

2016年芒果TV《我是歌手_第4季》网络冠名								
【合作价格】洽谈类								
【合作名额】1席								
【合作框架】								
回报权益		回报类型	回报位置		回报明细	单位	投放量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《我是歌手_第4季》网络冠名”称号,有权使用《我是歌手》LOGO等相关素材用于品牌宣传,具体使用方式与规范以授权书为准;						
产量趋势 提升品牌认知	1、节目宣传资源	栏目宣传片 全站通投 视频播放框内	栏目宣传片: “我是歌手”宣传片植入,将企业 LOGO 与“我是歌手”网络冠名身份相结合1、宣传片内企业广告视觉表现形式:宣传片内容+落稿+5秒企业广告(2/3屏、无声、无声)落稿描述:联合 LOGO 落稿2、宣传片内企业声音表现形式:背景音乐;“我是歌手”“企业网络冠名播出(只含企业名称)”广告片配音:出现企业品牌名称及广告语“(含企业名称广告语和品牌名称,总字数不超过10个字)”	巨屏广告_1/3轮播	天/频	7	1,000,000	
		芒果TV_网页端	焦点图1帧, 体现客户赞助权益	焦点图1帧, 体现客户赞助权益	天/频	14		
		芒果TV_手机端	开机广告_1/3轮播, 体现客户赞助权益	焦点图1帧, 体现客户赞助权益	天/频	7		
		芒果TV_PAD端	开机广告_1/3轮播, 体现客户赞助权益	焦点图1帧, 体现客户赞助权益	天/频	14		
		TV端(互联网电视)	焦点图1帧, 体现客户赞助权益	焦点图1帧, 体现客户赞助权益	天/频	7		
	2、视频硬广配置	《我是歌手_第4季》 视频播放框内	55冠名标版_PC端+PAD端+PHONE端+TV端(互联网电视)、(正片+短片),100%流量占比,包含口播;芒果TV《我是歌手_第4季》由“品牌网络冠名播出;标版位置:节目播出内容之前,贴片广告倒一位序之后	15秒前贴片_尊享正一位_60%流量占比(含正片+2种以上短片视频) 位置:PC端+PAD端+PHONE端+TV端(互联网电视)	CPM	600,000		
			创意角标_仅PC端_正片_50%流量占比 视频正片播放2秒钟后首次出现,后每隔3秒钟出现,展示1秒钟;视频右下角体现品牌LOGO;	CPM	720,000			
			创意思路:在客户logo(享受冠名位置,头图非独占,标注:网络冠名)	CPM	600,000			
		《我是歌手_第4季》 专题页_PC端	客户硬广满栏_1/3轮播 尾屏略缩,体现客户LOGO(分享)	月	4			
		《我是歌手_第4季》 专题页_PAD端	专题头图中加入客户logo(享受冠名位置,头图非独占,标注:网络冠名) 客户硬广满栏_1/3轮播 尾屏略缩,体现客户LOGO(分享)	月	4			
3、节目主题包装	《我是歌手_第4季》 专题页_TV端(互联网电视)	《我是歌手_第4季》专题页冠名资源,更稀缺。 专题页背景植入品牌大图,创意融入热播内容专题,品牌形象展示更充分,持续加深用户品牌好感度。	月	4				
	行业媒体宣传	《中国广告》、《广告人》、广告门等一线行业媒体硬广投放体现合作身份,植入报道(分享)	次	1				
	芒果TV官方微博	《我是歌手_第4季》节目相关内页正文文图_提及品牌	条	14				
	芒果TV官方微信	《我是歌手_第4季》节目相关内页正文文图_提及品牌	条	14				
	芒TIME营销公众号	针对《我是歌手_第4季》节目内容,创新视觉海报包装推广 芒TIME关于《我是歌手_第4季》节目宣传海报,体现客户LOGO及赞助身份(分享)	次	1				
内容迭选 品牌兴趣转移	1、易植	《我是歌手_第4季》视频播放框内_PC端+PAD端+PHONE端	歌手舞台、采访、嘉宾准备等场景的背景墙、P、户外广告、门头、橱窗等空白或有不影响视频内容部分可自动完成平面广告的面积增加,每个点位镜头停留35以上。 明星绑定植入:视频中在影响视频内容的情况下,视频中歌手舞台、采访、嘉宾准备等场景可自动完成三产品植入或加宽的画面植入,每个点位镜头停留35以上。 情景画 结合《我是歌手》节目视频内容中,场景植入信息贴片。	秒	全程不少于30个点位(总时长3005)			
		衍生节目视频播放框内	15秒前贴片_尊享正一位 位置:PC端+PAD端+PHONE端+TV端(互联网电视)	CPM	15000(预估)			
		衍生节目专题页权益	专题页头图冠名字样 专题页满栏(1/2轮播) 底部略缩logo	月	4			
		衍生节目植入	主持人口播(或虚拟主持)由XX冠名播出,体现赞助商身份(每期1次) 片中转版:配合片中口播同时出现,转版中体现客户品牌信息。 角标与客户LOGO轮播(每期1次) 片尾标版播出(每期1次)	期	14			
		联合推广权益	芒果TV首页PC端焦点图1帧,体现客户赞助权益 综艺频道PC端焦点图1帧,体现客户赞助权益	天/频	4			
	2、衍生节目特别权益	《我是歌手_第4季》 视频播放框内_PC端	理性强提示点:在情节中(如PK环节、歌手演唱时)提示互动玩法,指引提供初步步骤在视频帧中,左上角提示广告互动倒计时,提示后视频上显示强提示点以及文案。用户点击后,可呈现TVC、静态广告、产品信息栏、互动广告四种表现形式。每个点位呈现时长15s。	个	3个*14期			
		《我是歌手_第4季》 视频播放框内_TV端(互联网电视)	在TV端(互联网电视)设置强提示点(可依据内容、观看时长,固定时段三点钟方式设置),屏幕右下角出现提示,点击后出现画面按钮,右边出现品牌网页或跳出品牌互动页面	个	3个*14期			
		H5互动活动	芒果TV APP 首页入口 芒果TV APP 综艺频道首页入口 芒果TV APP 综艺频道二级入口 芒果TV APP 综艺频道二级入口	个	1			
		芒果TV_手机端入口	《我是歌手_第4季》专题页二级入口(活动期间保障7天),需节目上线前3周提供客户相关资料。	个	1			
		芒果TV_PAD端入口	芒果TV官方微博推荐互动活动 芒果TV官方微信推荐互动活动	个	1			
互动沟通 提升品牌好感	1、灵感互动	《歌手听审团》互动活动_PC端 《歌手听审团》H5互动_PHONE端	歌手听审团投票活动授权冠名权益,活动页面体现冠名权益 移动端开设歌手听审团报名专题	个	1			
		芒果TV_手机端入口	芒果TV APP 首页入口 芒果TV APP 综艺频道首页入口 芒果TV APP 综艺频道二级入口,贴片	个	1			
		芒果TV_PAD端入口	《我是歌手_第4季》专题页二级入口(活动期间),需节目上线前3周提供客户相关资料。	个	1			
		微博微信推荐	《我是歌手_第4季》节目官方微博推荐互动活动,每周保障1条。 芒果TV官方微博推荐互动活动 芒果TV官方微信推荐互动活动	个	1			
		线下活动	《我是歌手_第4季》 粉丝见面会	现场广告位:现场抽奖背景板或相关背景板(非主背景板),体现合作品牌LOGO 现场植入:合作客户产品植入 现场口播:主持人口播客户赞助身份,如“感谢XX对本活动的大力支持” 互动名额:每场提供活动门票供客户进行线上活动征集,具体数量根据每场活动规模而定	场	3		
	2、超级跨屏 热点互动	《我是歌手_第4季》 视频播放框内_PC端	理性强提示点:在情节中(如PK环节、歌手演唱时)提示互动玩法,指引提供初步步骤在视频帧中,左上角提示广告互动倒计时,提示后视频上显示强提示点以及文案。用户点击后,可呈现TVC、静态广告、产品信息栏、互动广告四种表现形式。每个点位呈现时长15s。	个	3个*14期			
		《我是歌手_第4季》 视频播放框内_TV端(互联网电视)	在TV端(互联网电视)设置强提示点(可依据内容、观看时长,固定时段三点钟方式设置),屏幕右下角出现提示,点击后出现画面按钮,右边出现品牌网页或跳出品牌互动页面	个	3个*14期			
		H5互动活动	芒果TV APP 首页入口 芒果TV APP 综艺频道首页入口 芒果TV APP 综艺频道二级入口 芒果TV APP 综艺频道二级入口	个	1			
		芒果TV_手机端入口	《我是歌手_第4季》专题页二级入口(活动期间保障7天),需节目上线前3周提供客户相关资料。	个	1			
		芒果TV_PAD端入口	芒果TV官方微博推荐互动活动 芒果TV官方微信推荐互动活动	个	1			
1、台网互动 《歌手听审团》	《歌手听审团》互动活动_PC端 《歌手听审团》H5互动_PHONE端	歌手听审团投票活动授权冠名权益,活动页面体现冠名权益 移动端开设歌手听审团报名专题	个	1				
	芒果TV_手机端入口	芒果TV APP 首页入口 芒果TV APP 综艺频道首页入口 芒果TV APP 综艺频道二级入口,贴片	个	1				
	芒果TV_PAD端入口	《我是歌手_第4季》专题页二级入口(活动期间),需节目上线前3周提供客户相关资料。	个	1				
	微博微信推荐	《我是歌手_第4季》节目官方微博推荐互动活动,每周保障1条。 芒果TV官方微博推荐互动活动 芒果TV官方微信推荐互动活动	个	1				
	线下活动	《我是歌手_第4季》 粉丝见面会	现场广告位:现场抽奖背景板或相关背景板(非主背景板),体现合作品牌LOGO 现场植入:合作客户产品植入 现场口播:主持人口播客户赞助身份,如“感谢XX对本活动的大力支持” 互动名额:每场提供活动门票供客户进行线上活动征集,具体数量根据每场活动规模而定	场	3			
备注:								
1. 5秒口播不超过18个字,具体内容广告与芒果TV协商而定。								
2. 本方案具体播出情况以湖南卫视播出为准,“季”非自然季,特指节目播出季,具体节目季的节目在+2期内容正常范围。								
3. 节目宣传片全站通投资源,不包含核心综艺(独播、热门)、电视剧(独播、热门)等单独线权益资源;								
4. PAD+PHONE端,包含芒果TV H5(即移动设备上)的网页适配版本),Pad(包括iPad、Android Pad),Phone(iPhone、Android Phone)。								
5. PC+PAD+PHONE端,各端不承诺比例。								
6. 《我是歌手_第4季》专题页资源保障,需节目上线前3周提供客户相关资料。								
7. 此报价方案解释权归快乐阳光互动娱乐传媒有限公司所有。								

2016芒果TV《我是歌手_第4季》首席网络合作伙伴					
【合作价格】5000万					
【合作名额】1席					
【合作框架】					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《我是歌手_第4季》首席网络合作伙伴”称号，具体使用方式与规范以授权书为准；			
曝光 趋势	1、视频硬广配置	《我是歌手_第4季》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端_正二位_30%流量占比 暂停_PC端+PAD端+PHONE端_10%流量占比	CPM	360,000
		专辑页_PC端	专辑头图中加入客户logo（享受合作伙伴位置，头图非独点，标注：首席网络合作伙伴） 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	4
	2、节目主题包装	专辑页_PC端	专辑头图中加入客户logo（享受合作伙伴位置，头图非独点，标注：首席网络合作伙伴） 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	4
		芒果TV_PC端	综艺频道首页巨幕广告_1/3轮播	天	4
	3、节目宣传资源	芒果TV_PAD端	开机大图广告_1/3轮播	天	4
		芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮播	天	4
		芒果TV官方微博、微信 活动推广	品牌植入内容公关造势，芒果TV官方微博推荐 品牌植入方式公关造势，芒果TV官方微信推荐	条	2
分享 扩散	公关推广			条	2
内容 连接	1、易植	《我是歌手_第4季》视频播放框内_PC端+PAD端+PHONE端	歌手舞台、采访、备战室准备等场景的墙面、门、户外广告牌、店门头、橱窗等空白或有不影响视频内容部分可自动完成平面广告覆盖或增加，每个点位镜头停留3S以上。 视频中在不影响视频内容的情况下，视频中歌手舞台、采访、备战室准备等场景可自动完成 三端产品 添加或覆盖的道具植入，每个点位镜头停留3S以上。 情景画 结合《我是歌手》节目视频内容中，场景植入信息贴主。	秒	全程不少于12个点位 (总时长120S)
		《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_PC端	隐性强提示点 ：在情节中（如PK赛、歌手演唱时）提示互动玩法，指引提供初步惊喜 在视频播放中，左上角提示广告互动点倒计时，提示后视频上显示强提示点以及文案。用户点击后，可呈现TVC、静态广告、产品信息栏、互动广告四种表现形式。每个点位呈现时长15s。	个	3个*7期
	2、灵犀互动	《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_TV端（互联网电视）	在TV端（互联网电视）设置强提示点（可依据内容、观看时长，固定时间三种方式设置），屏幕右下角出现提示，点击遥控器菜单键，右边出现品牌网页或跳出品牌互动页面		
		衍生节目视频播放框内	15s前贴片_正二位 位置：PC端+PAD端+PHONE端	CPM	10000（预估）
	3、衍生节目特别权益	衍生节目专辑页面权益	专辑页通栏 底部鸣谢logo	月	4
		衍生节目植入	压屏广告体现品牌信息，示例： 节目播出10分钟处出现，每次出现10秒。如“本活动由”品牌大力支持”（或个性化语言设计） 名人条信息条包装：节目中出现明星介绍的名人条。信息条包装与客户品牌信息元素融合。 片尾字幕露出（每期1次）	期	14
				期	14
备注：					
1、本方案具体播出情况以湖南卫视播出为准，“季”非自然季，特指节目播出季，具体节目季的节目期在+2期内涵正常范围。					
2、PAD+PHONE端，包含芒果TV H5（即移动设备上的网页适配版本），Pad（包括iPad、Android Pad），Phone（iPhone、Android Phone）。					
3、PC+PAD+PHONE端，各端不承诺比例。					
4、此报价方案解释权归快乐阳光互动娱乐传媒有限公司所有。					

2016芒果TV《我是歌手_第4季》网络合作伙伴						
【合作价格】2000万						
【合作名额】1席						
【合作框架】						
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《我是歌手_第4季》网络合作伙伴”称号，具体使用方式与规范以授权书为准；				
		1、视频硬广配置	《我是歌手_第4季》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端_1支_30%流量占比 暂停_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	130,000
			专辑页_PC端	专辑头图中加入客户logo（享受合作伙伴位置，头图非独点，标注：网络合作伙伴） 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	CPM	46,500
			专辑页_PC端	专辑头图中加入客户logo（享受合作伙伴位置，头图非独点，标注：网络合作伙伴） 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	4
			芒果TV_PC端	综艺频道首页巨幕广告_1/3轮播 综艺频道首页巨幕广告_1/3轮播	天	4
			芒果TV_PAD端	综艺频道首页巨幕广告_1/3轮播	天	4
		2、节目宣传资源	芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮播	天	4
			H5互动_PHONE端	结合节目热点定制H5互动活动，H5示例：竞猜歌手竞猜票选，或票选每期最打动你的歌曲 《我是歌手_第4季》专题页，定制二维码入口	个	1
			《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_TV端（互联网电视）	在TV端（互联网电视）设置强提示点（可依据内容、观看时长，固定时间三种方式设置），屏幕右下角出现提示，点击遥控器菜单键，右边出现品牌网页或跳出品牌互动页面	月	4
			《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_PC端	隐性强提示点 ：在情节中（如PK赛、歌手演唱时）提示互动玩法，指引提供初步惊喜 在视频播放中，左上角提示广告互动点倒计时，提示后视频上显示强提示点以及文案。用户点击后，可呈现TVC、静态广告、产品信息栏、互动广告四种表现形式。每个点位呈现时长15s。	个	3个*7期
《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_TV端（互联网电视）	在TV端（互联网电视）设置强提示点（可依据内容、观看时长，固定时间三种方式设置），屏幕右下角出现提示，点击遥控器菜单键，右边出现品牌网页或跳出品牌互动页面					
互动沟通	线上线下内容整合互动	《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_PC端	指引用户移动鼠标探索“ 隐性点 ”（50%歌手人物点）提供进一步惊喜 在视频播放中，左上角提示广告互动点，用户滑过鼠标出现热点以及交互文案，用户点击后，呈现TVC、静态广告、产品信息栏、互动广告四种表现形式强关联品牌。	个	每期不少于100个 隐性提示点，14期	
		《我是歌手_第4季》 粉丝见面会	现场植入 ：签到处，合作客户产品墙头 互动名额 ：每场提供活动门票供客户进行线上活动征集，具体数量根据每场活动规模而定	场	1	
		备注：				
		1、本方案具体播出情况以湖南卫视播出为准，“季”非自然季，特指节目播出季，具体节目季的节目期在+2期内涵正常范围。				
2、PAD+PHONE端，包含芒果TV H5（即移动设备上的网页适配版本），Pad（包括iPad、Android Pad），Phone（iPhone、Android Phone）。						
3、PC+PAD+PHONE端，各端不承诺比例。						
4、此报价方案解释权归快乐阳光互动娱乐传媒有限公司所有。						