

看 理 想 2



梁文道



陈丹青



马世芳

● ●
[看理想]

YOUKU 优酷
世界都在看

土豆 tudou.com
每个人都是生活的导演

6月独播

[一千零一夜]

寻找都市人遗忘的阅读乐趣

[局部]

娓娓解读画家眼中的绘画传奇

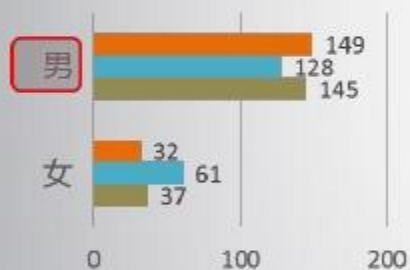
[听说]

听说音乐中的台湾

——节目集中覆盖中国社会精英人群——

垂直、精准、偏男性、都市中高端用户

性别



年龄



学历



收入



基本属性：用户偏向男性精英人群，成熟，且从地域分布来看观众明显集中在直辖市、省会及沿海二线城市

高学历：本科及以上学历高达57% 高素质：中高收入职业占比70%

《一千零一夜》



第四夜：美国梦覆灭的绝世警告

播放量：132万+

优酷：1,131,166 土豆：194,204
总评论：559 总点赞：11,879



第六夜：心灵救赎揭开时代伤疤

播放量：156万+

优酷：1,353,264 土豆：212,813
总评论：896 总点赞：10,933



第十一夜：奇葩逆袭成败皆因红颜

播放量：170万+

优酷：1,501,485 土豆：206,570
总评论：709 总点赞：14,292

首周播放量破260万

上线至今周均播放量已超300万

用户关注度、粘性正在逐步提高

《局部》

上线十小时 播放破百万

上线至今集均播放量约140万

优土、豆瓣评分均超9.3分



第一画：陈丹青解读千里江山图

播放量：212万+

优酷：1,842,870 土豆：479,430
总评论：1,210 总点赞：26,838



第二画：无所知带来的伟大艺术

播放量：182万+

优酷：1,366,266 土豆：461,171
总评论：1,310 总点赞：25,838

《听说》



第一说：橄榄树

播放量：258万+

优酷：2,104,967 土豆：481,238
总评论：1,401 总点赞：30,563



第二说：青年李宗盛

播放量：106万+

优酷：815,125 土豆：250,238
总评论：801 总点赞：17,263

上线首日播放量破两百万

上线至今集均播放量约150万

优土、豆瓣评分均超9.0分

2016年看理想2节奏安排

常态 周播



全新K5
梁文道
《一千零一夜》

- 城市 夜晚 街头 深度读书
- 正在播出至2016年5月
- 每周三期，周一、三、五更新
- 起亚全新K5冠名至2015年12月31日

Q2,



陈丹青
《局部》第二季

- 非史非课 古今中外 艺术之眼
- 2016年Q2 首播
- 每周一期，周二更新
- 共16集

Q2,



马世芳
《听说》第二季

- 以音乐为线索 讲全球稀有故事
- 2016年Q2首播
- 每周一期，周四更新
- 共16集

Q3,



贾樟柯
《云游》

- 山西民间 奇人奇事奇景 贾式纪录
- 2016年Q3首播
- 每周一期，周二更新
- 共20集

Q3,



台湾作家、评论家 杨照
17岁天才钢琴少女 李其叡
《呼吸》

- 古典音乐 钢琴演示 中德取景 亲子话题
- 2016年Q3首播
- 每周一期，周四更新
- 共16集



《云游》

——贾樟柯——

山西民间 奇人奇事奇景 贾式纪录

贾樟柯：导演、作家、制片人，山西省汾阳人，生于1970年。

1993年就读于北京电影学院文学系，1995年开始电影编导工作，现居北京。执导作品有《小武》《站台》《任逍遥》《世界》《三峡好人》《二十四城记》《海上传奇》等。

有想法，能坚持想法的导演不多，贾樟柯算一个。

这个在改革开放中成长起来的中国第六代导演，几乎所有的电影都与山西有关、与汾阳有关。

因为，他是山西的贾樟柯。

现实发生什么我就拍什么。贾樟柯将在《云游》中带你回到那个给了全部的山西，带你走进每一个平凡却又伟大的人们，去寻找我们每个人的“根”。

——2016年 Q3上线 季播，每周一集

——集均200万播放量



《呼吸》

——杨照——

古典音乐 钢琴演示
中德取景 亲子话题

杨照 本名李明骏

著名作家、文学评论家和政论家。

李其叡 杨照女儿

17岁的天才钢琴少女，就读于德国汉诺威音乐戏剧大学。

坐在17岁的女儿身边，50岁的杨照的身份从作家切换到父亲

《呼吸》载体是古典音乐，探究的却是两代人的情感联系。
听女儿对古典音乐的热爱，女儿的热爱又是怎样反过来影响一个
父亲对人生的感悟和反思。中国和德国两地取景。

——2016年 Q3上线 季播，每周一集

——集均200万播放量

《看理想2》营销价值

首档大制作 高端文化脱口秀节目

精准的受众 中国社会精英人群

有影响力的 大师 文化的 ICON

有价值的内容 稳定的粉丝用户

整合线上线下 会员式深度运营

期望与有风范、有理想、品牌厚重的客户

联手打造现象级文化综艺大观！

《看理想2》

《一千零一夜》 36集/季

《局部》、《听说》、《呼吸》 16集/季度

《云游》 20集/季度

[看理想2]系列整季播放量约2亿VV

每档节目集均200万VV

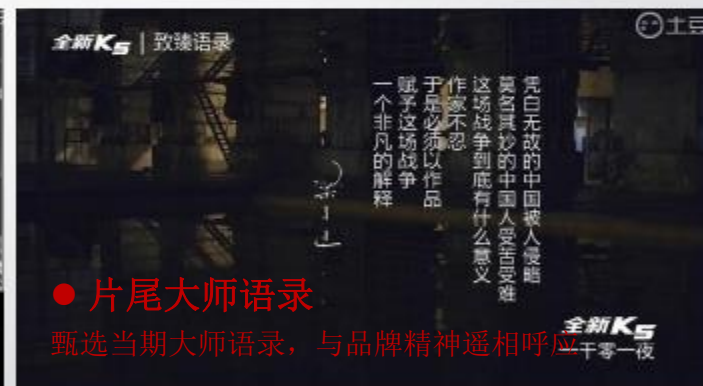
合作方式:

示意:

包装
权益



品牌
定制



落地
活动



会员&衍生品授权
图书、语录书签

梵高最迷人的就是他的“怒”，
从他作画到死，他从没变过，
也成就了他的不凡。

—— 陈丹青



一千零一夜

(季度冠名 1席) 招商价格：600万

类型	权益		数量	单位
冠名一独特权益	授权	授权企业以2016年“《一千零一夜》的独家冠名”的身份进行宣传推广	1	季
		授权企业在线上和线下、使用节目官方海报和官方宣传片	1	季
	联合logo	携带品牌元素与节目形成联合Logo，在整体节目及相关运营推广中使用	1	季
	音频外输	“喜马拉雅听书”平台上的音频版节目片头前携带客户冠名身份口播	1	季
节目植入权益	专属片头	在节目片头中体现企业产品元素，30秒，每期1次	36	集
	品牌植入	在节目环境中植入产品或品牌海报、灯箱广告等，具体形式视品牌而定，15秒/集	12	集
	单期主题结合	节目单期选题方向与客户品牌理念结合	6	集
	片尾大师语录	板块的名称结合品牌主题进行定制+联合logo体现。20秒，每期1次	36	集
节目包装权益	片头标版	企业无声宣传片，同时口播鸣谢冠名身份，5秒，每期1次	36	集
	片头落幅	企业与节目的联合logo，3秒，每期1次	36	集
	冠名角标	静态，企业与节目的联合logo，10秒，每期5次	36	集
	片尾鸣谢	片尾压屏联合LOGO，30秒，每期1次	36	集
	片尾标版	企业无声宣传片压屏，1/2屏，5秒	36	集
	现场主持人口播	主持人现场鸣谢企业冠名身份		
线下活动 (节目线下交流活动，如高校沙龙、读书见面会，大师不接受商业站台活动)	现场物料身份体现	体现企业冠名身份，包含主背板、易拉宝、活动海报、水牌、企业宣传册进入礼品袋	1	场
	品牌展位	设立产品形象展示区		
	现场客户专属席位	现场客户专属席位，10个		
	土豆《看理想》白频道	《一千零一夜》专区抽屉联合logo体现		
自频道		《一千零一夜》专区品牌通栏广告	3	月
平台广告	15秒贴片	第一支前贴片100%	保底42000	cpm

以上权益会根据节目实际情况进行调整

局部

（季度冠名 1席） 招商价格：400万

类型	权益		数量	单位
冠名—独特权益	授权	授权企业以2016年“《局部》的独家冠名”的身份进行宣传推广	1	季
		授权企业在线上和线下、使用节目官方海报和官方宣传片	1	季
	联合logo	携带品牌元素与节目形成联合Logo，在整体节目及相关运营推广中使用	1	季
节目植入权益	专属片头	在节目片头中体现企业产品元素，30秒，每期1次	16	集
	品牌植入	在节目中植入产品或露出品牌元素，具体形式视品牌而定，15秒/集	6	集
	片尾大师语录	板块的名称结合品牌主题进行定制+联合logo体现。20秒，每期1次	16	集
节目包装权益	片头标版	企业无声宣传片，同时口播鸣谢冠名身份，5秒，每期1次	16	集
	片头落幅	企业与节目的联合logo，3秒，每期1次	16	集
	冠名角标	静态，企业与节目的联合logo，10秒，每期5次	16	集
	片尾鸣谢	片尾压屏联合LOGO，30秒，每期1次	16	集
	片尾标版	企业无声宣传片压屏，1/2屏，5秒	16	集
线下活动 （节目线下交流活动，如高校沙龙、读书见面会，大师不接受商业站台活动）	现场主持人口播	主持人现场鸣谢企业冠名身份	1	场
	现场物料身份体现	体现企业冠名身份，包含主背板、易拉宝、活动海报、水牌、企业宣传册进入礼品袋		
	品牌展位	设立产品形象展示区		
	现场客户专属席位	现场客户专属席位，10个		
自频道	土豆《看理想》自频道	《局部》专区抽屉联合logo体现	3	月
		《局部》专区品牌通栏广告		
平台广告	15秒贴片	第一支前贴片100%	保底 18000	cpm

以上权益会根据节目实际情况进行调整

听说

（季度冠名 1席） 招商价格：400万

类型	权益		数量
冠名—独特权益	授权	授权企业以2016年“《听说》的独家冠名”的身份进行宣传推广	1
		授权企业在线上和线下、使用节目官方海报和官方宣传片	1
	联合logo	携带品牌元素与节目形成联合Logo，在整体节目及相关运营推广中使用	1
节目植入权益	专属片头	在节目片头中体现企业产品元素，30秒，每期1次	16
	品牌植入	在节目中植入产品或露出品牌元素，具体形式视品牌而定，15秒/集	6
	单期主题结合	节目单期选题方向与客户品牌理念结合	2
	片尾大师语录	板块的名称结合品牌主题进行定制+联合logo体现。20秒，每期1次	16
节目包装权益	片头标版	企业无声宣传片，同时口播鸣谢冠名身份，5秒，每期1次	16
	片头落幅	企业与节目的联合logo，3秒，每期1次	16
	冠名角标	静态，企业与节目的联合logo，10秒，每期5次	16
	片尾鸣谢	片尾压屏联合LOGO，30秒，每期1次	16
	片尾标版	企业无声宣传片压屏，1/2屏，5秒	16
	现场主持人口播	主持人现场鸣谢企业冠名身份	
线下活动 （节目线下交流活动，如高校沙龙、读书见面会，大师不接受商业站台活动）	现场物料身份体现	体现企业冠名身份，包含主背板、易拉宝、活动海报、水牌、企业宣传册进入礼品袋	1
	品牌展位	设立产品形象展示区	
	现场客户专属席位	现场客户专属席位，10个	
		《听说》专区抽屉联合logo体现	
自频道	土豆《看理想》自频道	《听说》专区品牌通栏广告	3
		第一支前贴片100%	
平台广告	15秒贴片		保底18000

以上权益会根据节目实际情况进行调整

云游

（季度冠名 1席） 招商价格：600万

类型	权益		数量	单位
冠名—独特权益	授权	授权企业以2020年“《云游》的独家冠名”的身份进行宣传推广	1	季
		授权企业在线上和线下、使用节目官方海报和官方宣传片	1	季
	联合logo	携带品牌元素与节目形成联合Logo，在整体节目及相关运营推广中使用	1	季
	名人微博	贾樟柯新浪官微发布或转载的微博内容中带有企业冠名身份	3	条
节目植入权益	专属片头	在节目片头中体现企业产品元素，30秒，每期1次	20	集
	品牌植入	在节目中植入产品或露出品牌元素，具体形式视品牌而定，15秒/集	8	集
	片尾大师语录	板块的名称结合品牌主题进行定制+联合logo体现。20秒，每期1次	20	集
节目包装权益	片头标版	企业无声宣传片，同时口播鸣谢冠名身份，5秒，每期1次	20	集
	片头落幅	企业与节目的联合logo，3秒，每期1次	20	集
	冠名角标	静态，企业与节目的联合logo，10秒，每期5次	20	集
	片尾鸣谢	片尾压屏联合LOGO，30秒，每期1次	20	集
	片尾标版	企业无声宣传片压屏，1/2屏，5秒	20	集
线下活动 （节目线下交流活动，如高校沙龙、读书见面会，大师不接受商业站台活动）	现场主持人口播	主持人现场鸣谢企业冠名身份	1	场
	现场物料身份体现	体现企业冠名身份，包含主背板、易拉宝、活动海报、水牌、企业宣传册进入礼品袋		
	品牌展位	设立产品形象展示区		
	现场客户专属席位	现场客户专属席位，10个		
自频道	土豆《看理想》自频道	《云游》专区抽屉联合logo体现	3	月
		《云游》专区品牌通栏广告		
平台广告	15秒贴片	第一支前贴片100%	保底 24000	cpm

以上权益会根据节目实际情况进行调整