

# 2017

## 爱在一起

中国蓝伐木累和他的朋友们 跨年演唱会招商策划案



# 巨星云集 跨界演绎

平台：浙江卫视

时间：12月31日，20:00

地点：深圳湾体育中心

播出时长：4小时10分（含广告）

# 2017

## 浙江卫视中国蓝

### 跨年演唱会 星际矩阵

群星盛宴

大咖



惊声尖叫

狂欢

极致舞美

迷幻



招商合作



1

# 大咖:群星盛宴

汇聚2016浙江卫视王牌节目集群 顶级明星资源

# 奔跑吧兄弟

拟邀请

■ 2017新旅途 是否会有新成员出现？！



# 跑男 和他的朋友们

■ 王力宏+黄晓明+薛之谦+李晨

拟邀请



# 跑男 和他的朋友们

■ 舒淇+郑恺+冯德伦+何晟铭



拟邀请

# 跑男 和他的朋友们

■ 陈赫+林心如+张艺兴



拟邀请



# 声音的战争

歌神和她的好朋友

■张惠妹 陈奕迅

演唱会最强男女歌神同台PK  
演绎20年经典歌曲



拟邀请

# 声音的战争

歌神和她的朋友们

■ 田馥甄 梁静茹 孙燕姿

闺蜜比拼 谁是最甜美声音？



拟邀请

# 喜剧总动员

拟邀请

## ■ 秀叔遇网叔 孰强孰弱



# 喜剧人 和他的朋友们

■ 吴奇隆 + 沈腾 + 胡歌 + 岳云鹏



拟邀请



# 我去上学啦

大老师和小朋友们

■ 大张伟+TFboys

聚人气 最吸睛



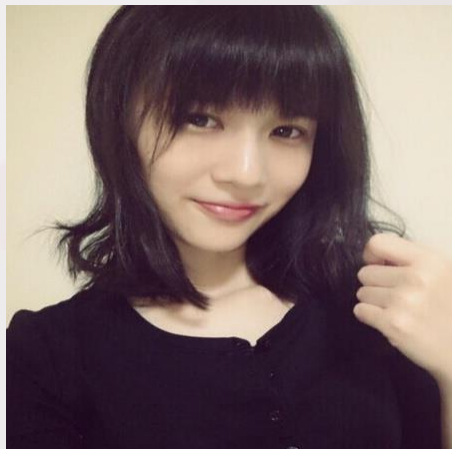
拟邀请

# 来吧！冠军

冠军和她的朋友们

■ PAPI酱傅园慧 年轻人的思维谁能懂

拟邀请





2

# 狂欢:惊声尖叫

最热明星 全新组合 颠覆眼球 跨界来袭

# 群星乱入

拟邀请

■ 郑钧 朴树 老狼 男人的朴实真情

民谣天团 最走心





# 群星乱入

拟邀请

■ 余文乐 + 黄景瑜 + 马天宇 + 周冬雨



■ 郭采洁 + 卢广仲 + 井柏然



超高颜值 辣眼睛  
跨界组合 献惊喜

# 群星乱入

## ■ 赖声川

零点大咖  
惊喜报时



拟邀请



3

# 迷幻:极致舞美

科幻的舞台设计 创造绝无仅有的视觉盛宴

# 舞美视觉



**举办地**  
**深圳市深圳湾体育中心（春茧体育场）**



**舞美概念**  
**星际迷航 极致迷幻**



# 4 | 招商合作

# 《浙江卫视跨年演唱会》冠名合作权益

## A. 独家冠名权

将品牌LOGO与浙江卫视跨年演唱会 LOGO相结合，形成统一的联合LOGO，用于整体包装推广。

## B. 浙江卫视宣传片板块

### 1. 宣传片植入企业元素

表现形式：宣传片内容 + 5秒冠名标版+5秒特约标版。

2. 播出次数：全程不少于100次，其中晚间17：00到25：00之间每天不少于3次

## C 节目包装板块

1. **冠名标版**：配音“浙江卫视跨年演唱会 由XX品牌冠名播出”，长度5秒，字数不超过20字。
2. **冠名片头**：片头出现“联合LOGO”，每期节目1次。
3. **转场片花**中出现“联合LOGO”，共4次；
4. **压角标**：品牌LOGO或节目联合LOGO设计成角标，播出时挂于屏幕右上角，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

- 1.片前倒一位15秒硬广1次
- 2《浙江卫视跨年演唱会》中插段位播出正一位15秒广告3次；

## E 节目植入板块

- 1.**主持人口播**：“欢迎收看 XX品牌浙江卫视跨年演唱会 ”，不少于4次；
- 2.**1/6压屏条**：口播同时出现压凭条，内容出现冠名品牌名称和logo，字数不超过20字，不少于4次；
- 3.**节目场景植入**：根据现场情况，演唱会现场核心机位2处出现冠名品牌LOGO或联合Logo，具体可依据双方协商决定。
- 4.主持人**麦标或手卡**使用节目联合Logo。

压屏条示意图





## F 票务回报

每场享有入场券约360张

## G 宣传资源

项目组对该项目进行宣传推广时，可控媒体资源将全面体现冠名商资源。如：各城市户外宣传资源、浙江卫视跨年演唱会官方微博、官方网站等。

## H 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“浙江卫视跨年演唱会 独家冠名商”字样。

**独家冠名合作费用：4000万**

# 特约合作权益

## A、浙江卫视宣传片板块

### 1. 宣传片植入企业元素

表现形式：宣传片内容 + 5秒冠名标版。

### 2. 播出次数：全程不少于100次，其中晚间17：00到25：00之间每天不少于3次



宣传内容



5秒冠名标版



5秒特约标版

## B、节目植入部分

- 1.主持人口播：本节目由XX品牌独家特约播出，每期3次。（口播不超过20字）
- 2.1/6压屏条：主持人口播同时，屏幕下方出现1/6压屏条，压屏内容出现特约客户名称和logo。时长与口播一致，字数不超过20字。每期出现3次。

## C、特约标版

### 1、5秒特约标版

配音：《浙江卫视跨年演唱会》由XX品牌特约播出；

画面：5秒品牌无声广告

位序：倒三位播出1次。

### 2、片尾鸣谢：片尾拉滚特约品牌LOGO





## D、精彩提示标版

5秒 “精彩提示标版，邀请观众继续收看节目

字幕：“XX品牌提醒您下节更精彩”

播出：3次（节目当中3个广告口前）。

效果示意：



## **E 企业广告**

节目中插倒一位播出15秒广告，3次

## **F 票务回报**

**票务回报：**每场享有入场券约200张

## **G 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“浙江卫视跨年演唱会特别支持”字样。

**特约合作费用：2000万**

# 互动合作资源及费用

## A、5秒合作标版

配音：欢迎参与《浙江卫视跨年演唱会》互动，赢取XX品牌好礼。（不超过20字）

画面：5秒品牌无声广告片

播出：节目播出前广告段位，1次。

## B、节目植入

1、**主持人口播**：主持人在节目中口播互动方式，提示奖品和赞助商，3次。（口播不超过20字）

2、**1/6压屏条提示**：主持人口播时屏幕下方出现1/6压屏条，提示品牌LOGO及互动方式，3次（字数不超过30字）



**3 . 短信互动压屏条：**节目中拉滚6次短信有奖互动字幕，字幕内容出现XX品牌及奖品内容；拉滚时，赞助商LOGO固定在拉滚条左侧前端，每次时长120秒。

**4 . 短信互动网站体现：**浙江卫视官网设置专门板块，公布短信互动获奖观众信息，并在这个板块中展示奖品和企业LOGO。



此短信互动压屏条，总计呈现时间不少于20分钟

## 5. 官方微博互动方式：

《浙江卫视跨年演唱会》官方宣传微博为客户量身打造微博互动活动。（12月15日-12月31日）

微博发送次数：每天原发或转发至少2条带客户元素微博

互动合作形式：

1，微博文字体现（示例）

参与浙江卫视跨年演唱会 微博活动，关注@浙江卫视中国蓝 官方宣传微博 @客户微博 并转发本微博@ 三个好友，投票选出演唱会中你最爱的歌手即有机会活动由某某品牌送出的奖品！

2，活动海报（体现活动内容及客户元素）



6.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2015跨年演唱会互动合作奖品赞助商”字样。

### **C 硬广插播**

节目中插播15秒广告，2次。

### **D 票务回报**

**票务回报：**每场享有入场券约100张

**互动合作费用：1500万**



# 谢谢 Thanks!



微信扫描二维码或者微信搜索zjwsggb  
关注浙江卫视广告部微信公共账号 获取最新信息

