

2016芒果TV《超级女声》首席网络合作伙伴						
【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	单位	数量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《超级女声》首席网络合作伙伴”称号，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、视频硬广配置	直播流插播广告（无点击）	设计13个广告窗口，每个窗口插播15秒广告1次，仅限PC端	4次/天	待定	
		点播前贴片	15秒前贴片 位置：PC端+PAD端+PHONE端+TV端（互联网电视）	CPM	待定	
		点播暂停	暂停-PC端+PAD端+PHONE端	CPM	待定	
	2、节目主题包装	《超级女声》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：首席网络合作伙伴）	月	待定	
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）			
		《超级女声》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：首席网络合作伙伴）	月	待定	
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）			
	3、节目宣传资源	芒果TV首页_PC端	巨幕广告_1/3轮播	天	6	
		综艺频道首页_PC端	巨幕广告_1/3轮刷	天	6	
	4、SNS口碑		芒果TV官方微博、微信推广	品牌植入内容公关造势，芒果TV官方微博推荐	条	6
				品牌植入内容公关造势，芒果TV官方微信推荐	条	6
			芒TIME营销公众号	针对《超级女声》节目内容，创新视觉海报包装推广	次	1
			芒TIME关于《超级女声》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（分享）	次	1	
内容 连接 品牌 兴趣 移情	1、节目内植入权益	内容深度植入（点播）	根据品牌属性，在决赛阶段结合剧情选择适合场所进行品牌使用或道具摆放等。每期不低于30s	期/次	待定	
		内容深度植入（直播）	在海选阶段，根据品牌属性，结合剧情选择适合场所进行植入或者参与互动环节。每天不低于180s	天	待定	
	2、视频包装权益	直播口播	口播体现品牌名称，如：“本节目由**品牌特约放送”，全天3次	次	待定	
		直播压屏	压屏体现客户合作权益；规格：按照播出要求尺寸（不含点击）主机位-PC端，全天3次	次	待定	
		点播片中口播	口播或配音体现品牌名称，示例：“XX品牌为您赞助呈现”，2次/期	期/次	待定	
		点播片中压屏	节目中压屏体现客户品牌权益，1次/期	期/次	待定	
		点播片尾logo鸣谢	片尾鸣谢体现客户品牌logo，1个（无声）	期/次	待定	
	互动沟通	1、互动产品植入	众筹产品植入	在超级女声选手产品众筹任务中融入客户元素	次	3
		2、线下活动	线下大型演唱会	现场舞美植入客户品牌LOGO，现场产品摆放，售卖	次	1

2016芒果TV《超级女声》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	单位	数量
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《超级女声》合作伙伴”称号，具体使用方式与规范以授权书为准；			
曝光 趋势	1、视频权益	《超级女声》	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	待定
		视频播放框内	暂停_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	待定
		专题页_PC端	尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	待定
		专题页_PC端	尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）	月	待定
	2、品牌联合推广	芒果TV_PC端	综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	3
		芒果TV_PAD端	开机大图广告_1/3轮播	天	3
		芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮刷	天	3