2016年芒果TV《爸爸去哪儿 第4季》网络冠名 【合作价格】洽谈类 【合作名额】1席 【合作框架】 授予品牌"2016年《爸爸去哪儿_第4季》网络冠名"称号,有权使用《爸爸去哪儿_第4季》 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, 品牌授权 品牌授权 栏目宣传片:"爸爸去哪儿第4字"宣传片植入、将企业 LOGO 与"爸爸去哪儿第4字"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・景橋・5 砂企业广告片(27 扉、元声)落幅描述: 联合 LOGO 淳 孝 2、宣传片内企业声音表现形式,落幅配音:"爸爸去哪儿,第4字"""企业网络冠名描出(只合企业名称)广告片配 音:出版企业品略名称及广告语""(合有企业"与谐和品牌名称、总字版不超过 10 个字) 1,000,000 巨幕广告_1/3轮播 芒果TV首页 PC端 焦点图1帧,体现客户赞助权益 天/帧 14 节目宣传资源 开机广告_1/3轮播,体现客户赞助权益 芒果TV 手机端 焦点图1帧,体现客户赞助权益 天/帧 开机广告_1/3轮播,体现客户赞助权益 芒里TV PAD端 焦点图1帧,体现客户赞助权益 14 天/帧 TV端 (互联网电视) 首页专区推荐闪图,1帧 天/帧 自负专区推荐外阁、1帧 SSI容系统度 CPG+PAD端+PHONE端+TV端(互联网电视)(正片+恒片)100%流量占比, 包含口槽:芒果TV(爸爸去零儿,第4季季)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 СБМ 600 000 视频硬广配置 《爸爸去哪儿_第4季》 15秒前贴片 尊享正一位 60%流量占比(含正片+2分钟以上短片视频) СРМ 720.000 视频播放框内 位置:PC端+PAD端+PHONE端+TV端(互联网电视) 创意角标_QPC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; 声量法学 提升品牌认知 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) 《爸爸去哪儿 第4季》 客户硬广涌栏 1/3轮播 月 尾屏鸣谢,体现客户LOGO(分享) 3、节目主题包装 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) 《爸爸去哪儿_第4季》 客户硬广涌栏 1/3轮播 专题页 PC端 尾屏鸣谢,体现客户LOGO(分享) 《爸爸去哪儿_第4季》 《爸爸去哪儿_第4季》专题页冠名资源,更稀缺 月 专题页_TV端(互联网电视) 《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) 行业媒体宣传 芒果TV官方微博 《爸爸去哪儿,第4季》节目相关内容正文\图片 提及品牌,每周保底1条。 条 14 4. SNS□碑 芒里TV它方微信 《爸爸去哪儿 第4季》节目相关内容正文\图片 提及品牌,每周保底1条。 条 14 针对《爸爸去哪儿_第4季》节目内容,创新视觉海报包装推广 カマ 1 芒TIME营销公众号 芒TIME关于《爸爸去哪儿,第4季》节目宣传海报,体现客户LOGO及帮助身份(分享) 次 1 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的覆盖或增加,每个点位镜 内容 连接 头停留3S以上。 **明星绑定椿入**:视频中在不影响视频内容的情况下,视频中可自动完成**三维产品**添加或覆盖的道具椿入,每个点位镣头 全程不少于30 《爸爸去哪川,第4季》视频播放框内 秒 ↑点位(总时长 300S) 品牌 兴趣 移情 PC端+PAD端+PHONE端 停留3S以 情景画 结合《爸爸去哪儿》节目视频内容中,场景植入信息贴士。 **聖性強振示点**:在情节中(如村长布置任务环节)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。 互动 沟通 灵犀互动 3个*14期 《爸爸去哪川,第4季》 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 15秒前贴片 萬東正一位 10000 衍生节目视频播放框内 位置:PC端+PAD端+PHONE端+TV端(互联网电视) 专辑页头图冠名字样 衍生节目专辑页页面权益 专辑页通栏(1/2轮播) 月 4 底部鸣谢logo 片头落版带客户LOGO(毎期1次) 期 14 内容 衍生节目特别权益 主持人口播 (或虚拟主持) 由XX冠名播出 , 体现赞助商身份 (毎期1次) 抇 14 衍牛节目植入 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。 期 14 角标与客户LOGO轮播(毎期1次) 14 期 片尾压标露出(毎期1次) 期 14 芒里TV首市PC端生占图1帧、体现客户特肋权益 天/崎 4 联合推广权益 综艺频道PC端焦点图1帧,体现客户赞助权益 天/帧 5 结合《爸爸去哪儿_第4季》节目内容及关注热点,如竞猜票选,定制H5互动活动;活动页面体现客户品牌LOGO元素 芒果TV APP 首页入口 芒果TV 手机端入口 芒果TV APP 综艺频道首页入口 超级跨屏热点互动 首页焦点图二维码入口 芒果TV_PC端入口 1 《爸爸去哪儿_第4季》专题页二维码入口(活动期间保底7天),需节目上线前3周提供客户相关紊材。 《爸爸去哪儿_第4季》节目官方微博推荐互动活动,每周保底1条 互动 沟通 芒果TV官方微博推荐互动活动 微博微信推荐 芒果TV官方微信推荐互动活动 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 3、线下活动 粉丝见面会 《爸爸去哪儿 第4季》 现场植入:合作客户产品堆头 3 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 备注: 1、5秒口牆不絕过18个字,具体内容由广告主与芒果TV协商而定。 2、本方案具体槽出情况以湖南卫视牆出为准,"季"非自然季,特据节目播出季,具体节目季的节目明在+-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 PALPHONE端,包含生果TV 16 即移动设备上的网页适配版本),Pad(包括IPad、Android Pad),Phone(iPhone、Android Phone)。 PC+PAD+PHONE端,各端不承诺比例。 (爸爸去哪儿弟4季)专题页资源回报,需节目上线前3周提供客户相关素材。 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	PTV《爸爸去哪儿_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(曝光点)	单位	数量			
品牌授权	品牌授权	授予品牌"2016年《爸爸去哪儿 第4季》首席互动合作伙伴"称号,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	《爸爸去哪儿_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	CPM	360,000			
			暂停_PC端+PAD端+PHONE端_1支10%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)	月	4			
			尾屏鸣谢,体现客户LOGO(分享)					
		专题页_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)	月	4			
			尾屏鸣谢,体现客户LOGO (分享)					
	3、节目宣传资源	芒果TV_PC端	首页巨幕广告 1/3轮播	天	4			
			综艺版道首页巨幕广告 1/3轮刷	天	4			
		芒果TV PAD端	开机大图广告 1/3轮刷	天	4			
		芒果TV PHONE端	开机大图广告 1/3轮刷	天	4			
分享 扩散	公关推广	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	条	2			
			品牌植入方式公关造势,芒果TV官方微信推荐	条	2			
内容连接	1、易植	《爸爸去哪儿_第4季》视频播放框内 _PC端+PAD端+PHONE端	视频中爸爸旅行场景, 住宿室内等场景的遍面。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 完成平面广告的覆盖或增加,每个点位镜头停留35以上。	秒	全程不少于12个 点位(总时长 120S)			
			视频中在不影响视频内容的情况下,视频中爸爸旅行场景、住宿室内准备等场景可自动完成三维产品添加或覆盖的道具 植入,每个点位镜头停留3S以上。					
	2、灵犀互动	《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_PC端	型性選提示点: 在情节中(如PK賽事、歌手演唱时)提示互动玩法,指引提供初步惊喜 在视频描述中, 左上角接示: 各互动点部付封,接示后视频上显示强振示点以及文案。用户点击后,可呈現TVC、静态 广告、产品信息と、互动: 告回外表现形式、命入位呈现財长15分。	^	3个*7期			
		《我是歌手_第4季》 视频播放框内_灵犀_TV端(互联网 由视)	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,石边出现品牌网页或跳出品牌互动页面					
	3、衍生节目特別权益	衍生节目视频播放框内	视频播放框内跨屏15s削贴片(贴二) 位置:PC端+PAD端+PHONE端	СРМ	10000 (预估)			
		衍生节目专辑页面权益	专辑页通栏 (1/2轮播)	月	4			
			底部鳴謝logo					
		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)	期	14			
			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。	期	14			
			片尾压标露出 (毎期1次)	期	14			
}注:	*							
			出季,具体节目季的节目期在+-2期内属正常范围。					
			d(包括iPad、Android Pad),Phone(iPhone、Android Phone)。					
	HONE端,各端不承诺比							
、此报价方案第	解释权归快乐阳光互动娱乐	K.传媒有限公司所有。						

		2016천	·果TV《爸爸去哪儿_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(曝光点)	单位	数量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌"2016年《爸爸去哪儿_第4	季》首席内容合作伙伴"称号,具体使用方式与规范以授权书为准;			
	1、视频硬广配置	《爸爸去哪儿_第4季》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端_1支_10%流量占比	CPM	130,000	
曝光 造势			暂停_PC端+PAD端+PHONE端	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,头图非独占,标注:网络合作伙伴)	月	4	
			尾屏鸣谢,体现客户LOGO(分享)			
		专题页_PC端	专题头图中加入客户logo (享受合作伙伴位置,头图非独占,标注:网络合作伙伴)	月	4	
			尾屏鸣谢,体现客户LOGO(分享)			
			首页巨幕广告_1/3轮刷	天	4	
	2、节目宣传资源		综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	4	
		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 轮刷	天	4	
	线上线下内容整合互动		结合节目热点定制H5互动活动,H5示例:踢馆歌手竟猜票选,或票选每期最打动你的歌曲	^	1	
		《百百五哪儿_州4字》 专题贝图_PC	《爸爸去哪儿_第4季》专题页,定制二维码入口	月	4	
互动 沟通			量性强捷元点: 在情节中(如爸爸萌娃比赛时)提示互动玩法。指引提供助步惊喜 在视频脑炉,左上角提示: 各互动点部付到,接示后视频上显示强捷示点以及文案。用户点击后,可呈现TVC、静态 「告、产品信息性、互动"を回外表现形式。由入后足型别好长13分	^	3个*7期	
		《爸爸去哪儿_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)设置强捷示点(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,看边出现品牌阿页或做出品牌互动页面			
			指引用中移动鼠泳探索 "鸭性点"(星ế剪鞋、商品等)提供进一步惊喜 在视频描放中,左上角提示广告互动点,用户滑过脉为出现热点以及交互文案,用户点击后,呈现TVC、静态广告、产 品信息性、亘动广告四种表现形式强关系品牌。	^	毎期不少于10 个隐性提示点 14期	
		《爸爸去哪儿_第4季》 粉丝见面会	现场植入:签到处,合作客户产品堆头	场	1	
			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			
}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iPad、Android Pad),Phone(iPhone、Android Phone)。						
	HONE端 , 各端不承诺比					
、此形价方案制	解释权归快乐阳光互动娱	朱传媒有限公司所有。			1	