

# 2016年芒果TV《全员加速中\_第2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	数量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《全员加速中_第2季》网络冠名”称号，有权使用《全员加速中》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：“全员加速中”宣传片植入，将企业LOGO与全员加速中、网络赞助身份相结合 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：“全员加速中”***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	300,000	
		芒果TV首页_PC端	巨幕广告_1/3轮播	天	4	
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	12	
		芒果TV综艺频道首页_PC端	焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	12	
		芒果TV_手机端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天	4	
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	12	
		芒果TV_PAD端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天	4	
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	12	
	TV端（互联网电视）	首页专区推荐内图，1帧	天	4		
	2、视频硬广配置	《全员加速中_第2季》 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，包含口播：芒果TV《全员加速中_第2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	CPM	待定	
			15秒前贴片_尊享正一位（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	待定	
	3、节目主题包装	《全员加速中_第2季》 专题页_PC端	创意角标_仅PC端_正片 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，视频右下角以LOGO或广告语呈现；	CPM	待定	
			专题头图中加入客户logo（享受冠名位置，头图非独占，标注：独家网络冠名）	月	3	
			客户硬广通栏_1/3轮播			
		《全员加速中_第2季》 专题页_PC端	尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	3	
			专题页主题背景包装：头图体现品牌产品、客户logo（享受冠名位置，头图非独占，标注：独家网络冠名）			
			客户硬广通栏_1/3轮播			
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）			
	4、SNS口碑	《全员加速中_第2季》 专题页_TV端（互联网电视）	《全员加速中_第2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	3	
		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	《全员加速中_第2季》节目相关内容正文文\图片_提及品牌	条	12	
		芒果TV官方微信	《全员加速中_第2季》节目相关内容正文文\图片_提及品牌	条	12	
		芒TIME营销公众号	针对《全员加速中_第2季》节目内容，创新视觉海报包装推广 芒TIME关于《全员加速中_第2季》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（与网络合作伙伴分享）	次	1	
内容连接 品牌兴趣移情	1、易植	《全员加速中_第2季》视频播放框内_PC端+PAD端+PHONE端	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的覆盖或增加，每个点位镜头停留3S以上。  明星绑定植入：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植入，每个点位镜头停留3S以上。  情景画 结合《全员加速中》节目视频内容中，场景植入信息贴主。	秒	全程不超过30个点位（总时长300S）	
互动沟通 提升品牌好感	2、灵犀互动	《全员加速中_第2季》 视频播放框内_PC端	显性强提示点：在情节中提示互动玩法，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*12期	
内容连接 互动沟通	1、衍生节目特别权益	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）	10000（预估）	CPM	
		衍生节目专题页页面权益	专题页头图冠名字样	月	3	
			专题页通栏（1/2轮播）			
			底部鸣谢logo			
		衍生节目植入	片头落版带客户LOGO（每期1次）	期	12	
			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）	期	12	
			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	12	
			角标与客户LOGO轮播（每期1次）	期	12	
			片尾庄标露出（每期1次）	期	12	
		联合推广权益	芒果TV首页焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	4	
			综艺频道焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	5	
	2、超级跨屏 热点互动		H5互动活动	结合《全员加速中_第2季》节目内容及关注热点，活动页面体现客户品牌LOGO元素	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_PC端入口	首页焦点图二维码入口			
			《全员加速中_第2季》专题页二维码入口（活动期间保底7天），需节目上线前3周提供客户相关素材。			
微博微信推荐	《全员加速中_第2季》节目官方微博推荐互动活动，每周保底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					
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、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）。						
4、PC+PAD+PHONE端，各端不承诺比例。						
5、《全员加速中_第2季》专题页资源回报，需节目上线前3周提供客户相关素材。						
6、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《全员加速中_第2季》首席网络内容合作伙伴						
【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（曝光点）	单位	数量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《全员加速中_第2季》首席网络内容合作伙伴”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	《全员加速中_第2季》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	待定	
			暂停_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	待定	
	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：首席网络内容合作伙伴）	月	3	
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）			
	3、节目宣传资源	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：首席网络内容合作伙伴）	月	3	
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）			
		芒果TV_PC端	首页巨幕广告_1/3轮播	天	4	
			综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	4	
分享 扩散	公关推广	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_12轮刷	天	4	
内容 连接	1、易植	《全员加速中_第2季》视频播 放框内_PC端+PAD端 +PHONE端	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	
	2、衍生节目特别权益	衍生节目视频播放框内	视频中爸爸旅行场景、住宿室内等场景的墙面、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。	秒	全程不少于22个点位（总时长220S）	
			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。			
		衍生节目视频播放框内	视频播放框内跨屏15s前贴片（贴二）	期	10000（预估）	
			专题页通栏（1/2轮播）			
		衍生节目专题页面权益	底部鸣谢logo	月	3	
			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。 片尾压标露出（每期1次）	期	12
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期内部属正常范围。						
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）。						
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《全员加速中_第2季》首席网络互动合作伙伴						
【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（曝光点）	单位	数量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《全员加速中_第2季》首席网络互动合作伙伴”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	《全员加速中_第2季》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端 暂停_PC端+PAD端+PHONE端	CPM CPM	待定 待定	
		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：首席网络互动合作伙伴） 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	3	
		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：首席网络互动合作伙伴） 尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	3	
		2、节目宣传资源	芒果TV_PC端	首页巨幕广告_1/3轮刷 综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天 天	4 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_1/2 轮刷	天	4	
	H5互动_PHONE端		结合节目热点定制H5互动活动，H5示例：展馆歌手竞猜票选，或票选每期最打动你的歌曲	个	1	
	互动 沟通	线上线下 内容整合互动	《全员加速中_第2季》专题页 面_PC端	《全员加速中_第2季》专题页，定制二维码入口	月	3
			《全员加速中_第2季》 视频播放框内_PC端	强性强提示点：在情节中提示互动玩法，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*12期
			《全员加速中_第2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		
《全员加速中_第2季》 视频播放框内_PC端			50%人物点，指引用户移动鼠标探索“隐性点”，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。	100个*12期	每期不少于 100个隐性提示 点	
《全员加速中_第2季》 粉丝见面会			现场植入：签到处，合作客户产品堆头 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，具体节目季的节目日期在+-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）。						
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。						