CCTV-4 每周日 23:00-23:30
【广告投放周期】	2026 年，共 52 期。
【广告回报】	
【冠名授权】	冠名企业在其商业宣推中可使用由冠名企业名称和节目名称组成的联合标识，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。
【节目内广告回报】	
冠名片头	形式： 节目片头体现企业元素。 频次： 1 次/期。
5 秒标版 +15 秒企业广告	形式： 标版时长 5 秒，配音“本节目由**（企业名称）独家冠名”（内容可协商确定），后接 15 秒企业广告。 频次： 节目内中插广告段正一位置播出，1 次/期。
环节植入式广告	形式： 根据企业需求在节目内容中设计相关环节，具体形式需与节目组协商确认。 频次： 共 5 期。
口播/画外音及字幕	形式： 口播/画外音“本节目由**（企业名称）赞助播出”（内容可协商确定）同时屏幕下方出现相应字幕条。 频次： 口播、字幕各 1 次/期。
片尾鸣谢	形式： 节目片尾鸣谢字幕出现企业名称或标识。 频次： 1 次/期。
【刊例价格】700 万元	

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准，
5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。

2026 年 CCTV-4《中国缘》独家冠名

【节目看点】 《中国缘》是国内首档讲述中外结缘故事的跨文化节目，每期 30 分钟，节目以国际传播的视角深度讲述中国融通世界的故事，向世界展现真实、立体、全面的中国，传播中华文化，体现开放包容、自强不息的中华精神，同时展现世界多样文明的交流互鉴，以更好地促进“联接中外、沟通世界”。

【节目播出安排】 首播：周日 22:00-22:30，每期 30 分钟

【广告投放周期】 2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日，共 52 期。

【广告回报】

一、冠名权

使用期限： 2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日

商业使用： 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独家冠名称号及联合 logo，须经中央广播电视总台总经理室审定并备案。

二、节目内回报

冠名片头 **形式：** 节目片头落版出现冠名企业名称的联合 logo，时长约 3 秒。

频次： 1 次/期。共 52 期。

5 秒冠名标版+15 秒广告 **形式：** 标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出”（口播语可协商确定）。后接 15 秒广告

频次： 节目内第一个、第二个中插口正一位置，2 次/期。共 52 期。

冠名字幕 **形式：** 屏幕下方出现字幕：“本节目由***（企业名称）独家冠名播出。”（内容可协商确定）。

频次： 2 次/期。共 52 期。

角标 **形式：** 节目播出过程中，屏幕右下角出现栏目名称及冠名企业 logo 的翻转角标。

频次： 时长不少于节目净时长 30%。共 52 期。

商业长视频 **形式：** 根据客户的需求设计与企业产品或理念相关的广告植入，具体形式需与节目组协商确认。

频次： 共 2 期。

片尾鸣谢 **形式：** 节目片尾出现企业名称与标识。

频次： 1 次/期。共 52 期。

【刊例价格】1,200 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广

告未播出，将按照价值对等原则安排补播。

3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 本方案节目现场广告回报仅供参考，以最终三方协商为准。
6. 中央广播电视总台总经理室对页面数据拥有版权，对互动数据拥有知晓及使用权。合作方如需对外公布互动数据，需经中央广播电视总台总经理室备案。
7. 总台新媒体只负责发布，如平台方依据其相关商业规则进行屏蔽或限流，则由企业自行承担。
8. 方案回报须至少提前七个工作日报备排期并提前五个工作日提供通过广告审核的素材。
9. 节目相关版权归中央广播电视总台所有，主持人肖像不得随意使用，节目及预告等相关信息未经总经理室批准，企业不得用于任何形式的二次传播。
10. 企业可以使用经总台新媒体和总经理室确认的物料进行商业宣推，不可擅自将物料进行修改。
11. 企业可以在由总台新媒体及总经理室确认过的平台上推广此次直播。
12. 合作不得过于商业化，若因商业化问题导致资源不能发布，责任由企业承担。
13. 方案须于广告回报期内执行完毕，若因不可抗力或客户原因（例如客户不提供物料或物料过于商业化未通过节目组审核等）导致未能执行，逾期不予补播。
14. 总台在第三方新媒体平台账号发布不少于两个平台。
15. 新媒体广告回报最终解释权归中央广播电视总台总经理室所有。

2026 年 CCTV-4《深度国际》独家特别呈现

【节目播出安排】 首播：周六 22:00-22:30

【广告投放周期】 2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日，全年 52 期。

【名额】 独家

【广告回报】

节目内广告回报

5 秒特别呈现标版 形式： 标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，配音：“本节目由***（企业名称）独家特别呈现播出”（口播语可协商确定）。随后播出 15 秒企业广告 1 条。

位置及频次： 节目内中插广告段，1 次/期。

片尾鸣谢 形式： 节目片尾出现企业名称与标识。

频次： 1 次/期。

【刊例价格】 500 万元

说明：

1. 具体播出时间以总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准。
2. 如因特殊原因导致栏目首播节目未能播出，广告将安排在当日同等时段的节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播。
3. 节目在 CCTV-4（亚洲版）重播时广告带入，如因特殊原因导致重播节目内广告未能播出，不予补播。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。