



2017

天猫双11超级IP招商资源



2016年天猫双11狂欢夜

开启“好莱坞+硅谷”多屏互动新时代

全场互动超过**74亿次**

志玲姐姐外套引发**2.38亿**次跨屏争抢

独家冠名伙伴上海家化UV劲增超**10倍**

特约合作伙伴微鲸新客暴增占比超**92%**

特约合作伙伴海飞丝植入新品开卖便**售罄**

节目合作伙伴奔驰smart创销**1256辆**

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

❖ 2017年天猫双11狂欢夜

为品牌提供世界级娱乐营销平台

中国三大卫视，并机直播！

浙江卫视X北京卫视X深圳卫视

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程。

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



天猫双11狂欢夜招商产品

类型	形式	席位
冠名	独家冠名	1
特约	联合特约	2
互动	互动支持	1
单项合作	奖品赞助	6
	晚会看点	1
	开买提醒	1
	内容共创	5
	必买清单	若干
硬广	三频道联播套装	若干

起点学院 www.startedu.com 人人都是产品经理 www.cnmama.com 打造最专业最系统的产品、运营课程。

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

❖ 天猫双11狂欢夜—冠名权益

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
宣传	独家冠名权	冠名品牌与节目紧密结合，形成融合冠名品牌元素的联合LOGO；	/	/
	宣传片	晚会预热期间播出双11狂欢夜宣传片，三频道联播，片尾包含5秒冠名标板；	30秒	160次
品牌广告	硬广	15秒企业广告，2个正倒一，2个无位序，标板不计入位序；	15	4
	冠名标版	画面出现赞助企业名称或标识，字幕及配音：“2017天猫双11狂欢夜，由***独家冠名播出”	5	4
晚会包装	冠名片头logo	栏目片头出现“联合LOGO”	5	1
	冠名节目角标	品牌LOGO以及联合logo，播出时挂于屏幕一角	不少于总时长30%	1
	转场画面	结合品牌logo，设计转场画面，并适时在节目中使用	/	3
	压屏条	口播期间，压屏条内展现企业名称或品牌logo元素	/	4
	片尾鸣谢	片尾鸣谢体现赞助品牌信息	/	1
舞美露出	联合logo	晚会现场所有节目logo；均需使用联合logo	/	/

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

❖ 天猫双11狂欢夜—冠名权益

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
品牌植入	口播	主持人口播，提及冠名品牌信息	/	4
	深度植入	与节目强关联的品牌深度植入	/	1
重播	重播	节目重播时企业享有除硬广、标版以外的其他电视端节目内资源的露出	/	/
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/
	必买清单	一个必买清单坑位	/	1
合作授权	授权	授权品牌以“2017天猫双11狂欢夜”冠名商身份进行联合宣传推广	/	/

招商价：1.3亿/席

起点学院www.qidianla.com 人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统课程 备注：由阿里鱼&浙江卫视招商



天猫双11狂欢夜——特约权益

为原作者所有。

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
宣传	宣传片	晚会预热期间播出双11狂欢夜宣传片，三频道联播，片尾包含5秒特约标板；	30秒	160
品牌广告	硬广	15秒企业广告，1个正倒一，1个无位序，标板不计入位序；	15	2
	特约标板	画面出现赞助企业名称或标识，字幕及配音：“2017天猫双11狂欢夜，由***联合特约播出”	5	2
晚会包装	转场画面	结合品牌logo，设计转场画面，并适时在节目中使用	/	1
	压屏条	口播期间，压屏条内展现企业名称或品牌logo元素	/	2
	片尾鸣谢	片尾鸣谢体现赞助品牌信息	/	1
品牌植入	口播	主持人口播，提及特约品牌信息	/	2
	深度植入	与节目强关联的品牌深度植入	/	1
重播	重播	节目重播时企业享有除硬广、标版以外的其他电视端节目内资源的露出	/	/
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/
	必买清单	一个必买清单坑位	/	1
合作授权	授权	授权品牌以“2017天猫双11狂欢夜”联合特约商身份进行联合宣传推广	/	/

招商价：6000万/席 备注：由阿里鱼&北京卫视、深圳卫视招商

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

❖ 天猫双11狂欢夜—互动权益

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
品牌广告	硬广	15秒企业广告，1个正倒二，1个无位序，标板不计入位序；	15	2
晚会包装	压屏条	口播期间，压屏条内展现企业名称或品牌logo元素	/	6
	片尾鸣谢	片尾鸣谢体现赞助品牌信息	/	1
	游走字幕	游走字幕体现品牌元素信息	/	6
品牌植入	口播	结合晚会互动版块，设计制作创意口播，包含品牌元素及信息	/	6
重播	重播	节目重播时企业享有除硬广、标版以外的其他电视端节目内资源的露出	/	/
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/
	必买清单	一个必买清单坑位	/	1
合作授权	授权	授权品牌以“2017天猫双11狂欢夜”互动支持赞助商身份进行联合宣传推广	/	/

起点学院www.qidianla.com 人人都是品牌营销专家，打造最专业的品牌营销系统，让品牌营销更简单。

招商价：4000万/席

备注：由阿里鱼&浙江卫视招商

天猫双11狂欢夜——奖品赞助

原作者所有。

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
品牌广告	硬广	15秒企业广告，1个无位序，标板不计入位序；	15	1
晚会包装	片尾鸣谢	片尾鸣谢体现赞助品牌信息	/	1
	游走字幕	游走字幕体现品牌元素信息	/	1
品牌植入	奖品提供	根据晚会互动版块设置，提供奖品赞助，现场可露出实物或虚拟产品	/	1
	口播	结合晚会互动版块，设计制作创意口播，包含品牌元素及信息	/	1
重播	重播	节目重播时企业享有除硬广、标版以外的其他电视端节目内资源的露出	/	/
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/
合作授权	授权	授权品牌在天猫公布了晚会奖品之后，以“2017天猫双11狂欢夜”奖品赞助商身份进行联合宣传推广	/	/
规则：现金比例不低于50%				

起点学院www.qidianla.com 人人都招商 招商价：3000万/席 最专业的产品、运营课程由阿里鱼招商

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

❖ 天猫双11狂欢夜一晚会看点

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
品牌广告	硬广	15秒企业广告，1个无位序，标板不计入位序；	15	1
晚会包装	片尾鸣谢	片尾鸣谢体现赞助品牌信息	/	1
	游走字幕	游走字幕体现品牌元素信息	/	2
品牌植入	口播或配音	结合晚会设置，使用口播或配音的方式，提醒观众收看下节精彩节目，内容包含品牌元素及信息	/	2
重播	重播	节目重播时企业享有除硬广、标版以外的其他电视端节目内资源的露出	/	/
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/
合作授权	授权	授权品牌以“2017天猫双11狂欢夜”赞助商身份进行联合宣传推广	/	/

招商价：1500万/席

备注：由阿里鱼招商

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程。

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

❖ 天猫双11狂欢夜一开头提醒

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
品牌广告	硬广	15秒企业广告，1个无位序，标板不计入位序；	15	1
晚会包装	片尾鸣谢	片尾鸣谢体现赞助品牌信息	/	1
	提示条	根据晚会设置，在固定节点露出提示条，包含品牌元素及信息	/	2
品牌植入	口播或配音	结合晚会设置，使用口播或配音的方式，提醒观众关注“天猫双11购物狂欢节”，内容包含品牌元素及信息	/	2
重播	重播	节目重播时企业享有除硬广、标版以外的其他电视端节目内资源的露出	/	/
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/
合作授权	授权	授权品牌以“2017天猫双11狂欢夜”赞助商身份进行联合宣传推广	/	/

招商价：1500万/席

备注：由阿里鱼招商

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程。

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

天猫双11狂欢夜—内容共创

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
晚会包装	转场画面	结合品牌logo，设计转场画面，并适时在节目中使用	/	1
	压屏条	压屏条内展现企业名称或品牌logo元素	/	1
节目内容	品牌植入	品牌方共同参与节目策划，合理植入品牌方产品或品牌信息	3-5分钟	1
重播	重播	节目重播时企业享有除硬广、标版以外的其他电视端节目内资源的露出	/	/
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/

招商价：500万/席

备注：由阿里鱼招商

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程。

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



天猫双11狂欢夜一必买清单

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
电视资源	品牌或产品露出	根据晚会的环节设置，露出必买清单产品或品牌元素	/	1
阿里站内资源	PC端	设置必买清单的展示页面，含商家产品展示坑位	/	1
	无线端	设置必买清单的展示页面，含商家产品展示坑位	/	1
规则：1.品牌&产品需得到天猫行业认可；2.推送时间（轮数）由天猫根据最终品类情况而定				

招商价：160万/席

备注：由阿里鱼招商

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程。

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



天猫双11狂欢夜—硬广合作

权益版块	项目	内容	时长（秒）	频次
品牌广告	硬广	15秒企业广告（三卫视联播）	15	1
阿里站内资源	PC端	双11狂欢夜专场页面，提供品牌广告坑位	/	/
	无线端	手机摇一摇进入该商家店铺	/	/
规则：1.如一次性购买4套，可打9折；2.正倒一加收30%，正倒二加收20%，正倒三加收10%				

招商价：150万/席

备注：由阿里鱼&浙江卫视招商

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



THANK YOU

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程。