

# 中央广播电视总台 2026 年冬奥会转播

## AI 行业独家合作伙伴

注：此方案仅作营销购买评估使用，未经授权，不得以任何形式在任何平台上（公共媒体平台及私人社交平台）公开发布。如有违反，中央广播电视总台将追究相关责任。

【名额】：1 席

### PART A 授权称号

回报	使用规则
官方认证授权	中央广播电视总台 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会转播 AI 行业独家合作伙伴
使用期限	从合同签署日起至 2027 年 2 月
使用权限	经审定并备案后，根据国际奥委会规定可用于总台融媒体品牌宣传
VI 系统	统一使用中央广播电视总台总经理室出具的标准执行

### PART B 行业专属权益

赛事	专项项目	备注
2026 年冬奥会	<ul style="list-style-type: none"><li>“奖牌榜”融媒体赛场呈现 奖牌榜呈现+精彩瞬间集锦</li><li>AI 独家合作伙伴个性化专题宣推片</li><li>为客户设计个性化专题宣推片</li><li>新媒体共创定制《AI 米兰》《AI 即时战报》 《中国队即时播报》《荣耀之路》</li></ul>	具体回报详见产品方案： 附件：《“奖牌榜”融媒体呈现》 附件：《AI 独家合作伙伴》个性化主题宣推片 附件：总台新媒体·2026

赛事	专项项目	备注
		年米兰冬奥会《AI 米兰》 新媒体合作方案 附件：总台新媒体·2026 年《AI 即时战报》合作方 案 附件：总台新媒体·2026 年《中国队即时播报》方 案 附件：总台新媒体·2026 年央视新闻《荣耀之路》 方案 附件：总台新媒体·2026 年冬奥会奖牌榜方案

### PART C 核心赛事资源

赛事	专项项目	备注
2026 年 冬奥会	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ “赛事 L 屏广告”融媒体赛场呈现 （赛前热身+临赛准备+赛后回放直播画面中进行品牌元素呈现）</li> <li>➢ 开、闭幕式套装广告（15 秒） （备注：B 区。播出位序以总经理室相应规 则为准）</li> <li>➢ 开、闭幕式间隔标版（10 秒） （备注：B 区，共同展示 B 区客户企业 LOGO。 展示顺序同开、闭幕式套装广告位序。）</li> <li>➢ 全程赛事广告套装（15 秒） 含全程赛事直播、赛事精编</li> <li>➢ 总台转播车车身合作</li> </ul>	具体回报详见产品方案： 附件：《赛事 L 屏广告融 媒体赛场呈现》 附件：《开、闭幕式套装 广告》 附件：《开、闭幕式间隔 标版》 附件：《全程赛事广告套 装》 附件：《总台转播车合作 专案》 附件：总台新媒体·2026

赛事	专项项目	备注
	➢ 新媒体赛事贴片	年米兰冬奥会赛事贴片套装广告方案

## 【广告刊例价格】4,800 万元

备注：

- (1) 节目具体播出时间以中央广播电视总台总编室在总台官方网站、APP 上发布的信息为准；
- (2) 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

中央广播电视总台总经理室

2025 年 11 月

附件

## 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会 “奖牌榜”融媒体赛场呈现

### 1、产品主旨：

冬奥奖牌榜作为全球观众最关注的“黄金一页”，品牌元素与奖牌榜伴随出现，高频、零干扰、自带荣耀滤镜；同时，榜单的权威与公正为广告赋予可信度，观众在情绪高涨的瞬间看到品牌，记忆深度与好感度同步拉满，实现“一看就记住，一记住就信赖”的传播效果。

### 2、广告回报：

#### (1) 播出形式：

回报	时长	形式/内容	呈现位置
5 秒标板	约 5 秒	画面出现企业名称或标识，配音为：奖牌榜由***（企业名称）为您呈现！（口播语可协商确定）	片头前播出

回报	时长	形式/内容	呈现位置
赞助片头	约 5 秒	片头画面出现 企业名称和标识	片头位置播出
广告片内容	约 20 秒	奖牌榜榜单 +奥运精彩瞬间集锦	片头后播出
企业广告	15 秒	15 秒企业广告	主题广告片后播出

**(2) 说明:**

奖牌榜可以由商业品牌呈现，但不允许有冠名权；奖牌榜和赞助商应该明确分开：转播中奖牌榜赞助商应以广告牌形式出现，即不能与奖牌榜同时出现；第三方必须由符合资格的人/符合资格的机构/专业人员介绍，例如“由...为您带来”。

**(3) 广告播出安排:**

播出位置	播出时间 (北京时间)	播出频道	频次 (不少于)	总频次 (不少于)
直播赛事 或首次重播 赛事内	2026 年 2 月 8 日 -2 月 22 日 约 16:00-28:00	CCTV-5	平均 7 次/天 (其中 16:00-24:00 不少于 3 次/天)	不少于 98 次
		CCTV-5+	平均 5 次/天 (其中 16:00-24:00 不少于 2 次/天)	不少于 70 次
		CCTV-16	平均 5 次/天 (其中 16:00-24:00 不少于 2 次/天)	不少于 70 次
<b>小计</b>				<b>不少于 238 次</b>
冬奥会重点 专题节目中	2026 年 2 月 8 日 -2 月 22 日 约 7:00-9:00 《米兰晨报》	CCTV-5	平均 1 次/期	不少于 14 次

播出位置	播出时间 (北京时间)	播出频道	频次 (不少于)	总频次 (不少于)
冬奥会重点 专题节目中	2026年2月8日 -2月22日 约12:00-13:00 《米兰最前沿》	CCTV-5	平均1次/期	不少于14次
	2026年2月8日 -2月22日 约21:30-22:30 《全景米兰》	CCTV-5	平均1次/期	不少于14次
	2026年2月22日 闭幕式特别节目	CCTV-5	平均1次/期	不少于1次
	小计			不少于43次
频次合计				不少于281次

说明：

- (1) 节目名称、赛事及节目播出时间为暂定，以实际播出为准；
- (2) 本方案播出时间除特殊标注外均为北京时间；
- (3) 所有广告形式均需向 IOC 报备通过后确定；
- (4) 如因特殊原因导致广告未能播出，将按照价值对等原则安排补播，本方案播出和回报频次为平均频次，保证总频次。
- (5) 本方案如实际播出安排发生临时变化，具体回报调整方式由总经理室与企业协商确定；
- (6) 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

附件：

## 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会 AI 独家合作伙伴 个性化专题宣推片

为使 AI 品牌切实参与总台冬奥转播报道，并利用冬奥契机宣传推广 AI 品牌技术在重大体育赛事转播中的应用及性能，AI 品牌拥有总台冬奥转播电视端及新媒体端所有节目 AI 技术优先使用权。

## 广告回报

### (1) 播出形式:

回报	时长	形式/内容	呈现位置
5秒标板	约5秒	画面出现企业名称或标识, 配音为: 总台冬奥转播AI独家合作伙伴*** (企业名称)! (口播语可协商确定)	素材前播出
素材内容	约15-20秒	客户利用AI技术生成的素材内容	/

### (2) 广告播出安排:

播出位置	播出时间 (北京时间)	播出频道	频次(不少于)	总频次 (不少于)
直播赛事 或首次重播 赛事内	2026年2月8日 -2月22日 约16:00-28:00	CCTV-5	平均7次/天 (其中16:00-24:00 不少于3次/天)	不少于98次
		CCTV-5+	平均5次/天 (其中16:00-24:00 不少于2次/天)	不少于70次
		CCTV-16	平均5次/天 (其中16:00-24:00 不少于2次/天)	不少于70次
<b>小计</b>				<b>不少于238次</b>
冬奥会重点 专题节目中	2026年2月8日 -2月22日 约7:00-9:00 《米兰晨报》	CCTV-5	平均1次/期	不少于14次
冬奥会重点 专题节目中	2026年2月8日 -2月22日 约12:00-13:00 《米兰最前沿》	CCTV-5	平均1次/期	不少于14次

播出位置	播出时间 (北京时间)	播出频道	频次 (不少于)	总频次 (不少于)
	2026年2月8日 -2月22日 约 21:30-22:30 《全景米兰》	CCTV-5	平均 1 次/期	不少于 14 次
	2026年2月22日 闭幕式特别节目	CCTV-5	平均 1 次/期	不少于 1 次
小计				不少于 43 次
频次合计				不少于 281 次

说明：

- (1) 节目名称、赛事及节目播出时间为暂定，以实际播出为准；
- (2) 本方案播出时间除特殊标注外均为北京时间；
- (3) 所有广告形式均需向 IOC 报备通过后确定；
- (4) 如因特殊原因导致广告未能播出，将按照价值对等原则安排补播，本方案播出和回报频次为平均频次，保证总频次。
- (5) 本方案如实际播出安排发生临时变化，具体回报调整方式由总经理室与企业协商确定；
- (6) 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

## 附件

# 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会

## 赛事 L 屏广告融媒体赛场呈现

### 1、广告形式：

在比赛间歇（暂停、局间、中场休息等）或没有“自然间歇”规则的长时间比赛项目时，根据规范所示，向“L”形信息区域内投放广告。广告区域背景色可设计为企业主题色。



### 广告区域

#### 压缩区域：

- 可包含广告区域和/或持权播商视觉标识区域
- 必须与赛事转播界面的内容明显不同
- 如果频道标识或任何其他奥林匹克知识产权出现在压缩区域，则其不得覆盖（即使是部分）广告区域，并且必须与广告区域明显分开
- 对于第三方，必须包含限定语：“由 [某频道] 奥运会报道的赞助商 [第三方名称] 为您呈现”或“该节目由 [第三方名称] 呈现”。

### 2、广告时长：

约 5 秒品牌元素展示。

### 3、广告播出安排：

播出位置	播出时间 (北京时间)	播出频道	频次 (不少于)	总频次 (不少于)
直播赛事 或首次重 播赛事内	2026年2月7日 -2月22日 约 16:00-28:00	CCTV-5	平均 6 次/天 (其中 16:00-24:00 不少于 3 次/天)	不少于 90 次
直播赛事 或首次重 播赛事内	2026年2月7日 -2月22日 约 16:00-28:00	CCTV-5+	平均 4 次/天 (其中 16:00-24:00 不少于 2 次/天)	不少于 60 次
		CCTV-16	平均 4 次/天 (其中 16:00-24:00 不少于 2 次/天)	不少于 60 次
<b>频次合计</b>				不少于 210 次

备注：

- (1) 本方案播出安排和总频次仅作为参考，实际播出根据转播赛事特性安排，优先在中国队比赛当中播出，以实际播出为准；
- (2) 具体回报形式、播出位置及频次需遵循 IOC 要求，经与栏目组协商确定并报 IOC 备案批准后实施，最终以实际播出为准；
- (3) L 屏广告不得干扰比赛转播；
- (4) L 屏广告仅限在比赛“暂停”期间播出，且符合在此类体育比赛中插播商业广告的习惯例；
- (5) 对于没有“自然间歇”规则的长时间比赛项目，可以在比赛期间播出 L 屏广告，但其播出方式应符合在此类体育比赛中插播商业广告的习惯例，在比赛的关键时刻，不得插播 L 屏广告。

附件

## 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会

### 《开、闭幕式》套装广告

#### 1、节目播出安排：

节目	播出频道（暂定）	播出安排（暂定）
开幕式	CCTV-1、5、5+、16、13	意大利时间 2026 年 2 月 6 日周五约 20:00 （北京时间 2026 年 2 月 7 日周六约 03:00） （开幕式时长和具体时间待定）
闭幕式	CCTV-1、5、5+、16、13	意大利时间 2026 年 2 月 22 日周六约 20:00 （北京时间 2026 年 2 月 23 日周日约 03:00） （闭幕式时长和具体时间待定）

备注：节目播出安排为暂定，以实际播出为准。

#### 2、广告时长：15 秒

#### 3、广告播出安排：

15 秒广告共计 20 次，开幕式直播节目前、后，以及闭幕式直播节目前、后播出（播出位序以总经理室相应规则为准），具体安排如下：

播出位置	CCTV-1	CCTV-5	CCTV-5+	CCTV-16	CCTV-13
开幕式直播节目前	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次
开幕式直播节目后	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次
闭幕式直播节目前	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次
闭幕式直播节目后	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次

备注：

- （1） 具体播出时间、频道根据转播计划确定，以实际播出为准；
- （2） 如开、闭幕式次日在 CCTV-1、5、5+、16、13 重播，则广告在重播节目前、后带入，未带入不予补偿；
- （3） 企业广告播出位序按转播相应规则最终排序确定。

## 附件

# 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会 开、闭幕式间隔标版

### 1、节目播出安排：

节目	播出频道（暂定）	播出安排（暂定）
开幕式	CCTV-1、5、5+、16、13	意大利时间 2026 年 2 月 6 日周五约 20:00 (北京时间 2026 年 2 月 7 日周六约 03:00) (开幕式时长和具体时间待定)
闭幕式	CCTV-1、5、5+、16、13	意大利时间 2026 年 2 月 22 日周六约 20:00 (北京时间 2026 年 2 月 23 日周日约 03:00) (闭幕式时长和具体时间待定)

备注：节目播出安排为暂定，以实际播出为准。

### 2、广告时长：10 秒

### 3、广告播出安排：

开闭幕式前后分别播出 A 区、B 区两组产品的标版，A 区在前、B 区在后，划分为三个分区：

B 标版内容为“米兰冬奥会开/闭幕式由中央广播电视总台 2026 年米兰冬奥会转播行业合作伙伴为您呈现”（暂定），并共同展示行业合作伙伴客户的品牌元素。

具体安排如下：

播出位置	A 标版
开幕式 直播节目前	A 区倒三位置（暂定，以实际情况为准），共同展示冬奥“品牌”进行时、冬奥“品牌”时刻两家客户企业 LOGO。 展示顺序同开、闭幕式套装广告位序
开幕式 直播节目后	A 区正三位置（暂定，以实际情况为准），共同展示冬奥“品牌”进行时、冬奥“品牌”时刻两家客户企业 LOGO。 展示顺序同开、闭幕式套装广告位序

播出位置	A 标版
闭幕式 直播节目前	A 区倒三位置（暂定，以实际情况为准），共同展示冬奥“品牌”进行时、冬奥“品牌”时刻两家客户企业 LOGO。 展示顺序同开、闭幕式套装广告位序
闭幕式 直播节目后	A 区正三位置（暂定，以实际情况为准），共同展示冬奥“品牌”进行时、冬奥“品牌”时刻两家客户企业 LOGO。 展示顺序同开、闭幕式套装广告位序

播出频次：

播出位置	CCTV-1	CCTV-5	CCTV-5+	CCTV-16	CCTV-13
开幕式直播节目前	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次
开幕式直播节目后	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次
闭幕式直播节目前	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次
闭幕式直播节目后	1 次	1 次	1 次	1 次	1 次

注：

- （1） 具体播出时间、频道根据转播计划确定，以实际播出为准；
- （2） 如开、闭幕式次日在 CCTV-1、5、5+、16、13 重播，则广告在重播节目前带入，未带入不予补偿；
- （3） 具体企业广告播出位置按转播合作伙伴签约相关规则最终排序确定。

附件

## 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会 全程赛事广告套装

1、广告时长：15 秒

2、广告播出安排：

播出位置	播出时间 (北京时间)	播出频道	频次（不少于）	总频次 (不少于)
------	----------------	------	---------	--------------

直播或首次重播赛事内	2026年2月7日 -2月22日 约16:00-28:00	CCTV-5	平均7次/天 (其中16:00-24:00 不少于3次/天)	不少于105次
		CCTV-5+	平均5次/天 (其中16:00-24:00 不少于2次/天)	不少于75次
		CCTV-16	平均5次/天 (其中16:00-24:00 不少于2次/天)	不少于75次
赛事精编 节目内 (CCTV-1如 安排冬奥赛 事重播,则 广告带出; 如CCTV-1无 冬奥赛事重 播,广告无法 播出不予 补偿)	2026年2月8日 -2月23日	CCTV-1	平均3次/天	以实际播出为准
		CCTV-2	平均3次/天	不少于45次
	2026年2月8日 -2月23日 约6:00-16:00	CCTV-5	平均3次/天	不少于45次
		CCTV-5+	平均3次/天	不少于45次
CCTV-16	平均3次/天	不少于45次		
<b>频次合计</b>				不少于435次

备注:

- (1) 本方案保证 CCTV-5、5+、16 播出总频次; CCTV-1 如安排冬奥赛事重播,则广告带出;如 CCTV-1 无冬奥赛事重播,广告无法播出不予补偿。
- (2) 本回报不设指定广告位置;
- (3) 本方案回报频次为暂定,具体广告播出时间及频次根据赛事场次安排确定;播出安排中涉及时间均为北京时间(暂定)。

附件

## 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会 总台转播车车身合作专案

## 合作内容:

- 1、总台 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会转播车车身品牌 LOGO 展示;
- 2、总台 2026 年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬奥会转播车将在冬奥会开幕式后进行米兰市区巡游, 品牌形象伴随曝光;



## 附件

# 总台新媒体·2026 年冬奥会《AI 米兰》新媒体 合作方案

【发布平台】央视体育客户端及第三方平台账号; 央视频第三方平台账号

【广告回报期】2025-2026 年 (具体以实际执行时间为准)

### 【央视体育 广告回报】

客户端	开机启动图:	央视体育客户端开机启动图, 形式为独占 (具体呈现形式可协商确定) 频次: 1 天
	焦点图	央视体育客户端焦点图, 形式为独占 (具体呈现形式可协商确定) 频次: 1 天
跨平台	A+级短视频合作:	与企业合作一条 AI 性质的短视频, 短视频中体现企业元素并在央视体育客户端及第三方平台账号发布 (具体呈现形式可协商确定)

频次：1 条

### 【央视频 广告回报】

跨平台	短视频直发	在央视频第三方平台账号直发相关短视频，短视频中体现企业元素（具体呈现形式可协商确定）
-----	-------	--

频次：1 条

## 附件

# 总台新媒体·2026 年《AI 即时战报》合作方案

**【项目介绍】**2026 年米兰冬奥会期间，总台将在米兰核心区域计划打造集品牌展示、融媒体内容生产、高端商务社交与文化交流于一体的“中国品牌主场”。内部拟设**【发布广场】**以创新形式助力品牌全球首秀；**【品牌会客厅】**汇聚各界名流开展高端对话；**【品牌聚场】**用沉浸式互动展台与特色户外集市展示品牌魅力。

**【发布平台】**央视频客户端及第三方新媒体平台账号、央视体育第三方新媒体平台账号、CGTN 英文相关新媒体平台账号（具体平台及账号以实际播出为准）。

**【广告回报期】**2026 年（以实际发布时间为准）

### 【央视频广告回报】

客户端“黄金赛事”账号	短视频合作：	在央视频客户端“黄金赛事”账号发布短视频，在发布的短视频中体现企业元素（具体形式及发布平台协商而定）。
-------------	--------	---

频次：共 20 条。

海报	企业元素体现：	在节目海报中可体现企业元素（具体形式协商确定）。
----	---------	--------------------------

频次：共 20 张。

客户端	tab 页焦点图：	央视频客户端 tab 页焦点图，形式为 1/2 轮。（具体形式协商而定）。
-----	-----------	---------------------------------------

频次：共 20 天。

### 【央视体育广告回报】

客户端	短视频直发 / 拆条：	在央视体育客户端发布短视频，短视频中体现企业元素（具体形式及发布平台协商而定）。
-----	-------------	--

频次：共 20 条。

	首页焦点图：	央视体育客户端首页焦点图，形式为 1/2 轮。（具体形式协商而定）。
--	--------	------------------------------------

频次：共 20 天。

附件

## 总台新媒体·2026 年米兰冬奥会《中国队即时播报》方案

【发布平台】央视体育客户端

【广告回报期】2026 年 2 月（具体以实际执行时间为准）

【央视体育 广告回报】

客户端 直播环节合作：在央视体育客户端发布 2026 年米兰冬奥会《中国队即时播报》（语音播报）中体现企业元素（具体呈现形式可协商确定）  
频次：10 次

附件

## 总台新媒体·2026 年央视新闻《荣耀之路》方案

【项目介绍】《荣耀之路》AIGC 系列短视频，单期时长 1 分钟。拟结合 AIGC 技术，在巴黎奥运周期首推首发《荣耀之路》系列短视频，在宣布夺冠的同时迅速生成短视频，第一时间向大众讲述荣耀故事、普及荣耀背景。结合央视新闻奥运首推首发“源新闻”的平台能力，抢占奥运报道绝对先机。

【发布平台】央视新闻客户端及第三方平台账号

【广告回报期】2026 年（以实际播出时间为准）

【广告回报】

跨平台 短视频直发：在央视新闻客户端及第三方短视频平台账号直发《荣耀之路》主题视频，短视频中可体现企业元素（具体形式和平台由三方协商而定），12 条。

附件

## 总台新媒体·2026 年冬奥会奖牌榜方案

【发布平台】央视体育、央视频客户端

【广告回报期】2026 年 2 月（具体以实际执行时间为准）

【央视体育 广告回报】

客户端 冠名体现：在央视体育客户端推出的奖牌榜中体现企业元素（具体呈现形式可协商确定）  
频次：16 天

【央视频 广告回报】

客户端 冠名体现：在央视频客户端推出的奖牌榜中体现企业元素（具体呈现形式可协商确定）

频次：16天

附件

## 总台新媒体·2026年米兰冬奥会赛事贴片套装广告方案

【发布平台】央视体育及央视频客户端

【广告回报期】2026年（以实际播出时间为准）

【广告回报】

平台	广告形式	时长	形式	位置	场次/天数	
央视频客户端	tab 页焦点图		1/4 轮	正常	16 天	
	冬奥会开幕式直 播前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	1 场	
	冬奥会开幕式点 播前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	1 天	
	冬奥会闭幕式直 播前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	1 场	
	冬奥会闭幕式点 播前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	1 天	
	冬奥会赛事直播 前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	16 天	
	冬奥会赛事点播 前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	16 天	
	央视体育客户端	tab 页焦点图		1/4 轮	正常	16 天
		冬奥会开幕式直 播前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	1 场
		冬奥会开幕式点 播前贴片	15 秒	1/4 轮	正常	1 天
冬奥会闭幕式直 播前贴片		15 秒	1/4 轮	正常	1 场	
冬奥会闭幕式点 播前贴片		15 秒	1/4 轮	正常	1 天	
冬奥会赛事直播 前贴片		15 秒	1/4 轮	正常	16 天	
冬奥会赛事点播 前贴片		15 秒	1/4 轮	正常	16 天	

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、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。
- 3、本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
- 4、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。企业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。
- 5、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。
- 6、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。
- 7、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，节目及预告等相关物料未经总经理室批准，企业不得用于任何形式的二次传播。
- 8、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（物料中可体现总台新媒体和企业联合 logo）。
- 9、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。
- 10、合作不得过于商业化，若因商业化问题导致不能发布，责任由企业承担。
- 11、此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。
- 12、以上方案适用于时长小于 2 小时的直播，若直播时长超过 2 小时，则需按节目实际时长核算价格。（直播带货不超过 3 小时）
- 13、总台新媒体第三方短视频平台账号指：“抖音、快手、b 站等平台的账号”，跨平台播出将在不少于两个平台进行播出。
- 14、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。