



2016芒果TV《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	回报规格(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》第四季”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_第四季》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端_1支30%流量占比 暂停_PC端+PAD端+PHONE端_1支10%流量占比 专属头图中加入客户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）	CPM	360,000
	2、节目主题包装	专题页_PC端	专属头图中加入客户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	4
	3、节目宣传资源	专题页_PC端	专属头图中加入客户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	4
		芒果TV_PC端	首页巨幕广告_1/3轮播	天	4
		芒果TV_PAD端	综艺频道首页巨幕广告_1/3轮播	天	4
		芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮播	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 品牌植入方式公关造势，芒果TV官方微信推荐	条	2
				条	2
内容 连接	1、易植	《爸爸去哪儿_第四季》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面积或增加，每个点位镜头停留3S以上 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	秒	全程不少于12个点位（总时长120S）
	2、灵感互动	《我是歌手_第四季》 视频播放框内_灵感_PC端	显性强提示点：在情节中（如PK赛事、歌手演唱时）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态。每个点位呈现时长15s。	个	3个*7期
	3、衍生品特别权益	《我是歌手_第四季》 视频播放框内_灵感_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，固定时间三种方式设置），屏幕右下角出现提示，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		
		衍生品视频播放框内	视频播放框内弹幕15s前贴片（贴二） 位置：PC端+PAD端+PHONE端 专属页通栏（1/2轮播） 底部鸣谢logo	CPM	10000（预估）
		衍生品节目专题页权益		月	4
		衍生品节目植入	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：节目中出现明星亮相的名人条、信息条包装与客户产品信息元素融合。 片尾压标露出（每期1次）	期	14
				期	14
				期	14

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期以内属正常范围。
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，各端不承诺传播。
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《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·第四季》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;			
曝光 造势	1、视频硬广配置	《爸爸去哪儿·第四季》 视频播放框内	15秒贴片_P端+PAD端+PHONE端_1支_10%流量占比 暂停_P端+PAD端+PHONE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) 尾屏响谢, 体现客户LOGO (分享)	CPM CPM	130,000 46,500
		专题页_P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) 尾屏响谢, 体现客户LOGO (分享)	月	4
		专题页_P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) 尾屏响谢, 体现客户LOGO (分享)	月	4
		专题页_P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) 尾屏响谢, 体现客户LOGO (分享)	月	4
	2、节日宣传资源	芒果TV_P端	首页巨幕广告_1/3轮割	天	4
		芒果TV_PAD端	综艺频道首页巨幕广告_1/3轮割	天	4
		芒果TV_PHONE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轮播	天	4
		H5互动_PHONE端	结合节日热点定制H5互动活动, H5示例: 跟唱歌手竞猜票选, 或票选每期最打动你的歌曲	个	1
		H5互动_PHONE端	《爸爸去哪儿·第四季》专题页, 定制二维码入口	月	4
互动 沟通	线上线下 内容整合互动	《爸爸去哪儿·第四季》 视频播放框内_灵犀_P端	隐性强提示点: 在情节中(如爸爸萌娃比赛时)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*7期
		《爸爸去哪儿·第四季》 视频播放框内_灵犀_TV端(互联网电视)	在TV端(互联网电视)设置强提示点(可依据内容、观看时长, 固定时间三种方式设置), 屏幕左上角出现提示, 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		
		《爸爸去哪儿·第四季》 视频播放框内_灵犀_P端	指引用户移动鼠标探索“隐性点”(量感萌娃、商品等)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, 14期
		《爸爸去哪儿·第四季》 粉丝见面会	现场植入: 签到处, 合作客户产品堆头 互动名称: 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，具体节目季的节目期在+2期內属正常范围。                                  |  |
| 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，各端不承造比例。   |  |
| 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。   |  |