【季度总冠】合作原 节目名称	回报类型	权益回报	回报位置	回报明细	引例单价 (元)	刊例单位	资源量/天数	刊例总价	J包	
		+		多屏,15s前贴片(贴一)	40	СРМ	60,000	2,400,000		
	节目硬广	节目硬广资源	视频播放框内	多屏,口播	25	CPM	20,000	500,000		
			专题头图1	体现联合logo	35,000	天	90	3,150,000		
		节目专题-PC端	专题页客户专区1	品牌广告	30,000	天	90	2,700,000		
		□日支河-PC端	专题页通栏1	品牌广告	30,000	天	90	2,700,000		
			底部鸣谢	体现客户logo	15,000	天	90	1,350,000		
			腾讯视频首页-焦点大图	体现联合logo	200,000	天	12	2,400,000		
	推广权益		讯视频phone端-综艺页卡大	体现联合logo	160,000	天	12	1,920,000		
	1年/ 秋亜	联合推广	腾讯视频pad端-综艺页卡大图	体现联合logo	150,000	天	12	1,800,000	(
			全程联合logo	全程联合logo体现:节目宣传全程带客户Logo(体现范围参考备注说明)	2,000,000	季度	1	#######		
		节目官方SNS推		微信互动讨论话题中出现品牌名称或者产品图片,客	F0 000	A	12	COO 000	1	
			大牌驾到节目官方微信	户提供产品作为参与者或获奖者的奖品互动	50,000	条	12	600,000		
		广	大牌驾到节目官方微博	微博图文带客户logo和产品元素	30,000	条	12	360,000		
		品牌权益	季度总冠名合作伙伴	节目由xxxx季度合作伙伴冠名播出,体现联合logo	200,000	期	12	2,400,000	i	
			节目联合logo授权	授权于企业在自有渠道进行联合logo的使用	200,000	期	12	2,400,000		
		舞美权益 总冠专享	现场舞美	演播室全景区主场景墙上logo体现	200,000	期	12	2,400,000	00	
				演播室访谈区主场景logo体现	200,000	期	12	2,400,000		
				演播室互动区大屏幕联合logo&品牌logo翻转体现	200,000	期	12	2,400,000		
				演播室前景上方logo体现(节目开始时由客户logo摇	200,000	期	12	2,400,000	1	
2016【大牌驾到】				意),产品摆放(产品数量:3)(主持人休息间)联合 logo	100,000	期	12	1,200,000	1	
				意),产品摆放(产品数量:3)(嘉宾采访间)联合 logo	100,000	期	12	1,200,000		
			嘉宾特邀权益	客户可指定一位形象代表人在特殊嘉宾席参与节目录制,节目中给镜头特写,或与主持人现场互动	200,000	期	12	2,400,000		
			入场券植入	观众入场券上体现联合logo、二维码	100,000	期	12	1,200,000	1	
	植入权益	粉丝植入内容植入	粉丝入场名额	客户每期可邀请指定数量粉丝作为观众进入节目录制 现场(每期10个名额)	100,000	期	12	1,200,000		
			材丝恒人	现场观众植入	所有进入节目现场观众,身体贴标体现联合logo(或 每人手拿客户产品,视具体产品形态而定)	100,000	期	12	1,200,000	
			定制30s开场秀	主持人与副主持开场秀植入客户产品,如设计与品牌相关联的场景体现产品性能(每期1次)	350,000	期	12	4,200,000		
				环节名称定制,需与节目组共同商议	200,000	期	12	2,400,000		
			板块定制	游戏道具定制,制作成客户产品形象,或者体现品牌 logo等	250,000	期	12	3,000,000	0	
				主持人软性话题植入,体现客户品牌理念(软性植入,不体现品牌名称)	350,000	期	12	4,200,000		
			主持人口播	主持人口播品牌名称及slogan(每期2次)	300,000	期	12	3,600,000		
		包装权益	片头落版	体现联合logo (3s/次 , 每期1次)	150,000	期	12	1,800,000		
			片尾鸣谢	体现品牌logo(3s/次 ,每期1次)	150,000	期	12	1,800,000		
	<u> </u>	L	角标	节目logo与品牌logo交替出现(每期不少于1/3节目	250,000	期	12	3,000,000		
注:资源价格为建设	以价格,下单	确认前请收益组确	11	资源以最终下单为准					_	
【联合Logo体现范										

微博 1.官方微博首页焦点圏联合LOGO露出 2.官方微博日常1条微博内容LOGO露出 3.官方微博周三特别策划内容1条LOGO露出 4.微博大号特别策划1个账号配图LOGO露出 【微博大V选择范围:舞美师、长春国贸、毒蛇小疯子、圏少爷、芒果妈妈、芒果娱乐、电视节目搜索、网易云音乐等】

微信:

微信:
1.官方微信日常内容1条LOGO露出
2.官方微信周三特别策划内容1条LOGO露出 传统媒体:媒体通稿配图1条logo露出 【媒体选择范围:网易娱乐、风凰娱乐、新华网、人民网、千龙网等】

【季度特约】合作問	部・3个日 /	12期共日)							
节目名称	回报类型	V 社会	回报位置	回报明细	刊例单价(元)	刊例单位	资源量/天数	刊例总价	打包
	节目硬广	节目硬广资源	AD AT WALLE A	多屏,15s前贴片(贴二)	40	CPM	30,000	1,200,000	0
			视频播放框内	多屏,暂停	30	CPM	15,000	450,000	
	推广权益	节目专题-PC端	专题头图2	体现客户logo	35,000	天	90	3,150,000	
2016 【大牌驾到】			专题页客户专区2	品牌广告	30,000	天	90	2,700,000	
			专题页通栏2	品牌广告	30,000	天	90	2,700,000	
			底部鸣谢	体现客户logo	15,000	天	90	1,350,000	
		联合推广	腾讯视频综艺频道-焦点图	体现客户logo	100,000	天	12	1,200,000	
			腾讯视频综艺频道-今日更新	体现客户logo	80,000	天	12	960,000	
	植入权益	品牌权益 内容植入	季度特约合作伙伴	节目由xxxx季度合作伙伴特约播出	200,000	期	12	2,400,000	
			节目logo授权	授权于企业在自有渠道进行节目logo的使用	200,000	期	12	2,400,000	
			H5策划植入	体现品牌logo或者植入客户产品形象(毎期1个)	300,000	期	12	3,600,000	100
			明星所用信封/信纸视觉设计	体现品牌logo	250,000	期	12	3,000,000	
			创意场景植入	节目环节中设计与品牌相关联的场景,体现产品性能 (有明星参与的环节)	350,000	期	12	4,200,000	
			主持人口播	主持人口播品牌名称及slogan,赞助信息(每期2次)	300,000	期	12	3,600,000	
			主持人互动奖品口播	主持人带奖品名称口播	300,000	期	12	3,600,000	
		包装权益	奖品互动二维码	体现品牌logo及活动二维码(10s/次,每期2次)	200,000	期	12	2,400,000	
			节目信息条	体现品牌logo(5s/次,每期2次)	200,000	期	12	2,400,000	
			人名条	体现品牌logo(5s/次,每期2次)	150,000	期	12	1,800,000)00
			片尾鸣谢	体现品牌logo (3s/次 , 毎期1次)	150,000	期	12	1,800,000	

▶ 2016腾讯视频:《大牌驾到》节目全年指定用车1000万												
【全年指定用车】合作周期:12个月(40期节目植入)												
节目名称	回报类型	权益回报	回报位置	回报明细	刊例单价(元)刊例单位	资源量/天数	刊例总价	打包价			
2016【大牌驾到】	节目全年指定用车	内容植入	车型植入	车型体现,主持人车内镜头植入(每次不低于20s,每期1次)	350,000	期	40	######				
			四吋제 1	品牌权益	主持人口播 节目指定用车	主持人口播品牌名称及slogan(每期1次) 节目由xxxx季度合作伙伴特约播出,主持人口播同时出 信息条体现(每期1次)	150,000 200,000	期期	40	8,000,000		
				定用车		节目logo授权 授权于企业在自有渠道进行节目logo的使	授权于企业在自有渠道进行节目logo的使用	200,000	200,000 期 40 8,00	8,000,000	1000万	
			定制产品	大牌驾到节目视频播放框内	进度条异型广告(PC端)	300,000	期	40	3,600,000			
		节目官方SNS推	大牌驾到节目官方微信	微信互动讨论话题中出现品牌名称或者产品图片,客 户提供产品作为参与者或获奖者的奖品互动	50,000	条	40	2,000,000				
		,	大牌驾到节目官方微博	微博图文带客户logo和产品元素	30,000	条	40	1,200,000				
注:资源价格为建议价格,下单确认前请收益组确认最终价格 节目形态产品资源以最终下单为准												

▶ 2016腾讯视频:《大牌驾到》单期赞助200万											
【单期赞助】合作局	期:30天(1期节目植入)									
节目名称	回报类型	权益回报	回报位置	回报明细	刊例单价(元)	刊例单位	资源量/天数	刊例总价	打包价		
	节目硬广	节目硬广资源	视频播放框内	多屏 , 15s前贴片	40	CPM	8,000	320,000	1		
2016【大牌驾到】				PC端 , IVB	25	CPM	3,000	75,000			
	推广权益	节目专题-PC端	底部鸣谢	体现客户logo	15,000	天	30	450,000			
		联合推广	腾讯视频腾讯出品-焦点图	体现客户logo	40,000	天	1	40,000			
		内容植入	创意片头	客户产品镜头特写,或主持人与客户产品互动	350,000	期	1	350,000			
			内容植入	内容植入	内容植入	话题植入	主持人和明星,或者主持人和副主持人话题讨论,体现品牌精神或品牌slogan、关键词(软性植入,不谈及品牌名称)	350,000	期	1	350,000
	植入权益		主持人口播	主持人口播品牌名称及slogan, 赞助信息(毎期2次)	300,000	期	1	300,000	000		
	恒八权益	恒八权皿		特效字定制	体现品牌logo或者产品形象、品牌主色调等(3s/次, 毎期2次)	200,000	期	1	200,000		
		包装植入	定制包装植入	体现品牌logo或产品形态	200,000	期	1	200,000			
			片尾广告位 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	在片尾板式出现后,客户广告图片或者视频的体现, 无外链(5s/次,每期1次)	200,000	期	1	200,000			
注:资源价格为建议	(价格,下单	确认前请收益组确	认最终价格 节目形态产品	资源以最终下单为准		-					