



2016中国蓝原创 全民互动综艺模式



聚焦热点事件 话题人物的 星素互动综艺
将话题明星请进考车
TA会选择真心话 OR大冒险?



话题神侃



星素结合



跨屏互动



街头挑战



实时约车

这是档
什么样的
节目？

核心模式 简明三步

NO.1
'网罗'真心话NO.2
'TAXI'脱口秀NO.3
真心话or大冒险

邀请当下**最具话题度**的**明星嘉宾**
提前**全网征集**奇葩粉丝的**“真心话”**问题
入围粉丝可在节目录制时**在线预约****“明星TAXI”**
* 话题嘉宾个人社交账号和节目官博、官微等

NO.1 ‘网罗’真心话



NO.1

‘网罗’真心话

NO.2

‘TAXI’脱口秀

金牌MC驾驶“明星TAXI” 与话题明星一路神侃
“奇葩粉丝” 在线约车，种种状况、刁难偶像
明星要根据第一印象进行判断，是**选择**“素人粉丝”带来的
“真心话” or “大冒险”？



核心模式 简明三步

NO.1

‘网罗’真心话

NO.2

‘TAXI’脱口秀

NO.3

真心话or大冒险



要么**回答**热点话题“**真心话**”

要么**一言不合就下车！**

若没选择真心话，请接受**最囧、最搞笑**的星素街头
大冒险挑战

* 每期约四名奇葩素人粉丝，大冒险游戏一般以街头星素互动为主



1

明星的秘密真心话

想听的问题与回答都在这儿



2

新潮的全民玩儿法

粉丝偶像不再相隔千里
电视网络不再各据一方
网络粉丝互动、全民智囊、在线约车
街头挑战、星素结合的无敌新玩儿法



3

充满想象的大冒险

星素结合的街头大冒险
可能是让明星突然在商场前迎宾
或立刻乔装成交通志愿者劝阻行人
也可能是极限刺激的和粉丝高空蹦极

.....



4

全民参与的疯狂派对

各家粉丝大聚集、各路眼球大聚集
疯狂粉丝的星素互动
大咖明星的全面认知



拟邀超人气偶像

紧跟娱乐热点
邀请时下最火爆明星



拟邀嘉宾

紧跟时下大剧**热剧**动态

追击最**新鲜**火热的娱乐新闻

邀请最当红**火爆**话题明星

想和彭于晏一起看《湄公河行动》吗？想知道相差12岁的钟丽缇和钟伦硕是如何相恋的吗？
看宝宝大闹天宫，看黄晓明跳热舞，一切的一切，只有想不到，没有做不到！

湄公河行动
OPERATION

王牌
王牌



拟邀固定嘉宾 (MC)

名嘴搭配搞笑怪咖

沈涛



Top佳姐

谢依霖

欢乐逗比玲
贾玲



神秘大咖

招商合作资源

一、独家冠名 6000万/ 12期

二、联合特约 3000万/12期/单品牌

三、话题互动支持 2250万/12期

四、单品类赞助 视品牌情况洽谈

节目植入空间巨大，推荐特别适合植入品类：
汽车、约车软件、手机、水、零食等。



A 独家冠名权

将品牌LOGO与栏目LOGO相结合，形成统一的联合LOGO，用于整体包装推广。

B 宣传片板块

宣传片植入企业元素，表现形式：宣传片内容+5秒冠名客户落幅+总时长5秒联合特约客户落幅。

播出次数：全程不少于200次，其中50%在17:00至25:00。

C 节目包装板块

1.冠名标版：“《真星话大冒险》由XX品牌冠名播出”，长度5秒，字数不超过10字。每期栏目片头前倒一位置播出1次。

2.冠名片头：栏目片头出现“联合LOGO”，每期节目播出1次。

3.转场片花中出现“联合LOGO”，每期4次；

4.压角标：品牌LOGO设计成节目角标，节目播出时挂于屏幕右上角，每期角标出现时长约为节目时长的50%

5.片尾拉滚：片尾拉滚时，冠名商LOGO固定在拉滚条左侧前端！

D 企业广告

节目中插正一位置播出15秒广告，每期3次

E节目植入

- 1、节目同期声：“欢迎收看XX品牌《真星话大冒险》”，每期3次；
- 2、1/6压屏：品牌口播同时，屏幕下方出现1/6压屏条，压屏内容出现冠名品牌的名称和logo，时长与口播一致，字数不超过20个，每期出现3次。
- 3、节目场景植入：根据现场情况，每期露出冠名商品牌元素不少于20秒。
- 4、合作期间(在合约签定起6个月内)，企业在线下活动中可以使用“《真星话大冒险》冠名商”字样。

F重播及点播：

1. **重播**:节目重播时冠名企业享受除硬广、标版以外的节目内植入资源。
2. **浙江卫视网站**：设立独立栏目专题板块，体现冠名品牌LOGO。

A 特约标版及片尾

1、特约标版

标版配音：《真星话大冒险》由A品牌、B品牌联合特约。每个品牌名称不超过10个字。标版总时长不超过5秒，每期节目播出前倒三位置播出1次。

2、片尾鸣谢：片尾拉滚特约品牌LOGO鸣谢，每个品牌每期1次。

B 宣传片板块

宣传片植入企业元素，表现形式：宣传片内容+5秒冠名客户落幅+总时长5秒联合特约客户落幅

（配音：《真星话大冒险》由A品牌、B品牌联合特约；每个品牌字数不超过6字）。

播出次数：全程不少于200次，其中50%在17:00至25:00。

C 5秒下节精彩提示标版

节目中间3档广告插播前播放5秒下节精彩提示标版 配音：B品牌+A品牌提醒您下节更精彩

（每个品牌字数不超过10字） 频次：每期三次

D 企业广告

每期节目单品牌分别播出2次15秒品牌广告，其中倒一位1次，倒二位1次；

（AB两个特约品牌，倒一位、倒二位播出的广告分别安排在两个不同的插口，5秒开关板提示不计入位序）

E 节目植入

1. 同期声口播：本栏目由A品牌、B品牌联合特约。每期2次，每次单个品牌口播词不超过10个字。
- 2、1/6压屏条：品牌口播同时，屏幕下方出现1/6压屏条，压屏内容出现A品牌和B品牌的名称及logo，时长与口播一致，每个品牌字数不超过10个字，每期出现2次。

F 其他

- 1、节目重播时可享受除硬广、标版外的节目内植入资源；
- 2、合作期间(在合约签定起6个月内)，企业在线下活动中可使用“浙江卫视《真星话大冒险》联合特约赞助商”字样。

A 互动标版及片尾

1. 5秒标版（不超过20字）

形式：参与《真星话大冒险》话题互动，赢XX品牌大奖。

次数：每期节目前段位播出1次；

2. 片尾鸣谢：片尾拉滚互动支持商品牌LOGO鸣谢！

B 节目植入

1. 同期声：节目同期声提示互动方式，提示奖品和赞助商（口播内容不超过20个字）每期2次。

2. 1/6压屏条：品牌口播同时，屏幕下方出现1/6压屏条，压屏内容出现互动支持

品牌的名称和logo，时长与口播一致，字数不超过20个，每期出现2次。

3. 互动支持翻滚条：每期节目中，屏幕左下角出现提示互动方式的压屏条，赞助商LOGO固定在拉滚条左侧前端，

每期出现6次，每次时长120秒。客户资源不包含拉滚内容。

C 企业广告

每期节目中插播出1次15秒广告。

D . 节目官微体现：

官方微博：在节目播出阶段，每天发1条带客户信息的话题互动支持。

微博文字（示例）：XX品牌邀请你参与《真星话大冒险》微博话题互动，关注@真星话大冒险（官方微博）、@XX品牌（官方微博），参与评论，并转发本微博@三个好友，即有机会获得由XX品牌送出的千元大礼包！

微博电子海报：体现活动内容以及客户信息。

备注：此类合作为非排他合作，但遵循同类竞品排他原则。

E 其他

- 1、节目重播时可享受除硬广、标版、互动翻滚条以外的节目内植入资源；
- 2、合作期间(在合约签定起6个月内)，企业在线下活动中可使用“浙江卫视《真星话大冒险》话题互动支持赞助商”字样。

A 标版及片尾鸣谢

5秒标版

配音：《真星话大冒险》XX品类由xx品牌赞助

画面：5秒品牌无声广告片 播出：真星话大冒险节目播出前广告段位，每期1次。

片尾鸣谢：片尾拉滚XX品牌LOGO鸣谢！

B 节目植入

1. 场景植入：12期节目保证100秒品牌元素的露出。
2. 同期声：每期节目配一次同期声，内容：感谢XX品牌对本栏目的特别支持，共12次。
3. 1/6压屏条：提示合作品牌logo的压屏条,每期1次。同期声同时屏幕下方出现。

C 硬广插播

节目中插广告段位播出15秒广告，每期1次，共12次。

D 重播及点播：

1. 重播：节目重播时合作品牌享受除硬广、标版以外的植入资源。
2. 点播：每期节目在浙江卫视官网均有可点播的视频资源。

E 其他

合作期间(在合约签定起6个月内)企业在线下活动中可使用“浙江卫视《真星话大冒险》特别支持赞助商”字样。

浙江卫视

中国蓝



四季度周日档
我们不见不散

