MESSE MÜNCHEN

市场赞助手册

productronica China

慕尼黑上海电子生产设备展

2025年3月26-28日 | 上海新国际博览中心

productronicachina.com.cn

目录

01 数字营销

1.1 网站宣传推广 3
1.1.1 中文网站宣传推广 3
1.1.2 官方微信小程序推广 4
1.2 EDM宣传推广 5
1.2.1 EDM内嵌广告位 5
1.2.2 EDM推文 5
1.3 新媒体渠道投放 6
1.3.1 官方微信公众号推文 6
1.3.2 官方公众号推文内嵌广告位 6
1.3.3 线上直播论坛 7
1.3.4 展会现场短视频推广 7

02 联名赞助

2.1 包袋赞助 8
2.2 礼品赞助 8
2.3 餐券赞助 8

03 线下宣传推广

3.1《观众指南》 9
3.1.1《观众指南》页面宣传推广 9
3.1.2《观众指南》展位图司标刊登 9
3.1.3《观众指南》展商列表司标刊登 10
3.1.4《观众指南》推荐展商司标刊登 10
3.2 观众胸卡和吊带 10
3.2.1 观众纸质胸卡宣传推广 10
3.2.2 观众吊带司标刊登 11

03 线下宣传推广

3.3 现场宣传推广 11
3.3.1 外广场户外大牌广告 11
3.3.2 展馆连廊大牌广告 11
3.3.3 展馆内吊点旗帜 12
3.3.4 展馆内地标推广 12
3.3.5 展馆连廊吊点旗帜 12
3.3.6 内广场户外大牌广告 13
3.3.7 观众登记处四面体广告 14
3.3.8 馆外内广场四面体广告 14
3.3.9 馆外玻璃幕墙广告 14
3.3.10 馆内摆渡车广告 15
3.3.11 馆内摆渡车候车棚广告 15
3.4 功能区宣传推广 16
3.4.1 观众休息区四面体广告 16
3.4.2 VIP 休息区桌面立牌 16
3.4.3 功能区海报张贴 16

01 数字营销

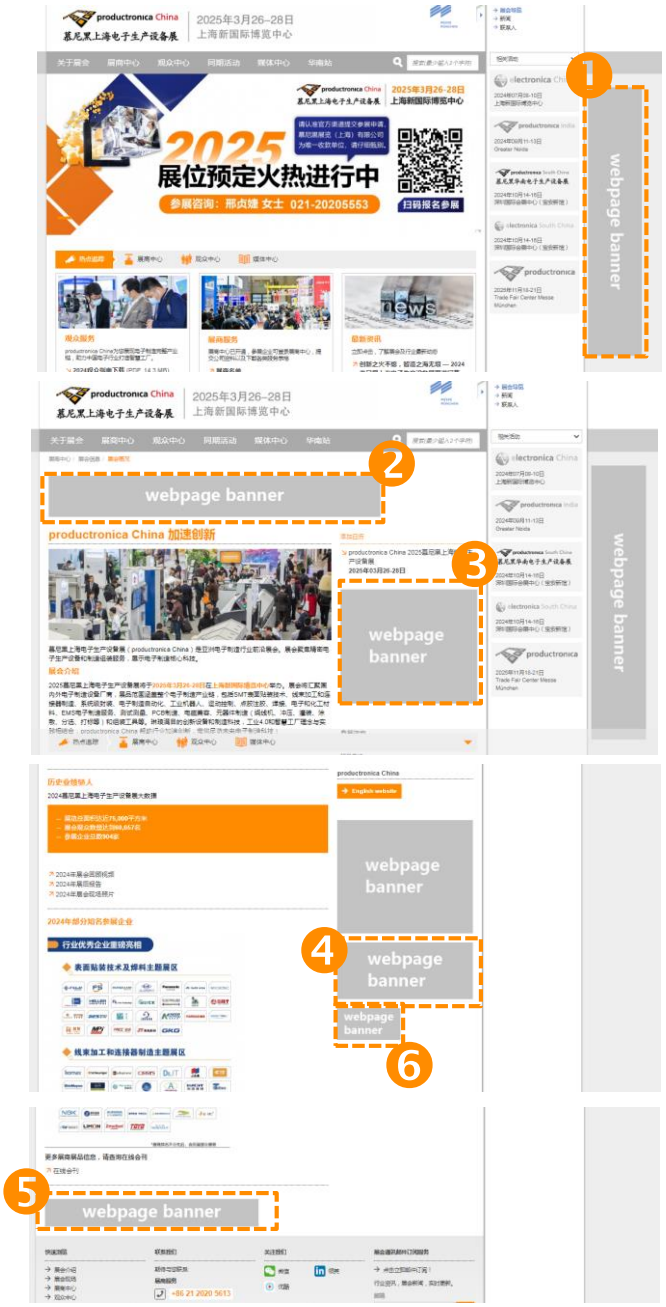
数字营销利用主办方大数据及多渠道平台有效帮助展商展开线上营销，具有传播面广、目标观众辐射范围大等优势，能够灵活地根据参展商营销策略规划营销渠道，增强与目标客户的黏性，提升参展企业在展前展中的曝光度，获得更多高质量观众的关注。下文请参见主办方提供的所有线上宣传项目：

注意事项：展商市场赞助涉及到的图片及文字内容均不得出现违禁词，所用字体均为免费商用字体（方正黑体简体、方正楷体简体、阿里巴巴普惠体）。**所有宣传内容需主办方确认后才可投放。**

1.1 网站宣传推广

productronicachina.com.cn

1.1.1 中文网站宣传位



观众、展商均会频繁登录官网，全年全域约900,000次访问量，所有网页横幅都可链接跳转至公司官网。

- 网页条幅1将会出现在所有大流量页面，包括网站首页、展商列表页面、会议日程等页面（不包括观众预登记页面）。
- 网页条幅2，3，4，5和6将会出现在除网站首页、观众预登记页面及展商中心外的所有大流量页面。
- 网页条幅3、4最多接受两家赞助，分上下显示。
  网页横幅6最多接受四家赞助，分上下左右显示。
- 名额有限，先到先得
- 格式：JPG, GIF
- 不含设计及制作

推广位	尺寸 (宽 x 高)	价格
1	120 x 600 pixels	人民币 15,000 / 两周
2	728 x 90 pixels	人民币 12,000 / 两周
3	300 x 250 pixels	人民币 8,000 / 两周
4	300 x 125 pixels	人民币 5,000 / 两周
5	468 x 60 pixels	人民币 3,000 / 两周
6	140 x 70 pixels	人民币 2,500 / 两周

***广告画面提交截至时间：**按照约定上线时间，提前3天提交广告

1.1.2 官方微信小程序推广

慕尼黑上海电子生产设备展官方微信小程序包含所有展会相关信息，例如展商信息，展品信息，同期新闻，展会新闻等，是展商、观众热衷的线上活动指南。

- 推广位1位于小程序首页顶部，滚动展现画面，靠前页面将获得更高的曝光度。推广位2位于小程序首页底部，用于展示企业LOGO。
- 推广位1第一版不开放赞助。
- 各推广位无法添加外部链接。
- 名额有限，先到先得
- 格式：JPG
- 不含设计及制作

推广位	推广时间	版位	价格
1	2025年2,3月	第二或第三版	人民币 20,000 / 月
		第四版及其他	人民币 15,000 / 月
	其余月份	第二或第三版	人民币 5,000 / 月
		第四版及其他	人民币 3,000 / 月
2	2025年2,3月	/	人民币 5,000 / 月
	其余月份	/	人民币 3,000 / 月

***广告画面提交截至时间：**按照约定上线时间，提前3天提交广告

1.2 EDM宣传推广

1.2.1 EDM内嵌广告位

每周主办方会发送展会讯息、最新行业信息和展商信息给高质量观众。通过定期对目标观众宣传，可以提升公司的品牌形象。所有的横幅广告都可链接跳转至公司官网。

- 发送对象为2021-2024展会预登记观众、现场观众、VIP观众、会议听众等
- 各横幅广告位最多同时接受两家赞助
- 名额有限，先到先得
- 格式：JPG, GIF
- 不含设计及制作

推广位	尺寸 (宽 x 高)	发布时间	价格
1-顶部	620 x 80 pixels	非展前三个月	人民币 10,000 / 3 期
		展前三个月（含）	人民币 15,000 / 3 期
2-底部	560 x 80 pixels	非展前三个月	人民币 8,000 / 3 期
		展前三个月（含）	人民币 12,000 / 3 期

***广告画面提交截至时间：**按照约定上线时间，提前5天提交广告

1.2.2 EDM推文

发送定制邮件可以将贵司信息发往对口数据库，进行针对性宣传，以发展潜在买家。赞助商定制的发送内容会与主办方展会内容相结合进行发送。

- 展商提供素材给到主办方制作， 不得出现任何竞争展信息
- 推文报告将于一周后发送，内容包括到达率、点击率、打开率等等
- 名额有限，先到先得
- 文件格式：HTML文件包（用于发送电子通讯）
- 不含设计及制作

发布时间	发送次数	价格
展前三个月（含）	每月开放两次	人民币 10,000 / 5,000 条
非展前三个月	每月开放四次	人民币 5,000 / 5,000 条

***广告画面提交截至时间：**按照约定上线时间，提前7天提交广告

1.3 新媒体渠道投放

1.3.1 官方微信公众号推文

官方订阅号拥有超过69,000名电子制造行业粉丝，拥有较佳的推文阅读点击量。

- 拥有近20,000名粉丝好友的官方客服号“小慕” 在朋友圈和近10个行业群内同步转发微信推文，获取更高阅读量
- 不含内容创作
- 展前两周不安排发送
- 具体排期以主办方实际发送为准

发布时间	头条/次条	价格
展前三个月（含）	头条	人民币 8,000 / 篇
	次条	人民币 5,000 / 篇
非展前三个月	头条	人民币 5,000 / 篇
	次条	人民币 3,000 / 篇

***广告画面提交截至时间：**按照约定上线时间，提前7天提交广告

1.3.2 官方公众号推文内嵌广告位

慕尼黑上海电子生产设备展官方订阅号拥有超过69,000名电子制造行业粉丝，主办方会定期推送行业新闻、展会资讯等文章。

- 该宣传形式仅在头条推文中投放，且不会出现在其他赞助商赞助的推文中
- 广告位1位于推文顶部，广告位2位于推文底部
  各广告位最多同时接受两家赞助
- 格式：JPG, GIF
- 不含设计及制作

推广位	尺寸 (宽 x 高)	发布时间	价格
1-顶部	640*100 pixels	展前三个月(含)	人民币 10,000 / 3篇
		非展前三个月	人民币 8,000 / 3篇
2-底部		展前三个月(含)	人民币 8,000 / 3篇
		非展前三个月	人民币 5,000 / 3篇

***广告画面提交截至时间：**按照约定上线时间，提前5天提交广告

1.3.3 线上直播论坛

线上直播逐渐成为观众获取信息的重要渠道之一。慕尼黑上海电子生产设备展依托强大的品牌和资源，帮助参会企业完成多渠道、全方位的品牌曝光，面向目标观众发布前沿技术，最新产品和应用方案等。

- 有机会与行业专家、目标观众等深入交流
- 开展前后一个月内不安排线上直播

套餐内容	价格	预定截至日期
一场30分钟直播演讲 直播前数据推广 直播前后两次微信+EDM推广 直播后结案报告	人民币 15,000 / 场	每场直播前10天

1.3.4 展会现场短视频推广

1

2

短视频作为时下流行的传播方式之一，可以突出企业展会现场的展台及产品亮点，有助于提升企业品牌形象，拓宽企业在展期的宣传渠道。

- 视频时长：最终视频长度统一为30秒
- 视频内容：涵括展台整体效果展示、展品展示以及交流精彩瞬间等，展前需提前与展商沟通现场拍摄脚本及后期视频剪辑内容。
- 投放平台：1-展会官网
  2-微信服务号菜单栏及展后微信推文次条一篇

视频分辨率：720p或1080p
投放周期：展后六个月
价格：人民币 12,000 / 条
预定截止日期： 2025年2月14日
广告画面提交截至时间：签订赞助合同后，展前至少预留两周时间沟通现场拍摄脚本及剪辑方案

02 联名实物赞助

联名实物赞助的方式可增强公司品牌说服力和影响力，以赢得公众的普遍好感。在公众场合发布印有公司名称、广告或司标的礼品、包袋或宣传册等，可以很好地抓住公众注意力，让观众注意到贵司的品牌，进一步做到品牌传播。

下文请参见主办方提供的所有联名实物赞助项目：

注意事项：展商市场赞助涉及到的图片及文字内容均不得出现违禁词，所用字体均为免费商用字体（方正黑体简体、方正楷体简体、阿里巴巴普惠体）。**所有宣传内容需主办方确认后才可投放。**

2.1 包袋赞助

贵司可以选择在包袋上印制公司宣传内容，观众到场登记时每人领取一个，现场无处不在的形象曝光，效果毋庸置疑。

- 展会司标需印制在包袋右下角，尺寸不小于10cm宽
- 包袋上的图片/logo/宣传内容需先与主办方确认
- 赞助商负责设计、制作、采购及运输，主办方负责发放

设计	价格
添加展会logo	人民币 15,000 / 5,000 个

预定截止日期：2025年2月28日

2.2 礼品赞助

由赞助方提供礼品实物，主办方将分档发放给各类观众，精美且用心的礼品会使展商的品牌形象深深印入观众脑海。

- 礼品需先与主办方确认，由赞助方购买实物礼品并添加展会官方LOGO，由主办方在现场分发。
- 赞助商负责设计、制作、采购和运输
- 针对普通观众发放点包含但不仅限于现场论坛区、礼品发放处、观众休息区等
- 针对VIP观众发放点包含但不仅限于VIP休息区

预定截止日期：2025年2月28日

礼品价格档次参考标准：

发放对象	礼品价值	价格
普通观众	>=30元/个	1,000 / 500 个
VIP观众	>=100元/个	1,000 / 500 个

2.3 餐券赞助

正面

背面

现场餐券将发放给超8,000名组团观众及优质预登记观众。可利用餐券正面印制公司名称及司标，利用餐券背面整面印制公司宣传画面。

尺寸（宽 x 高）： 90mm*45mm

价格：人民币 5,000 / 1,000张（主办方制作、赞助商设计）

预定截止日期： 2025年2月28日

广告画面提交截至时间：2025年3月7日

03 线下广告宣传

借助展会氛围优势做宣传是比较有效的成功方式之一：贵司可以在观众胸卡、吊带或《观众指南》上印上公司的司标或宣传内容，给予现场观众更直观的印象。主办方为贵司提供各种丰富的宣传项目，帮助贵司在展会期间变得越来越抢手！下文请参见主办方提供的所有线下宣传项目：

注意事项：展商市场赞助涉及到的图片及文字内容均不得出现违禁词，所用字体均为免费商用字体（方正黑体简体、方正楷体简体、阿里巴巴普惠体）。**所有宣传内容需主办方确认后才可投放。**

3.1 《观众指南》

3.1.1 页面宣传推广

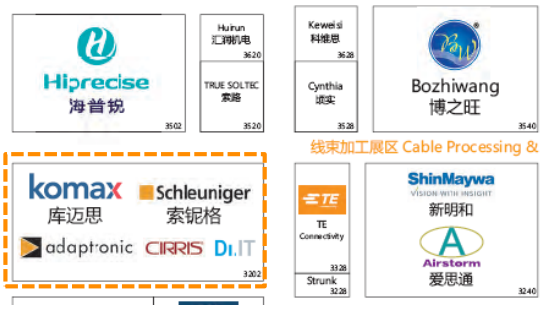
《观众指南》是展会现场的印刷资料，所有主要信息一览无余，内容包含各种展会资讯。发给每位到场观众，可浏览参展商信息、会议议程等重要资讯。

- 格式：AI, PDF（精度要求300dpi）
- 含制作不含画面设计

	推广位	净尺寸 (宽 x 高)	价格
独家 1	封底拉页，两版	420mm x 285mm	人民币 50,000
独家 2	封底，整版	210mm x 285mm	人民币 37,000
独家 3	封二，整版 *封面的背面	210mm x 285mm	人民币 35,000
独家 4	封三，整版 *封底的背面	210mm x 285mm	人民币 35,000
	内页，整版	210mm x 285mm	人民币 18,000
	内页，半版	184mm x 120mm	人民币 10,000

预订截止日期: 封底拉页 - 2025年1月17日
其余 – 2025年2月14日
广告画面提交截至时间：2025年2月28日

3.1.2 展位图司标刊登



《观众指南》涵盖了展会的主要信息，具体包括展位图、论坛议程、展商名单、展馆布局图等，是一本非常有效的参观指南。将公司的司标登载在展位图上，方便观众更迅速到达贵司的展位。

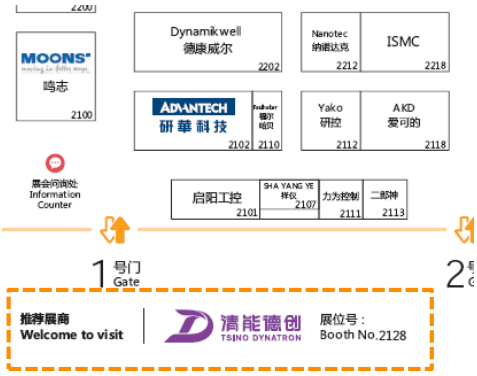
价格：人民币 3,000 / 个
预定截止日期：2025年2月14日
广告画面提交截至时间：2025年2月21日

3.1.3 展商列表司标刊登

《观众指南》涵盖了展会的主要信息，具体包括展位图、论坛议程、展商名单、展馆布局图等，是一本非常有效的参观指南。将公司的司标登载在展商列表上，方便观众更迅速到达贵司的展位。

价格：人民币 3,000 / 个
预定截止日期：2025年2月14日
广告画面提交截止时间：2025年2月21日

3.1.4 推荐展商司标刊登



《观众指南》涵盖了展会的主要信息，具体包括展位图、论坛议程、展商名单、展馆布局图等，是一本非常有效的参观指南。推荐展商司标将单独在展位图外列出，并可指向公司所在展位，观众一目了然。

- 最多接受10家赞助
- 名额有限，先到先得

价格：人民币 4,000 / 个
预定截止日期：2025年2月14日
广告画面提交截至时间：2025年2月21日

3.2 观众胸卡和吊带

3.2.1 观众纸质胸卡宣传推广

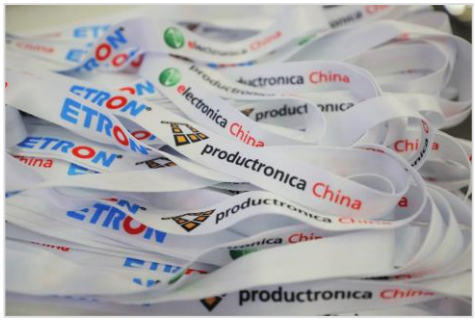
这是一张与观众胸卡分开的独立卡片，可印刷贵司展位号、新产品信息或口号等，以加深现场登记观众对贵司的印象。确认提交设计后，仅确认电子版本。

- 名额有限，先到先得
- 含制作不含设计

版面	净尺寸 (宽 x 高)	价格
单面	100mm x 50mm	人民币 20,000 / 10,000 张
双面	100mm x 50mm	人民币 30,000 / 10,000 张

预定截止日期：2025年1月24日
广告画面提交截至时间：2025年2月21日

3.2.2 观众吊带司标刊登



每位观众在获得各自的观众吊带后方可入场。吊带赞助，会使每位观众都对贵司留下深刻的印象。

- 吊带上需交替出现展会司标与展商司标
- 名额有限，先到先得

价格： 人民币 50,000 / 10,000 根 (含制作，不含设计)
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3 现场宣传推广

3.3.1 外广场户外大牌广告

大牌位于展馆主入口（南广场和东广场），毫无疑问，这是醒目的现场广告之一，也是所有来往观众和贵司的第一次接触，曝光率毋庸置疑。

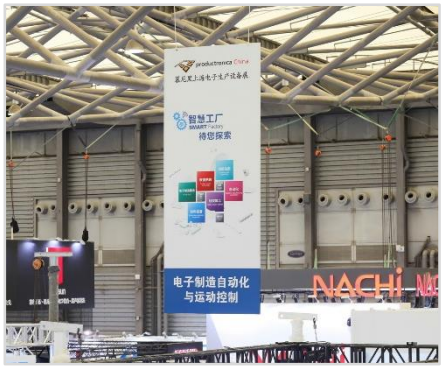
尺寸（宽 x 高）： 8m x 5m （单面）
价格： 人民币 40,000 / 块 （含制作，不含设计）
文件格式: AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.2 展馆连廊大牌广告

连廊大牌放置于馆与馆之间的连接处，是观众参观的必经之地。

尺寸（宽 x 高）： 4m x 3m （单面）
价格： 人民币 20,000 / 块（含制作，不含设计）
文件格式: AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.3 展馆内吊点旗帜



吊点旗帜悬挂在馆内通道上方。这些抓人眼球的广告可以让观众更快捷地到达贵司的展台。悬挂位置需经主办方最终确认。

尺寸（宽 x 高）： 2m x 5m （竖版，双面）
价格： 人民币 35,000 / 个（含制作，不含设计）
广告格式： AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.4 展馆内地标推广

地标将铺设在馆内观众动向的关键地点，将观众引导到贵司的展台。具体位置需经主办方最终确认。

尺寸（宽 x 高）： 1m x 1m
价格： 人民币 6,000 / 幅（含制作，不含设计）
广告格式： AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.5 展馆连廊吊点旗帜

利用连廊旗帜做广告宣传可吸引往来观众关注。广告可印制公司画面、公司名称、司标和展位号，给人以更直观的展台信息。

广告数量	价格 （含制作，不含设计）
2面连续旗帜（双面）	人民币 20,000
4面连续旗帜（双面）	人民币 30,000

位置： 南大厅-E1馆 & E1-E6各馆中间连廊
尺寸（宽 x 高）： 南大厅-E1馆连廊：1.75m x 1.2mH
E1-E6各馆中间连廊：2.5m x 1.2mH
文件格式: AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

***主办方已预留一部分用于大会指引设计，可参考示意图。**

3.3.6 内广场户外大牌广告

宣传板可印制产品画面、公司名称、司标及展位号等重要信息。面朝人流行走方向摆放，往来展馆间的观众不会忽视如此醒目的大幅广告。所有推广位均含制作，不含设计。

预定截止日期： 2025年1月24日

广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

推广位1： E1-E6馆，靠近内广场处

1

规格1

尺寸 (宽 x 高)	广告规格	价格
5m x 4m	单面	人民币 20,000
5m x 4m	双面	人民币 35,000

2

规格2

尺寸（宽 x 高）： 1m x 2m

价格： 人民币 30,000 / 组（4块单面立牌为一组）

推广位2： 南大厅-E1，连廊外侧

尺寸（宽 x 高）： 5m x 4m （单面）

广告格式： AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）

价格： 人民币 35,000 / 个

（仅有一个广告位，先到先得）

3.3.7 观众登记处四面体广告

现场预登记指导四面体上可印制司标、展位号，让现场登记观众近距离看到公司形象、直达公司展位。

尺寸（宽 x 高）： 1m x 1m （每面）
价格： 人民币 15,000 / 立柱（含制作，不含设计）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.8 馆外内广场四面体广告

立柱广告位于每个展馆外侧靠近内广场，共四面广告供展示。下方广告可印制画面、公司名称、司标或展位号等信息。

尺寸（宽 x 高）： 3m x 6m
文件格式: AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）
价格： 人民币 55,000 / 立柱（含制作，不含设计）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.9 馆外玻璃幕墙广告

室外玻璃幕墙广告发布在每个展馆的入口厅外。广告可印制公司名称、司标或展位号等信息。

- 具体位置需主办方与展商沟通确认
- 每个馆限一家赞助，先到先得

尺寸（宽 x 高）： 3.7m x 3.7m
文件格式: AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）
价格： 人民币 28,000 / 块（含制作，不含设计）
预定截止日期： 2025年1月24日
广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.10 馆内摆渡车广告

展馆内穿梭车在内广场设有接驳点，并在开展期间行使往返于E1-E6馆之间，使得观众更快速、省力到达离登记大厅较远的展馆。

- 穿梭车车顶的三角牌可放置广告，车尾也可放置广告

广告位	尺寸 (宽 x 高)	价格 (含制作不含设计)
车顶三角广告	2.4m x 0.7m	人民币20,000 / 3辆车 / 展期
车尾广告 (KT板)	1.3m x 0.9m	人民币15,000 / 3辆车 / 展期

文件格式: AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）

预定截止日期： 2025年1月24日

广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.3.11 馆内摆渡车候车棚广告

候车棚上围圆形广告（前后两面）

候车棚下围两侧广告（侧面共四幅）

展馆内穿梭车站分别设置在E1馆及E6馆外。车站广告可印制公司画面、名称、司标等重要信息。

广告位	尺寸 (宽 x 高)	价格 (含制作，不含设计)
候车站上围圆形广告 (前后共两面，限两家赞助)	1.8m x 1.3m	人民币 10,000/幅
候车站上围侧面广告 (侧面共两幅，限两家赞助)	4m x 0.8m	人民币 15,000/幅
候车站下围侧面广告 (侧面共四幅，限四家赞助)	2m x 1m	人民币 12,000/幅

文件格式: AI, EPS等源文件（精度要求300dpi）

预定截止日期： 2025年1月24日

广告画面提交截至时间： 2025年2月21日

3.4 功能区宣传推广

3.4.1 观众休息区四面体广告

该四面体广告位于观众休息区内，观众在此驻足休息、充电。展商可利用该四面体每一面的大部分画面进行广告宣传。

可用尺寸（宽 x 高）： 1m x 2m （每面）
价格：人民币 20,000 / 立柱（含制作，不含设计）
预定截止日期：2025年1月24日
广告画面提交截至时间：2025年2月21日

3.4.2 VIP休息区桌面立牌

VIP观众休息区服务于展会最优质的一批观众和展商，提供洽谈空间、午餐、下午茶等服务。亚克力双面立牌将放置于每一张洽谈桌上。

- **独家赞助**
- 广告格式：AI, PDF

尺寸：147mm x 206mm
价格：人民币 10,000 / 10张（含制作，不含设计）
预定截止日期：2025年1月24日
广告画面提交截至时间：2025年2月21日

3.4.3 功能区海报张贴

现场功能区（论坛区、观众休息区、VIP观众休息区等）人流密集，通过海报张贴能够帮助观众更好更快的了解贵司产品或展台位置，提高曝光量。

尺寸（宽 x 高）：0.95m x 2.4m
价格：人民币 5,000 / 幅（含制作，不含设计）
预定截止日期：2025年1月24日
广告画面提交截至时间：2025年2月21日

宣传及赞助服务申请表格

公司名称 （中英文）

宣传用名（中英文）

电话　　传真　　手机（重要）

参展事务联系人：先生/女士　　职位　　邮箱（重要）

数字营销

中文网站宣传推广

□ 推广位1 人民币 15,000　□ 推广位2 人民币 12,000
□ 推广位3 人民币 8,000　□ 推广位4 人民币 5,000
□ 推广位5 人民币 3,000　□ 推广位6 人民币 2,500

官方微信小程序推广

□ 推广位1 2&3月第二或第三版 人民币 20,000　□ 推广位1 2&3月第四版及其他 人民币 15,000
□ 推广位1 其余月份第二或第三版 人民币 5,000　□ 推广位1 其余月份第四版及其他 人民币 3,000
□ 推广位2 2&3月 人民币 5,000　□ 推广位2 其余月份 人民币 3,000

EDM内嵌广告位

□ 顶部 – 非展前三个月 人民币 10,000　□ 顶部 - 展前三个月 人民币 15,000
□ 底部 - 非展前三个月 人民币 8,000　□ 底部 - 展前三个月 人民币 12,000

EDM推文

□ 展前三个月 (含) 人民币 10,000　□ 非展前三个月 人民币 5,000

官方微信公众号推文

□ 头条 - 展前三个月(含) 人民币 8,000　□ 次条 - 展前三个月(含) 人民币 5,000
□ 头条 - 非展前三个月 人民币 5,000　□ 次条 - 非展前三个月 人民币 3,000

官方公众号推文内嵌广告位

□ 顶部 - 展前三个月 人民币 10,000　□ 顶部 - 非展前三个月 人民币 8,000
□ 底部 - 展前三个月 人民币 8,000　□ 底部 - 非展前三个月 人民币 5,000

线上直播论坛

□ 人民币 15,000

展会现场短视频宣传

□ 人民币 12,000

联名赞助项目

包袋赞助 □ 人民币 15,000　**礼品赞助** □ 人民币1,000　**餐券赞助** □ 人民币 5,000

线下宣传

《观众指南》页面宣传推广

□封底拉页 人民币 50,000　□封底 人民币 37,000　□封二 人民币 35,000
□封三 人民币35,000　□内页整版 人民币 18,000　□内页半版 人民币 10,000

展位图司标刊登

□ 人民币 3,000

展商列表司标刊登

□ 人民币 3,000

推荐展商司标刊登

□ 人民币 4,000

观众纸质胸卡宣传推广

□ 单面 人民币 20,000　□ 双面 人民币 30,000

观众吊带司标刊登

□ 人民币 50,000

外广场户外大牌广告

□ 人民币 40,000

展馆连廊大牌广告

□ 人民币 20,000

展馆内吊点旗帜

□ 人民币 35,000

展馆内地标推广

□ 人民币 6,000

展馆连廊吊点旗帜

□ 2面 / 人民币 20,000　□ 4面 / 人民币 30,000

内广场户外大牌广告

□ 规格1单面 人民币 20,000　□ 规格1双面 人民币 35,000　□ 规格2 人民币 30,000　□ 推广位2 人民币 35,000

观众登记处四面体广告

□ 人民币 15,000

馆外内广场四面体广告

□ 人民币 55,000

馆外玻璃幕墙广告

□ 人民币 28,000

馆内摆渡车广告

□ 车顶 / 人民币 20,000　□ 车尾 / 人民币 15,000

馆内摆渡车候车棚广告

□ 上围圆形广告 人民币 10,000　□ 上围侧面 人民币 15,000　□ 下围侧面 人民币 12,000

观众休息区四面体广告

□ 人民币 20,000

VIP休息区桌面立牌

□ 人民币 10,000

功能区海报张贴

□ 人民币 5,000

总价：　人民币 _____ **备注：** _____

日期： _____ **公司盖章和授权代表签字：** _____

*申请者认可并接受本申请表格所附赞助条款和市场赞助手册之规定，确认已仔细阅读并知悉本表格及所附条款，对其中免除主办方责任、限制己方权利的条款有充分了解并同意受其约束。

赞助条款

1 赞助申请及赞助合同
申请必须完整并如实填写赞助申请表，填写完毕须加盖公司公章或合同专用章，将申请表以最快的方式（在申请截止日期前）送达给慕尼黑展览（上海）有限公司（“MM-SH”）（传真件、扫描件均为有效）。赞助商可保留一份申请复印件。
通过申请，赞助商向MM-SH表达其作为赞助商的浓厚兴趣。
当赞助商提交申请表，即表明其认可并遵守申请表的赞助条款，并等同与MM-SH就赞助内容及相关服务签订了“赞助合同”。赞助商提交的赞助申请表（包括赞助条款）以及《市场赞助手册》、MM-SH为赞助商制作的赞助方案（如有）是赞助合同中不可或缺的部分，对双方具有法律约束力。未经MM-SH事先书面同意，赞助商不得将其在本赞助合同中的部分或全部权利义务转让给任何第三方。

2 赞助费
赞助服务费详见赞助申请表。
赞助费包括MM-SH提供的广泛服务，例如咨询和计划建议、制定赞助方案和技术支持。
赞助申请表中价格包含6%的增值税，在开具发票前如遇中国税务部门调整税种或税率的，MM-SH有权自税务部门调整税种或税率之日起按照新的税种和税率计算税金并开具发票。如遇赞助商所在地区或国家有进一步的税务要求，则赞助商应予以承担。赞助商必须支付赞助费，MM-SH将随后出具相应的含税发票。
MM-SH将在收到赞助商申请表后在合理时间内开具预付款通知，具体付款要求以付款通知为准。如果申请人自行减少赞助项目，减少部分的预付款也不予返还，而是整体计入赞助费。
除非在付款通知上另有其它付款期限，其所注出的款项应立刻支付。支付赞助费是获得赞助服务的必要条件。
如果赞助商向MM-SH订购服务，在赞助商没有向MM-SH履行其支付义务之前，MM-SH有权拒绝提供该赞助商的一切相关服务。这尤其适用于曾经有过未履行或未及时履行对主办方的付款义务。
如赞助商因公司名称、公司税号或地址更改而需重新开立发票，需向MM-SH支付每次450元人民币及相应的政府税费，若该修改是由MM-SH错误造成，则赞助商无需承担修改费用。

3 支付条款
付款通知中所列明的付款截止时间必须要遵守。按时支付全部应付款项是获得赞助服务的前提条件。如赞助商收到关于其它费用(例如技术服务)的确认通知及付款通知，赞助商收到通知后应当立即支付。赞助商应当用转账方式以人民币支付MM-SH出具的所有付款通知的总金额至付款通知所示银行账户，不得进行任何费用的扣减。赞助商应自付手续费（即转账时银行转账费、手续费由赞助商支付），汇款账户信息为：
收款单位：慕尼黑展览（上海）有限公司
开户行：　工商银行上海市分行第二营业部
账号：　　1001190709016219311

4 解除合同
如果赞助方案经MM-SH和赞助商书面确认后又被MM-SH改变过多，以致于不能合理地期望赞助商接受此赞助服务时，赞助商有权在收到MM-SH书面通知后一周内解除此赞助合同。否则除了法定的解除合同的权利，赞助商无权解除此合同。赞助商在提交本申请表后，单方面解除合同的，应承担就赞助事项已经发生的实际成本并赔偿因解除合同对MM-SH造成的直接损失。
如果赞助商不能及时履行其支付义务，MM-SH有权解除赞助合同。这里的及时是指MM-SH已经放宽了5天的截止期，在截止日赞助商仍未履行支付义务。如果赞助商违反赞助合同约定，MM-SH也有权解除合同，且MM-SH不会再被合理的期望遵守合同。在前述情况下，MM-SH不仅有权解除合同而且可以向赞助商要求支付100%赞助费作为补偿。MM-SH追讨其它损失的权利仍然不受影响。

5 不可抗力
如果由于不可抗力（如地震、旱灾、海啸、台风、飓风、水灾等自然灾害，火灾、战争、暴乱、恐怖活动、政府行为、疾疫、黑客攻击、网络故障、断电、电信部门技术调整导致重大影响、因政府管制造成的关闭、病毒侵袭等）或者其它超越其控制范围的情况而导致MM-SH被迫推迟或变更赞助服务，赞助商无要求行使解除或者取消合同的权利，也没有任何向MM-SH提出索赔的权利，尤其是要求赔偿金的权利。如果MM-SH由于不可抗力或者其它超越其控制范围情况而取消或不再提供赞助服务，或者对于MM-SH来说提供赞助服务已经变得不合理而不再提供赞助服务，MM-SH对于由以上原因而导致的不再提供赞助服务所给赞助商造成的损害和不利影响不承担责任。

6 赞助商承诺及保证
6.1 赞助商声明并保证对市场赞助服务中的发布内容拥有知识产权，或者已事先合法取得合法权利人授权。赞助商应对己方提供的一切宣传资料的知识产权权属自行承担法律责任。
6.2 如赞助服务涉及赞助商网站链接，赞助商应确保该网站链接的合法性及安全性且不涉及任何侵权事宜，如因违反本项承诺导致的任何损失和责任均由赞助商承担。
6.3 赞助商如果发布含有气象、教育、医疗、交通、金融、影视、动漫、刊物、资讯等行业专业信息的内容，或含有公众人物、名人、个人的头像、标识、肢体语言等信息的内容，应确保拥有合法的使用权、肖像权等。
6.4 赞助商保证通过市场赞助服务所发布的图片、视频、Logo、广告设计稿件、文章等宣传资料（以下称“发布内容”）不会侵犯任何第三方的合法权利（包括但不限于著作权、商标权、肖像权等）。如果赞助商所发布内容存在侵犯任何第三方合法权利的情况，赞助商将承担相关法律责任和风险。如果MM-SH因赞助商的发布内容侵犯第三方合法权利而涉入诉讼、索赔或其他司法程序（以下称“侵权诉讼”），赞助商同意按照以下规定进行处理和赔偿：
1) MM-SH在发生上述侵权诉讼后迅速通知赞助商，并在上述侵权诉讼过程中中止向赞助商提供市场赞助服务。
2) 赞助商应当在收到MM-SH书面通知后，指派代表为MM-SH的权益参与上述第三方提起的侵权诉讼，赞助商应在上述侵权诉讼进行过程中就诉讼策略及其他事宜向MM-SH提供必要的支持与协助，并承担所产生的一切诉讼费用、律师费用、差旅费用、和解金额或生效法律文书中规定的损害赔偿金额等费用。
3) MM-SH有权按照本条款和条件关于违约责任的规定要求赞助商承担违约责任。
6.5 如赞助商提供实物礼品，赞助商应确保其负责所提供礼品的质量和运输，保证该礼品符合国家或行业标准并经检验合格且运送至MM-SH指定地点。赞助商保证产品包装完好、标识完备。如因产品质量而产生的处罚、法律责任、第三人的主张或索赔乃至引起相关诉讼程序，赞助商应无条件独立地对此承担一切责任或后果，与MM-SH无涉。
6.6 赞助商如对上述有任何违反，MM-SH有权修改、删除相关内容或停止向赞助商提供服务，赞助商应对该违反情况承担全部责任，并赔偿MM-SH因此造成的一切损失（包括但不限于对第三方的赔偿、罚款等）。

7 免责声明
7.1宣传内容由赞助商提供，MM-SH不对内容的正确性、完整性和最新状态承担任何责任。
7.2如线上宣传中包含第三方外部网站的链接，在任何情况下，相关网站提供者或运营者须对链接网站的内容负责，MM-SH不对此承担任何责任。
7.3 MM-SH特别保留权利更改或扩展数字营销渠道所涉平台所提供内容，恕不另行通知。MM-SH不对因赞助商提供的信息造成的任何直接或间接损失承担赔偿责任。
7.4 对任何赞助方市场宣传的损失，包括但不限于因有关内容有错误、遗漏、病毒等而导致的损失，MM-SH不对此承担任何法律责任。
7.5 在任何情况下，MM-SH均不就赞助商接受市场赞助服务所发生的任何间接性、后果性、惩戒性、偶然性、特殊性的损害，包括赞助商使用赞助服务而遭受的利润损失承担责任。
7.6 MM-SH虽无义务但有权对赞助商提供的发布内容进行审查，如果发现赞助商的发布内容不符合国家法律法规、政策规定，或发布内容涉嫌侵犯他人合法权益，或MM-SH认为不符合要求的情况，MM-SH有权拒不发布且不承担任何责任。

8 关于直播的特别条款

8.1 直播发布内容

赞助商在提交申请表格的同时应向MM-SH提交直播主题、直播时间、主讲人等信息以及发布内容，赞助商的发布内容须经MM-SH确认，赞助商的直播期间由MM-SH根据实际情况进行安排。MM-SH有权对赞助商提供的发布内容进行审查，如果发现赞助商的发布内容不符合国家法律法规、政策规定，或发布内容涉嫌侵犯他人合法权益，或MM-SH认为不符合要求的情况，MM-SH有权拒不发布且不承担任何责任。但是，该项约定不视为MM-SH对赞助商的发布内容提供合法性担保，赞助商应自行对发布内容的真实性、合法性提供保证，并承担由此引发的全部责任。

8.2 赞助商的行为规范

赞助商不得存在以下行为：
1) 未经MM-SH事先书面同意，将所订购的赞助服务转让给第三方。
2) 通过任何手段修改发布内容及相关素材（包括但不限于直播主题、主讲人、图片、链接等），将链接与直播主题无关的产品进行关联。
3) 逆向工程、反编译或试图以其他方式发现直播平台的软件的源代码。
4) 通过任何技术手段或其他不正当手段（包括但不限于黑产、买量、强制/诱导用户进行重复点击/访问、通过技术脚本、作弊软件进行重复点击/访问等）制造无效流量及/或虚假访问量、展示量、点击量等。
5) 任何通过不正当手段获取直播平台流量、不正当利益，扰乱直播平台秩序的行为。
6) 散布违反国家相关法律、规定及不利于MM-SH的垃圾短信、骚扰短信、垃圾电话、骚扰电话、电子邮件广告。
7) 利用直播服务散发不受欢迎的或者未经请求的广告或包含反动、色情等有害信息的文本、语音及视频内容，在直播服务中售卖己方或第三方的产品或服务。
8) 利用直播服务提供的资源和服务直播如下信息或者内容，为他人直播该等信息提供任何便利：
a) 违反国家规定的政治宣传和/或新闻信息；
b) 涉及国家秘密和/或安全的信息；
c) 封建迷信和/或淫秽、色情、下流的信息或教唆犯罪的信息；
d) 博彩有奖、赌博游戏、“私服”、“外挂”等非法互联网出版活动；
e) 违反国家民族和宗教政策的信息；
f) 妨碍互联网运行安全的信息；
g) 侵害他人合法权益的信息和/或其他有损于社会秩序、社会治安、公共道德的信息或内容；
h) 其他违反法律法规、部门规章或国家政策的内容。
9) 建立或利用有关设备、配置运行与所购服务无关的程序或进程，导致占用大量直播平台资源（如网络带宽、存储空间等）所组成的平台中服务器内存、CPU或者网络带宽资源，影响直播与互联网或者直播与特定网络、服务器及直播内部的通畅联系，或者导致直播平台产品与服务或者直播的其他用户网站所在的服务器宕机、死机或者用户基于直播平台的产品/应用不可访问等。
10) 进行任何改变或试图改变直播平台的系统配置或破坏系统安全的行为。
11) 私自进行逆向解析直播平台源码，包含但不限于私自获取视频源流地址、拉流地址、使用视频下载地址进行拉流操作。
12) 从事其他违法、违规、违反本条款和条件或侵犯第三方合法权益及影响（或可能影响）MM-SH及其关联公司、任何第三方声誉的行为。

如果赞助商违反上述条款的规定，MM-SH或直播平台有权根据情况采取相应的处理措施，包括但不限于立即终止/中止本服务，保存有关记录，向相关主管部门报告，删除相应信息等。

8.3 直播内容规范

1) 赞助商应当保证，其发布内容应当符合法律法规及其他规范性文件、本条款和条件的约定，不得侵犯MM-SH及/或任何第三方的知识产权及其他合法权益；且发布内容应有健康的表现形式，客观真实。
2) 赞助商通过直播服务发布或传播的全部内容不得违反广告法等相关法律法规、不得含有直播平台、MM-SH所禁止发布的内容。
3) 赞助商应当保证所发布或传播的直播内容（含直播主题、引导图、视频预告等）：
a) 不得有不实、虚假、夸大宣传，以各种方式对观众进行误导；
b) 不得发布其他第三方及/或其商品的负面信息，恶意或比较贬损前述第三方及/或其商品；
c) 不得采用任何不正当营销方式（包括但不限于借助热门话题、内容炒作，虚构经历进行营销，或采用虚假承诺（如承诺用户购买有赠品、实际没有赠品）等）；
d) 不得擅自在直播中接入第三方平台的链接、二维码，或出现任何个人（包括自媒体达人自身）、卖家的二维码、联系方式等信息及/或其他含有广告销售意图的图片或文字。

8.4 责任承担

1) 赞助商知悉并认可，鉴于计算机、互联网的特殊性，下述情况不属于MM-SH违约：
a)直播平台或直播服务在进行服务器配置、维护时，需要短时间中断服务；
b)由于Internet上的通路阻塞或信号变弱等问题造成赞助商网站访问上行或下行速度下降；
c) 因不可抗力、计算机病毒或黑客攻击、国家相关行业主管部门及运营商的调整、系统不稳定、赞助商所在位置、赞助商关机及其他任何技术、互联网络、通信线路原因等造成的直播服务中断或不能满足赞助商的要求；
d) 由于行业技术水平无法避免的瑕疵造成直播服务存在瑕疵（如MM-SH无法保证赞助商的数据存储为绝对性安全）；
e) MM-SH无法保证赞助商在本协议项下的存储数据资料不会丢失，亦不对赞助商的数据存储及备份结果承担任何责任，赞助商有义务和责任对自身数据资料进行二次存储和备份。

2) 赞助商应知悉并认可，赞助商使用直播赞助服务可能存在来自任何第三方的包括威胁、诽谤或非法的内容或行为或对他人合法权利的侵犯的匿名或冒名信息的风险，赞助商应自行承担前述风险，MM-SH对提供的直播赞助服务不作任何类型的担保，不论是明示的或默示的，包括所有有关信息真实性、适用性、所有权和非侵权性的默示担保和条件，对因此导致任何因赞助商不正当或非法使用直播赞助服务产生的直接、间接、偶然、特殊及后续的损害，不承担任何责任。
3) 赞助商需要自行承担下述责任和赔偿费用，如MM-SH因下列原因遭受任何损失，由赞助商全额赔偿：
a) 赞助商通过直播服务存储的数据资料或者发起的直播内容，侵害到其他人任何权益导致任何第三人提出的索赔或请求；
b) 赞助商违反本条款和条件导致任何第三人提出的索赔或请求；
c) 赞助商违反本条款和条件导致的任何法律责任；
d) 赞助商在直播中就宣传的产品或服务与观众之间产生的任何纠纷；
e) 赞助商在直播服务中存储的数据资料所导致的任何法律责任。

9 知识产权
赞助商承诺所提供的宣传物品、宣传资料等均不侵犯第三方合法权利，包括但不限于已注册或其它确认的商标权、著作权、专利权等知识产权及其他合法权益。
如MM-SH认为赞助商提供的宣传资料存在违反相关法律法规或侵犯第三方知识产权及其他合法权益的情况，MM-SH有权解除赞助合同并拒绝提供相应赞助服务，赞助费用不予退还且赞助商须赔偿给MM-SH造成的全部损失。如MM-SH因赞助商的前述侵权行为受到任何行政处罚、司法诉讼以及权利相关的第三方主张权利，赞助商应承担由此产生的全部责任，包括但不限于出庭应诉、接受调查以及向第三方回应及赔付。
赞助商应积极配合知识产权行政管理部门、司法机关的监督与管理，以及现场取证、勘验、询问等工作。赞助商应接受有关部门处理并撤出涉嫌侵权的宣传物品或有关资料,MM-SH亦有权要求清除任何涉嫌侵权的宣传物品或有关材料。

10 口头协议
所有口头协议，个人协议和特殊协议只有在得到MM-SH的书面确认之后才能生效。

11 履行地、适用法律
上海是履行地，包括对于所有的支付义务。适用法律为中华人民共和国法律。

12 管辖、仲裁协议
以下条款将适用于注册在中国境内的赞助商：
若有任何由本赞助合同直接引起的，或因本赞助合同有关内容所引起的，或因本赞助合同违约、终结或失效而引起的纷争、争论或要求(总称“纠纷”)，合约双方应在纠纷出现第一时间进行友好协商。若不能友好解决，任意一方应在MM-SH的注册地享有管辖权的法院提起诉讼。
以下条款将适用于注册地或者主营业务地在中国以外的赞助商：
若有任何本赞助合同直接引起的，或因本赞助合同有关内容所引起的，或因本赞助合同违约、终结或失效而引起的纷争、争论或要求(总称“纠纷”)，合约双方应在纠纷出现第一时间进行友好协商。若不能友好解决，任意一方应将此纠纷递交至上海国际经济贸易仲裁委员会，根据仲裁步骤规则在上海进行仲裁。

13 数据保护
1) 定义
“**数据**”指以电子或其他方式记录的所有种类的信息，包括（但不限于）个人信息、敏感个人信息、重要数据和其他一般信息。
“**个人信息**”指以电子或者其他方式记录的与已识别或可识别的自然人有关的各种信息，不包括匿名化处理后的信息。典型的个人信息包括（但不限于）姓名、出生日期、身份证件号码、生物识别信息、住址、电话号码、手机号码、电子邮件、健康信息和行踪信息。
“**敏感个人信息**”指一旦泄露或者非法使用，容易导致自然人的人格尊严受到侵害或者人身、财产安全受到危害的个人信息，包括（但不限于）生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息，以及不满十四周岁未成年人的信息。
“**重要数据**”指一旦遭到篡改、破坏、泄露、非法获取或非法使用，可能对国家安全、经济运行、社会稳定、公共卫生或安全等造成危害的数据。
“**数据主体**”指个人信息被收集和处理的已识别的或可识别的自然人。
2）MM-SH和赞助商应始终了解并遵守所有适用的与网络安全和数据保护有关的中国法律、法规。
3）在向MM-SH提供（或使MM-SH能够访问）任何数据之前，赞助商应提前将适用于数据的任何特殊监管要求以及MM-SH基于该特殊监管要求在处理该等数据之前需要实施的任何安全和合规措施通知MM-SH。
4）赞助商同意并承诺：（i）仅向MM-SH提供（或使MM-SH能够访问）使双方能够履行本《赞助条款》项下义务和其他相关业务目的所需范围内的数据，（ii）严格遵守双方约定的内容、格式、数量、渠道等相应要求（如有），（iii）若向MM-SH提供任何个人信息（例如赞助商员工或联系人的个人信息），确保已经提前适当地获得了法定要求的相关数据主体的同意（包括在某些情况下获得单独同意，例如为与MM-SH分享个人信息、处理敏感个人信息或允许MM-SH进一步将个人信息传输至在中国境内外第三方等），以便MM-SH能够合法处理该等个人信息。
5）在适用中国法律法规允许的范围内，赞助商在此向MM-SH授予一项不可撤销的处理数据的权利，包括但不限于MM-SH自行处理、委托第三方处理、向境内外第三方传输/出口数据等。
6）赞助商理解并同意，如果监管机构或法院的任何规定或裁定或适用的中国法律法规（统称“法定要求”）要求MM-SH披露其在本《赞助条款》项下或合作期间接收或访问的数据，则MM-SH可以披露该等数据。如果法律上允许MM-SH通知赞助商，MM-SH将在获知法定要求后以实际可行的方式将该等披露通知赞助商。
7）赞助商了解并确认，除个人信息外，本《赞助条款》项下或合作期间提供的数据不得包含中国法律法规管制的数据（例如重要数据）。赞助商在此特别确认，其向MM-SH提供（或使MM-SH能够访问）的数据未被任何公开的官方文件（包括但不限于法律、法规、国家标准、行业标准等，且不限地区、部门）和/或任何中国监管机构/官员归类或定义为重要数据。尽管如此，若任何提供的数据（除个人信息外）之后被认定为是受管制的数据，双方应相互积极配合，尽最大努力共同评估并在制定合法可行的措施，以使得本《赞助条款》以及赞助商和MM-SH之间的合作得以存续，并减轻因此产生的任何潜在负面影响。
8）就因赞助商（包括赞助商的员工、代理或赞助商委托的其他代表）未遵守适用的中国法律法规或其在本数据保护章节下的有关义务而产生的任何权利主张、违约金或损害赔偿，赞助商应全额赔偿MM-SH，并使其免受损害。

14 分离条款
如果赞助条款中或者市场赞助手册中规定的条款在法律上无效或者不完整，其它条款或相关合同的有效性将不受影响。在这种情况下，合同双方有义务更换失效的条款和/或补足相关条款，最大可能地使得合同双方实现其追求的经济目的。

2024年4月版
慕尼黑展览（上海）有限公司