

2016年芒果TV《快乐大本营》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《快乐大本营》网络冠名”称号，有权使用《快乐大本营》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；			
★声量造势★ 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：“快乐大本营”宣传片植入，将企业LOGO与“快乐大本营”网络冠名身份相结合 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：“快乐大本营”***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	500,000
		芒果TV_PC端	首页首屏焦点图1帧，客户logo体现	天/帧	52
			巨幕广告_1/3轮播	天	20
			综艺频道首页焦点图1帧，客户logo体现	天/帧	52
		芒果TV_PAD端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天	20
			首页焦点图1帧，客户logo体现	天/帧	52
		芒果TV_PHONE端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天	20
	TV端（互联网电视）	首页焦点图1帧，客户logo体现	天/帧	52	
	TV端（互联网电视）	首页专区推荐闪图，1帧	天/帧	52	
		2、视频硬广配置	《快乐大本营》 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+短片）_100%流量占比 包含口播：芒果TV《快乐大本营》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
	15秒前贴片_尊享正一位_45%流量占比（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	670,000
	创意角标_仅PC端_正片_50%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	750,000
	3、节目节目主题包装	《快乐大本营》 专辑页_PC端	专题头图中加入客户logo（享受冠名位置，头图非独占，标注：网络冠名）	月	12
			客户硬广通栏_1/2轮播		
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）		
《快乐大本营》 专题页_TV端（互联网电视）	《快乐大本营》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		月	12	
	★分享扩散★ 品牌影响力	4、SNS推广	芒果TV官方微博	《快乐大本营》节目相关内容正文\图片-提及品牌	条
芒果TV官方微信	《快乐大本营》节目相关内容正文\图片-提及品牌		条	12	
芒TIME营销公众号	针对节目内容，创新视觉海报包装推广		次	4	
	芒TIME关于《快乐大本营》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（分享）		次	4	
★内容连接★ 品牌兴趣移情	内容创意	节目花絮剪辑素材	提供5分钟左右《快乐大本营》花絮视频剪辑素材，客户可依据内容剪辑创意视频对外进行宣传推广（排电视媒体渠道、网络竞媒），剪辑内容需芒果TV审核通过。	个	4
★互动沟通★ 提升品牌好感	1、灵犀互动	《快乐大本营》 视频播放框内_PC端	强提示点提示互动玩法，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。	个	3个*52期
		《快乐大本营》 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		
	2、超级跨屏 热点互动	H5互动活动	结合《快乐大本营》节目内容及关注热点，定制H5互动活动。	个	4
		芒果TV-手机端入口	芒果TV APP 首页入口，活动期间保底2天		
			芒果TV APP 综艺频道首页入口，活动期间保底2天		
		芒果TV-PC端入口	首页焦点图二维码入口，活动期间保底1天		
			《快乐大本营》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		
		芒果TV官方微博、 微信-活动推广	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，具体节目季的节目日期在+-2期内属正常范围。					
3、节目宣传片全站通投资源，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、《快乐大本营》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芒果TV《快乐大本营》首席网络合作伙伴					
【合作价格】3000万					
【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	单位	数量
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《快乐大本营》首席网络合作伙伴”称号，有权使用《快乐大本营》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；			
曝光造势	1、视频硬广配置	《快乐大本营》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端_正二位30%流量占比	CPM	324,000
			暂停_PC端+PAD端+PHONE端_包断15%流量占比	CPM	200,000
	2、节目节目主题包装	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：首席网络合作伙伴）	月	3
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）		
	3、节目宣传资源	芒果TV_PC端	首页巨幕广告_1/3轮刷	天	26
			综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	26
芒果TV_PAD端			开机大图广告_1/3轮刷	天	26
芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮刷		天	26	
分享 扩散	公关推广	芒TIME营销公众号	针对节目内容，创新视觉海报包装推广	次	2
			芒TIME关于《快乐大本营》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（分享）	次	2
互动沟通	1、灵犀互动	《快乐大本营》 视频播放框内_PC端	强提示点提示互动玩法，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。	个	3个*35期
		《快乐大本营》 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（可依据内容、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		
	2、超级跨屏 热点互动	H5互动活动	结合《快乐大本营》节目内容及关注热点，定制H5互动活动。	个	1
		芒果TV-手机端入口	芒果TV APP 首页入口，活动期间保底2天		
			芒果TV APP 综艺频道首页入口，活动期间保底2天		
		芒果TV-PC端入口	首页焦点图二维码入口，活动期间保底1天		
			《快乐大本营》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		
		芒果TV官方微博、 微信-活动推广	芒果TV官方微博推荐互动活动，活动期间保底1次		
芒果TV官方微信推荐互动活动，活动期间保底1次					
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《快乐大本营》网络合作伙伴						
【合作价格】1500万						
【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	单位	数量	
品牌授权	品牌授权	授予品牌“2016年《快乐大本营》网络合作伙伴”称号，有权使用《快乐大本营》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；				
曝光造势	1、视频硬广配置	《快乐大本营》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端_位序待定	CPM	150,000	
			暂停_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	100,000	
	2、节目节目主题包装	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：网络合作伙伴）	月	12	
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）			
	3、节目宣传资源	《快乐大本营》 专题页_TV端（互联网电视）	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）。	月	12	
			芒果TV_PC端			首页巨幕广告_1/3轮刷
	3、节目宣传资源	芒果TV_PAD端	综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	12	
			芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮刷	天	12
			芒果TV_TV端（互联网电视）	开机大图广告_1/3轮刷	天	12
			芒果TV_TV端（互联网电视）	首页专区推荐闪图，1帧	天/帧	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。