



中国足协杯  
CFA CUP

# 商务合作方案

2025.4

CFA CUP

# 目录

## CONTENT



01 合作机遇



02 中国足协杯介绍



03 商务权益体  
系  
(附权益细则)





中国足协杯  
CFA CUP

# 合作机遇





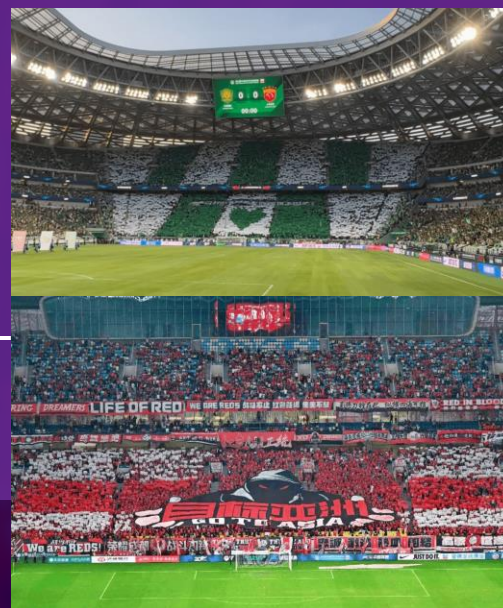
# 足球项目是国家战略也是城市名片

## 国家级项目



“ 发展振兴足球  
是建设体育强国的必然要求 ”

北京工体、成都凤凰山、上海八万人……  
多座专业足球场成为城市地标  
赛场氛围成为城市文化生活的重要名片



## 城市名片





# 足球项目在中国体育产业中占据体量最大的赛道

2<sup>+</sup>亿

中国整体球迷规模

3000万

其中 60%

定期观看足球比赛的  
球迷数量

的球迷每周观看1次以上比赛

\* 数据来源：人民网社评、艾瑞咨询



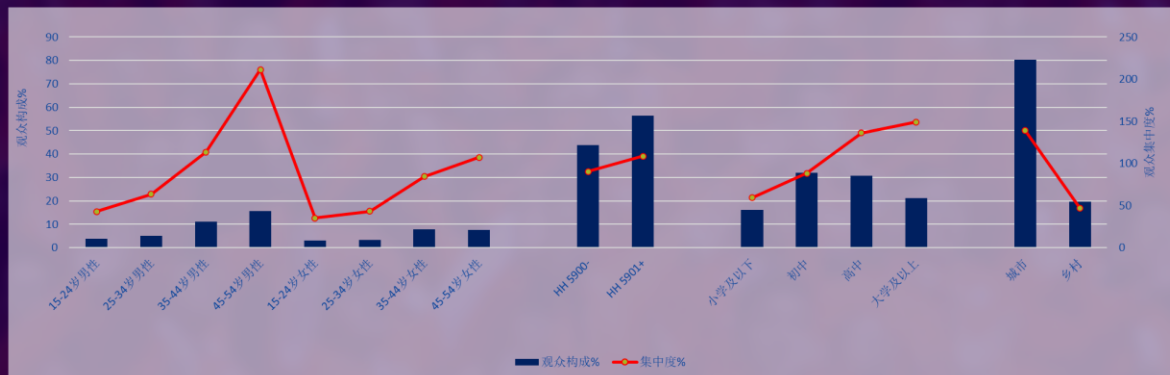
# 足球项目的市场圈层与践行目标



足球事业是中国特色社会主义事业的一部分

**振兴足球、建设体育强国是践行初心和使命的必然要求**  
**也是人民群众的热切期盼**

中国足球赛事的受众集中在34-54岁高收入、高学历的男性







中国足协杯  
CFA CUP

# 中国足协杯即将迎来70周年里程碑

70<sup>th</sup>  
中国足协杯

2026年

中国足协杯60周年  
首次推出纪念版LOGO及相关周边

2016年

1995年

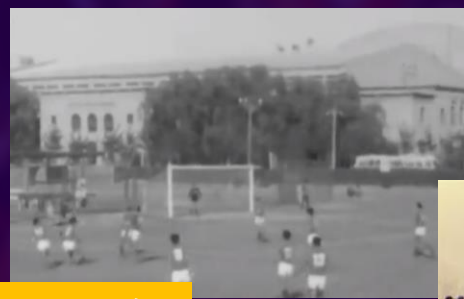
1984年

1956年

创办全国足球锦标赛  
该赛事为中国足协杯的前身

正式更名为中国足协杯

中国足球职业化改革后  
第一届足协杯首次引入冠名赞助商  
推动市场化发展

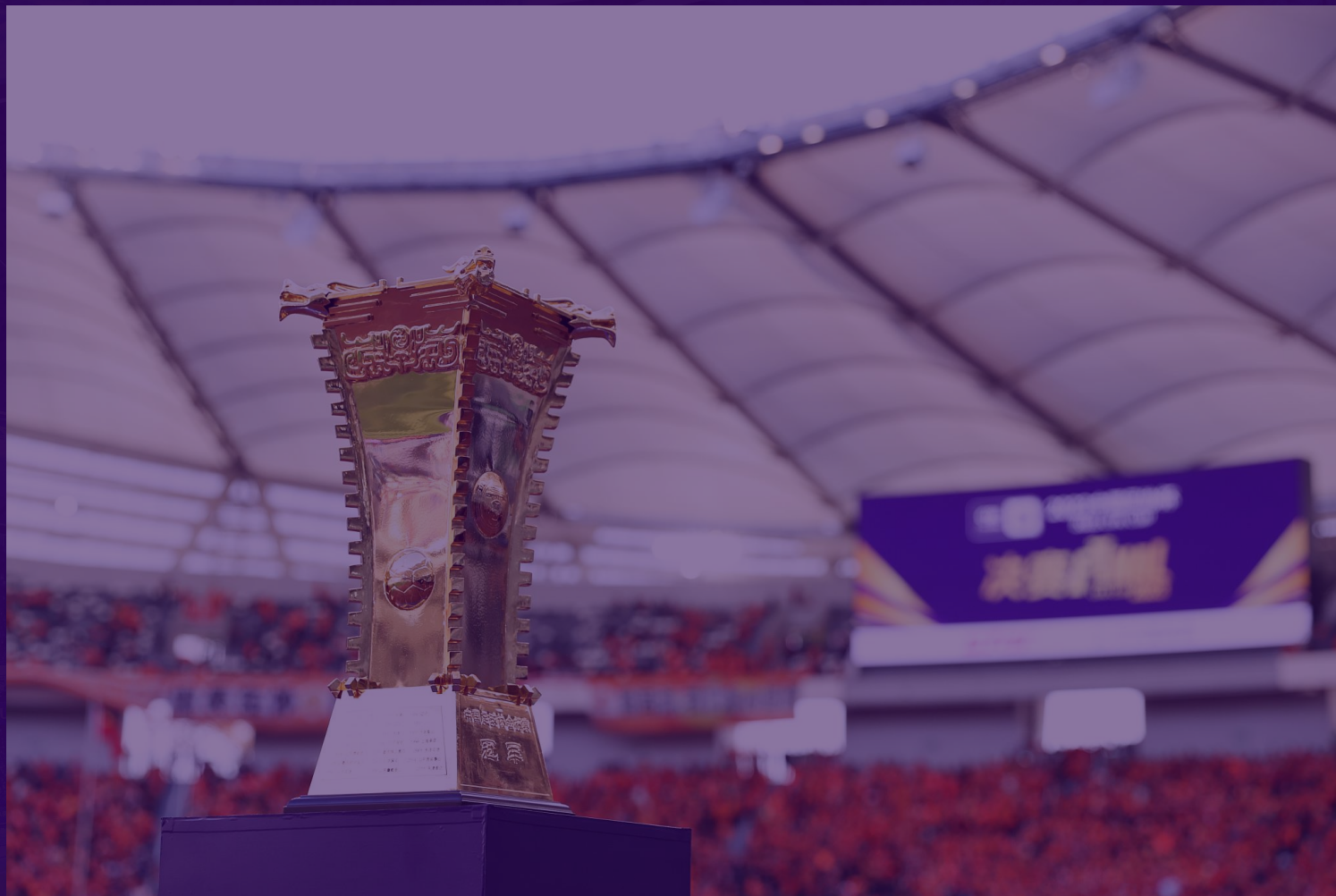






中国足协杯  
CFA CUP

# 中国足协杯 介绍







## 属性**最官方**

唯一以“中国足协”全权命名的职业赛事

## 历史**最悠久**

始于1956年，前身为“全国足球锦标赛”

## 级别**最顶尖**

与中超联赛共同组成中国职业足球金字塔尖

## 覆盖**最广泛**

除港澳台外的所有省份、直辖市、自治区





32,022 人

现场观看了

山东泰山vs上海海港的比赛



4600万<sup>+</sup> 人次

通过电视、新媒体、短视频平台转播观看了本场比赛

2024年足协杯决赛



# 深扎地方 辐射全国

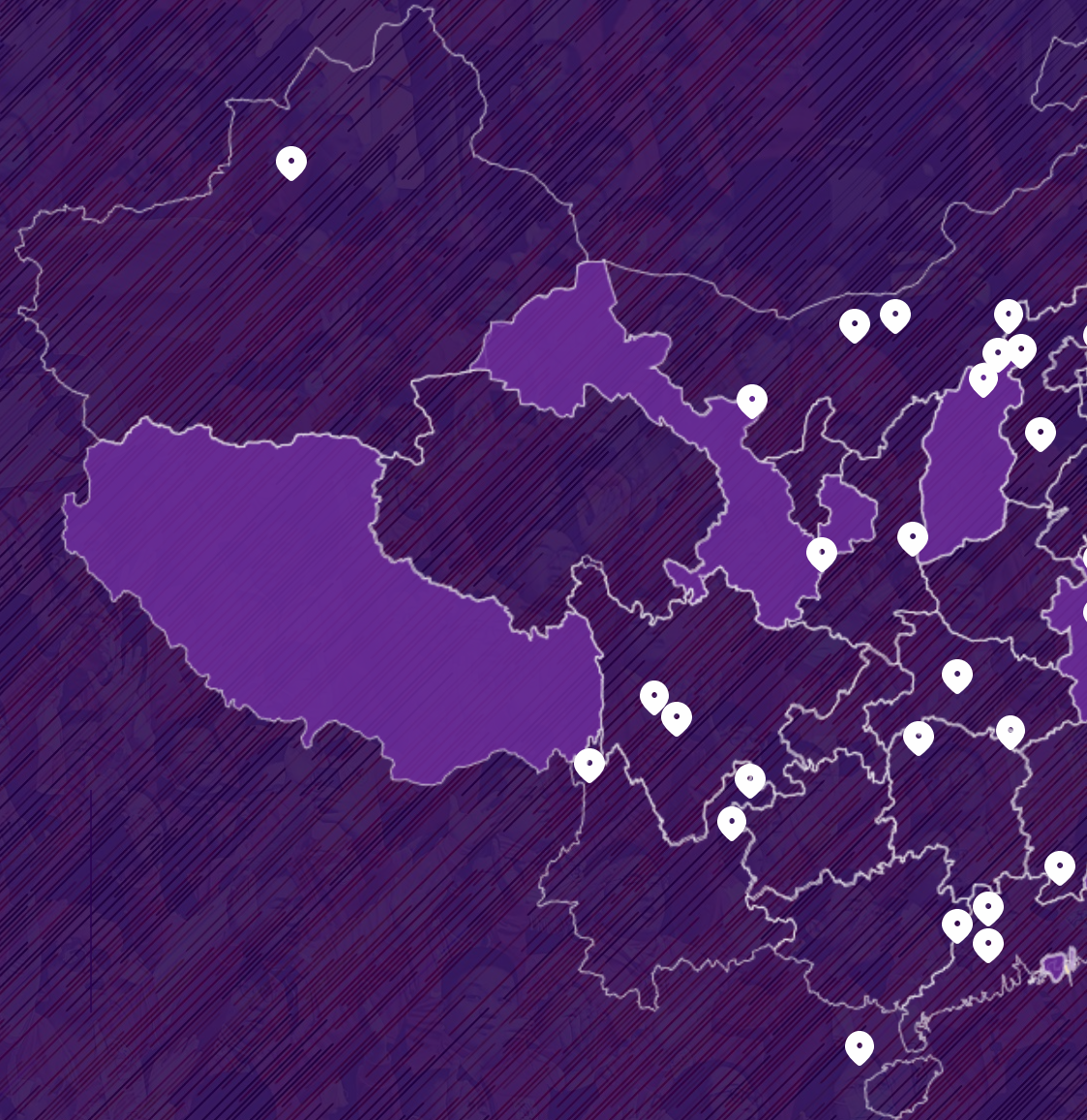
## 2024

参赛俱乐部来自于全国**33个**会员足协  
遍布**27个**省、市、自治区的**53个**城市  
共在**42个**城市进行了比赛

重启资格赛 继续扩大草根影响力

**18支**球队 在珠海进行了该项比赛

### 足协杯的足迹遍布中国





# Game For All的品牌理念与赛制

\* 该页为2025年计划，实际以最终发布为准



资格赛 已在2024年重启

**18个**会员协会报名

超过**20支**球队参与



# 2025赛季覆盖全年 终极悬念年度收官揭晓

2025年

12月

3月

4月

5月

6月

7月

8月

资格赛

第一轮

第二轮

第三轮

十六强

八强

半决赛

参赛球队

业余俱乐部24支

业余俱乐部12支  
+  
中乙球队20支

第一轮晋级16支  
+  
中甲球队16支

第二轮晋级16支  
+  
中超球队16支

第三轮晋级16支

上轮晋级8支

上轮晋级4支

12支晋级

16支晋级

16支晋级

16支晋级

8支晋级

4支晋级

2支晋级

赛制

小组单循环  
积分赛

单场淘汰

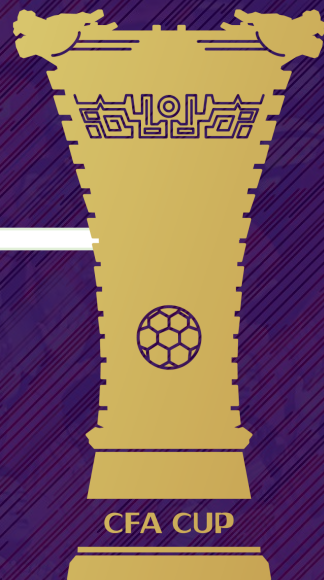
单场淘汰

单场淘汰

单场淘汰

单场淘汰

单场淘汰



决赛

12月

苏州奥体中心





中国足协杯  
CFA CUP

# 抽签仪式 强故事性与话题性



## #谁将具备黑马潜质

闯入32强的资格赛的业余球队与中冠球队  
将通过抽签落位  
进行对超甲乙的职业球队的挑战

## #诸强落位 王冠之争

单场决胜的偶然性，将冠军之争的悬念推向高潮  
抽签仪式将引发广泛与深度的探讨  
第二次抽签仪式预计在2025年5月上旬进行





# Game For All的传播平台与渠道



.....



.....



.....

## 转播平台

覆盖全国及地方体育卫视  
大型网络直播平台

赛事新闻在

## 传统及新媒体

主流平台进行传播

## 赛事官方

新媒体账号对赛事及周边信息  
进行全方位传播



# 更丰富的赛事营销产品陆续亮相



## 城市激活产品

推出集娱乐、潮流、公益等元素于一体的城市球迷嘉年华等活动，服务赞助商与本土球迷，优化体验，强化连结



## 赛事款待及旅游

基于不同城市特色，推出彰显本土文化性格的赛事旅游产品，服务品牌员工、VIP客户、经销商等



## 定制赛场活动

量身打造极具品牌属性、特色的开球仪式、中场表演等，制造营销亮点



## 短视频营销

联合巨制独家内容丰富、接地气的#来此唠嗑#短视频节目，球员近距离，好玩有趣、聚焦人气，营销机会绝佳





中国足协杯  
CFA CUP

# 融入城市生活 推动足球与文旅的结合

上海外滩陆家嘴



成都金融城双子塔



点亮地标建筑



唐山·培仁历史文化街



成都·宽窄巷子



温州·寺前街

亮相当地文化街





中国足协杯  
CFA CUP

# 活动与内容双渠道触达更多城市与线上人群



2024年中国足协杯决赛期间

- 将奖杯巡展与城市打卡活动贯穿到  
预热与比赛日中  
覆盖到温州文化景点、大型商圈与比赛日外场

现场人流量 **2.5万<sup>+</sup>**

拍照打卡量 **5000<sup>+</sup>**

公共媒体与社交媒体传播量 **820万<sup>+</sup>**





中国足协杯  
CFA CUP

# 公益IP直接触达青少年 多元互动形式优化传播



中国足协杯种子计划公益活动始于2014年  
已累计为2118所学校捐赠足球44310个及装备若干  
并在决赛中邀请种子计划青少年进行垫场赛







# 官方平台与内容IP深化赛事传播

2个官方账号 6家平台 2个专属内容IP

500万<sup>+</sup> 粉丝

传播周期覆盖全年





# 品牌提供多重营销效益



## 获得**权威IP背书**

跻身中国足球协会赛事合作伙伴矩阵



## 提升**品牌影响力**

与中国足协杯联手开展多元营销活动

权威与高度

契合与培养



## 打造**公益属性**

属性通过品牌与赛事的公益推广，提升消费者对品牌的美誉度与信任感



## 培养**潜在消费者**

借助赛事广泛覆盖地区，实现忠实足球粉丝向消费者转化





中国足协杯  
CFA CUP

# 商务权益体系

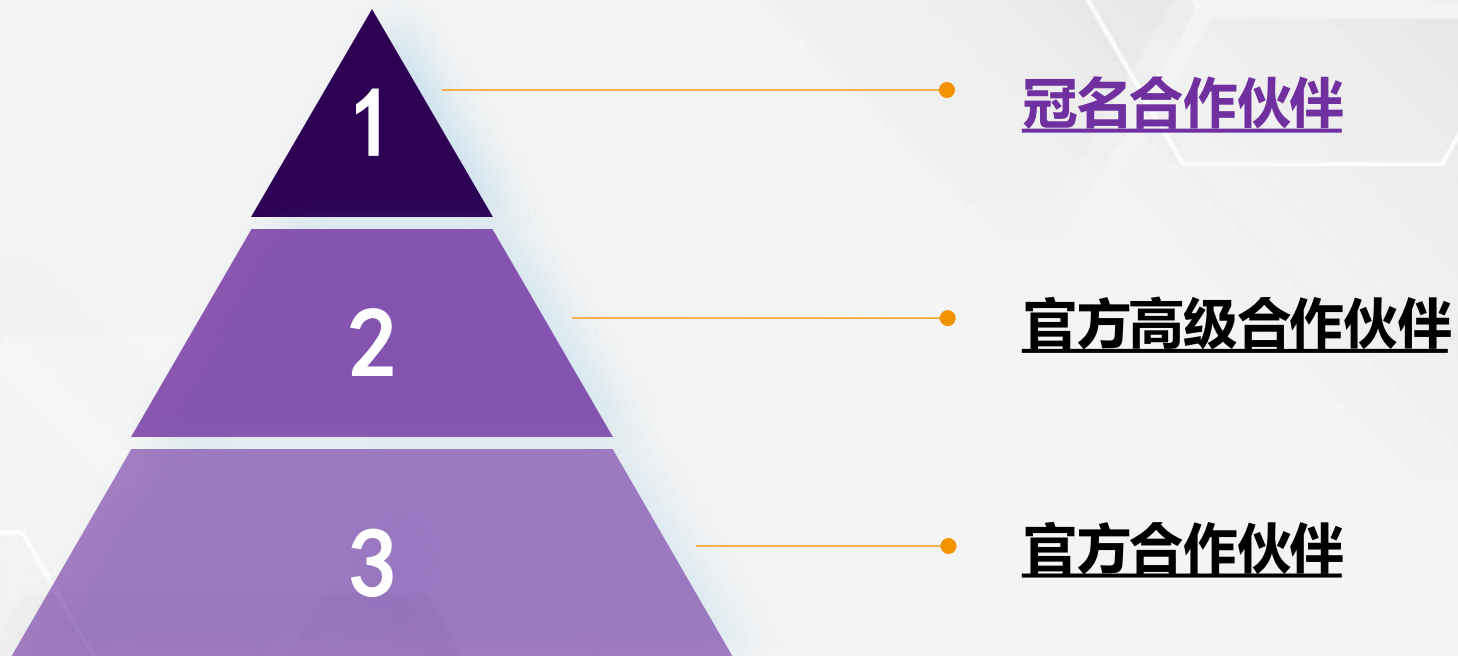






## 商务权益体系

# 三个级别 可获得与之匹配的基础商务权益与定制化选择





## 基础权益包（1200万/年）



### 知识产权

联合标识  
集体肖像权  
图片&影像资料



### 广告类

LED  
大屏幕广告  
3D地毯广告  
中圈地铺  
替补席广告  
看台横幅

媒体背景板  
印刷物Logo展示  
新闻发布厅实物展示  
牵手球童服装广告



### 媒体权益

官网Logo展示  
官方电子海报Logo展示  
官方微信公众号Logo展示  
官方微博转发  
官方微信公众号主发  
官方短视频片尾Logo展示  
日常采访背景板

# 中国足协杯 冠名合作伙伴 商务权益



### 礼遇类

包厢  
赠票  
证件  
官方活动  
队伍/赛事纪念品



### 活动类

广告拍摄  
市场公关活动  
牵手球童招募  
外场活动场地



## 基础权益包 (600万/年)



### 知识产权

联合标识  
集体肖像权  
图片&影像资料



### 广告类

LED  
大屏幕广告  
替补席广告  
媒体背景板  
印刷物Logo展示  
牵手球童服装广告



### 媒体权益

官网Logo展示  
官方电子海报Logo展示  
官方微信公众号Logo展示  
官方微博转发  
官方微信公众号主发  
官方短视频片尾Logo展示  
日常采访背景板

# 中国足协杯 官方高级合作伙伴 商务权益



### 礼遇类

包厢  
赠票  
证件  
官方活动  
队伍/赛事纪念品



### 活动类

市场公关活动  
牵手球童招募  
外场活动场地



## 基础权益包 (200万/年)



### 知识产权

联合标识  
集体肖像权  
图片&影像资料



### 广告类

LED  
大屏幕广告  
媒体背景板  
印刷物Logo展示



### 媒体权益

官网Logo展示  
官方电子海报Logo展示  
官方微信公众号Logo展示  
官方微博转发  
官方微信公众号主发  
官方短视频片尾Logo展示  
日常采访背景板



### 礼遇类

包厢  
赠票  
证件  
官方活动  
队伍/赛事纪念品



### 活动类

外场活动场地

# 中国足协杯 官方合作伙伴 商务权益





权益示例

# 比赛日广告权益



赛场LED/A字板广告



替补席广告（内侧）

- 此处logo为示例，实际呈现以最终设计为准
- 冠名合作伙伴所占比例为40%，高级合作伙伴为10%，其他级别合作伙伴无此项权益



大屏幕广告





权益示例

# 媒体背景板权益



新闻发布会



瞬采&单场最佳球员颁奖

- 冠名合作伙伴拥有单场最佳球员奖项的冠名权 (奖杯自行制作)



混合采访区





## 权益示例

# 印刷物及竞赛物资LOGO展示权益



2024中国足球协会杯

首发名单

上海海港

天津津门虎

主教练: 穆斯卡特

主教练: 于根伟

轮次: 6

场序: 74

日期: 2024-08-22

开球时间: 19:35

城市: 上海市

体育场: 上汽浦东足球场

主裁判: 戴弢戈

第一助理: 国康涛

第二助理: 吴明峰

第四官员: 穆海宸

视频助理裁判: 邢琦

助理视频助理裁判: 张美林

比赛监督: 赵亮

裁判监督: 苏耀华

视频助理裁判监督: 王越超

赛区协调员: 田径

新闻官: 戴安

安保官: 张文浩

裁判监督: 王越超

裁判员: 戴弢戈

上海海港

天津津门虎

首发球员

首发球员

号码

位置

姓名

球衣号

年龄

出场次数/时间

进球

红/黄牌

1

守门员

颜骏凌(GK)

YAN J.L.

33

1/90

0

0/1

3

后卫

颜光元

YANG G.T.

30

0/0

0

0/0

4

后卫

王磊超

WANG L.S.

35

2/72

0

0/0

7

前锋

武磊

WU L.

33

1/35

0

0/0

8

后卫

奥斯卡(CF)

OSCAR

33

1/90

0

0/0

9

前锋

古斯塔沃

GUSTAVO

30

1/35

0

0/0

10

后卫

巴尔加斯

M.VARGAS

27

1/90

1

0/0

13

后卫

戴昊

WEI Z.H.

27

0/0

0

0/0

18

后卫

黄奕·奇塔迪尼(F)

LEO

30

1/54

0

0/0

22

后卫

马修斯·卢伊兹

M.JUSSA

28

1/49

0

0/0

32

后卫

李昂

LI S.H.

29

1/90

0

0/0

替补球员

号码

位置

姓名

球衣号

年龄

出场次数/时间

进球

红/黄牌

2

后卫

李昂

LI A.

31

2/180

0

0/0

5

后卫

张琳芃

ZHANG L.P.

35

2/180

0

0/0

6

后卫

蔡慧康

CAI H.K.

35

0/0

0

0/0

11

前锋

吕文君

LYU W.J.

35

2/90

0

0/0

12

守门员

程鑫良(GK)

CHEN W.

26

1/90

0

0/0

16

后卫

费迪

XU X.

30

2/167

0

0/0

20

后卫

杨世元

YANG S.Y.

30

1/47

0

0/0

27

前锋

冯劲

FENG J.

31

2/158

1

0/0

31

后卫

鲍盛喜

BAO S.H.

21

1/39

0

0/0

33

前锋

刘彬彬

LIU B.B.

23

1/90

0

0/0

37

后卫

陈泽彬

CHEN Z.B.

21

1/49

0

0/1

45

前锋

刘小基

LIU X.L.

21

1/17

0

0/0

天津津门虎

首发球员

号码

位置

姓名

球衣号

年龄

出场次数/时间

进球

红/黄牌

4

后卫

王献钧

WANG X.J.

24

2/188

0

0/0

8

后卫

哈达帕伊

XADAS

27

1/120

0

0/0

14

后卫

黄嘉翔

HUANG J.H.

24

2/119

0

0/0

18

后卫

高华洋

GAO H.Z.

27

2/139

0

0/0

19

后卫

周俊哲

LIU J.Z.

23

1/83

0

0/0

23

后卫

钱宇鑫

QIAN Y.M.

26

2/210

0

0/0

25

守门员

程鑫良(GK)

YAN B.L.

24

2/210

0

0/0

31

后卫

迪奥戈·阿尔瓦雷斯

DIOGO

29

0/0

0

0/0

32

后卫

秦维杰

SU Y.J.

29

0/0

0

0/0

36

后卫

郭浩(C)

GUO H.

31

2/119

1

0/0

40

后卫

石昊

SHI Y.

22

1/56

0

0/0

替补球员

号码

位置

姓名

球衣号

年龄

出场次数/时间

进球

红/黄牌

1

守门员

李昂峰(CK)

LI Y.F.

22

0/0

0

0/0

3

后卫

王嘉豪

WANG J.H.

24

1/76

0

0/0

5

后卫

于洋

YU Y.

35

2/166

0

0/1

6

后卫

阿代米

ADEMI

25

1/51

0

0/1

9

前锋

孔帕尼(CF)

COMPAGNON

28

2/266

2

0/0

16

后卫

杨梓豪

YANG Z.H.

23

2/210

0

0/0

17

后卫

孙学友

SUN X.L.

25

2/166

0

0/0

21

后卫

什和里奇(F)

SKORIC

33

1/51

0

0/0

22

守门员

方键强(CK)

FANG J.Q.

31

0/0

0

0/0

29

后卫

巴顿

BA D.

29

2/106

0

0/0

30

后卫

王毅明

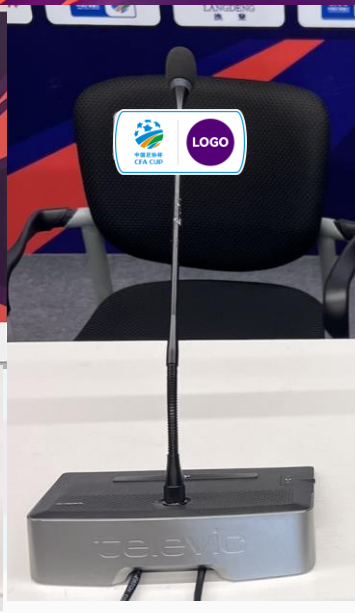
WANG Y.M.

31

0/0

0

0/0



- 本页为部分展示
- LOGO位置为示例, 冠名合作伙伴位置将优于其他各级别合作伙伴





权益展示

# 提供最佳的经销商奖励机遇与客户关系维护场合



## 牵手球童招募与球童服装广告

冠名合作伙伴可优先选择场次（每轮20%场次+决赛所有场次），高级合作伙伴（除决赛外每轮场次的10%，按签约顺序），进行牵手球童的招募，该权益可用于相应区域的经销商奖励机制的一项，也可以邀请重要客户的子女参与

为赞助商和合作伙伴提供了业务交流的平台，是企业间高档公关和商业洽谈的绝佳机会

## 比赛场地包厢款待







权益优化营销建议

# 携手足协杯公益品牌项目种子计划覆盖目标区域

## 公益产品——种子计划

中国足协杯种子计划公益活动始于2014年

冠名赞助商可与中国足协杯赛事委员会联合倡议发起，每场比赛向主场赛区的足球重点学校捐赠百颗足球或其他公益捐赠

通过“种子计划”鼓励孩子们参与足球运动、热爱运动的关爱之情，共同托起中国人的足球梦想

“种子计划”共累计向全国各地2000余所中、小学校捐赠足球超40000颗

“种子计划”作为中国足协杯赛事公益属性的一个侧面，使赛事形象在各地青少年以及关注青少年足球和足球运动的群体中得以传播







推荐定制权益建议++

# 依托赛事传播载体扩展曝光权益



## 赛事直播贴片广告

@足球中国 @中国足协杯

账号平台涵盖抖音、微博、快手、视频号等

联合LOGO  
共享推广资源

口播  
定制品牌专属环节  
多形式植入



## 内容IP冠名或植入

官方制作

除官方平台发布外还将分发至公共媒体





# 「中国足协杯」各级别合作伙伴权益细则

| 类别   | 权益内容          | 细则              |                 |                |
|------|---------------|-----------------|-----------------|----------------|
| 知识产权 | 称谓            | 中国足协杯冠名合作伙伴     | 中国足协杯官方高级合作伙伴   | 中国足协杯官方合作伙伴    |
|      | 联合标识          | 有               | 有               | 有              |
|      | 集体肖像权         | 有               | 有               | 有              |
|      | 图片&影像资料       | 图片20张/年；视频5分钟/年 | 图片10张/年；视频2分钟/年 | 图片5张/年；视频1分钟/年 |
|      | 排他            | 有               | 有               | 有              |
| 媒体权益 | 官网Logo展示      | 有               | 有               | 有              |
|      | 官方电子海报Logo展示  | 有               | 有               | 有              |
|      | 官方微信公众号Logo展示 | 有               | 有               | 有              |
|      | 官方短视频片尾Logo展示 | 有               | 有               | 有              |
|      | 官方微博转发        | 4次              | 2次              | —              |
|      | 官方微信公众号主发     | 4次              | 2次              | —              |





# 「中国足协杯」各级别合作伙伴权益细则

| 类别    | 权益内容               | 细则                           |                             |             |
|-------|--------------------|------------------------------|-----------------------------|-------------|
|       |                    | 中国足协杯冠名合作伙伴                  | 中国足协杯官方高级合作伙伴               | 中国足协杯官方合作伙伴 |
| 广告展示类 | LED/A字板            | 每场18分钟/8块+赛事名称2块             | 每场9分钟/4块                    | 每场4.5分钟/2块  |
|       | 大屏幕广告              | 120秒/场 (15秒*8次/30秒*4次)       | 60秒/场 (15秒*4次/30秒*2次)       | —           |
|       | 赛事横幅               | 2条                           | —                           | —           |
|       | 3D地毯广告             | 有, 2块 (自行准备)                 | —                           | —           |
|       | 中圈地铺               | 有, 1个 (自行准备)                 | —                           | —           |
|       | 替补席广告              | 外侧带冠名赛事全名称, 内侧logo面积明显大于其他级别 | 有                           | 有           |
|       | 媒体背景板              | 占Logo总数量20%                  | 占Logo总数量10%                 | 占Logo总数量5%  |
|       | 印刷物及制作物Logo展示      | 有                            | 有                           | 有           |
|       | 话筒标                | 有 (展示联合LOGO)                 | —                           | —           |
|       | 竞赛物资<br>(竞赛背心、臂章等) | 有 (展示联合LOGO)                 | —                           | —           |
|       | 牵手球童服装广告           | 每轮20%场次+决赛所有场次               | 除决赛外每轮场次的10%, 按签约时间先后进行选择排序 | —           |
|       | 旗手服装广告             | 每轮20%场次+决赛所有场次               | 除决赛外每轮场次的10%, 按签约时间先后进行选择排序 | —           |
|       | 赛事联名纪念品制作          | 有                            | 有                           | 有           |





# 「中国足协杯」各级别合作伙伴权益细则

| 类别    | 权益内容                            | 细则                                  |                            |                |
|-------|---------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|----------------|
|       |                                 | 中国足协杯冠名合作伙伴                         | 中国足协杯官方高级合作伙伴              | 中国足协杯官方合作伙伴    |
| 活动类   | 广告拍摄/市场公关活动                     | 1次/年                                | —                          | —              |
|       | 牵手球童招募                          | 每轮20%场次+决赛所有场次                      | 除决赛外每轮场次的10%，按签约时间先后进行选择排序 | —              |
|       | 外场活动场地<br>(根据开票情况执行)            | 50平米                                | 25平米                       | 9平米            |
| 礼遇类   | 包厢 (根据开票情况执行)                   | 独立包厢 (如有) x1                        | 公共包厢 (如有) , 1人             | —              |
|       | 赠票 (根据开票情况执行)                   | VVIP票2张; VIP票10张;<br>一等票50张; 二等票50张 | VIP票4张; 一等票25张; 二等票25张     | 一等票10张; 二等票10张 |
|       | 证件 (根据开票情况执行)                   | 赞助商证件6张; 停车证2张                      | 赞助商证件4张; 停车证1张             | 赞助商证件2张        |
|       | 颁奖仪式                            | 有, 2人                               | —                          | —              |
|       | 年度奖项设置                          | 赛季最佳球员、黑马奖等                         | —                          | —              |
|       | 单场最佳球员颁奖                        | 有 (奖杯自行制作)                          | —                          | —              |
|       | 队伍/赛事纪念品                        | 签名球4个&冠军球衣2件                        | 签名球2个                      | 签名球1个          |
| 实物展示类 | 新闻发布厅实物展示<br>(比赛用球除外, 根据品类情况执行) | 有                                   | —                          | —              |
|       | 赛场内实物展示<br>(根据品类及场地实际情况执行)      | 有                                   | —                          | —              |

注: 1.根据赛事需求, 刚需VIK价格折算不高于吊牌价60%, 权益参照上述商务体系。  
2.可根据客户需求, 对部分权益进行微调。





中国足协杯  
CFA CUP

# 期待合作