

| 2016年芒果TV《天天向上》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 | 数量 | |
| 品牌授权 | 品牌授权 | 授予品牌“2016年《天天向上》网络冠名”称号，有权使用《天天向上》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； | | | | |
| ★声量造势★ 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：“天天向上”宣传片植入，将企业LOGO与“天天向上网络冠名身份相结合 1、宣传片内企业广告视觉表现形式 形式：宣传片内容+ 落幅 +5秒企业广告片（2/3屏、无声） 落幅描述：联合LOGO 演绎 2、宣传片内企业声音表现形式 落幅配音：“天天向上”***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 ***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字） | CPM | 400,000 | |
| | | 芒果TV_PC端 | 首页全屏焦点图1帧，客户logo体现 | 天/帧 | 52 | |
| | | | 巨幕广告_1/3轮播 | 天 | 20 | |
| | | | 综艺频道首页焦点图1帧，客户logo体现 | 天/帧 | 52 | |
| | | 芒果TV_PAD端 | 开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益 | 天 | 20 | |
| | | | 首页焦点图1帧，客户logo体现 | 天/帧 | 52 | |
| | 芒果TV_PHONE端 | 开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益 | 天 | 20 | | |
| | | 首页焦点图1帧，客户logo体现 | 天/帧 | 52 | | |
| | TV端（互联网电视） | 首页专区推荐闪图，1帧 | 天/帧 | 52 | | |
| | 2、视频硬广配置 | 《天天向上》 视频播放框内 | 5S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《天天向上》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 | CPM | 300,000 | |
| | | | 15秒前贴片_尊享正一位_70%流量占比（含正片+2分钟以上短片视频） 位置：PC端+PAD端+PHONE端+TV端（互联网电视） | CPM | 420,000 | |
| | | | 创意角标_仅PC端_正片_50%流量占比 视频正片播放2分钟后首次出现，后每隔3分钟出现，展示1分钟，视频右下角体现品牌LOGO； | CPM | 300,000 | |
| | 3、节目节目主题 包装 | 《天天向上》 专题页_PC端 | 专辑头图中加入客户logo（享受冠名位置，头图非独占，标注：网络冠名） | 月 | 12 | |
| | | | 客户硬广通栏_1/2轮播 | | | |
| | | | 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享） | | | |
| | 4、公关推广 | 《天天向上》 专题页_TV端（互联网电视） | 《天天向上》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 | 12 |
| | | | 芒果TV官方微博 | 《天天向上》节目相关内容正文\图片\提及品牌 | 条 | 12 |
| | | 芒果TV官方微信 | 《天天向上》节目相关内容正文\图片\提及品牌 | 条 | 12 | |
| | | 芒TIME营销公众号 | 针对节目内容，创新视觉海报包装推广 芒TIME关于《天天向上》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（分享） | 次 | 4 | |
| | ★内容连接★ 品牌兴趣移植 | 内容创意 | 节目花絮剪辑素材 | 提供5分钟左右《天天向上》花絮视频剪辑素材，客户可依据内容剪辑创意视频对外进行宣传推广（排电视媒体渠道、网络竞媒），剪辑内容需芒果TV审核通过。 | 个 | 4 |
| ★互动沟通★ 提升品牌好感 | 1、灵犀互动 | 《天天向上》 视频播放框内_PC端 | 强提示点提示互动玩法，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。 | 个 | 3个*52期 | |
| | | 《天天向上》 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，固定时间点三种方式设置），屏幕左下角出现提示，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 | | | |
| | | 《天天向上》 视频播放框内_PC端 | 指引用户移动鼠标探索“隐性点”（主持人、嘉宾等）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，52期 | |
| | F、超级跨屏 热点互动 | H5互动活动 | 结合《天天向上》节目内容及关注热点，定制H5互动活动。 | 个 | 1 | |
| | | 芒果TV-手机端入口 | 芒果TV APP 首页入口，活动期间保底2天 | | | |
| | | | 芒果TV APP 综艺频道首页入口，活动期间保底2天 | | | |
| | | 芒果TV-PC端入口 | 首页焦点图二维码入口，活动期间保底1天 | | | |
| | | | 《天天向上》专题页二维码入口（活动期间保底7天），需节目上线前3周提供客户相关素材 | | | |
| | | 芒果TV官方微博、 微信-活动推广 | 芒果TV官方微博推荐互动活动，活动期间保底1次 芒果TV官方微信推荐互动活动，活动期间保底1次 | | | |
| | 备注： | | | | | |
| 1、5秒口播不超过18个字，具体内容广告主与芒果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，具体节目季的节目期在+-2期内属正常范围。 | | | | | | |
| 3、节目宣传片全站通投资源，不包括核心综艺（独播、热门）、电视剧（独播、热门）等单独核价资源； | | | | | | |
| 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、《天天向上》专题页资源回报，需节目上线前3周提供客户相关素材。 | | | | | | |
| 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《天天向上》首席网络合作伙伴 | | | | | |
|---|-------------|--|--|--|---------|
| 【合作价格】1800万 | | | | | |
| 【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《天天向上》首席网络合作伙伴”称号，有权使用《天天向上》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； | | | |
| 曝光造势 | 1、视频硬广配置 | 《天天向上》 视频播放框内 | 15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端_正二位35%流量占比 | CPM | 216,000 |
| | | | 暂停_PC端+PAD端+PHONE端_包断20%流量占比 | CPM | 120,000 |
| | 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，头图非独占，标注：首席网络合作伙伴） 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享） | 月 | 12 |
| | | 3、节目宣传资源 | 芒果TV_PC端 | 首页巨幕广告_1/3轮刷 | 天 |
| | | | 综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷 | 天 | 26 |
| | 芒果TV_PAD端 | | 开机大图广告_1/3轮刷 | 天 | 26 |
| | 芒果TV_PHONE端 | | 开机大图广告_1/3轮刷 | 天 | 26 |
| | | TV端（互联网电视） | 首页专区推荐闪图，1帧 | 天/帧 | 26 |
| 分享 扩散 | 公关推广 | 芒TIME营销公众号 | 针对节目内容，创新视觉海报包装推广 | 次 | 2 |
| | | | 芒TIME关于《天天向上》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（分享） | 次 | 2 |
| 互动 沟通 | 1、灵犀互动 | 《天天向上》 视频播放框内_PC端 | 强提示点提示互动玩法，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。 | 个 | 3个*52期 |
| | | 《天天向上》 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（可依内容、观看时长，固定时间点三种方式设置），屏幕左下角出现提示，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 | | |
| | | | 《天天向上》 视频播放框内_PC端 | 50%人物隐性点_指引用户移动鼠标探索“隐性点”（主持人、嘉宾等）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 |
| 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期内属正常范围。 | | | | | |
| 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Pad、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。 | | | | | |