

2023年赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发(大全7篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发篇一

为打造具有特色的`核军工文化校园，在洒满阳光的季节，东华理工大学迎来了第二届社团文化艺术节的到来，针对此次社团文化艺术节，我们决定携手商家开展此次活动。活动中，我们将联合36个协会，使整个活动更加吸引全体新老同学和教职工的目光，给留下深刻的印象，在学校产生深远的影响。这次活动得到了校领导的高度重视，得到了校学生会各部门的大力支持。我们坚信，有校的高度重视，有社团联合会饱满的工作热情和很强的组织能力，有所有同学的积极参与，再加上贵公司的物力、资金等方面的鼎力支持，这次活动一定会取得圆满成功，并达到理想的宣传效果深远的影响力。

1、学校背景

东华理工大学拥有2万余名在校生，36个社团联合组织本次活动，36个校级社团覆盖面积保守估计达到全校区的学生人数的60%。

2、新生需求

大学生活开始不久，许多东西进入了一个更新换代的时期，因此呈现出一大片市场。如何把握这个商机成了商家拓展产品市场的契机，并且作为处于不断发展的学校，每年的招生规模会持续扩大，对该公司产品有可观的需求量。但学生对

这类产品缺乏品牌概念，所以需要有一个商家进驻这个市场，为学生提供高质量的产品和长期的高品质的服务。

3、学生特点

在学校的宣传下，学生们不仅可以进一步了解该企业的产品，甚至在购买同类产品中首选该企业产品。学生的个人力量虽然小，但是这是不容忽视的。因为学生大多具有以下特点：

1、消费群体范围集中，针对性强，消费量大，特别是我校消费水平和消费量，普遍不差。

2、容易受周围环境的影响，消费易引导。

3、容易形成潮流，并且迅速向周边地区辐射。

4、学生接受能力强，尤其是对新事物。对于贵公司新开发的产品，通过一传十，十传百的宣传形式，可以收到意想不到的效果。

4、优势性

1、同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到的宣传。

2、学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。若是商家能在这种全校型的、参与面甚广的活动中进行宣传，效果可想而知。

3、我校又是一所快速崛起大学，以其创造性和节约型的理念吸引着人们的眼球，得到社会各界人士的广泛关注。有数千余名师生员工，其潜在市场我们不能低估。

4、我们相信通过前期多方位、“轰炸”式的宣传，再加上本次活动的冠名，以及后期的造势，一定会在校内引起不小的

轰动。

5、这是第二次举办社团文化艺术节，必将为商家在我校开拓新的市场打下坚实的基础。因为年年都有新生入校，如果条件允许的话商家还可以同我们建立一个长期友好合作关系，将会使商家在东华理工大学内外的知名度不断加深极具有长远意义。

6、便捷的活动申请：商家在高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们合作，贵商家可以方便快捷获得批准，并且得到我校团委各部门的大力协作配合。

7、高效廉价的宣传：以往的活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学院摆出宣传板、悬挂条幅，可以达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵商家完成宣。

1、赞助前后

本次该公司对我校的赞助，亦可称之为长远利益的投资，无论是对于商家本身还是东华理工大学社团联合会都会受益匪浅。。对于赞助商来说，宣传力度和方式无疑是成功占有市场的一大重要因素。而与社团联合会的合作，很好地解决了这一问题。当然，第一位的还是商业价值。进一步提高该公司在我校学生心目中的地位，扩展该公司的销路，提高市场占有率，甚至可以与我校结成长远合作关系，始终拥有这个市场。其次，与东华理工大学社团联合会合作，更能体现该公司给教育界的支持，提高该公司在文化领域的地位，展现当今品牌所缺少的文化气息。另一方面，对于我校来说，不仅是这一次的获益，与知名公司的长期合作，更能为我校今后在活动赞助方面带来巨大影响力，吸引更多的赞助厂家，为我校活动的成功举办提供充裕的资金条件。

2、影响力

一个高校或许只有几万甚至几千人，但是学生与学生之间的影响力是不可小视的，而且作为我们学生会社团联合也和各大高校有着千丝万缕的联系，从而学生与学生之间的影响就变成了高校与高校之间的影响，进而影响到社会，这个计划的潜在受众面不仅仅是一个学校，而是相当广大的社会。

3、计划性宣传

方式

时间

地点

内容

赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发篇二

为打造具有特色的核军工文化校园，在洒满阳光的`季节，东华理工大学迎来了第二届社团文化艺术节的到来，针对此次社团文化艺术节，我们决定携手商家开展此次活动。活动中，我们将联合36个协会，使整个活动更加吸引全体新老同学和教职工的目光，给留下深刻的印象，在学校产生深远的影响。这次活动得到了校领导的高度重视，得到了校学生会各部门的大力支持。我们坚信，有校的高度重视，有社团联合会饱满的工作热情和很强的组织能力，有所有同学的积极参与，再加上贵公司的物力、资金等方面的鼎力支持，这次活动一定会取得圆满成功，并达到理想的宣传效果深远的影响力。

1、学校背景

东华理工大学拥有2万余名在校生，36个社团联合组织本次活动，36个校级社团覆盖面积保守估计达到全校区的学生人数的60%。

2、新生需求

大学生生活开始不久，许多东西进入了一个更新换代的时期，因此呈现出一大片市场。如何把握这个商机成了商家拓展产品市场的契机，并且作为处于不断发展的学校，每年的招生规模会持续扩大，对该公司产品有可观的需求量。但学生对这类产品缺乏品牌概念，所以需要有一个商家进驻这个市场，为学生提供高质量的产品和长期的高品质的服务。

3、学生特点

在学校的宣传下，学生们不仅可以进一步了解该企业的产品，甚至在购买同类产品时首选该企业产品。学生的个人力量虽然小，但是这是不容忽视的。因为学生大多具有以下特点：

- 1、消费群体范围集中，针对性强，消费量大，特别是我校消费水平和消费量，普遍不差。
- 2、容易受周围环境的影响，消费易引导。
- 3、容易形成潮流，并且迅速向周边地区辐射。
- 4、学生接受能力强，尤其是对新事物。对于贵公司新开发的产品，通过一传十，十传百的宣传形式，可以收到意想不到的效果。

4、优势性

- 1、同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到的宣传。
- 2、学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。若是商家能在这种全校型的、参与面甚广的活动中进行宣传，效果可想而知。

3、我校又是一所快速崛起大学，以其创造性和节约型的理念吸引着人们的眼球，得到社会各界人士的广泛关注。有数千余名师生员工，其潜在市场我们不能低估。

4、我们相信通过前期多方位、“轰炸”式的宣传，再加上本次活动的冠名，以及后期的造势，一定会在校内引起不小的轰动。

5、这是第二次举办社团文化艺术节，必将为商家在我校开拓新的市场打下坚实的基础。因为年年都有新生入校，如果条件允许的话商家还可以同我们建立一个长期友好合作关系，将会使商家在东华理工大学内外的知名度不断加深极具有长远意义。

6、便捷的活动申请：商家在高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们合作，贵商家可以方便快捷获得批准，并且得到我校团委各部门的大力协作配合。

7、高效廉价的宣传：以往的活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学院摆出宣传板、悬挂条幅，可以达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵商家完成宣。

1、赞助前后

本次该公司对我校的赞助，亦可称之为长远利益的投资，无论是对于商家本身还是东华理工大学社团联合会都会受益匪浅。。对于赞助商来说，宣传力度和方式无疑是成功占有市场的一大重要因素。而与社团联合会的合作，很好地解决了这一问题。当然，第一位的还是商业价值。进一步提高该公司在我校学生心目中的地位，扩展该公司的销路，提高市场占有率，甚至可以与我校结成长远合作关系，始终拥有这个市场。其次，与东华理工大学社团联合会合作，更能体现该公司给教育界的支持，提高该公司在文化领域的地位，展现当今品牌所缺少的文化气息。另一方面，对于我校来说，不

仅是这一次的获益，与知名公司的长期合作，更能为我校今后在活动赞助方面带来巨大影响力，吸引更多的赞助厂家，为我校活动的成功举办提供充裕的资金条件。

2、影响力

一个高校或许只有几万甚至几千人，但是学生与学生之间的影响力是不可小视的，而且作为我们学生会社团联合也和各大高校有着千丝万缕的联系，从而学生与学生之间的影响就变成了高校与高校之间的影响，进而影响到社会，这个计划的潜在受众面不仅仅是一个学校，而是相当广大的社会。

3、计划性宣传

方式

时间

地点

内容

赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发篇三

作为青春的代言人，大学生总洋溢着年轻的活力、充满着狂热的激情，对新奇刺激的.大型活动必定会踊跃参与，全程投入。这类的活动必能让主办协会的知名度得到很大的提高，同时也让赞助的商家达到想要的最佳宣传效果,从而大家都得以大丰收。本年的十一月是活动开展的最佳时机，产品宣传的最佳时间，形象策划的最棒时段。因为新生的大学生活已进入了正轨，一切都相对顺利，而且该月的功课也相对于其它月份少些，会有更多的时间组织和参与活动，更何况学校的活动月也在这个时候完全开放，很有活动的气氛。

在这个宣传的黄金月，哪个组织率先策划出极具创意的活动，哪个组织就能在新生中树立良好的公众形象，同样哪个公司能在一个月做最有效的宣传，哪个公司就能树立稳固的公寓品牌，更快地占去这一片超两万人的大市场。因此，公共关系协会作为华农学生声望最高的协会组织又怎会错过这么好的一个黄金时机呢?!于是我协会精心策划了这次公寓狂欢夜联欢party!本次活动的策划不但在上年成功举办圣诞party的经验总结之上，而且通过了整个公关协会筹备委员会的分析讨论，极具权威性。况且本次活动是华农公关协会最具特色的招牌活动，也是本学年的重头戏，因此得到校团委、社团联合会等官方组织的高度重视，并给予大力的支持和配合。除此之外本活动还得到本校各兄弟协会、学生组织、外校团体、特邀嘉宾……的鼎立相助和参与。届时必将能让活动的参与者感到耳目一新，兴奋不已;让赞助商尽情享受投资少回报高的乐趣。华农公关协会也会为此而奋斗到底!

1. 同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。
2. 学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。其中高校学生作为现代青年都喜欢追求新鲜的、刺激的、浪漫的、能展示个性表现自我的时尚活动。若是商家能在party这种刺激狂野的活动中进行宣传，效果可想而知。
3. 因为年年都有新生，如条件允许的话，商家还可以同我们公共关系协会建立一个长期友好合作关系，如每年共同策划一次圣诞party,将会使商家在公寓内外的知名度不断加深，甚至到石牌各个高校，极具有长远意义!
4. 便捷的活动申商家在公寓内、高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们公关协会合作，贵公司可以方便快捷获得校方批准，并且得到我们协会各部门的大力协作配合。

5. 高效廉价的宣传：以往的校内活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学校建有强大的宣传网，可以在短时间内达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵公司完成宣传活动！

6. 本次活动将有过两万人了解，并至少超500人能进场参与(因场地所限人不可进太多)，并会在五山高校区广为流传。

7. 假如这类活动能再度成功举办，我们华农公关协会将会在下年的圣诞节推动广州所有高校共同策划一个更大型的圣诞联欢party其盛况也必定空前。本次活动作为关键的一炮，意义深远，商机无限！

1. 活动目的：

本次活动是本着丰富公寓文化，活跃校园气氛，提高会员积极性的大型特色活动。

2. 组织机构：

主办单位：华南农业大学社团联合会

承办单位：华南农业大学公共关系协会

协办单位：华南农业大学吉它协会，舞蹈协会

赞助单位：

3. 活动时间[]xx-xx-xx[]晚上7：30——10：50

4. 活动地点：五山大学生公寓饭堂三楼

5. 现场布置：

楼梯(封) 聊天4(工作)

聊天1 观众1

主舞台音响

控制 物品储备

非会员入场区(买票) 聊天2 观

众2 吉协

会员入场区 观 众3

聊天 3

门口1 门口2 小卖部

6. 活动内容:

当天活动详细内容是由理事委员会策划的，他们那里有一份详细方案，但在活动开展前暂不公开。至于活动流程见工作计划“7. 活动进程”即可。

1. 申请审批:

在xx年xx月x日前落实策划的审批和场地的申请工作(由秘书部负责)

2. 寻找合作组织

在xx年xx月x日前落实合作机构及合作项目(由会长负责)

3. 寻找赞助单位

在xx年xx月x日前落实赞助情况(由外联部负责)

4. 邀请嘉宾

在xx年xx月x日前落实嘉宾情况(由秘书部负责)

5. 筹备资金

在xx年xx月x日前落实物资和金钱的筹备工作。包括：赞助资金，申请资金和门票收取。(由财务部负责)

6. 现场布置

活动当天由组织部和人力资源部负责

7. 活动进程

12: 30 布置现场 分工要细，效率要高

17: 00 吃饭休息 注意道具和食品的保护

18: 30 清场整理 保证非工作人员都离开

19: 20 理事各守岗位 注意换班安排

19: 30 会员，嘉宾，非会员进场 有序排队，防止拥挤，逃检

19: 30 速配换礼品及跳舞 有序排队

20: 00 主持人出场，开场白，介绍嘉宾，介绍节目及环境语出惊人

20: 10 会长致词，宣布开幕 有气魄，激情

20: 20 游戏1 配对游戏

20:35 吉协表演 准备要快

20: 50 游戏2 配对游戏

赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发篇四

为打造具有特色的核军工文化校园，在洒满阳光的季节，东华理工大学迎来了第二届社团文化艺术节的到来，针对此次社团文化艺术节，我们决定携手商家开展此次活动。活动中，我们将联合36个协会，使整个活动更加吸引全体新老同学和教职工的目光，给留下深刻的印象，在学校产生深远的影响。这次活动得到了校领导的高度重视，得到了校学生会各部门的大力支持。我们坚信，有校的高度重视，有社团联合会饱满的工作热情和很强的组织能力，有所有同学的积极参与，再加上贵公司的物力、资金等方面的鼎力支持，这次活动一定会取得圆满成功，并达到理想的宣传效果深远的影响力。

1、学校背景

东华理工大学拥有2万余名在校生，36个社团联合组织本次活动，36个校级社团覆盖面积保守估计达到全校区的学生人数的60%。

2、新生需求

大学生活开始不久，许多东西进入了一个更新换代的时期，因此呈现出一大片市场。如何把握这个商机成了商家拓展产品市场的契机，并且作为处于不断发展的学校，每年的招生规模会持续扩大，对该公司产品有可观的需求量。但学生对这类产品缺乏品牌概念，所以需要有一个商家进驻这个市场，为学生提供高质量的产品和长期的高品质的服务。

3、学生特点

在学校的宣传下，学生们不仅可以进一步了解该企业的产品，甚至在购买同类产品中首选该企业产品。学生的个人力量虽然小，但是这是不容忽视的。因为学生大多具有以下特点：

- 1、消费群体范围集中，针对性强，消费量大，特别是我校消费水平和消费量，普遍不差。
- 2、容易受周围环境的影响，消费易引导。
- 3、容易形成潮流，并且迅速向周边地区辐射。
- 4、学生接受能力强，尤其是对新事物。对于贵公司新开发的产品，通过一传十，十传百的宣传形式，可以收到意想不到的效果。

4、优势性

- 1、同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到的宣传。
- 2、学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。若是商家能在这种全校型的、参与面甚广的活动中进行宣传，效果可想而知。
- 3、我校又是一所快速崛起大学，以其创造性和节约型的理念吸引着人们的眼球，得到社会各界人士的广泛关注。有数千余名师生员工，其潜在市场我们不能低估。
- 4、我们相信通过前期多方位、“轰炸”式的宣传，再加上本次活动的冠名，以及后期的造势，一定会在校内引起不小的轰动。
- 5、这是第二次举办社团文化艺术节，必将为商家在我校开拓

新的市场打下坚实的基础。因为年年都有新生入校，如果条件允许的话商家还可以同我们建立一个长期友好合作关系，将会使商家在东华理工大学内外的知名度不断加深极具有长远意义。

6、便捷的活动申请：商家在高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们合作，贵商家可以方便快捷获得批准，并且得到我校团委各部门的大力协作配合。

7、高效廉价的宣传：以往的活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学院摆出宣传板、悬挂条幅，可以达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵商家完成宣。

1、赞助前后

本次该公司对我校的赞助，亦可称之为长远利益的投资，无论是对于商家本身还是东华理工大学社团联合会都会受益匪浅。。对于赞助商来说，宣传力度和方式无疑是成功占有市场的一大重要因素。而与社团联合会的合作，很好地解决了这一问题。当然，第一位的还是商业价值。进一步提高该公司在我校学生心目中的地位，扩展该公司的销路，提高市场占有率，甚至可以与我校结成长远合作关系，始终拥有这个市场。其次，与东华理工大学社团联合会合作，更能体现该公司给教育界的支持，提高该公司在文化领域的`地位，展现当今品牌所缺少的文化气息。另一方面，对于我校来说，不仅是这一次的获益，与知名公司的长期合作，更能为我校今后在活动赞助方面带来巨大影响力，吸引更多的赞助厂家，为我校活动的成功举办提供充裕的资金条件。

2、影响力

一个高校或许只有几万甚至几千人，但是学生与学生之间的影响力是不可小视的，而且作为我们学生会社团联合也和各大高校有着千丝万缕的联系，从而学生与学生之间的影响就

变成了高校与高校之间的影响，进而影响到社会，这个计划的潜在受众面不仅仅是一个学校，而是相当广大的社会。

3、计划性宣传

方式

时间

地点

内容

赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发篇五

承办单位：西南大学爱心公益联盟

活动策划书目录：

1. 前言
2. 市场分析
3. 活动介绍
4. 宣传计划
5. 商家补偿计划
6. 经费预算
7. 补充赞助方案
- 8附件一

1, 前言

大学生是当今社会拥有狂热激情，年轻活力的强大团体。他们充满激情，是对例如运动会等大型活动的积极参与者；他们是带动当今中国消费的主力高潮，在消费市场上具有不可磨灭地位的消费群体；他们密切关注着广告宣传，追求新奇事物，购买各类产品。可见，大学生作为一个重要的消费群体，他的力量是不可忽视的。因此企业若鼎力支持大学的“公益基金”成立大会暨社团联谊晚会，必定会得到丰厚的回报，极大的提高企业的知名度。

2, 市场分析（投资高校的优势）

1. 同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。

2. 学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。其中高校学生作为现代青年都喜欢追求新鲜的、刺激的、浪漫的、能展示个性表现自我的时尚活动。若是商家能在party这种刺激狂野的活动中进行宣传，效果可想而知。

3. 因为年年都有新生，如条件允许的话，商家还可以同我们公共关系协会建立一个长期友好合作关系，如每年共同策划一次圣诞party,将会使商家在公寓内外的知名度不断加深，甚至到石牌各个高校，极具有长远意义！

4. 便捷的活动申请：商家在公寓内、高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们公关协会合作，贵公司可以方便快捷获得校方批准，并且得到我们协会各部门的大力协作配合。

5. 高效廉价的宣传：以往的校内活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学校建有强大的宣传网，可以在短时间内达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵公司完成宣传活动！

6. 本次活动将有过两万人了解，并至少超500人能进场参与（因场地所限人不可进太多），参与人数众多，可以为该公司的品牌文化起到很好的推动作用。

共同策划一个更大型的圣诞联欢party其盛况也必定空前。本次活动作为关键的一炮，意义深远，商机无限！

3. 活动介绍

1. 活动目的：

本次活动是本着丰富公寓文化，活跃校园气氛，提高会员积极性的大型特色公益活动。

2. 组织机构：

主办单位：共青团西南大学委员会

西南大学学生社团联合会

承办单位：西南大学爱心公益联盟

赞助单位：、

3. 活动时间

4. 活动地点

5. 现场布置

6. 活动内容

4. 工作计划

1、申请审批

赞助感谢信的范文

会议方案范文合集八篇

会议方案范文合集六篇

会议方案范文合集九篇

写给赞助商的感谢信范文

赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发篇六

为打造具有特色的核军工文化校园，在洒满阳光的季节，东华理工大学迎来了第二届社团文化艺术节的到来，针对此次社团文化艺术节，我们决定携手商家开展此次活动。活动中，我们将联合36个协会，使整个活动更加吸引全体新老同学和教职工的目光，给留下深刻的印象，在学校产生深远的影响。这次活动得到了校领导的高度重视，得到了校学生会各部门的大力支持。我们坚信，有校的高度重视，有社团联合会饱满的工作热情和很强的组织能力，有所有同学的积极参与，再加上贵公司的物力、资金等方面的鼎力支持，这次活动一定会取得圆满成功，并达到理想的宣传效果深远的影响力。

1、学校背景

东华理工大学拥有2万余名在校生，36个社团联合组织本次活动，36个校级社团覆盖面积保守估计达到全校区的学生人数的60%。

2、新生需求

大学生活开始不久，许多东西进入了一个更新换代的时期，因此呈现出一大片市场。如何把握这个商机成了商家拓展产品市场的契机，并且作为处于不断发展的学校，每年的招生

规模会持续扩大，对该公司产品有可观的需求量。但学生对这类产品缺乏品牌概念，所以需要有一个商家进驻这个市场，为学生提供高质量的产品和长期的高品质的服务。

3、学生特点

在学校的宣传下，学生们不仅可以进一步了解该企业的产品，甚至在购买同类产品中首选该企业产品。学生的个人力量虽然小，但是这是不容忽视的。因为学生大多具有以下特点：

1. 消费群体范围集中，针对性强，消费量大，特别是我校消费水平和消费量, 普遍不差。
2. 容易受周围环境的影响，消费易引导。
3. 容易形成潮流，并且迅速向周边地区辐射。
4. 学生接受能力强，尤其是对新事物。对于贵公司新开发的产品，通过一传十，十传百的宣传形式，可以收到意想不到的效果。

4、优势性

- 1、同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。
- 2、学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。若是商家能在这种全校型的、参与面甚广的活动中进行宣传，效果可想而知。
- 3、我校又是一所快速崛起大学，以其创造性和节约型的理念吸引着人们的眼球，得到社会各界人士的广泛关注。有数千余名师生员工，其潜在市场我们不能低估。
- 4、我们相信通过前期多方位、“轰炸”式的宣传，再加上本

次活动的冠名，以及后期的造势，一定会在校内引起不小的轰动。

5、这是第二次举办社团文化艺术节，必将为商家在我校开拓新的市场打下坚实的基础。因为年年都有新生入校，如果条件允许的话商家还可以同我们建立一个长期友好合作关系，将会使商家在东华理工大学内外的知名度不断加深极具有长远意义。

6、便捷的活动申请：商家在高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们合作，贵商家可以方便快捷获得批准，并且得到我校团委各部门的大力协作配合。

1、赞助前后

本次该公司对我校的赞助，亦可称之为长远利益的投资，无论是对于商家本身还是东华理工大学社团联合会都会受益匪浅。对于赞助商来说，宣传力度和方式无疑是成功占有市场的一大重要因素。而与社团联合会的合作，很好地解决了这一问题。当然，第一位的还是商业价值。进一步提高该公司在我校学生心目中的地位，扩展该公司的销路，提高市场占有率，甚至可以与我校结成长远合作关系，始终拥有这个市场。其次，与东华理工大学社团联合会合作，更能体现该公司给教育界的支持，提高该公司在文化领域的地位，展现当今品牌所缺少的文化气息。另一方面，对于我校来说，不仅是这一次的获益，与知名公司的长期合作，更能为我校今后在活动赞助方面带来巨大影响力，吸引更多的赞助厂家，为我校活动的成功举办提供充裕的资金条件。

2、影响力

一个高校或许只有几万甚至几千人，但是学生与学生之间的影响力是不可小视的，而且作为我们学生会社团联合也和各大高校有着千丝万缕的联系，从而学生与学生之间的影响就变成了

高校与高校之间的影响,进而影响到社会,这个计划的潜在受众面不仅仅是一个学校,而是相当广大的社会。

赞助感谢信的范文

写给赞助商的感谢信范文

商业赞助策划书

活动赞助合同范本

年会赞助的邀请函

新版赞助协议书模板

活动赞助经典合同范本

有关赞助合同范本「精选」

会议方案范文

赞助方案要从组展商能够控制的资源条件出发篇七

时间□20xx年8月19日(农历七月初七情人节)

地点：侨乡体育馆室内篮球馆

活动承办方：星系娱乐传媒（泉州）有限公司

协办媒体规模：泉州电视台、泉州广播电台、东南早报等网络媒体

联系电话□0xxx9

现场奖品：艺人签名cd等企业赞助奖品

演出形式：爱乐团以及原班现场乐队阵容演唱

现场容纳人数：5000人

门票发行数量：5000张

赞助活动带来的商业价值

各种广告效应分析对比

1、提高知名度：

“爱乐团”演唱会前期通过报纸、电视、户外广告□dm单、海报、新闻报道等多种方式宣传报道，明星的演唱会可以在短时间内妇孺皆知，是整个社会的焦点，其受众范围远远大于其它广告宣传方式。而赞助商也会搭上这条船快速提高知名度，换言之：知道明星演唱会的人都会知道赞助商的品牌。

2、提高美誉度：

借助明星的名气作广告，可增加赞助商广告的可看性和炒作噱头，给人新鲜感容易记忆；还可混淆明星代言与演唱会的概念，让消费者感觉到赞助商的实力，迅速提高赞助商的美誉度。

3、借助媒体力量：

明星演唱会的影响力可以让媒体名正言顺的进行娱乐新闻报道，可以有效的借助到主流媒体的力量宣传赞助商的实力。而且，还可进一步加强与主流媒体的公共关系。

4、门票广告增加关注：

明星演唱会的门票印制赞助商的形象或业务广告，同时印上

消费代币券，门票的关注度要远远高于普通的广告，因为它的价值远远高于报纸。因此，门票上广告的效果也会好于普通的广告方式。还可将门票与产品进行捆绑销售，瞬间提高销售量。

5、扩大市场份额：

销售滑坡将是每一家企业面临的严峻问题，借助明星演唱会增加人气、促进销售可以缓解淡季的压力。参加明星演唱会可以在淡季突出自己的品牌，使同行业无法模仿，具有唯一的优势，从市场上获得更多的市场份额。

6、借助明星力量打造忠诚消费群：

一个品牌包括三个层次：知名度、美誉度、忠诚度。要消费者对一个品牌忠诚绝不是件容易的事，不过，明星的影响力不可小视。一些明星的忠诚fans会对赞助商产生绝对的好感，这将有助于打造品牌的忠诚的消费者群。

7、后期影响不可忽略：

其余广告方式在广告结束后几乎都不再有任何广告效应，而明星演唱会赞助商可永久拥有演唱会资料，与明星的合影等，随时可以用来进行广告宣传，类似请明星代言，特别是当明星影响力大时，效果更加显著。

特邀主办赞助金额：18万元

1、授权冠名赞助企业成为“爱乐团福建首场专场演唱会”的冠名企业

6、赞助方总经理和本次活动邀请的艺人合影

1、演唱会现场设置横幅、舞台背景，体现(冠名赞助商)企业

名称，具体尺寸待定

3、演唱会现场，企业广告喷绘两块

4、演唱会现场，爱乐团及主持人将在演出中对冠名赞助商表示感谢（口头致谢方式，说明企业全称）

5、现场由泉州电视台录制活动全过程，赠送全程录像vcd5张

6、所有图片资料

电视媒体

回报形式：将于本次演唱会广告宣传片中体现冠名赞助商企业名称（具体投放次数由演唱会组委会再作商定）

投放周期□20xx年7月中旬—8月上旬（泉州电视三套黄金时段每天四次）

媒体名称：收视率较高的各电视台综艺娱乐档栏目

电台媒体

（具体投放次数由演唱会组委会再作商定）

投放周期□20xx年7月中旬—8月上旬

媒体名称：泉州电台904交通频道、923频道

报纸媒体

投放时间□20xx年7月中旬起，分传播阶段投放

媒体名称：东南早报、泉州电视广播报

其他媒体

- 1、在本市销售量较大的期刊杂志上（视点时尚杂志）投放演唱会广告，均含企业名称
- 2、大泉州范围5000张海报宣传，均体现企业名称
- 3、所售门票广告体现企业名称logo和其中硬广告一版
- 4、大泉州200家音响唱片店设置易拉宝宣传

全程新媒体介入

sp短信平台：通过sp短信平台群发演唱会资讯，预计受众将达50万人次，使得演唱会有关信息得到更大面积普及，更好地为企业品牌推广奠定基础，加强市场认知度。

泉州及其周边地区，乃至福建省、整个中国接受到此次演唱会资讯的人群对企业、品牌的认知。通过与演唱会相结合，让消费者形象感受企业、产品的品牌附加值，消费者也将感受到企业强大的实力。

企业将会在常规广告中因为附加演唱会内容与演唱会广告而形成呼应，高水准的演唱会便能与企业宣传形成真正意义上的捆绑，与此同时，企业所获得的宣传效果也就远非同等金额的常规广告所能比拟。

综上所述，特邀主办赞助方将获得

- 1、总价值rmb50万的广告回报
- 2、赢得高关注度的新闻公关事件
- 3、大泉州地区的传播受众，绝佳的事件营销机会

- 4、参与文化事业的美誉，提升品牌高度
- 5、明星代言，节省单独邀请明星的巨额开支
- 6、经济效益的提升
- 7、以文化手段展示实力的成就感

唯一指定商赞助金额：4万元

1、授权赞助企业成为“爱乐团福建首场专场演唱会”的唯一指定xx商

3、赞助方总经理和本次活动邀请的艺人合影

1、演唱会现场设置舞台背景，体现赞助商企业名称

3、演唱会现场，爱乐团及主持人将在演出中对赞助商表示感谢（口头致谢方式，说明企业全称）

4、现场由泉州电视台录制活动全过程，赠送全程录像vcd5张

5、所有图片资料

电视媒体、电台媒体

（具体投放次数由演唱会组委会再作商定）

投放周期□20xx年7月中旬—8月上旬

报纸媒体

投放时间□20xx年7月中旬起，分传播阶段投放

媒体名称：东南早报、泉州电视广播报

其他媒体

- 2、大泉州范围5000张海报宣传，均体现企业名称
- 3、所售门票广告[21cm×10cm]体现企业名称logo和其中硬广告一版
- 4、大泉州200家音响唱片店设置易拉宝宣传

全程新媒体介入

sp短信平台：通过sp短信平台群发演唱会资讯，预计受众将达50万人次，使得演唱会有关信息得到更大面积普及，更好地为企业品牌推广奠定基础，加强市场认知度。

泉州及其周边地区，乃至福建省、整个中国接受到此次演唱会资讯的人群对企业、品牌的认知。通过与演唱会相结合，让消费者形象地感受企业的品牌附加值，唯一指定商在所属行业中具有唯一的优势。

企业将会在常规广告中因为附加演唱会内容与演唱会广告而形成呼应，高水准的演唱会便能与企业宣传形成真正意义上的捆绑，与此同时，企业所获得的宣传效果也就远非同等金额的常规广告所能比拟。

综上所述，特邀主办赞助方将获得

- 1、赢得高关注度的新闻公关事件
- 2、大泉州地区的传播受众，绝佳的事件营销机会
- 3、参与文化事业的美誉，提升品牌高度
- 4、明星代言，节省单独邀请明星的巨额开支

5、经济效益的提升

6、以文化手段展示实力的成就感

门票内版广告位赞助金额：2800元/版

封面封底及封二均由总冠名所得