

第四届国际健康养生节赞助方案

——聚焦生态经济 健康养生中国

写在前面：

▲2013年9月27日-12月27日，时间跨度长，大健康事业领域宽，地域广，可参与性强。

▲国际组织，资源强势夯实，务实求真，讲究实效，参与者获益机会多，接收有益信息多。

▲聚集行业翘楚，零距离接触高端人士，聆听智慧者、成功者权威论剑，学习交友，互通有无。

▲开拓者和践行者的策略风暴，为企业经营管理巡诊把脉，献计献策。

▲投融资专业性强，项目对接成功概率高。

▲文化力行动，时代的最强音，开拓视野，把握未来。

一、企业赞助价值：

1、国际国内业界影响深

国际健康养生节是大健康产业领域的一次盛会，是该领域机构、平台、资源、人脉、产品的圆融。这次盛会是在前三届国际健康养生节圆满成功的基础上进行筹划安排的（注：2010年第一届国际健康养生节---上海世博会；2011年第二届国际健康养生节---英联邦、金砖五国会议三亚中医药主题论坛；2012年第三届国际健康养生节---韩国丽水世博会），相较前三届，第四届国际健康养生节具有国际性、前瞻性、权威性的特点，且规模更大、范围更广、内容更全、规格更高、合作更多，必将成为行业未来发展的风向标，为大健康事业的开

拓者、践行者、成功者提供又一次演绎权威论剑的平台和经典范例，引领行业发展方向。

2、国内国际政府、组织及社会支持力度大

第四届国际健康养生节是业界高规格的一次盛会，兼具国际化、专业性强等特点，得到了国家有关部委的指导和支持，届时将有该领域的国际国内政府高层领导、国际 NGO 组织领导人、国内具有影响力的组织团体领导人、国内有影响力的企业家前来参加。

3、媒体传播范围广

第四届国际健康养生节宣传总投入超过 500 万元，国际国内和行业媒体达 100 余家进行联动报道。100 余家媒体交叉宣传、立体覆盖，辐射全球，空前的媒体宣传规模所达到的广告效应将使企业坐享总值超过 500 万元的广告宣传效果，媒体间的无限次传播将给企业无限次机会出现在公众视野，这无疑是企业树立企业形象，打造国际品牌的一次最佳契机。

4、高师指导，金融对接

第四届国际健康养生节主会场安排在国家级高端会议场地，莅临大会现场的有国际国内的高层领导人，并特别邀请顶级专家教授作为演讲嘉宾为企业把脉策划，大会还将邀请 100 多家国际国内的著名投资人和投资机构，为企业项目进行投资洽谈，做金融对接，本次活动将成为人脉资源最高端、健康养生最专业、技术含量最权威的一次盛会。

二、赞助类型

级别	赞助类型	赞助金额（单位：万元）	赞助商数量
钻石	总冠名		独家
铂金	单场冠名		多家
黄金	特别赞助		独家
翡翠	友情赞助		不限
玉石	物资赞助		选择

1、说明：

① 本次赞助分不同的板块，不同的级别，赞助企业可根据自己需求提出相应的回报条件，共同商榷。

② 物资赞助需要组委会根据活动需要进行选择商定。

2、参会企业要求：

① 参会企业应具有良好的资信状况和发展潜力，近三年未发生产品质量安全问题，且社会责任心强。

② 参会企业需向大会组委会提供申报表和企业的六证一卡（即：营业执照、开户许可证、法人身份证、组织机构代码证、两个税务登记证、贷款卡）全套复印件并，加盖公章扫描电子版发电子邮件至大会组委会。

三、赞助回馈

见附表

四、其它回报

1、赞助企业产品可优先成为以后各届大会的指定专用产品，并享受国际健康养生节后续的相应优惠政策。

2、赞助企业会后可获得大会的成果资料，数据库和其它后续服务。

3、赞助条款与组委会按赞助企业需求个性化设定，灵活运用，最终以协议内容为准实施。