

特别说明

此资料来自豆丁网(<http://www.docin.com/>)

您现在所看到的文档是使用**下载器**所生成的文档

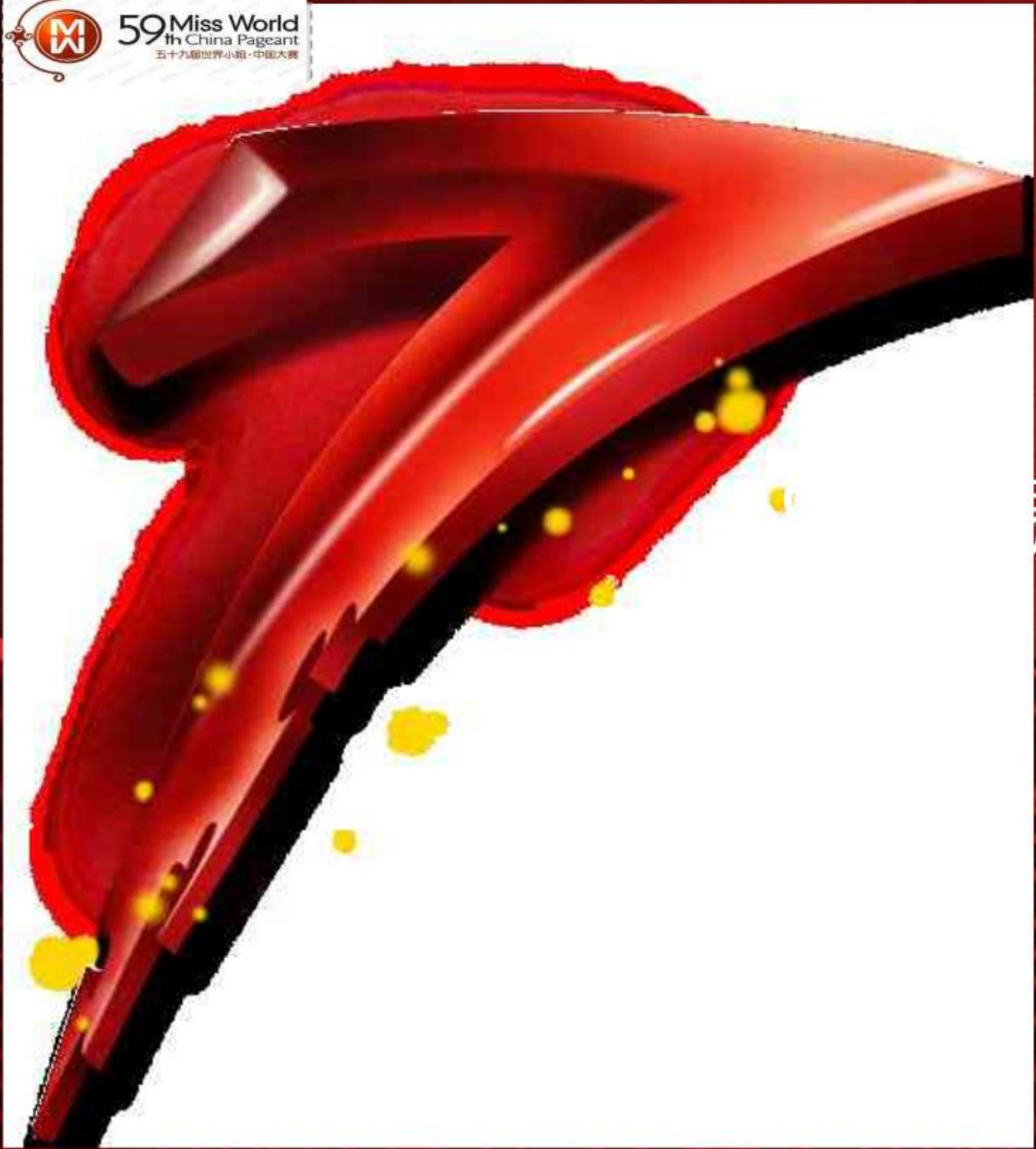
此文档的原件位于

<http://www.docin.com/p-35410818.html>

感谢您的支持

抱米花

<http://blog.sina.com.cn/lotusbaob>



世界小姐大赛主题赛事

高尔夫专项推广方案

世界小姐赛事表



世界小姐大赛介绍



59th Miss World
China Pageant
五十九届世界小姐·中国大赛

Synopsis 世界小姐简介

世界小姐 (Miss World) 大赛始于1951年, 是全球举办时间最早、规模最大、影响最高的国际选美赛事, 最初称为“节日比基尼竞赛”, 为宣传英国旅游业而创立, 后来英国新闻界称之为“世界小姐” (Miss World)。



从1951年至2008年, 世界小姐大赛已经成功举办了58届, 赛事覆盖全球110多个国家, 成为具有世界影响力的年度时尚文化盛典, 其全球总决赛的热烈程度不亚于奥斯卡金像奖颁奖典礼, 在每一时刻吸引了世界各地二十多亿人的目光。“世界小姐”以她独特的方式吸引着世界各地人民和媒体的关注。

世界小姐总决赛坚持倡导“有意义的美丽”的理念, 以促进世界和平, 推动文化交流, 树立杰出女性榜样和用她们成就儿童为宗旨, 德才兼备, 充满爱心, 积极向上的优秀女性代表, 通过她们将和平、友谊和爱心在世界范围内传播并发扬光大。

In China 世界小姐在中国

世界小姐大赛于2003年首度引进中国, 从那一年起, 我国已连续举办了6届“世界小姐中国大赛” (也称为“世界小姐中国总决赛”), 产生了关涛、杨金、赵婷婷、刘多、张梓琳、梅琳凌等优秀的“中国小姐”, 她们代表中国在世界总决赛中取得了不俗的成绩, 特别是第57届“中国小姐”张梓琳荣获了世界小姐总冠军称号, 成为第一位在世界选美舞台上取得冠军的华人。“中国小姐”充分展示了新时代东方女性的崭新风貌, 提升了我国在世界上的美誉度和亲和力, 促进了我国的对外开放和对外交流。

“世界小姐中国大赛”是中国目前规模最大、品牌美誉度最好的国际选美大赛, 其赛事品牌、赛事水准代表着中国目前最高的选美水平。

“世界小姐中国大赛”所评选的是内外兼备、当代慧中的现代女性杰出代表, 彰显和弘扬的是新时代东方女性的新风貌, 大赛以提升公众的品牌参与和品位、助力慈善公益事业为己任, 确立了国际选美赛事的行业规范, 同时, 也为参与企业提供了最好的宣传契机, 让相关企业借助中国大赛的响亮品牌, 实现品牌和销售的双飞, 获得社会效益和经济效益的双赢。

2003年11月9日至12月6日, 第53届世界小姐总决赛首次被邀请到中国举办, 来自世界109个国家的佳丽在中国香港、北京、上海、西安进行了大型巡游活动, 在美丽的热带滨海城市三亚市举行了向全球20亿人直播的盛大的总决赛晚会, 引起了国内、国际的轰动, 这是有史以来第一次在中国举行的国际性选美大赛, 也是由中国市政府主办的最具品牌意义的选美赛事, 被外界誉为中国改革开放的又一标志, 此后, 三亚市又相继举办了三次世界小姐总决赛, 成为世界上第二座举办过四次世界小姐总决赛的城市, 由此, 三亚市走上了“美丽经济”腾飞的道路, 迅速提升了城市品牌知名度和美誉度, 加快了三亚成为国际著名旅游度假型滨海城市的进程。

大赛介绍

(MissWorld) 从1951年至2008年, 世界小姐大赛已经成功举办了58届, 赛事覆盖全球110多个国家, 成为具有世界影响力的年度时尚文化盛典。

世姐提倡慈善义举, 每年都组织和举办各种类型的慈善活动, 已累积向全球慈善机构捐款达2.5亿英镑。

07年12月, 中国小姐张梓琳在国际舞台大放异彩, 夺得第57届世界小姐总决赛冠军。这是第一位华人世界小姐, 也是中国人在世界选美舞台上的首次问鼎, 更是中国综合国力明显提高的有力证明。当世界小姐的皇冠戴在一位中国姑娘头上的时候, 当世界第一美女被公认为中国人的消息传遍大江南北的时候, 祖国沸腾了, 华人沸腾了。



MISS WORLD PAGEANT
To elect the most beautiful and talented woman

MISS WORLD LIMITED
22-26 Albert Embankment, London SE1 7TJ
Email: missworld@missworld.com Website: www.missworld.com
DIRECTORS: JULIA E MORLEY (Executive Chairman)
MICHAEL MACARIO FCA

9th March 2009

世界小姐机构授权书

This is to confirm that Beijing Huayi is the officially agreed China License Holder to organise the Miss China Final for Miss world 2009.

世界小姐机构正式指定北京华艺百年国际文化传媒有限公司为2009年世界小姐大赛中国总决赛官方推广机构。

Julia Morley
朱丽安·莫莉
Chairman Miss World Limited
世界小姐机构执行主席



- 高尔夫这个由皇家宫廷兴起的运动，以其高昂的运营成本及独特的文化内涵，一直以来都只有少数人群可以参与。
- 因此高尔夫也成了上等贵族的代名词。高尔夫俱乐部自然就成了上等人仕重要社交场所之一。
- 高尔夫项目的举办更是成为财富追逐的对象，能够聚集上流社会关注的运动。





中信国安第一城高尔夫花园位于京、津、冀交界“金三角”地带，毗邻京津国道，是现在我国唯一一座古典与现代完美结合，中西合璧的27洞国际锦标赛级球场，她由环城18洞和内城9洞灯光球场组成的高尔夫花园球场。





由中信集团投资兴建的中信国安第一城是京郊唯一一家集18洞加9洞高尔夫，超5星级酒店，会展，国内外美食，综合大型娱乐设施和佛教文化于一体的目前国内规模最大的综合性国际会展中心。

世界小姐与高尔夫-契合点



高端

经济实力、地位、消费能力、世界级



影响力

时尚界、富人群、国内外媒体360报道



文化

“绅士运动”、“美丽文化”、
“慈善事业”



焦点

主流时尚、高端赛事、焦点人物聚焦



59界世界小姐大赛中国区**28**个城市分赛区的冠、亚、季军，共约**84**名佳丽与中国商界精英、高尔夫爱好者、政坛宾客齐聚中西合璧的国际锦标赛级球场-北京中信国安第一城高尔夫花园。

赞助商冠名的主题高尔夫赛事，佳丽们与球友在活动中深切互动，诠释着美丽与高贵。活动中设置分组比赛、T台展示、球技比拼、慈善颁奖、慈善晚宴。慈善晚宴上邀请**58**届世界小姐大赛冠军、世界小姐大赛唯一一位华人女冠军--张辛琳小姐登台为赞助商品亲笔签名，拍卖。拍卖所得善款当晚即捐献红十字协会。

为其两个月的活动宣传；中国分赛站的百名佳丽；百名中国商界大亨；百家网络、电视、户外、报纸、杂志媒体；华北最高质量的高尔夫球场；即将上演一场盛况空前的美丽文化、体育文化、慈善文化的盛会。

赛事参与者



活动围绕高尔夫运动展开，吸引京城众多高尔夫球手参加，活动结束的慈善晚宴更易于高尔夫球爱好者交流交际、攀谈球技。

高尔夫爱好者

59届世界小姐大赛是中国目前规模最大、品牌美誉最顶级的选美大赛，其赛事品牌、赛事水准代表中国目前最高的选美水平。中国赛区，28大城市的84名佳丽是本次高尔夫主题活动的参与者

中国赛区
模特三强

高尔夫运动在今天仍是地位显赫、商界大亨的首选运动。

参加本次活动有化工、IT、电子、汽车、咨询、酒店等高端经理人、高层管理应邀参加

商务精英
上流人士



受众人群



体育运动爱好者



时尚达人、白领



中层管理、商界精英



对时尚与奢侈品界敏感
人群、关注高端赛事、
关注

活动通过现场参与媒体直播覆盖人群一亿人以上，人群入均在12万/年薪以上

1、活动概述

2、宣传媒体

3、活动亮点

4、活动内容

5、活动价值

6、赞助回报

7、历届回顾



一、活动概况

一、活动概述

活动名称

59届世界小姐大赛全国总结赛-××高尔夫专场

活动时间

2009年9月16日

活动地点

中信国安第一城高尔夫花园

主题/基调

高雅、运动、尊贵、实力、高尔夫

活动主办

第一城高尔夫花园

活动协办

中国国安文化传媒投资有限公司

推广执行

中国国安文化传媒投资有限公司

合作媒体

旅游卫视、BTV、新浪、雅虎、晶力中国、国安广告

参与人员

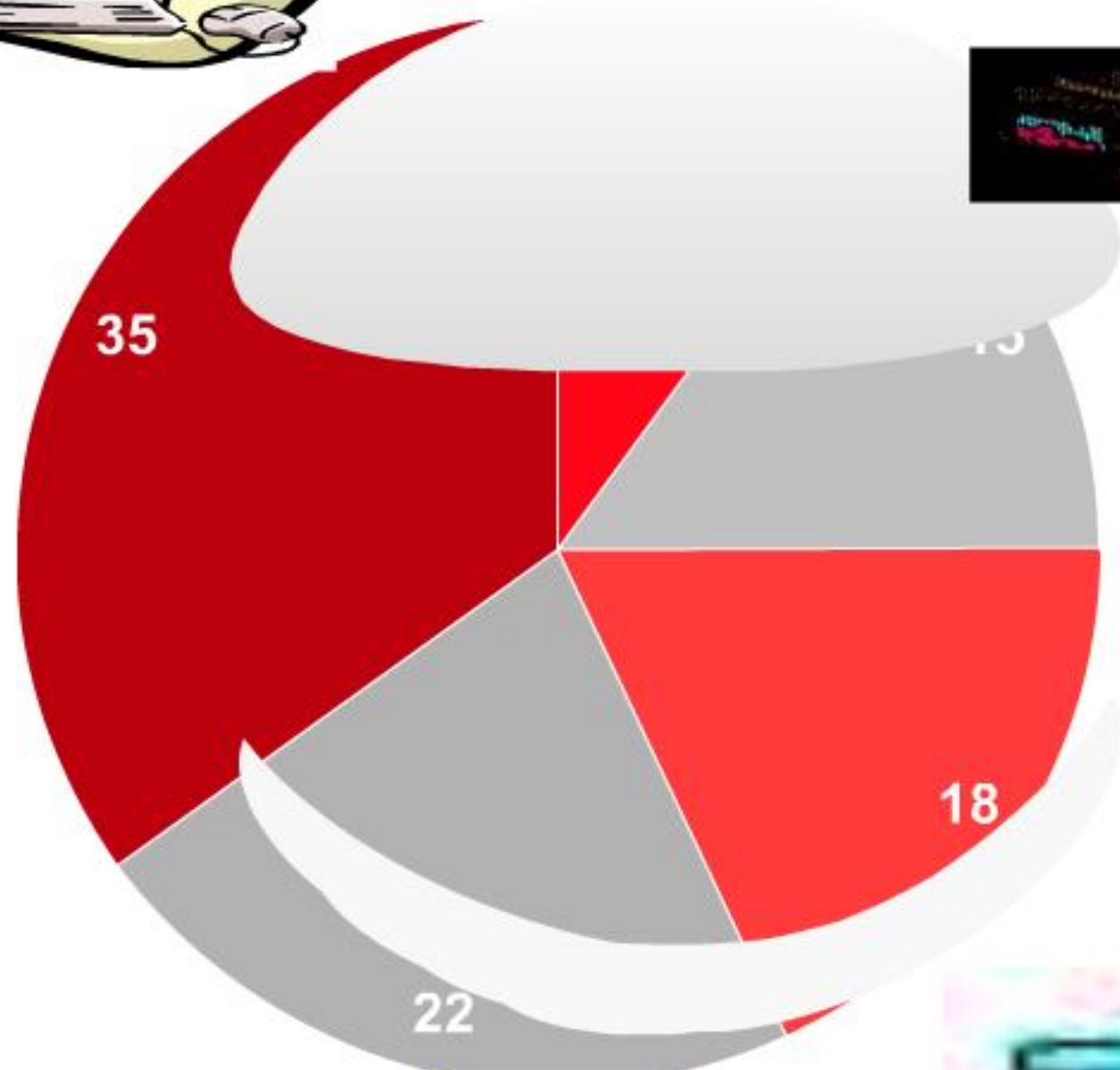
28城市佳丽冠、亚、季军；百位商界精英；高尔夫会员





二、媒体

二、媒体



媒介选择

网络媒体35%：新浪、搜狐、TOM、奢华亚洲、
电视媒体22%：旅游卫视、BTV-2、辽宁卫视
楼宇、户外18%：报纸、杂志15%；活动现场10%
前期宣传：7月-9月15日

媒体推广由中国国安文化传媒投资有限公司全程代理



三、活动亮点

三、活动亮点

活动本身亮点

59届世界小姐大赛起于1959年，世界级最高选美赛事。高尔夫源于贵族游戏，商界、政界高端人士最为追捧



作为世界级选美赛事与高尔夫项目结合的活动，其受众针对中高端阶层。从宣传到活动设置均围绕高端品质开展。



本活动参与精英人士上百人，参与形式灵活多样，全天活动互动，将在北京掀起一波夏日热潮。

世界小姐大赛分布全国28个大中城市，参与人数30万。世界小姐与高尔夫项目结合尚属首次，必定盛况空前。



旅游卫视总量2个小时以上的报道，BTV、高尔夫频道现场直播总量将达30分钟。其它如平面、网络、户外广告等表现形式将在活动前中后持续2个月的宣传报道。

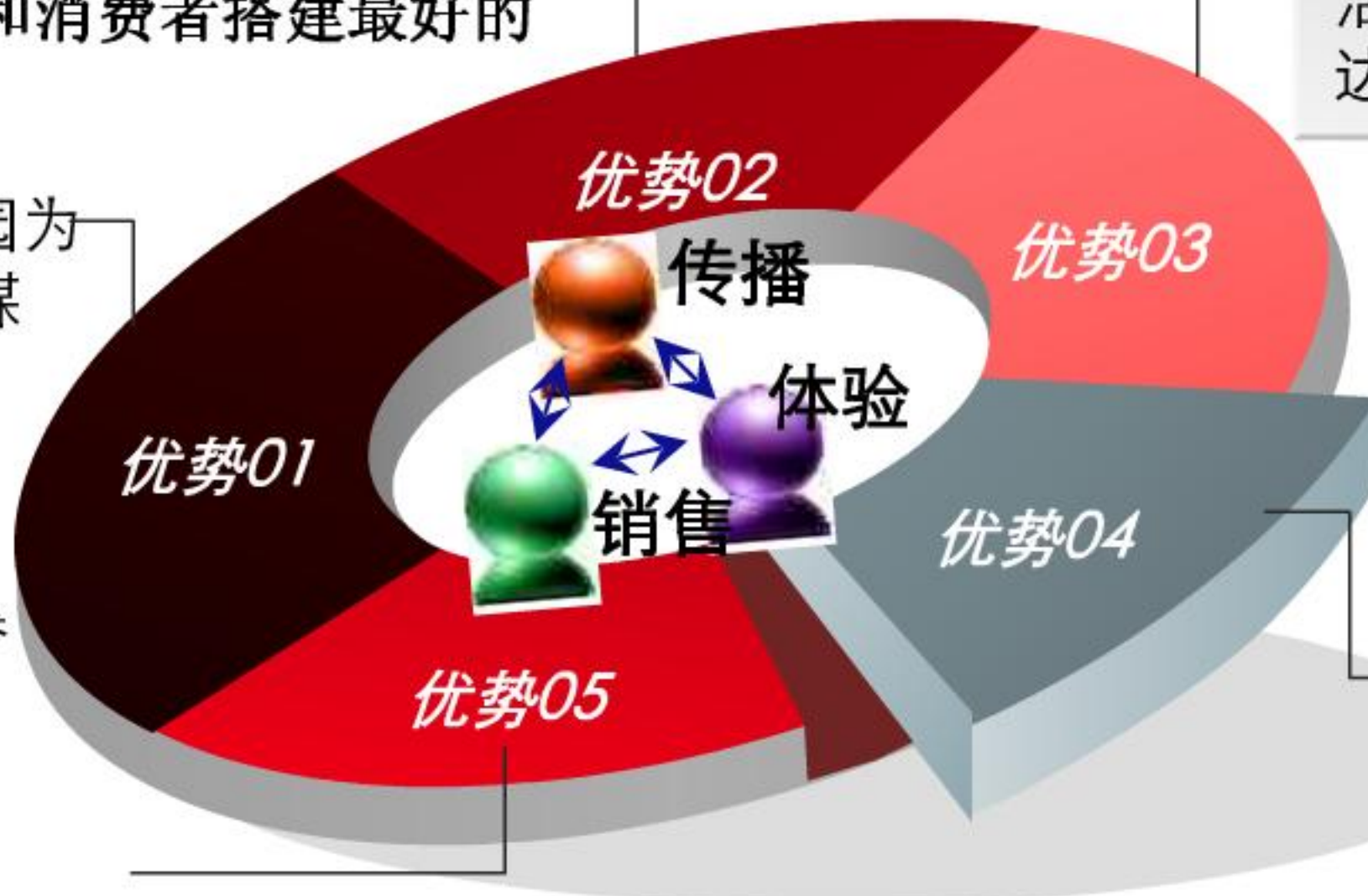
活动参与者绝大多数为企业最终目标消费群体，并可通过特殊手段组织企业所需指定目标人群。为企业和消费者搭建最好的沟通平台。

企业品牌以一城高尔夫花园为中心辐射全北京市，并在媒介的宣传报道下波及全国。

国际名模参与、中国商界精英参与融入、名流社交概念的推广等，企业可获得多种隐性营销机会。

企业于本活动现场可组织多种形式的品牌体验活动，并能最大限度的达成体验效果。

本活动规模巨大，企业参与是实力的象征，可极大提升企业的知名度和社会影响力。

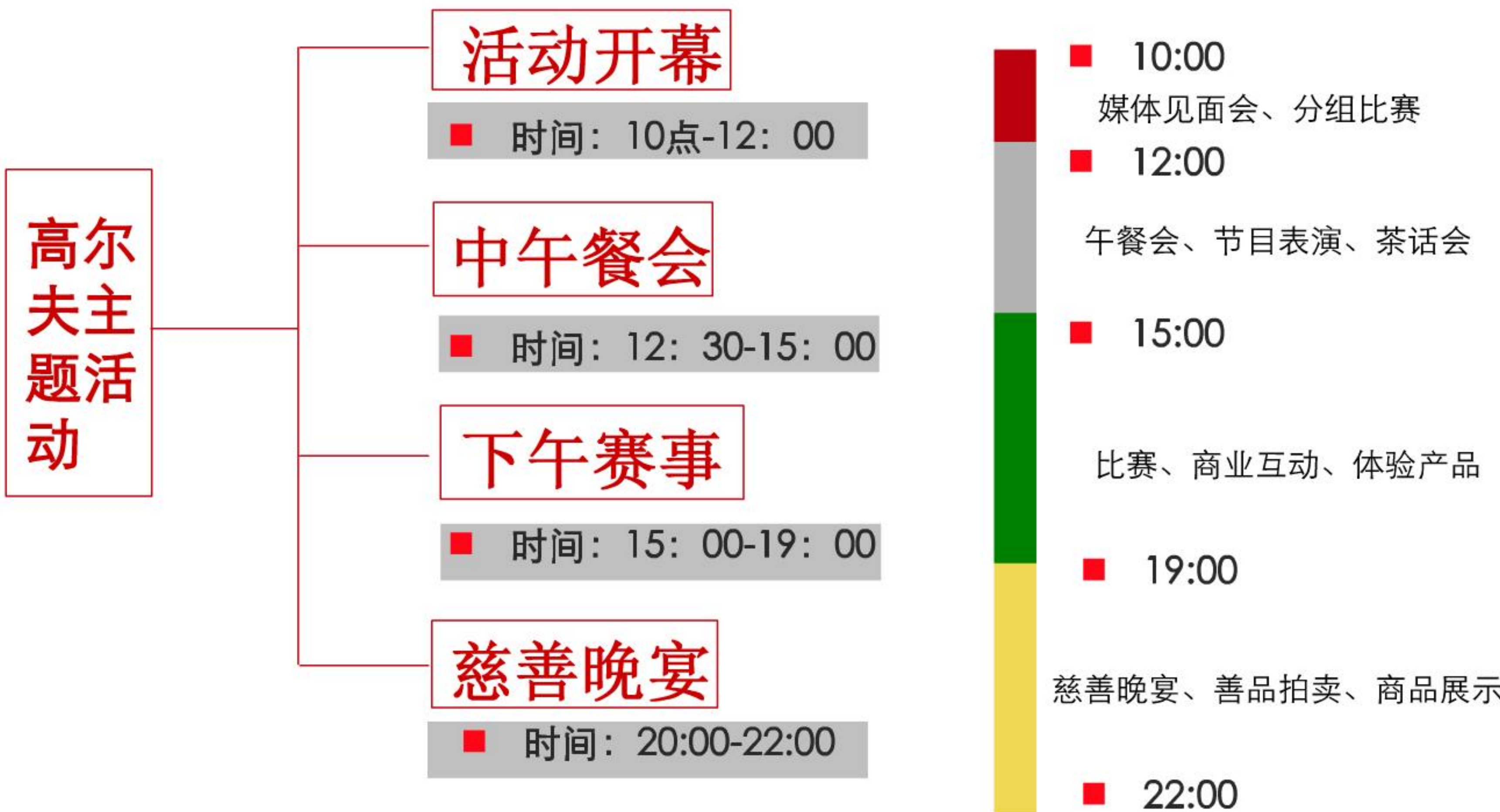


体验	传播	销售
企业于本活动现场可组织多种形式的品牌体验活动，并能最大限度的达成体验效果。	本活动拥有呈几何级增长的高效链式传播特性，可使有效传播范围无限放大。	活动参与人群消费能力巨大，能有效带动销售，以实现企业利润的增长和最大化。

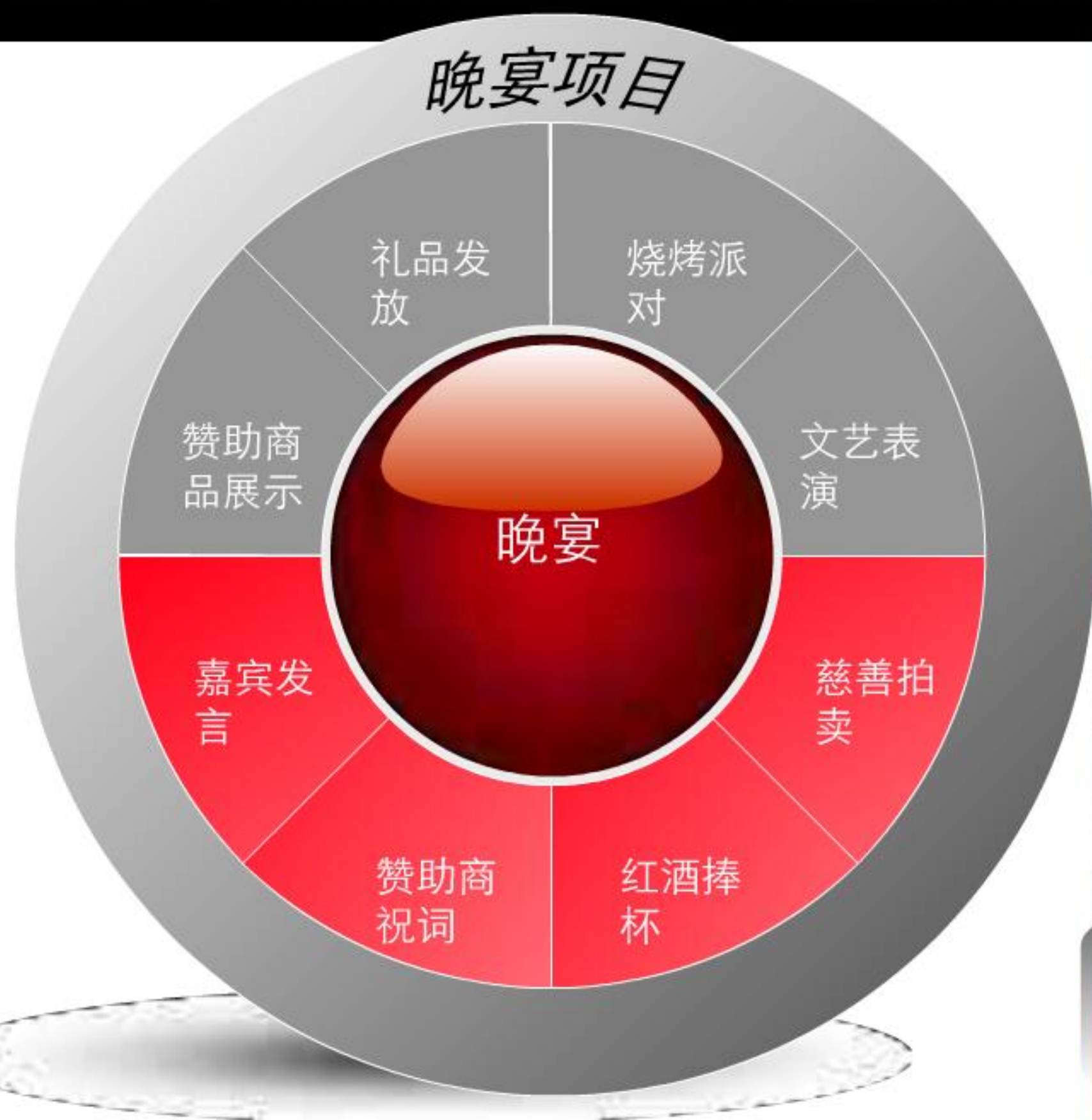


四、活动内容

四、活动内容



慈善晚宴



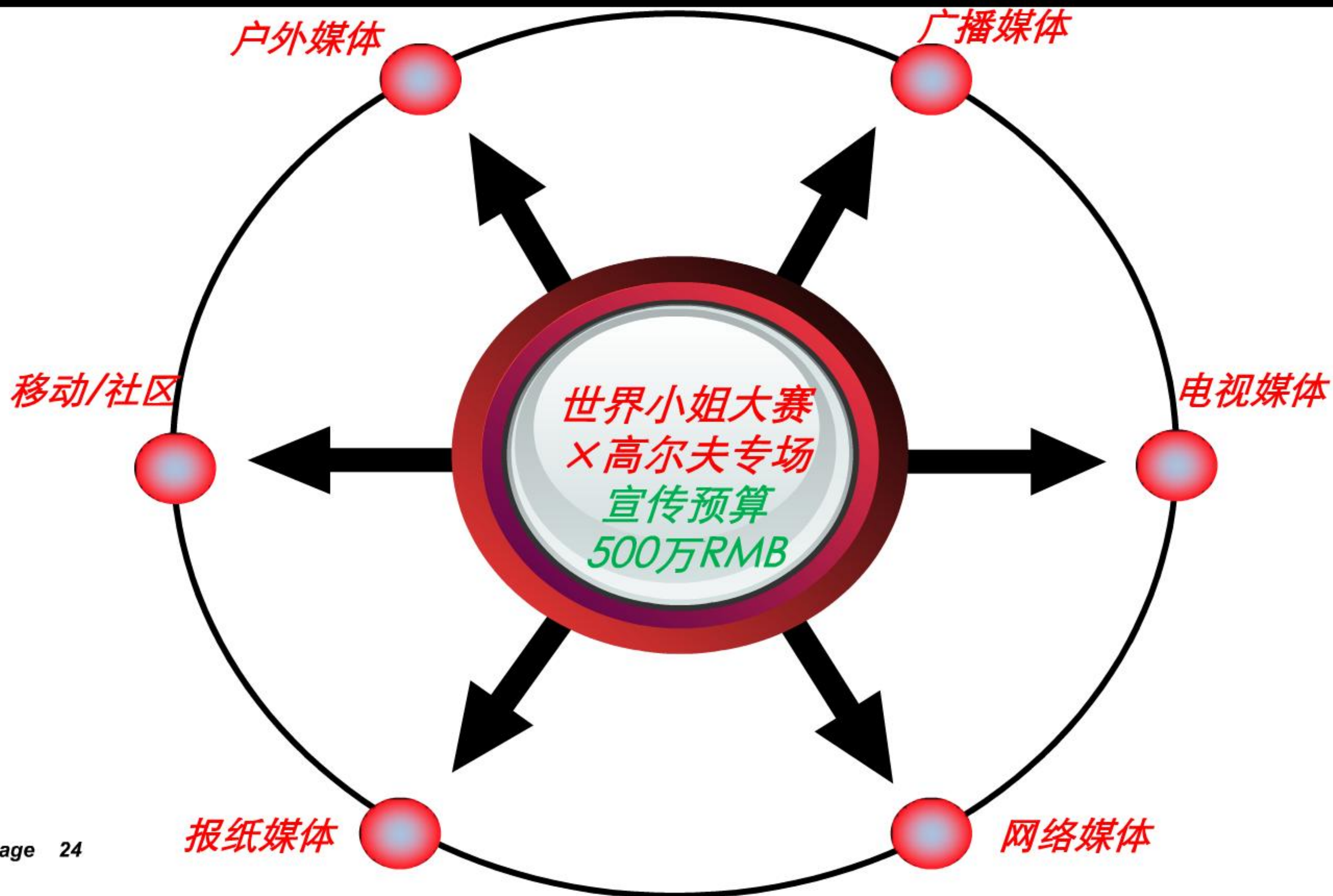


五、活动价值

活动价值



活动价值



活动价值

媒体名称	优势	发布周期	发布区域	发布数量	媒体价值/元	
					单价	合计
地铁广告	1、受众覆盖广泛； 2、辐射主力消费群体；	75天	1、CBD商圈； 2、A级写字楼；	1、每个站点2块； 2、共计30个站点；	6,000	720,000
楼宇广告 (高端)	1、北京高端工作区； 2、覆盖北京最核心的地区； 3、尽揽京城繁华；			1、每楼宇4-18块 2、约55座	约7,000	约 1,540,000
价值总计					2,260,000	



活动价值



媒体名称	优势	发布周期	发布数量	媒体价值/元	
				单价	合计
专题宣传片	1、信息传播及时 2、传播画面直观易懂，形象生动 3、传播覆盖面广,受众不受文化层次限制	60天	白天时段，5次/天，30秒/次	150,000	4,500,000
新闻专题 软性植入	1、信息传播及时 2、有画面和音响的结合，传播信息丰富 3、互动性强，观众可参与到节目中来		3次/天，30秒-5分钟不定	10,000	1,800,000
价值总计				6,300,000	



六、活动回报

六、赞助回报



品牌回报

1. 总冠名权

指定称谓权

主办方媒体宣传中称谓或标识体现

企业商业活动中名称使用权

商务或公益活动影像资料使用权

称谓使用期限一年

2. 活动现场的回报

活动现场体现冠名赞助商主题

活动纪念品中加入赞助商宣传印刷品及产品（由赞助商提供）。

活动中过程中设置赞助商品体验、互动环节。

3. 宣传品回报

活动周边护栏、海报、宣传册体现主题及企业标识；

节目册内封面体现主题，企业宣传版面2P。

4. 世界小姐现场体验赞助产品，展示商品优良特性。

5. 活动的官方网站与赞助商网站进行连接，并给予宣传。

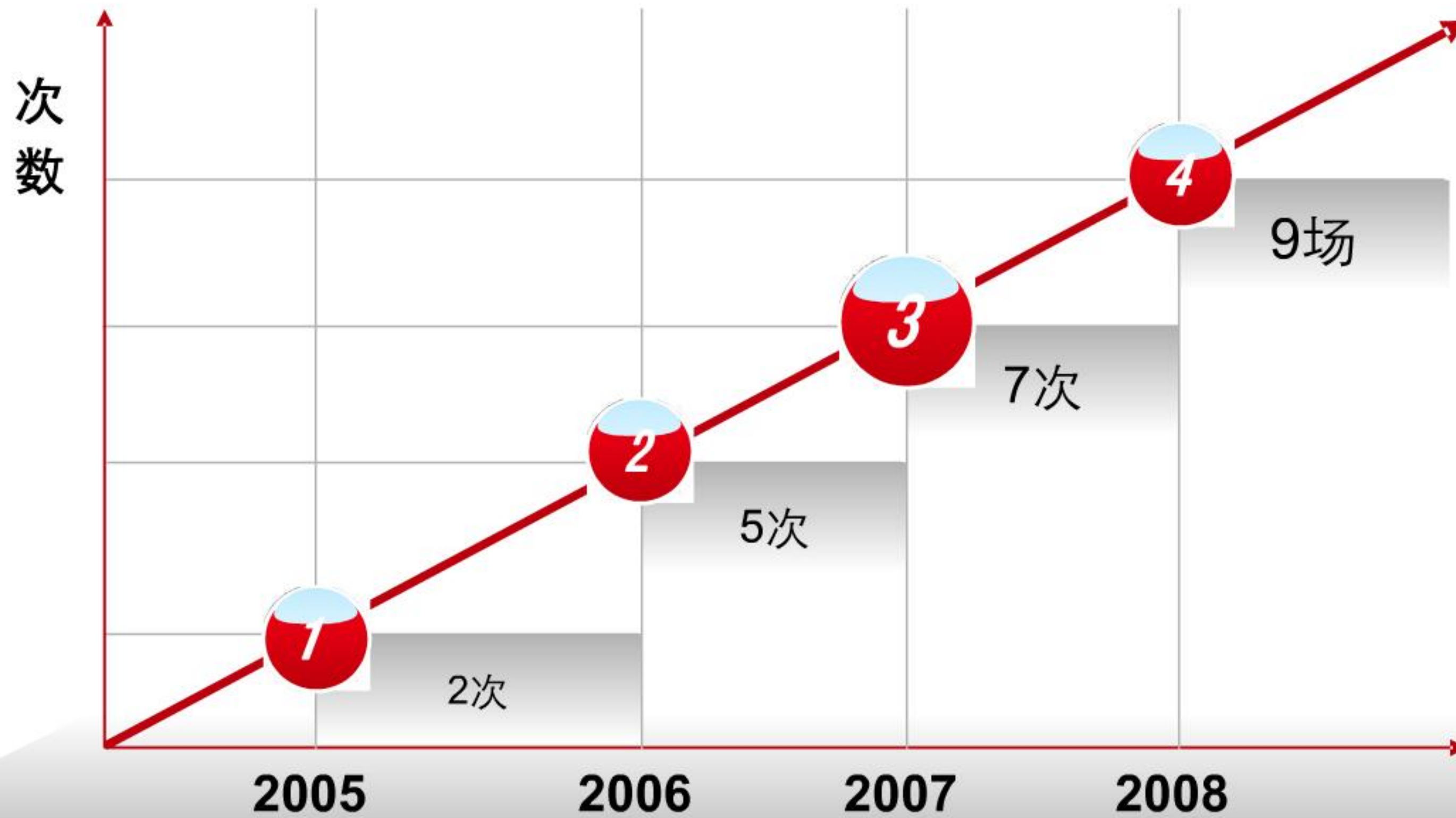
1. 新闻发布会背景板中心位置出现本次活动全称，并在背景板显著位置出现赞助商企业标识。
2. 新闻发布会现场主持台、席卡等区域、麦标、指示牌等设计体现赞助商产品形象。
3. 新闻发布会现场指定位置摆放赞助商X展架。
4. 赞助商代表出席新闻发布会，并对赞助商进行介绍。
5. 安排主要媒体采访赞助商。
6. 主持人新闻发布会鸣谢企业 5次以上。
7. 新闻发布会纪念品中加入赞助商宣传印刷品及产品（由赞助商提供）。
8. 新闻通稿中体现企业信息。
9. 户外媒体，户外路牌广告不少于2个月的发布期，显著位置出现赞助商企业标识。
10. 电视、电台宣传中提及企业信息。
11. 提供活动精彩视频及图片，赞助商可后续宣传。

1. 购买赞助商商品一定价值量商品可参加此次主题活动。
2. 赞助商可安排重要客户10名参加此次高尔夫主题活动。
3. 企业对推广活动的自主报道权。
4. 在活动推广现场安排企业产品展示宣传（自费）
5. 自身产品推广中可用项目形象（自费、需审）
6. 推广活动中可发放品牌礼品（自费）
7. 演出品牌可量身定制企业推广活动（自费）

历届赛事回放



中国世界小姐大赛主题商业赛事05-09年活动次数





整装待发,邀您起程

结束

THANKS

招商部: 靳鑫 Jecy

移动电话: 136 5133 2425

邮箱: jecy78793065@hotmail.com