

# 中央广播电视总台发布 2022 年卡塔尔世界杯融媒体传播服务方案

供稿 | 中央广播电视总台总经理室



7月15日，中央广播电视总台2022年卡塔尔世界杯融媒体传播服务方案发布会在京举行。中央广播电视总台编务会议成员兼总经理室总经理彭健明出席会议并致辞。

总台体育青少节目中心主任曹毅，总台总经理室常务副召集人任学安，央视视频公司总经理、央视网党委书记、董事长过彤，总经理室副召集人扎西顿珠、于小青、徐立军，总经理室党委副书记陈荣勇，以及国内外知名企业、广告公司代表200余人参加会议。



彭健明在致辞中说道：

体育是全人类共同的语言。2022年是体育大年，接二连三的体育大赛将全世界凝聚起来，给各国人民带来了阳光、希望和力量。年初，北京冬奥会吸引了91个国家和地区的代表团参赛，点燃了全球数十亿观众的热情，取得了被国际奥委会主席巴赫先生称赞为“无与伦比”的巨大成功。3月以来，世锦赛、羽毛球汤尤杯、法国网球公开赛、世界女排联赛等一系列高水平大赛接踵而来，观众的激情被推向一个又一个高峰。数据显示，今年上半年CCTV-5的收视份额同比增长60%，CCTV-5+的收视份额同比增长50%。如果说，上半年的冬奥会是2022年精彩的体育大年的起点，那么下半年的世界杯必将是一个难忘的高光点。足球作为世界第一运

动，卡塔尔世界杯将成为2022年“冬天里的一把火”，熊熊火焰将照亮全球，温暖数十亿人的心灵。

中央广播电视总台组建以来，奋力打造具有强大引领力、传播力、影响力的国际一流新型主流媒体，

“思想+艺术+技术”的创新融合持续深化，“5G+4K/8K+AI”战略格局硕果累累，新媒体新平台影响力显著提升，国际传播能力不断增强，为总台做好国内外重大赛事转播报道提供了强大支撑。作为国际足联最重要的合作伙伴，总台拥有2022年卡塔尔世界杯在中国大陆地区独家电视和新媒体版权及分许可权利，将充分发挥强大的体育赛事转播报道优势，组建多频道、跨平台融媒体传播矩阵，创新制作线上线下一系列精品节目，为亿万观众完美呈现这场足球视听盛宴。

世界杯能带来巨大的社会效益和经济效益。它不仅是球员心中的顶级舞台、球迷心中的狂欢节日，也是品牌向上突破的荣耀时刻。世界杯是球员和球队的赛场，更是品牌营销的

赛场。2018年俄罗斯世界杯期间，数十家国内外优秀企业与中央广播电视总台开展了品牌传播合作。赛后的跟踪研究表明，总台2018年世界杯合作企业取得了以下效果：

第一是业绩快速增长，超过90%的合作企业在当年取得了两位数以上的营收增长。例如：小米的营收和利润增长均超过50%，蒙牛的利润增长超过20%，新宝马5系的销量增长达到30%。

第二是行业地位大幅提升，超过80%的合作企业市场份额进一步扩大。例如：OPPO手机在2018年以7637万台登顶中国市场手机销量第一。

第三是品牌影响力跨越式上扬，超过73%的合作企业的品牌知名度、美誉度上升显著，发展后劲十足。例如：拼多多于2018世界杯结束后短短十天，就在美国纳斯达克上市，四年来高速发展，营业额从2017年的17.4亿元增长至2021年的939亿元，增长了50多倍。

这就是世界杯品牌营销的魅力！为了帮助企业抓住机遇，服务好企业的品牌建设，总台总经理室经过几个月的精心策划和设计，世界杯产品方案即将与大家见面。这次方案设计的核心理念是深度整合总台全媒体资源，为大客户提供一站式融合传播服务。基于这一理念，我们第一次全面打通总台各频道的核心时段，合作品牌内容将在17个电视频道晚间时段露出；我们第一次在世界杯赛事直

播中，长时间、大版面呈现合作品牌元素，以直播分屏广告、比赛计时器冠名、直播慢动作冠名等多种创新形式强化品牌传播。

我们第一次在世界杯项目中设计推出融媒体互动传播产品，除了提供大小屏联动的直播合作，还为互动平台打造“世界杯虚拟元宇宙”“世界杯花young解说”“王牌球迷答题”等多个融媒体互动项目。我们还第一次深度开发总台各新媒体端的世界杯传播资源，将央视频、央视网、央视新闻、央视体育、云听等多平台核心资源悉数纳入世界杯服务方案。

以上各项突破，将足球运动的精神和品牌建设理念紧密结合，用足球带给全世界的梦想、荣誉和传奇为品牌强势赋能。

我们希望通过资源整合、产品创新、编排优化和服务升级，让本届世界杯的传播方案物超所值，让品牌客户的传播效果事半功倍。足球是一项充满力量、传递希望、发扬团结协作和永不服输精神的运动，它所散发的魅力，给每个人心中带来了光和热。习近平总书记指出：“足球运动的真谛不仅在于竞技，更在于增强人民体质，培养人们爱国主义、集体主义、顽强拼搏的精神。”这些可贵的精神品质，也正是品牌所需要的正能量！本次发布会开启了品牌直通世界杯顶级IP的营销专列，期待各界共同努力，心连心，手挽手，让品牌和足球一起争分夺秒，共创品牌传播新经典，

成就体育营销新传奇！朋友们，在辽阔浩瀚的宇宙里，地球是圆的，太阳是圆的，每一颗星球都是圆的，足球也是圆的。让我们手牵手，围起一个人类共同的圆，汇集起力量、激情和我们的爱，为我们共同的命运去拼搏和创造吧！



曹毅介绍了总台卡塔尔世界杯转播报道计划。今年是世界杯时隔20年第二次在亚洲举办，本届赛事在北京时间0点之前开球的比赛有40场，这对中国球迷观赛来说是个好消息。届时，总台将通过CCTV-1、CCTV-2、CCTV-5、CCTV-5+、CCTV-13、CCTV-16等电视频道，央视频、央视体育、央视网、央视新闻等新媒体客户端以及广播频率共同搭建“全媒体”传播矩阵。其中CCTV-5作为世界杯赛事转播主频道，将直播56场赛事，包括40场小组赛，以及全部16场淘汰赛，小组赛第三轮并发进行的8场比赛将在CCTV-5+频道播出，CCTV-16奥林匹克频道将以4K超高清模式历史首次参与世界杯赛事转播。目前总台已组建160人的前方报道团队，将充分发挥强大的前方制作优势，以位

于卡塔尔多哈的国际广播中心为枢纽,构建最前沿、最丰富、最贴近的世界杯报道场景。总台还将充分释放“5G+4K/8K+AI”技术优势,以“科技感”十足的智慧智能手段点亮世界杯报道。



任学安表示,体育赛事传播能创造三大特别重要的市场价值:“竞技运动创造积极情感价值”“赛事悬念激发独特记忆价值”和“融合传播产生倍乘效果价值”,这三大价值使得顶级赛事被营销界视为品牌建设的最佳传播资源。卡塔尔世界杯作为一项顶级体育赛事,将是2022年度最重要的一次营销机遇。面对这样的机遇,有三点建议:一是如果想持续领跑,或者希望品牌弯道超车,实现高于竞争对手的增长,抢占卡塔尔世界杯是上上选项;二是如果想成为强者,与强者同行,就能成为强者。国家平台,无出其右。总台在上述体育赛事三大价值的创造上无疑是最全面的;三是如果决定参与,总台精心打造了全新的传播服务方案,每一款都是甄选。2022年卡塔尔世界杯,我们遵照中宣部副部长、中央广播电视总台台长兼总编辑慎海雄提出的“广

告+版权”和“大屏+小屏”经营理念,依托四年来总台融媒体深入发展构架起的强大传播能力,在总台编务会议成员兼总经理室总经理彭健明的指导下,加大融媒体产品创新力度,融通融媒体传播属性,提升融媒体服务能力,更好地为优秀品牌服务。



过彤介绍了2022年卡塔尔世界杯的新媒体传播方案。依托总台独一无二的大屏资源、海量丰富的历史版权、最强大的解说天团等,卡塔尔世界杯新媒体传播将通过全平台融合、全媒体并发、全流量聚合,强势打造新媒体赛事传播的“总台样本”。在赛事转播上,充分发挥“总台在现场”的独特优势,央视频、央视体育等总台新媒体平台将以多机位、多角度对全赛程64场赛事开启全覆盖式直播,正式开启全民移动观赛主场;将围绕世界杯搭建多场景、跨圈层的全链域内容生态,用综艺、短剧、美食、文旅、竞猜等一系列最多元、最跨圈、最新鲜的内容产品,强势开启世界杯融媒体花样营销季;将开发最新潮、最有趣、最破圈的互动产品,通过探索新娱乐形态,发掘新商业模式。



总台总经理室电视频道经营部主任刘丽华发布了2022年卡塔尔世界杯融媒体传播服务方案,包括传奇系列、大师系列、殿堂系列和至尊系列。根据国际足联相关规定,7月15日至7月21日,由国际足联官方赞助商和已获得2022年卡塔尔世界杯转播权的持权转播商优先认购总台卡塔尔世界杯融媒体传播产品;7月22日起,将面向所有企业销售。详细方案、销售期限和购买规则,后续将陆续公布。



总台主持人贺炜、龙洋、邵圣懿、马凡舒主持发布会。贺炜、邵圣懿及总台足球解说员朱晓雨、刘嘉远、曾侃解读2022卡塔尔世界杯精彩看点。歌手尚雯婕现场演唱《足球盛宴》主题曲《生命的盛宴》。央视频、央视网、央视影音、央视财经、央视体育同步直播发布会。中