

2016年芒果TV【独播剧场】网络冠名

【合作价格】2000万

【合作名額】1席

【合作框架】

| 回报权益 | 回报类型 | 回报位置 | 回报规格 | 单位 | 投放量 |
|---------|----------|--|--|----------|-----------------------|
| 品牌授权 | 品牌授权 | 授予品牌“2016年独播剧场网络冠名”称号，具体使用方式与规范以授权书为准； | | | |
| 内容造势 | 1、节目宣传资源 | 栏目宣传片 全站播放 视频播放框内 | 栏目宣传片：“独播剧场”宣传片植入，将企业LOGO与“独播剧场”网络冠名身份相结合 1、宣传片内企业广告视觉表现形式：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：“独播剧场”“企业网络冠名播出（只含企业名称）”广告片配音：出现企业名称及广告语***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字） | CPM | 100,000 |
| | | 芒果TV网页_PC端 | 焦点图1帧，推荐客户赞助权益 巨幕广告1/3轮播 | 天/帧 天 | 108 50 |
| | | 芒果TV电视剧频道首页_PC端 | 焦点图1帧，推荐单部剧，体现客户赞助权益 | 天/帧 | 108 |
| | | 芒果TV手机端 | 开机广告1/3轮播，体现客户赞助权益 焦点图1帧，推荐单部剧，体现客户赞助权益 | 天 天/帧 | 50 108 |
| | | 芒果TVPAD端 | 开机广告1/3轮播，体现客户赞助权益 焦点图1帧，推荐单部剧，体现客户赞助权益 | 天 天/帧 | 50 16 |
| | | TV端（互联网电视） | 首页专区推荐位图，1帧 | 天/帧 | 20 |
| | 2、视频硬广配置 | 独播剧场 单部剧、视频播放框内 | 55冠名标版：PC端+PAD端+PHONE端+TV端（互联网电视）。（正片+短片）.30%流量占比，包含口播：独播剧场”由“品牌独家网络冠名播出；标版位置：节目播出内容之前，贴片广告倒一位序之后 | CPM | 480,000 |
| | | | 15秒前贴片，尊享正一位（含正片+2分钟+2分钟+1短片视频） 位置：PC端+PAD端+PHONE端+TV端（互联网电视） | CPM | 500,000 |
| | 3、节目主题包装 | 独播剧场 专题页_PC端 | 创意角标：仅PC端，正片.30%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； | CPM | 960,000 |
| | | | 单部剧专题页面中加入客户LOGO（享受冠名位置，头像非独占，标注：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） | 月 | 12 |
| | | | 独播剧场专题页网络冠名资源，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 | 12 |
| 4、SNS口碑 | 4、SNS口碑 | 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 | 独播剧场节目相关内容正文+图片、提及品牌、 | 条 | 50 |
| | | 芒果TV官方微信 | 独播剧场节目相关内容正文+图片、提及品牌、 | 条 | 50 |
| | | 针对独播剧场节目内容，创新视觉海报包装推广 | | 次 | 1 |
| | | 芒TIME营销公众号 | 芒TIME关于独播剧场节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（分享） | 次 | 1 |
| 内容承接 | 1、剧内植入 | 独播剧场单部剧植入 | 剧情植入，背景式植入（前景露出），产品曝光等，湖南卫视、PC端+PAD端+PHONE端等终端播出。 | 秒 | 全程不超过100个点位（总时长100S） |
| 品牌关联营销 | 2、展播 | 独播剧场 单部剧 视频播放框内 _PC端+PAD端+PHONE端 | 画面植入：视频中墙绘、门/户外广告牌、店门头、橱窗等空白或不影响视频内容部分可自动完成平面广告的重叠或增加。 全景图：视频中在不影响视频内容的情况下，可自动完成三维产品添加或重叠的道具植入 情景画：结合独播剧场节目视频内容中，场景植入信息贴片。 | 秒 | 植入3部剧，不少于9个点位（总时长90S） |
| 互动沟通 | 3、灵犀互动 | 独播剧场 单部剧视频播放框内_PC端 | 属性强提示点：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倒计时时，提示后视频上显示提示点以及文案，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 | 全程100个点位建议：每集3个 |
| 提升品牌好感 | 4、线下活动 | 独播剧场 发布会/探班会/庆功晚会/明星见面会等 | 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 现场植入：合作客户产品堆头 现场口播：主持人口播客户赞助身份，如“感谢XXX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 | 场 | 1 |

备注:

- | | |
|---|--|
| 1. 5秒口播不超过8个字, 具体内容由原告主广告主与芒果TV协商而定。 | |
| 2. 本方案具体情况以湖南卫视频播出为准, “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。 | |
| 3. 节目宣传片全拉通投资资源, 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; | |
| 4. 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)。 | |
| 5. PC+PAD+PHONE端, 各端不承诺比例。 | |
| 6. 独播剧场专题页资源回报, 需节目上线前3周提供客户相关素材。 | |
| 7. 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年芒果TV 独播剧场 网络合作伙伴

【合作价格】1200万

【合作名额】3席，可锚定行业，适合汽车类、3C数码类、饮品类、电商等行业，行业独占排他。

【合作框架】

| 回报权益 | | 回报类型 | 回报位置 | 回报策略 | 单位 | 投放量 | |
|----------|--------------------------|---|--|------|-----|-----------------------|--------------------|
| 品牌授权 | | 品牌授权 | | | | | |
| 声量 渗透 | 1、节目宣传资源 | 授予品牌“2016年《青春进行时独播剧场》指定行业网络合作伙伴”称号，具体使用方式与规范以授权书为准； | | | | | |
| | | 芒果TV网页_PC端 | 巨幕广告_1/3轮播 | | 天 | 25 | |
| | | 芒果TV_手机端 | 开机广告_1/3轮播，体现观众赞助权益 | | 天 | 25 | |
| | | 芒果TV_PAD端 | 开机广告_1/3轮播，体现观众赞助权益 | | 天 | 25 | |
| | | 芒果TV_TV端（互联网电视） | 首页专区推荐/弹窗，1帧 | | 天/帧 | 20 | |
| | 2、视频硬广配置 | 青春进行时独播剧场单部剧_视频播放框内 | 15秒前贴片_PC端+PAD端+PHONE端 | | CPM | 350,000 | |
| | | | 暂停_PC端+PAD端+PHONE端 | | CPM | 80,000 | |
| | 3、节目主题包装 | 青春进行时独播剧场_专题页_PC端 | 单部剧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：汽车行业网络合作伙伴） | | 月 | 12 | |
| | | 《青春进行时独播剧场》 | 《青春进行时独播剧场》专题页体现观众logo | | 月 | 12 | |
| | 4、SNS口碑 | 芒果TV官方微博 | 《青春进行时独播剧场》节目相关内容正文/图片_提及品牌，每周保底1条。 | | 条 | 30 | |
| 芒果TV官方微信 | | 《青春进行时独播剧场》节目相关内容正文/图片_提及品牌，每周保底1条。 | | 条 | 30 | | |
| 内容 渗透 | 1、剧内植入 | 《青春进行时独播剧场》单部剧集植入 | 剧情植入，背景式植入（前景露出），产品曝光等，湖南卫视、PC端+PAD端+PHONE端等终端播出。 | | 秒 | 全程不超过33个点位（总时长330S） | |
| | | 《青春进行时独播剧场》单部剧_视频播放框内_PC端+PAD端+PHONE端 | 魔力贴：视频中墙面、门、户外广告版、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位的覆盖或增加。 | | 秒 | 植入3部剧，不少于9个点位（总时长90S） | |
| | 2、贴片 | | 全息影：视频中在不影响视频内容的情况下，可自动完成三维产品添加或道具植入 | | | | |
| | | | 情景画：结合《青春进行时独播剧场》节目视频内容中，场景信息植入。 | | | | |
| 互动 沟通 | 《青春进行时独播剧场》单部剧视频播放框内_PC端 | | 理性强提示点：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按钮倒计时，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、产品视频、互动广告四种表现形式。每个点位呈现时长15s。 | | | | |
| | 1、灵犀互动 | 《青春进行时独播剧场》单部剧视频播放框内_TV端（互联网电视） | 在OTT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），屏幕右下角出现提示，点击遥控器菜单键，右边出现品牌网页或突出品牌互动页面 | | | 个 | 全程30个点位 建议：每集3个 |

备注:

1. 本案具体情况以湖南卫视播出为准，“季”非自然季，特指节目播出季，具体节目季的节目应在+2期内真正正常播出。
2. PAD+PHONE端，包含安卓TV H5（移动端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。