



# 中国铁人三项联赛 招商方案

Chinese Triathlon league Execute Plan

# 目录页

Contents Page

- 01 体育营销与品牌推广
- 02 铁人三项运动的营销优势
- 03 中国铁人三项联赛简介
- 04 开放性商业平台“铁人村”
- 05 联赛资源介绍
- 06 联赛赞助商规划

# 体育营销与品牌推广



### **体育营销传播效果易被接受，营销效果事半功倍**

体育活动背后蕴涵商机 随着体育热潮的广泛传播，体育以观赏性、竞技性和游戏性的特点，成为全人类的主要盛典之一，也是最被广泛认同的人类活动。由此，产生的注意力经济和体育经济，深深影响着企业发展或品牌增值。



### **体育赛事兼具媒体功能，传播面广、聚焦性强**

在重大比赛现场，观众数量之多其他事件营销所不能企及的；赛事直播，媒体受众更是广泛体育非常有利于企业与目标对象进行沟通，快速提升品牌价值，快速推进国际化品牌赛程及品牌国际化增值。



以体育资源为基础，将企业品牌文化融入其中，通过赛事平台的聚合  
力，实现品牌文化软性定向输出。

# 铁人三项运动的营销优势

# 铁人三项拥有极高的文化融合性



## 品牌适应度高

具备了三项不同体育运动的特性。

## 活动多样化

综合了三项不同体育运动的特色。

## 易嵌入品牌文化

融合了三项不同体育运动的的文化。



# 铁人三项吸引中高端参赛人群

核心受众 · 2015 北美参赛者调研分析

中产阶级



大学学历



平均年龄

40岁

男女比例



家庭年均收入

\$247,000

中高层管理人员



行业分布



核心受众家庭年收入对比



全年1000小时  
训练时间

人均装备购买  
超过\$15000



# 铁人三项聚合了高收入周边人群



参与者朋友圈、不同类型铁人项目爱好者、  
明星铁人的粉丝参赛对象

铁人三项  
爱好者

游泳、骑行、跑步爱好者；登山、  
越野爱好者；户外运动爱好者；露营爱好者

政府官员、知名企业、  
知名学者、  
大众人群

铁人三项潜在参与者

赛事举办地受众

时尚先锋、运动达人、  
旅游爱好者

中高收入黄金人群

# 铁人三项在全球发展迅猛

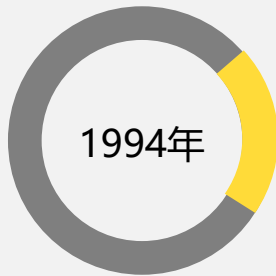


Triathlon in the world

铁三运动发展趋势



70年代在美国诞生，数年间成为世界范围内发展最快的体育项目



铁人三项是进入奥运会最快的项目。1989年国际铁人三项联盟成立，1994年正式成为奥运会项目



目前国际铁人三项联盟已拥有160多个国家和地区的会员协会。每年在世界各地举行的各级各类铁人三项赛事有数千场。

## 铁三在中国的热度越来越高

随着中国经济的发展，铁三日渐受到大众的关注，越来越多的人参与到这项极富挑战的运动中。在中国已注册有180余个地方协会与俱乐部，年增长达40%，铁人三项的搜索图谱也越来越清晰。



中国铁三运动史上标志性赛事

# 中国铁人三项联赛

1

联赛未来目标：将专业组纳入联赛，设置优秀组，对接国家亚运及奥运战略；

2

以中国铁人三项现有的规章制度为基础，促进国内铁人三项赛事职业化发展，建立完整的积分体系；

3

通过铁人三项联赛整合国内铁三俱乐部，打造CBA、中超模式的铁三联盟赛事；

4

通过赛事宣传赛区，推进比赛举办地竞技体育、全民健身和体育产业的发展，对赛区的经济和社会效益发展起到积极的促进作用。

# 联赛战略布局



保障赛事质量的同时

提升赛事战略高度

打造赛事软实力

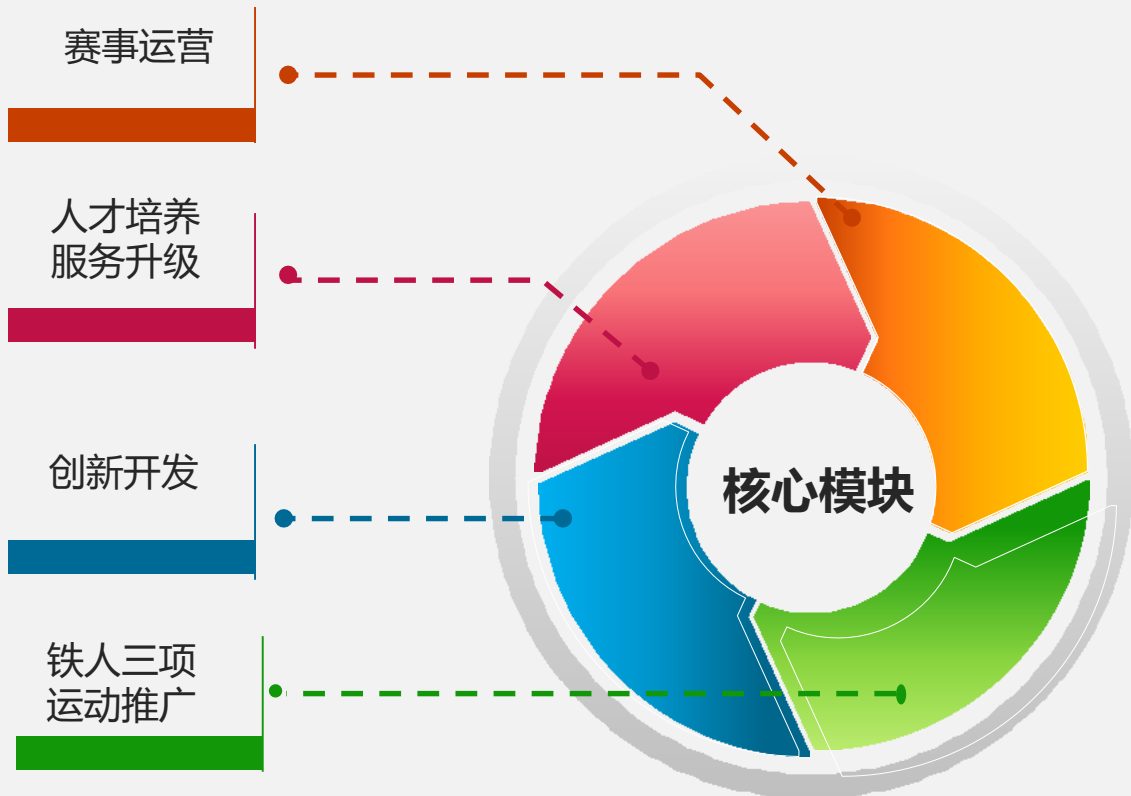
赛事运营

人才培养  
服务升级

创新开发

铁人三项  
运动推广

核心模块



# 联赛模式





- **赛事名称：**中国铁人三项联赛
- **赛事主题：**融入自然，挑战自我，携手联赛、铸造中国人自己的铁人精神！
- **赛事级别：**国家A级
- **主办单位：**中国铁人三项运动协会
- **承办单位：**各级地方政府及体育局
- **独家运营单位：**北京奥天国际体育发展有限公司
- **参赛主体：**国内外铁人三项运动员，铁人三项爱好者





## 联赛形象大使



联赛形象大使：**王挺**

著名演员，铁人三项、自行车项目爱好者



# 联赛利益相关者



利用赛事资源铸造  
赛事覆盖人群的  
利益生态链



**开放性商业平台 “铁人村”**

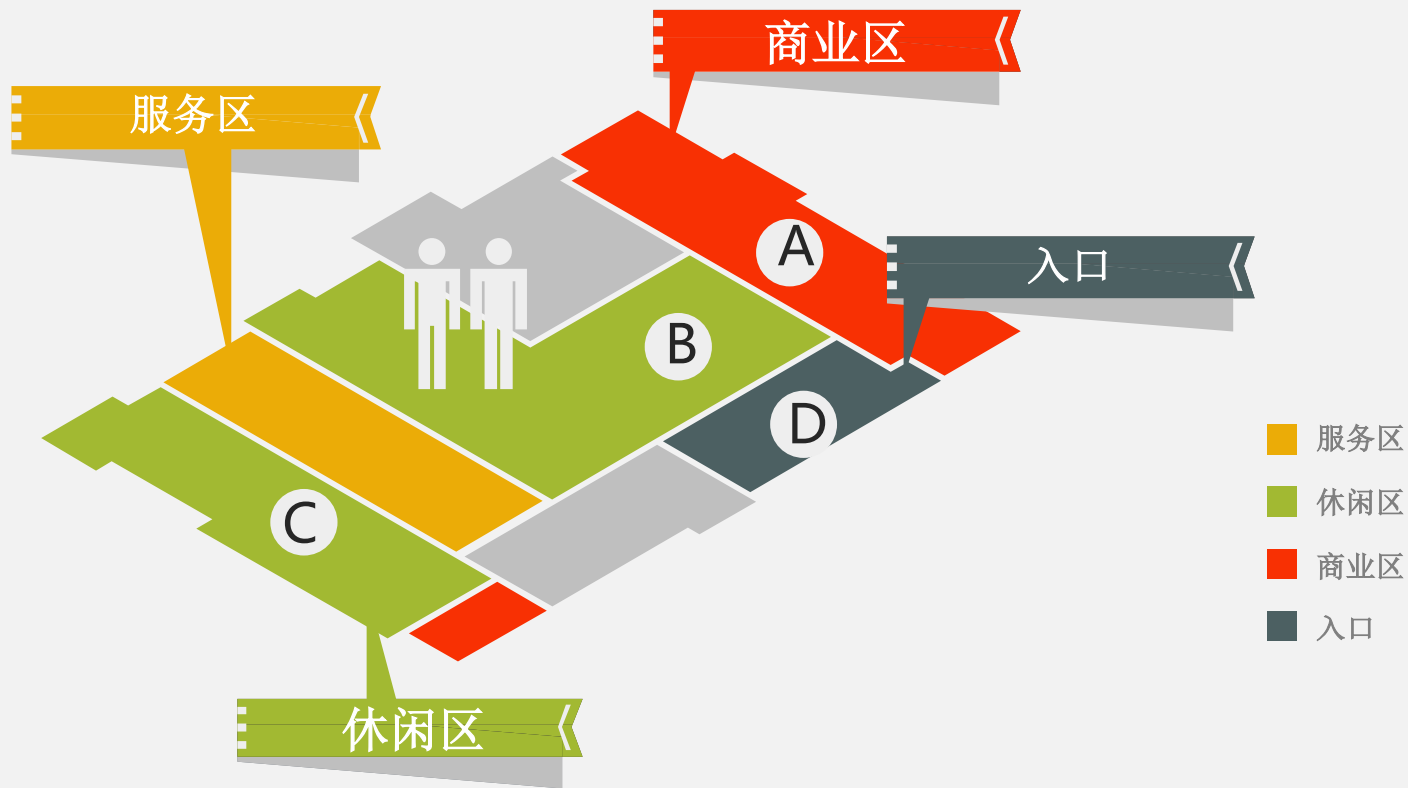
铁人村服务的人群为：铁三运动员以及亲友团、观众等周边人群，针对不同人群提供体育服务、休闲娱乐、商业消费等服务。在凝聚铁三核心人群及周边相关人群的同时，打造赛区城市名片和提升商家品牌形象。

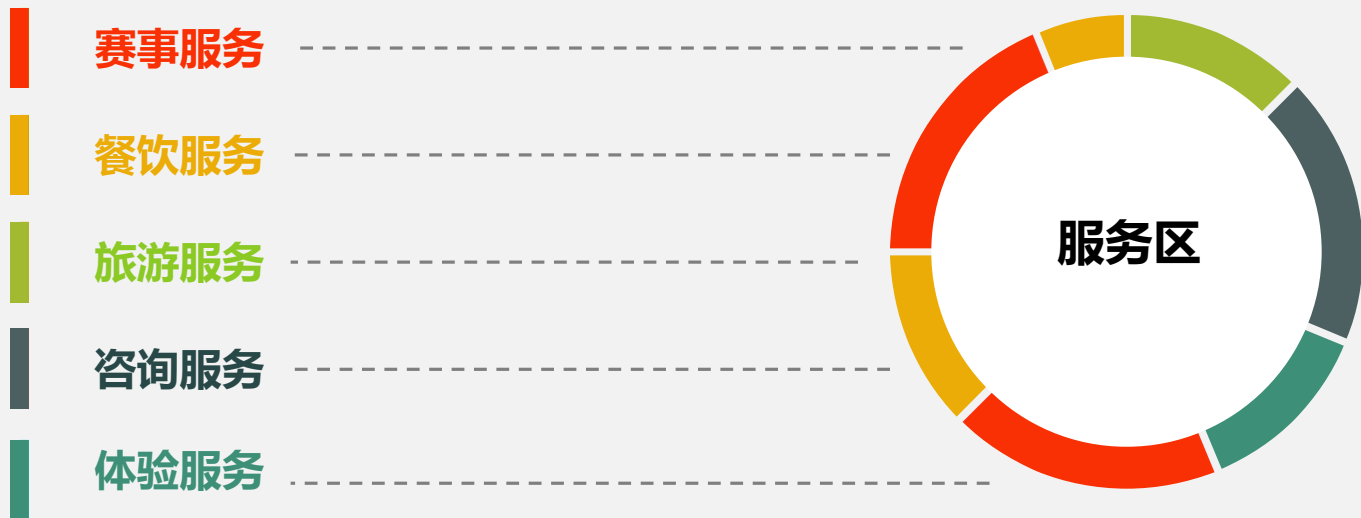
优化赛事  
体验

打造城市  
名片

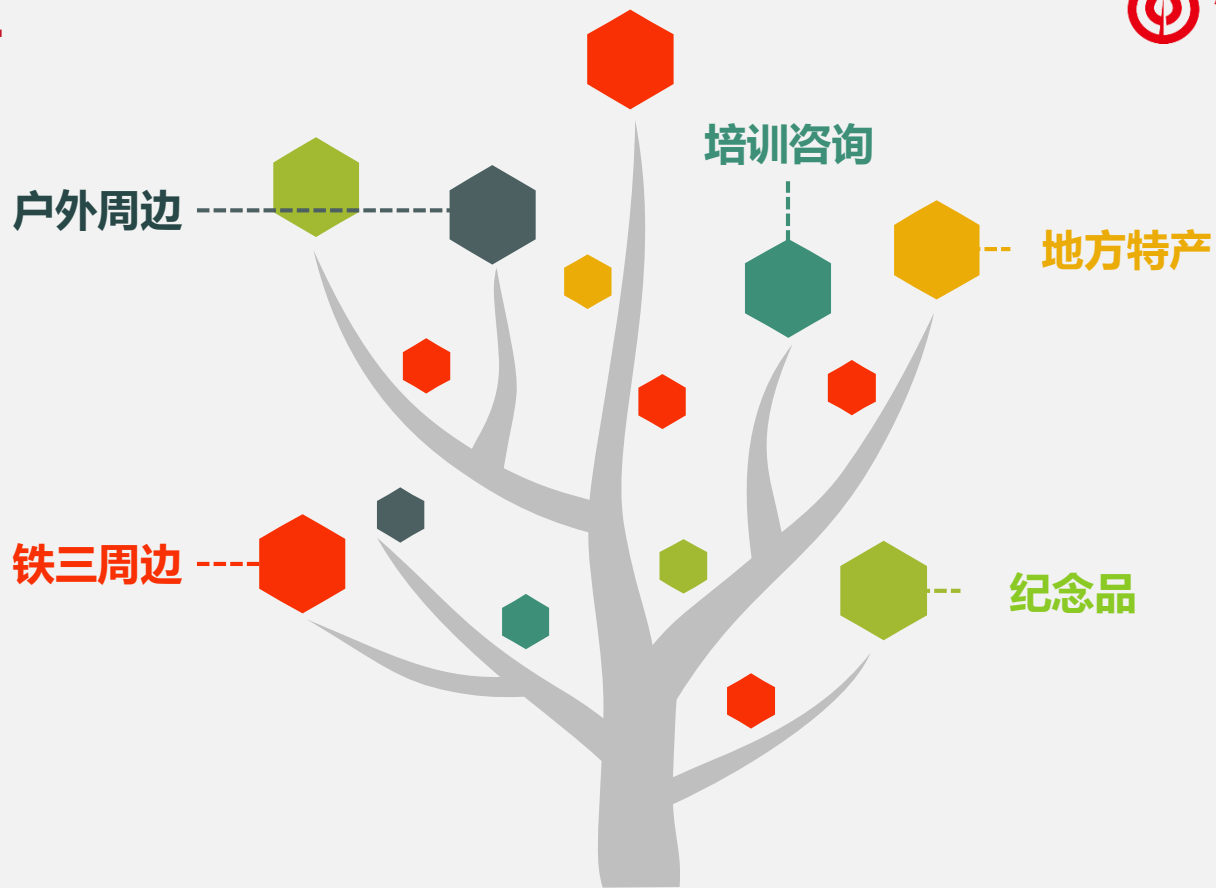
提升商家  
品牌

# 铁人村功能区





# 铁人村商业区



# 铁人村休闲区

8%

文化  
休闲

旅游  
观光

茶歇

趣味  
游戏

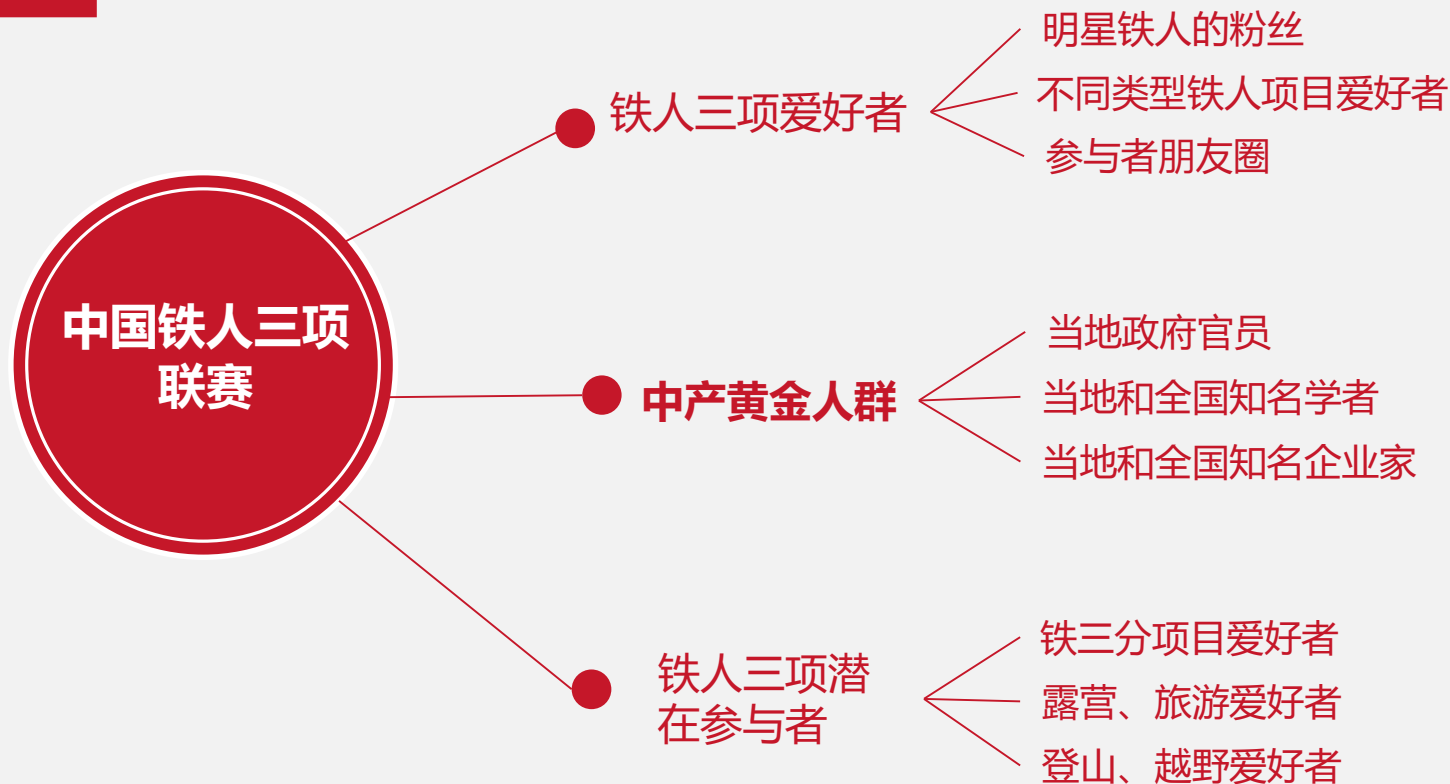
大型  
活动

休闲区



# 联赛资源介绍

# 高质量的目标人群



## 紧促的赛事周期



2016年，8月28号**绥中东戴河站**、10月16号**宁波东钱湖站**已成功举办

2017年，中国铁人三项联赛将于全国各地

共举办**十余场**赛事

# 全面覆盖的媒体矩阵



01

## 电视媒体

以中央电视台体育频道为宣传核心，结合青海卫视卫星频道，使得联赛的收视人群覆盖到全国，加入体育专业频道，配合赛区地方电视台形成联赛4维电视媒体宣传系统。

02

## 网络媒体

以大众网媒为主要赛事新闻宣传渠道，并投放相关视频于视频网站，再结合部分行业内主流网媒，加入新媒体与自媒体宣传，形成联赛网络宣传体系。

03

## 平面媒体

依托传统媒介，以中国体育报、人民日报等大型报社为核心，配合赛区当地报社及时发布赛事新新闻。



## CCTV5 新闻报道

CCTV5是国内最具权威的体育播报平台，辐射全国各地，通过CCTV5的影响力，实现赛事覆盖面最大化。

合作形式

- 报道赛事新闻

## 战略合作媒体



### CCTV5+ 全程录播

中国中央电视台体育赛事频道是中国中央电视台的第二个体育频道，以全高清格式播出，是国内极具权威的赛事视频平台。

合作形式

- 赛事期间全程录播



### 青海卫视

#### 新闻+赛事集锦

以“QTV”之名强磅出击，与环青海湖国际公路自行车赛共同成长十余年，成为国内最具影响力的赛事播报平台之一，辐射范围广。

覆盖范围：卫星电视

#### 合作形式

- 赛事专访及周边报道
- 赛事前、中、后期新闻及报道
- 赛事后运动员追踪报道



## 野途赛事集锦+赛事视频

野途成立于2014年，旗下拥有国内首款自行车、铁三赛事报名的信息系统——野途骑行APP。成为自行车、铁三赛事信息社交平台。

覆盖量

- 20.8万注册用户

合作形式

- 赛事前、中、后期新闻及报道
- 赛事后运动员追踪报道
- 赛事专访及周边报道



# 深度合作媒体



## 中央媒体

全国最具权威，最强势媒体的报道，以最小的投入赢取最大声量的传播，含央视5套，新华社体育频道，中国体育报等。



.....

## 网络网站

四大门户网站，以及全国知名综合类门户网站，视频网站、覆盖式的广泛传播。



.....

## 深度合作媒体



### 行业媒体

覆盖骑行行业业内媒体，全面覆盖骑行领域核心受众。



.....

## 社交媒体

覆盖以微博、微信为核心的社交媒体，以话题传播、内容传播为核心，联动微博、微信、秒拍意见领袖KOL，草根达人于社交媒体平台引发裂变式传播，营造全民热议的氛围。



.....

# 点阵式媒体推广



X月 - 第1周 第2周 第3周 第4周 X月- 第1周 第2周 第3周 第4周 X月- 第1周 第2周

## 媒体赛事宣传

赛前推广

赛事周边

赛中报道

赛后专访及展望

## 体育类

赛事集锦+追踪报道

赛前宣传

赛事专题+赛事报道

赛事集锦+跟踪报道

## 综合类、门户网站

赛事文章+置顶推送

赛前宣传+报名平台

成绩公布、赛事报道+专题

运动员追踪  
赛事专题报道

## 新媒体、自媒体

手机报+新闻客户端

赛前宣传+报名平台

成绩公布+新闻专题+新闻客户端

运动员追踪+赛事周边

## 平台互通 受众导流

赞助商官方网站  
+ 微博+微信公众号

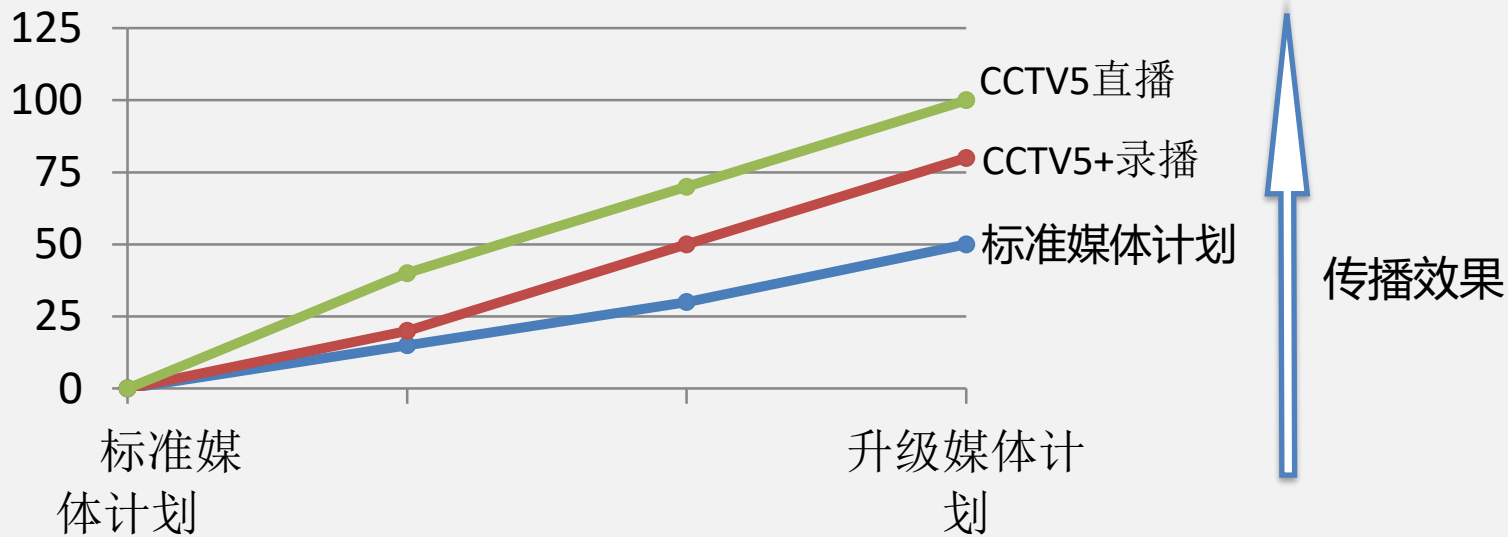


赛事官方网站+微博  
+微信公众号



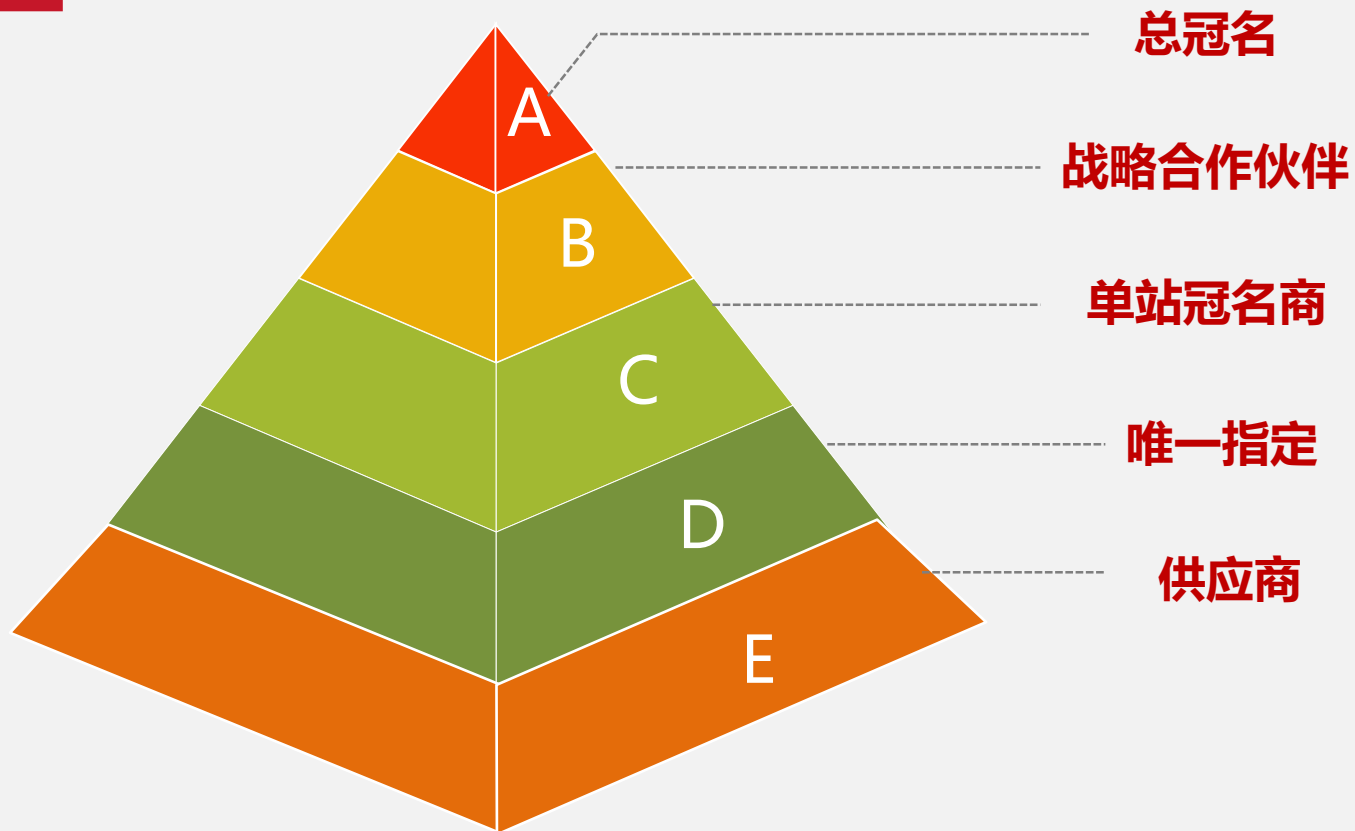
受众微博、微信朋友圈

## 进阶型的媒体服务



# 联赛赞助商规划

# 赞助商体系

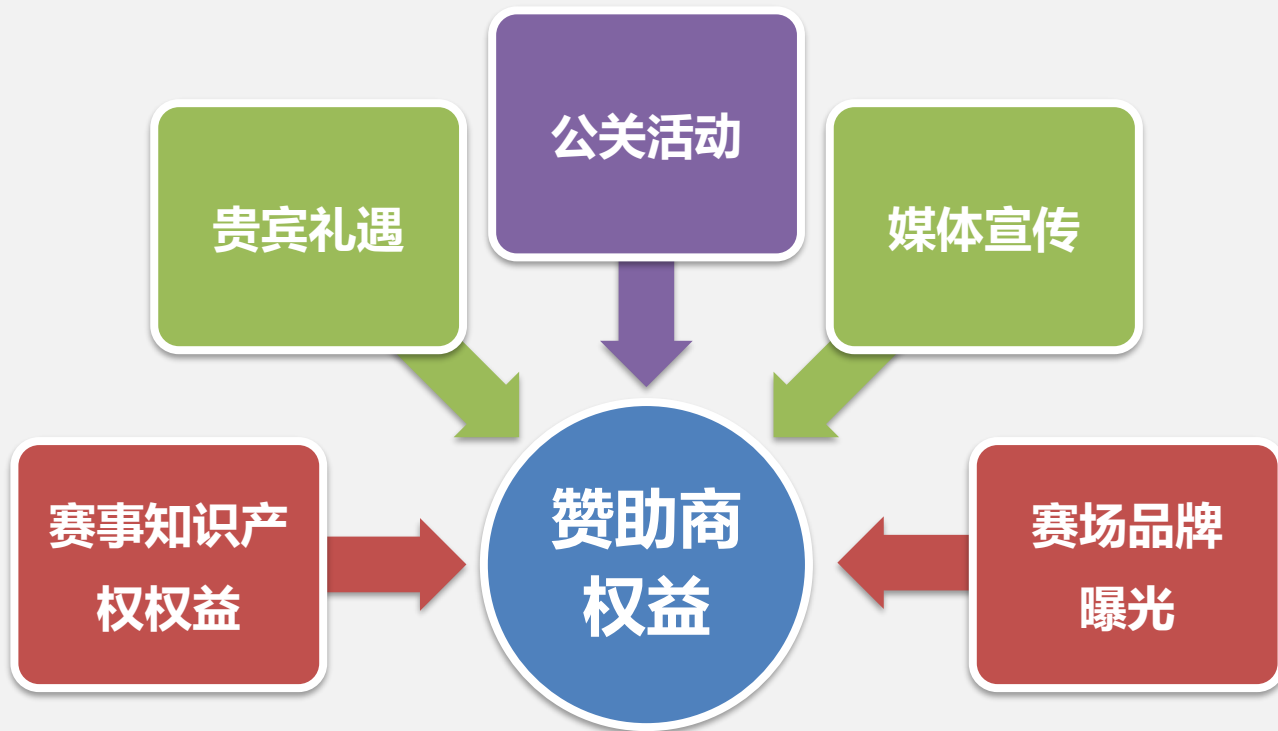




联赛赞助商类别



# 2017年中国铁人三项联赛 赞助商火热招商中.....



中国铁人三项联赛赞助商权益表						
权益类别	细项说明	联赛总冠名	战略合作伙伴	单站冠名	唯一指定	供应商
赛事知识产权权益	冠名权	联赛总冠名		单站冠名		
	赛前推广活动冠名	√		√		
	指定称谓	√	√	√	√	√
	赛事联合标识	√		√		
	同步宣传	√	√	√	√	√
	周边产品开发权	√	√	√	√	√
	荣誉称号	√	√	√	√	√
	同等条件，优先续约	√	√	√	√	√
	集体肖像权	√	√	√	√	√
	赛事影像资料	√	√	√	√	√
贵宾礼遇	赛事活动优先参与权	√	√	√		
	荣誉牌匾（荣誉证书）	√	√	√	√	√
	活动现场VIP礼遇	√	√	√		
	活动期间主持人鸣谢	√	√	√	√	
	赛事优质接待服务	√	√	√	√	

中国铁人三项联赛赞助商权益表						
权益类别	细项说明	联赛总冠名	战略合作伙伴	单站冠名	唯一指定	供应商
公关活动	签约新闻发布会	√	√	√	√	
	品牌推广活动	√	√	√	√	
	品牌促销活动	√	√	√	√	
	赛事推广活动	√	√	√	√	
	铁迷见面分享活动	√	√	√	√	
	慈善活动	√	√	√	√	
媒体宣传	赛事直播/录播	√	√	√	√	√
	官方媒体平台	√		√		
	战略合作媒体	√	√	√		
	电视媒体	√	√	√		
	网络媒体	√	√	√	√	√
	平面媒体	√	√	√		
	专业媒体	√	√	√		
	赛事广告	√	√	√		

中国铁人三项联赛赞助商权益表							
权益类别		细项说明	联赛总冠军	战略合作伙伴	单站冠名	唯一指定	供应商
赛场品牌曝光	现场物料展示	新闻发布会背景板	√	√	√	√	√
		开幕式主席台背景板	√	√	√	√	√
		游泳出发平台条幅	√	√	√	√	
		游泳出发平台刀旗	√	√	√	√	
		上水通道条幅	√	√	√	√	
		上水通道刀旗	√	√	√	√	
		标志浮漂	√	√	√		
		转换区周围条幅	√	√	√	√	
		赛道沿途刀旗	√	√	√	√	√
		终点冲刺通道条幅	√	√	√	√	
		终点冲刺通道刀旗	√	√	√	√	
		终点门	√	√	√	√	√
		终点冲刺带	√		√		
		运动员采访背景板	√	√	√	√	√
		颁奖背景板	√	√	√	√	√
		颁奖站台	√				
		运动员签到板	√		√		
		比赛场地标志牌	√		√		
		地贴广告	√				

中国铁人三项联赛赞助商权益表								
权益类别			细项说明	联赛总冠军	战略合作伙伴	单站冠名	唯一指定	供应商
赛场品牌 曝光	竞赛物资类	服装类	工作人员服装	√		√		
			志愿者服装	√		√		
			媒体服装	√		√		
		证件类	人员证件	√		√		
		车辆	官方用汽车	√	√	√	√	√
			官方用摩托车	√				
			跑步赛段引导自行车	√				
	选手参赛物品		秩序册	√	√	√	√	√
			参赛泳帽	√				
			参赛包	√	√	√	√	
			参赛T恤	√		√		
			太阳帽	√				
			奖杯	√		√		
			奖牌	√		√		
			志愿者证书	√		√		
			大浴巾	√		√		
			成绩证书	√		√		

# 赛季媒体总价值：**6600万**



CCTV央视媒体单站价值



青海卫视单站价值



每站30余家媒体价值



10余场赛事辐射全国

## 电视特殊权益



权益内容	频次
赛事片头	1次\场，含企业元素
角标	不少于20分钟\场，含企业元素
转场扫画	不少于10分钟\场，含企业元素
选手介绍	不少于20分钟\场，含企业元素
计时	不少于20分钟\场，含企业元素
成绩板	不少于2次\场，含企业元素
赛事名称	赛事冠名方名称在赛场全场呈现
赛事宣传片	赛事播出前，在CCTV5+滚动播出赛事预告宣传片，可以含企业元素，具体频次根据赞助金额确定
赞助企业广告片	赛事播出中，插播赞助企业广告片，具体频次根据赞助金额确定



# 赛季赛场回报：**4000万**



单站知识产权权益价值



单站公关活动价值



单站赛区及赛场品牌曝光价值



10余场赛事高频覆盖

## 赞助权益示例



知识产权权益	赛事冠名权
	产品独家供应，及产品行业排他权

示例：  
中国铁人三项联赛  
“佳兆业杯” 绥中东戴河站  
(“佳兆业”为单站冠名商)



# 赞助权益示例



## 贵宾礼遇

企业领导作为颁奖嘉宾，向获奖选手颁奖

企业的产品/服务作为奖品，赠送给获奖的选手

企业的产品/服务作为礼品，附赠给嘉宾、记者

接待赞助企业代表在赛前贵宾级接待。（仅限冠名商与合作伙伴）

颁奖冠名商代表出席颁奖仪式，合作伙伴代表颁发奖杯等。



# 赞助权益示例



公关活动

新闻发布会

活动背景板出现冠名商联合标识、比赛冠名全称和赞助企业标识；

其中包括：赛事启动新闻发布会、赞助签约新闻发布会、赛前新闻发布会、赛后新闻发布会。(仅限冠名商与合作伙伴)



# 赞助权益示例



公关活动

粉丝见面会

慈善活动



品牌公关活动。

慈善活动：主办方将主办慈善活动，慈善活动背板出现比赛冠名全称、联合标识和企业标识。



# 赞助权益示例



## 媒体宣传

## 电视媒体

在CCTV等媒体播出赛事，体现比赛冠名商全称和联合标识；

如有转播，比赛直播切换联合标识；

节目背景板出现比赛冠名全称和联合标识。

（以上权益仅限冠名商）

比赛直播镜头中出现企业赛场广告。



# 赞助权益示例



## 赛场品牌曝光

贵宾区背景板LOGO体现

新闻采访区背景板LOGO体现

贵宾区背景板LOGO体现：出现比赛冠名全称、联合标识和企业标识。（仅限冠名商）

新闻采访区背景板LOGO体现：出现比赛冠名全称和联合标识。





# 赞助权益示例



终点门



转换区



游泳出发平台



开幕式背景板





## 赞助商与战略合作单位



香港联交所上市企业 1638



Audi  
突破科技 启迪未来

宁波润达

一汽-大众

0574-87668808



广汽三菱



POHINIX  
博 锐 斯  
专业铁三眼镜



青海卫视  
QINGHAI SATELLITE TV



联赛独家运营机构



“北京奥天国际体育发展有限公司”是一家以铁人三项、自行车赛事为主营业务的体育赛事公司，公司业务涵盖赛事运营、赛事版权经营、媒体服务、赛事广告经营、运动员经纪等领域。

# 中国铁人三项联赛组委会

联系人：李洋 联系方式：13241208229

邮箱：liyang@aquawud.com



中国铁人三项联赛

Chinese Triathlon League