

DETERMING
THE INDETERMINACY

2017 解决之道

湖南卫视广告招商 产品地图

快乐中国
自信
更青春



2017解决之道

DETERMING THE INDETERMINACY

文/陈敢

某日在办公室，和套头衫先生聊解决之道。他嘴里蹦出个九个字：价值观、逻辑性、方法论，深以为然。

经济困局、营销困难、传播困惑等等，2017确实存在诸多不确定，这是房间里明摆着的大象。要把大象分三步关进冰箱，绝不是“打开、放进去、关上”那么搞笑轻松。这需要有点认死理的霸蛮精神。不管是感恩情结，还是职业良心，不管是市场导向，还是用户思维，我们不介意是否被打上精致的利己主义标签，正视主顾的难点、痛点并解决之，这才是招商的正经。

媒体购买买的是期货，凭借的更多是经验。用过去的的数据评估未来，总觉得仅仅是找点安全慰藉。关于2017投放，我们不妨用想象力做个思想实验。节目价值面，不用多说，照旧生猛，大年来了，只能更猛；产品功能面，除了传统产品，更有诸多创新征兆埋藏在这本地图中；增值服务面，什么投放风险，价格太贵、利润太薄等等都是浮云，真相别人我不告诉他，好朋友可以私下@套头衫先生。

明年开始，我们将开通了三条产品线，意在“做强硬广，做精软广、做实融合”，并提出独特解决方案，即在全媒体，新技术条件下，开放性的超市模型设计，既有DIY自选，也有专治不爽的配伍。试错与创新一体两面，而成功很大程度上源于电视民工的工匠精神。

向着光，去造。自信，更青春！



自信 更青春



2017湖南卫视广告招商 产品地图

总 策 划：张华立、陈 刚

主 编：李 浩、文 威

执行主编：周 宁、徐跃武

组 稿：饶 欣、杨欣村、王 新、黄力波、陈 敢

编 辑：刘玄冰、陈 珏、李雨虹、聂 晶、梁敬萍、翁宇翔、胡亦奇、蒋意飞、易林青、

曹 朦、刘梦黎、王 子、赵晓笛、洪 峰、罗儒馨、冯 硕、杜仲睿、盛 璐、

朱 丹、陈侣伶、黄曦子、罗嘉昕（实习）

特 别 支 持：周 雄、张若波、宋 点、肖 宁、洪 涛、王旭波、周 海、孙吉军、汤集安、

傅青珂、朱丽前、罗雅媿、范海红、朱 琰、张 勇、任 帅、吴雄杰、汪 浩、

肖卫华

特 别 感 谢：湖南卫视总编室（编排部、推广部、形象部、品牌部、覆盖部）、湖南卫视节目制作中心、湖南广播电视台节目交易管理中心、

余淑君团队、严典雅团队、单丹霞团队、潘瑞芳团队

设 计 制 作：长沙天橙广告策划有限公司

网站技术支持：湖南竞网智赢网络技术有限公司

湖南卫视广告部

www.hnwsklcb.com

官方微信/微博名：湖南卫视快乐传播

地址：长沙市开福区省广电中心西裙楼

电话：（0731）84837024/84837025

传真：（0731）84837047/84837020

邮编：410003 邮箱：adv@hunantv.com



湖南卫视广告部官方微信



湖南卫视广告部官方网站

自信
更青春

20 喜马拉雅

年来如
无啻于竞媒的灾难，许多仁兄
PS炮制“第一”，来满足征服欲
正如有人问 **为何要登山**

就有人
神回复

因为山在那里！

标杆 一览众山

核心时段统领市场
核心城市占领高地
核心人群引领消费



DETERMINING THE FUTURE
2017 解决之道



目 录

CONTENTS

招商规则 01

2017节目编排表 02

2017黄金内容资源 03

新剧介绍 007

产品序列 04

1、硬广序列

- a.硬广套装 043
- b.零售价格 045

2、软广序列

- a.季播活动
- 周五黄金档
- 《神奇的孩子》 048
- 《72层奇楼》 056
- 《顶尖高手》 064
- 《我们来了》第三季 072

YOUNG
FOREVER

周六十点档	
《我是歌手》第五季	080
《我想和你唱》第二季	090
新《百变大咖秀》	098
《魅力之王》	106
周日黄金档	
《向往的生活》	114
《最炫中国风》	122
《真正男子汉》第三季	130
《名著探险队》	138
周日十点档	
《我会爱上你》	146
《花儿与少年》第三季	154
《演员的诞生》	162
《甲方乙方》	170
周四十点档	
婚恋类创新节目·《单身战争》	178
《汉语桥》	186
b.常规栏目	
《快乐大本营》	194
《天天向上》	200
《中华文明之美》系列	206
c.剧场	
《金鹰独播剧场》	210
周播剧场-《青春进行时》	213
《偶像独播剧场》	216

d.晚会	
《2017-2018跨年演唱会》	218
《2017春节联欢晚会》	224
《2017华人春晚》	229
《2017元宵喜乐会》	234
《2017中秋之夜》	239

e.特殊软广	
《芒果资讯报时》	244
《芒果资讯套装》	245
《频道导视合作伙伴》	247
《频道公益合作伙伴》	250
《频道战略合作伙伴》	251

3、跨屏序列

a.芒果TV招商通案	252
b.芒果互娱招商通案	267

解决方案

05

内容是1，技术是0	273
芒果超市一览表	274
1、特殊硬广	
a.行业码头，专属领地	275
b.超长广告，充分表达	275
2、台网互动	
a.顶级资源，IP独占	276
b.话题延续，边际拓展	276
c.独门秘籍，资源升级	277
3、实时互动	
a.互动看点，优势互补	278
b.营销节庆，整日狂欢	280
4、全媒整合	
a.新年头炮，全媒爆炸	281
b.大剧营销，一站服务	281

01

2017

Determining the
Indeterminacy



湖南卫视广告
招商总规则

DETERMINING
THE INDETERMINACY
2017 解决之道

湖南卫视2017广告招商总规则

招商总则

一、年度招商时间

2016年10月21日——2016年12月31日

招商期内采用招商期价格体系，2017年1月1日起采用全新的价格体系。

二、年度招商原则

2017年湖南卫视广告招商分为广告资源预售——黄金资源招标——零售三个部分，遵循预售资源预先认购、黄金资源公开招标的原则，确保在预售招标过程中保持公平、公正、公开。预售资源长单优先，先签先得，招标资源价高者得。

三、年度招商范围

1、招商项目均不跨年度签约。

招商项目执行时间为2017年1月1日—2017年12月31日

2、2017年招商项目分为三部分：

1) 黄金资源招标产品：

《金鹰独播剧场》位序广告、《快乐大本营》插播位序广告、《天天向上》插播位序广告、《我是歌手》插播广告、《我想和你唱》插播位序广告（具体以《2017年湖南卫视黄金广告资源招标书》为准）。

2) 广告资源预售产品：

硬广套装产品及软广产品。

3) 广告零售资源：

招标和预售之后的所有剩余资源。

注：招商期间，湖南卫视广告部有权对本手册的产品及销售方式进行调整。

招商阶段



预售认购期操作规则

资源认购期时间:2016年10月21日—2016年12月16日

1. 凡有意向认购《2017湖南卫视广告产品手册》中广告预售产品的客户，均可填报《2017年湖南卫视广告资源预售产品认购意向书》，按照本规则“资源预售认购期销售程序说明”之规定办理申请认购手续。
2. 预售认购的产品仅限于《2017湖南卫视广告产品手册》中公布的广告资源预售产品部分。

(一)、软性资源认购说明

软性资源认购期时间:2016年10月21日—2016年12月16日

关于项目的冠名等软性资源，除招标资源外湖南卫视广告部将采用同等条件下2016年正在执行的老客户优先续签的原则。未在2016年11月1日前确认购买意向并支付保证金的客户，视为放弃老客户优先续签项目资源的权利。

(二)、硬广套装产品认购说明

- 1、《2017湖南卫视广告产品手册》中的硬广套装产品采取长单客户优先、先到先得的原则；
- 2、未在2016年12月16日前确认购买意向并支付保证金的客户，视为放弃认购硬广套装的权利。剩余资源销售价格按照《湖南卫视2017年招商期广告价格表》执行，销售期至2016年12月31日。

(三)、资源预售认购期销售程序说明

1、认购意向书

《2017年湖南卫视广告资源预售产品认购意向书》可通过湖南卫视官网或官方微信下载或者直接向湖南卫视广告部相关人员索取。

2、认购规则

- ①企业可以自行填报认购意向书，亦可委托广告代理公司填报；
- ②企业在认购一个广告项目时，只能委托一个广告代理公司；
- ③委托广告代理公司进行资源认购的企业，广告代理公司必须同时出示带企业公章的专项授权委托书(需注明企业委托广告代理

公司申请认购的广告项目), 由广告代理公司填写认购意向书, 并加盖广告代理公司公章。企业自行认购预售产品的, 则自行填写认购意向书并加盖企业公章;

- ④认购意向书填写内容不得涂改;
- ⑤认购意向书中填写的项目名称、广告产品及规格、广告投放周期须与《2017湖南卫视广告产品手册》一致, 否则视为无效;
- ⑥认购意向书必须加盖公章, 否则视为无效;
- ⑦认购意向书上的受理时间由湖南卫视广告部填写, 以接收到意向书的时间为准。

3、认购意向书的确认规定

优先认购期确认时间:2016年10月21日—2016年11月1日

认购意向书确认的规定:

①在上述相应日期内, 湖南卫视广告部对所有认购意向书进行审查, 所有符合规定的认购意向书将按照意向书上的受理时间顺序电话通知企业或其广告代理公司, 并传真《湖南卫视2017年签约认购广告产品合同签订通知书》, 该通知书将直接作为合同附件之一;

②广告代理公司或企业须在《湖南卫视2017年签约认购广告产品合同签订通知书》上盖章签字并在一个工作日内传真至湖南卫视广告部相关人员;

③广告代理公司或企业须在收到通知书后3个工作日内, 到湖南卫视广告部办理合同签订手续。

■ 付款及违约责任

1、客户须在合同签订之后的5个工作日内, 根据合同金额及购买的广告产品类型支付相应的履约保证金, 保证金用于冲抵2017年合同期最后一笔广告费。保证金到账, 签约合同方为有效。如未按照规定时间签订合同并支付保证金, 湖南卫视广告部有权取消其广告资源的拥有权。

2、湖南卫视广告一律实行先付款、后播出的原则。签约客户须按月提前付款, 即2016年12月20日前支付2017年元月的广告费; 2017年元月20日前支付2017年2月的广告费, 以此类推。

3、如因特殊原因导致节目未能播出, 我部原则上安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播, 补播不能实现时给予退款。

02

2017

Determining the
Indeterminacy



湖南卫视 节目编排表

DETERMINING
THE INDETERMINACY
2017 解决之道

湖南卫视2017年编排表

时间	周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
7:00	湖南新闻联播（重播）						
8:00	偶像独播剧场（四集）					偶像独播剧场（三集）	
11:30						天天向上/ 季播节目 重播	快乐大本营/ 季播节目 重播
12:00	午间新闻						
12:30	周间午间季播节目重播						
14:20	周间14点档季播节目重播						
16:10	周间16点档季播节目重播					周末16点档 季播节目重播	
18:00	平民英雄	新闻大求真				新闻当事人	
18:29	A段广告						
18:30	湖南新闻联播						
18:59	黄金时刻广告						
19:00	转播CCTV新闻联播						
19:30	730节目带-中华文明之美				金鹰独播剧场（一集）		
20:00	金鹰独播剧场（两集）				周五黄金档 季播节目	快乐 大本营	周日黄金档 季播节目
20:20					天天向上	周六十点档 季播节目	周日十点档 季播节目
22:00	周播剧场-青春进行时（两集）			周四 季播节目	天天向上	周六十点档 季播节目	周日十点档 季播节目
23:50	季播节目 重播	我的纪录片		季播节目 重播			
0:30		我是大美人	越淘越开心				

2017湖南卫视周末节目布局

季度	时段	周四	周五	周六	周日
一季度	黄金档	——	神奇的孩子	快乐大本营	向往的生活
	十点档	单身战争	天天向上	我是歌手	我会爱上你
二季度	黄金档	——	72层奇楼	快乐大本营	最炫中国风
	十点档	婚恋类创新节目	天天向上	我想和你唱	花儿与少年
三季度	黄金档	——	顶尖高手	快乐大本营	真正男子汉
	十点档	婚恋类创新节目、汉语桥	天天向上	百变大咖秀	演员的诞生
四季度	黄金档	——	我们来了	快乐大本营	名著探险队
	十点档	婚恋类创新节目	天天向上	魅力之王	甲方乙方

03

2017

Determining the
Indeterminacy



黄金
内容资源

2017 解决之道
DETERMINING
THE INDETERMINACY

2017新剧资源

在电视剧的内容版图上，唯有两个不可缺的因素才能持续引领市场：一是内容实力。二是营销价值。

内容实力

在过去二十年时间里，从《还珠格格》到《大长今》，从《宫》到《武媚娘传奇》，从《花千骨》到《翻译官》，湖南卫视始终以电视剧播出的引领性平台翘首业界。

在过去一年里，电视剧行业风云再起，题材繁多、产量激增、创新升级。湖南卫视坚持源头锁定，深度对接市场，精准抢抓精品，坚持优质、独特、多元的分兵布阵理念。2017年储备资源中，题材类型涵括都市情感、成长励志、热血校园、时尚话题、古装偶像、玄幻偶像、当代反腐等多种丰富品类。我们力求以符合现代生活节奏和生活品质的内容，专注时代脉动与社会心理，强力吸引受众，独家引领潮流，强力打造电视剧第一播出平台。

2017，手握神兵，胸有韬略，战绩即将鉴证实力！

营销价值

围绕两大剧场，湖南卫视不断创新营销模式，为合作伙伴开辟多层次、多渠道、更富含金量的营销空间。

金鹰独播剧场作为第一国民剧场，为广大合作客户持续创造品牌影响力，诸多商业品牌在此腾飞，广受大众熟知并追捧。2017年两大周播剧场合二为一，统称为“青春进行时”剧场，专注古装精品和青春新锐，不断尝试创新多元化的直播式剧情、植入式营销，努力改写电视剧领域先生产、后营销的现状，力争让内容生产和商业营销同步起飞。

2017，剧风随我动，爆款看湖南！

两大剧场的内容定位和受众群体

金鹰独播剧场

剧场定位：具有高品质、国民话题、泛社交功能的“国民剧场”

中国风——反映时代潮流、国民价值、社会话题

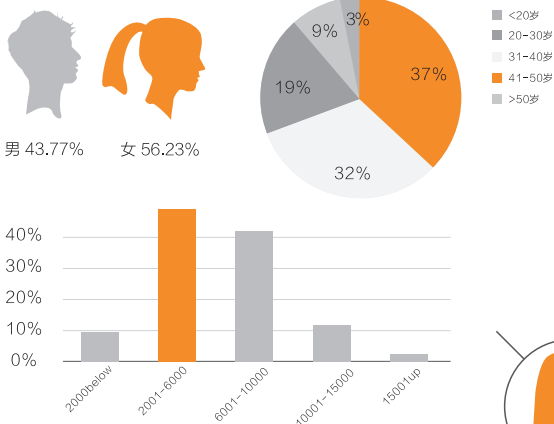
快乐范——传递轻松、娱悦、乐观、享受的体验

青春派——放送年轻面貌、表达年轻心态与激情

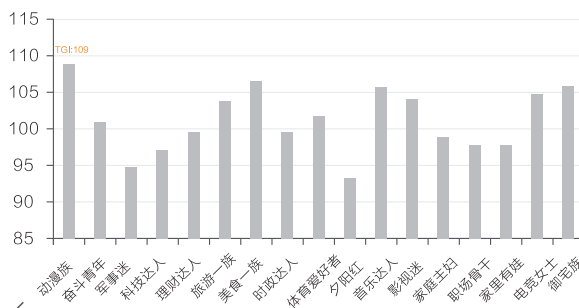
受众定位：主打全家收看，面向泛众群体，突出女性特质

金鹰独播剧场忠诚用户群体画像

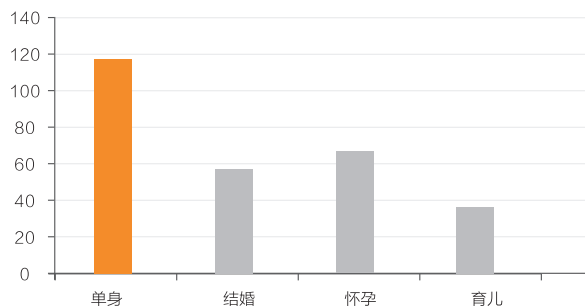
人群属性



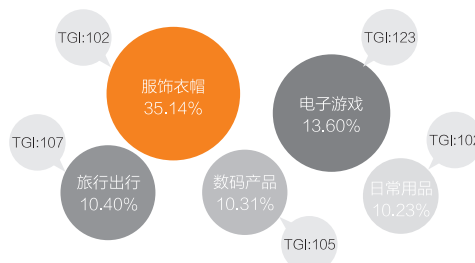
兴趣偏好 (TGI)



人生阶段 (TGI)



消费偏好 (TGI)



*TGI：即Target Group Index（目标群体指数），可反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势。
数据来源：欢网电视社区（中国电信&TalkingData）

“青春进行时”剧场

剧场定位：具有开拓能力和超前性的新锐型剧场，具有新锐感、稀缺感和多样化特色。
年轻观众必看、精品大IP、市场稀缺题材，行业顶级班底。

品类丰富——包含连续剧、栏目剧、单本剧、单元剧等形式

豪华稀缺——顶级演员阵容、顶级制作水准

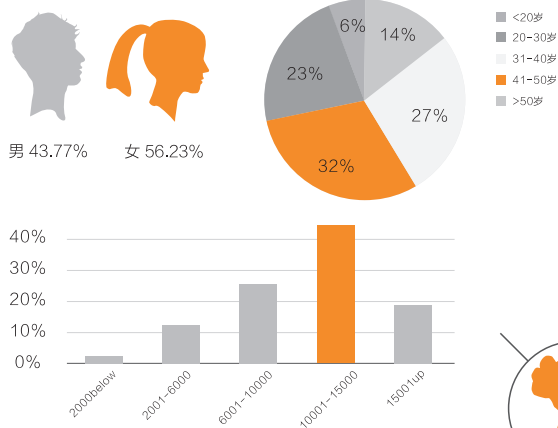
制播灵活——可实现边拍边播，更新互动甚至进行直播

价值多元——拥有较强的互动性、话题性、时效性，通过线下互动、话题植入，呼应社会性、季节性热点

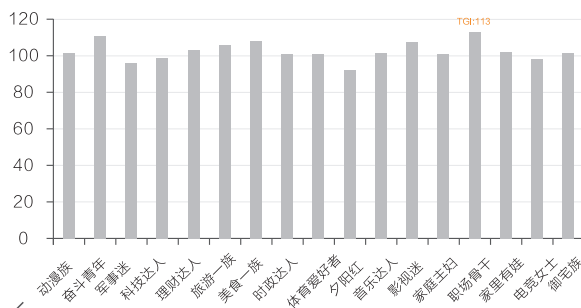
受众定位：主力消费、泛年轻受众群体

“青春进行时”剧场忠诚用户群体画像

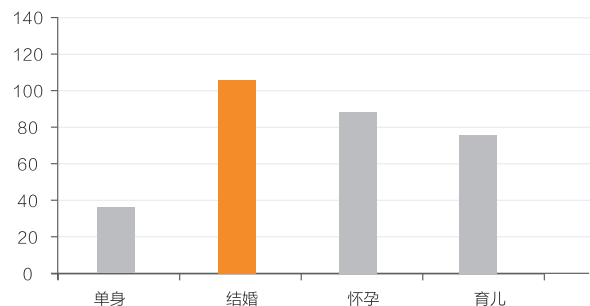
人群属性



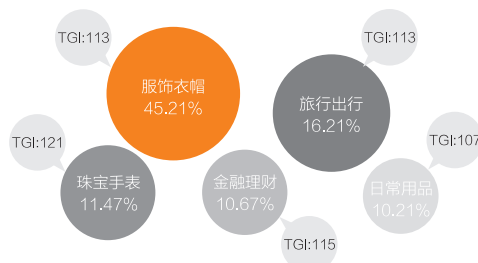
兴趣偏好 (TGI)



人生阶段 (TGI)



消费偏好 (TGI)



*TGI：即Target Group Index（目标群体指数），可反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势。
数据来源：欢网电视社区（中国电信&TalkingData）

大剧时代，独门秘器

湖南卫视坐拥两大顶级剧场，金鹰独播剧场顶级资源，高能锁屏；“青春进行时”剧场作为“中国式周播”试金石，汇集古装剧、青春剧等多种类型，创新开启多季规划模式。

作为全国电视剧播出的中坚力量和领军平台，湖南卫视凭借强大资源整合能力、融入专业选剧眼光、发挥资源推广纵深影响、保持优质传播的敏锐运营，确保让广告客户与合作伙伴得到最优质的回报。

- 2010 ● 一起又看流星雨、泡沫之夏、恶作剧之吻
- 2011 ● 宫、步步惊心、新还珠格格、回家的诱惑
- 2012 ● 天涯明月刀、麻辣女兵、夫妻那些事、轩辕剑之天之痕
- 2013 ● 咱们结婚吧、陆贞传奇、追鱼传奇
- 2014 ● 神犬奇兵、武媚娘传奇、古剑奇谭、爱的妇产科、不一样的美男子
- 2015 ● 活色生香、锦绣缘、神犬小七、伪装者、花千骨、旋风少女
- 2016 ● 亲爱的翻译官、解密、幻城、麻雀、诛仙、十五年等待候鸟、旋风少女2

2016，荧屏盛宴

剧优

湖南卫视以年轻观众必看、声势未播先热、引领气质明显为选择电视剧的核心要求。无论是《亲爱的翻译官》、《解密》，还是《麻雀》、《旋风少女》第二季，均以高收视为保障，并获得高热度、高口碑，全年平均收视率和市场份额在同行业遥遥领先！

场强

湖南卫视剧场定位多元、编排灵活，三大剧场各自针对不同目标观众群，区隔细致，爆款频传！反映家庭伦理的长剧、营造浪漫唯美气质的古装偶像剧、展现高收视与高影响力潜能的话题剧、贴近年轻受众的青春偶像剧……面向泛众群体，造话题、造星、造梦，打造与时俱进的剧场理念和运营理念。

势足

随着移动互联网时代到来，观众的收视习惯发生巨大变革。作为主流媒体，湖南卫视绝不跟风、坚持自身理念，针对当下社会的热点、痛点、痒点，通过剧集的展现来引领大众的生活方式。一大批电视剧热词引起社会广泛的深度传播，如“洪荒之力”、“小笼包”、“一起来看雷阵雨”、“皇上，你还记得大明湖畔的夏雨荷吗”。



【金鹰独播剧场】全国女性、家庭用户的“第一家庭”剧场

2016年湖南卫视金鹰独播剧场共播出10档剧目，包揽黄金时段全国网前十席位！

52城网前10中占据6个席位！且包揽前三席位！

2016年1-9月省级卫视黄金档剧排名（全国网）

排名	名称/描述	收视率%	市场份额%
1	亲爱的翻译官 / 湖南卫视	2.65	8.78
2	美丽的秘密 / 湖南卫视	2.80	8.02
3	麻辣变形计 / 湖南卫视	2.48	7.93
4	神犬小七第二季 / 湖南卫视	2.29	7.72
5	解密 / 湖南卫视	1.95	6.79
6	麻雀 / 湖南卫视	1.78	5.69
7	天天有喜之人间有爱 / 湖南卫视	2.26	6.35
8	武神赵子龙 / 湖南卫视	1.81	5.58
9	小丈夫 / 湖南卫视	1.63	5.27
10	因为爱情有幸福 / 湖南卫视	1.66	4.97
11	继父回家 / ××卫视	1.85	4.88

2016年1-9月省级卫视黄金档剧排名（52城）

排名	名称/描述	收视率%	市场份额%
1	亲爱的翻译官 / 湖南卫视	2.04	6.2
2	解密 / 湖南卫视	1.64	5.12
3	麻雀 / 湖南卫视	1.61	5.02
4	中国式关系 / ××卫视	1.23	3.82
5	美丽的秘密 / 湖南卫视	1.37	3.72
6	小丈夫 / 湖南卫视	1.23	3.63
7	欢乐颂 / ××卫视	1.24	3.59
8	麻辣变形计 / 湖南卫视	1.20	3.58
9	煮妇神探 / ××卫视	1.38	3.57
10	好先生 / ××卫视	1.17	3.57

数据来源：CSM，4+，2016.1.1-10.9，1930-2200

2016金鹰独播剧场截止至目前，CSM全国网平均收视率2.06，平均份额6.46%，CSM52城平均收视率1.33，平均份额3.89%，双网收视率均为全国第一。

由杨幂、黄轩主演的《亲爱的翻译官》播出共27天，CSM全国网平均收视率2.65、平均份额8.78%，CSM52城平均收视率2.04，平均份额6.2%；首重播累计观众到达率46.83%，推及全国观众规模约6亿；其微博相关话题阅读量近40亿、视频点击量57亿，是今年电视市场上最受瞩目的剧集之一。新鲜、引领性的事物自然具有吸引力，这是《翻译官》获得高收视的基础，也是金鹰剧场坚持“引领性”品牌定位的体现和反馈。

由李易峰、周冬雨、张鲁一等主演的谍战剧《麻雀》，在播出两日后，全国网收视份额从首播的3.29%涨至5.09%；该剧播出后，收视一路走高，受众热议不断，全国网日均到达率平均在4%左右。

根据麦家同名小说改编，由陈学冬、颖儿主演的《解密》，全国网平均收视率达2，份额6.79%，CSM52城平均收视率1.64，平均份额5.12%，成为主旋律大潮下成功突围的热点，对吸附女性观众尤为明显，《解密》在女性观众收视率达到了2.48。

❑ 【钻石独播剧场】年轻顶级的类型剧场

2016年1-8月，钻石独播剧场CSM全国网平均收视率0.7，平均份额5.12%，CSM52城平均收视率0.68，平均份额3.72%，双网均排名同时段第一。

其中，《青云志》力压诸多黄金档剧集，全国网收视率1.37，份额9.11%，CSM52城收视率1.35，份额7.08%，均排名同时段第1。该剧上档播出后，无论收视还是口碑，立即成为后期暑期市场的热点和焦点。

另一大IP制作《幻城》18岁以下的份额超过了20%，在今年暑假期间获得了媒体网友极大关注度。《幻城》是湖南卫视在玄幻剧类领域所进行的重新探索和开发，它突破了传统神话玄幻剧类的视觉风格，引领了新一类玄幻剧的收看习惯。



❑ 【青春进行时】中国最强“小鲜肉”造星平台

2016年“青春进行时”CSM全国网平均收视率0.87，平均份额6.15%，同时段全国第一；CSM52城平均收视率0.65，平均份额3.5%，同时段全国第二。

今夏《旋风少女2》第二季开播，首播全国网份额破10%，首周全国网收视率1.61，份额10.02%，同时段排名第1。同时也在网络上引发了热议，到目前为止微博上话题“旋风少女”阅读量已超过29亿，该品牌培养了暑期市场核心观众的惯性收看吸附度。

《十五年等待候鸟》开播后，持续夺得全国收视第一，占据各大热门话题前列。



争一寸赢一寸天下与你江山傲岸

赢天下

WIN THE WORLD

联合出品

唐德影视

完美世界影视

中影股份

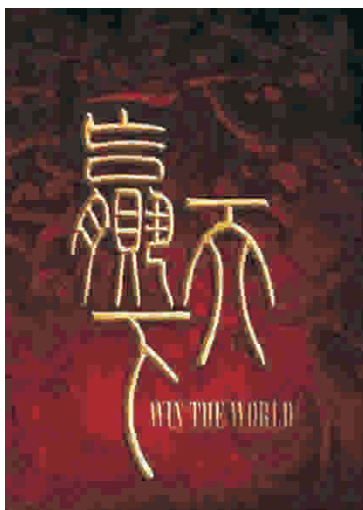
盟将威影视

恒太影视

浩瀚娱乐

2017，剧风披靡

【金鹰独播剧场】招商资源



赢天下

题材类型：古装传奇
主创阵容：范冰冰

故事梗概

秦朝寡妇清，史称“巴寡妇清”。她是中国最早的女性企业家，早年丧夫终身守寡，秦始皇视其为“大姐”，封她为“贞妇”。巴清积聚的财富数不清，还曾出巨资修长城。历史专家猜测，她手下可能有一支数千人的私人武装力量，未受秦始皇惩罚反而表彰。

项目卖点

- 1、《武媚娘传奇》原班人马倾情打造，最具商业价值话题女王范冰冰再度领衔主演；
- 2、恢弘巨制再度升级，20位亚洲著名演员倾力加盟；
- 3、全新的女性励志形象，史学家称为中国最早的女性企业家。

东方魔幻史诗巨制



海上牧云记

OF TRIBES
EMPIRES

STORY BY FOPHIEZY

九州梦工厂
JIAOZHOU DREAM FACTORY



海上牧云记

题材类型：东方魔幻史诗巨制

主创阵容：曹盾（导演）

黄轩、窦骁、周一围、徐璐、文咏珊、张佳宁

故事梗概

大端朝全盛之际，牧云皇族和穆如世家三百年的盟约因为一个预言而冰裂。预言说，六皇子牧云笙执剑则天下大乱，而穆如寒江将成为未来的皇帝。以牧云栾和牧云德为代表的地方势力密谋趁机夺权，为此不惜与邪恶势力合作。太子牧云笙不爱江山不信天命，为追寻真爱宁愿牺牲权力地位。穆如寒江生于世家长于市井，喜欢自由，又想守护秩序，历经艰险磨难，终于回归家族。硕风和叶在与穆如铁骑的战斗中失去了亲人和族人，经过了血与火的洗礼，生与死的诀别，人情的冷暖，权力的碰撞之后，他从一个复仇者成长为铁沁之王。

项目卖点

1. 巨资还原九州想象力，塑造全新权力世界，极限再造审美巅峰，爱情、战争、权谋、家国情怀跨界融合；
2. 影级阵容演绎跌宕史诗，三大男主黄轩、窦骁、周一围“九州鼎力”，影帝视后倾力联袂；
3. 史诗级IP首度翻拍，第一阵营超水平制作接轨国际，以超过普通作品三倍的时间周期精细打磨，跨国秘景直击“九州情怀”。

孤芳不自赏

题材类型：古装谋略

主创阵容：张永琛（编剧）、鞠觉亮（导演）

Angelababy、钟汉良、甘婷婷、孙艺洲

故事梗概

晋、燕、凉、秦四国征战不休，晋国国力最强，晋国国王亲弟镇北王楚北捷英勇善战、武功谋略过人，令其他三国闻风丧胆。晋燕交战之际，燕国敬安王府遭到沦陷，一夜之间王府覆灭。侍女白娉婷与小王爷何侠在逃亡时离散流落。在一寺庙里，楚北捷偶遇白娉婷，被她的琴声所倾倒，进而钟情相恋。但因为不同的阵营处境注定了两人此生情路坎坷，爱情虽浓却障碍重重，既有晋国国王的疑心，又有小敬安王何侠的各种挑拨，还要面对四国纷争不断的乱世天下。在种种困难前，楚北捷不改初心，情场上付深情，默默守护；战场上出奇兵，与白娉婷联手击败何侠，成功阻止了一场生灵涂炭的战争，共同守护了天下安宁。

项目卖点

- 1、3年开发，顶级卡司，打造2017年爆款剧王；
- 2、超强IP，未播先火；十年粉丝，一触即发；
- 3、高品质高口碑IP，第一好看的帝后小说；
- 4、用心出品，全线规划；电影、电视剧联动制作。

思美人

题材类型：古装历史人物

主创阵容：梁振华（编剧）、丁仰国、张孝正（导演）

马可、张馨予、乔振宇、易烊千玺

故事梗概

战国时期，群雄争锋。生于名门的天才少年屈原，机缘巧合爱上了民间女奴莫愁女。然而，身处内忧外患、危机重重的楚国，二人虽相知相恋，却不能相守相依。为了冲破命运的桎梏，二人不畏门第之别，相爱相惜，在同恶霸与权贵的斗争中卷入了宫斗权争、家国情仇的漩涡。与此同时，身负宏才大略的屈原，一步步踏上了拯危救国、九死不悔的旅程。有心报国，无力回天，屈原终万念俱灰，痛沉于汨罗江；莫愁女则驾舟去远，从此荡舟江湖。

项目卖点

- 1、2015年度总局优秀电视剧剧本扶持项目；
- 2、全景展现浪漫主义诗人屈原跌宕起伏的传奇人生；
- 3、筹备开拍过程中，在学生和粉丝群体中掀起了诵读屈原名著的网络热潮；
- 4、制作精美，诗意斐然。

如果可以这样爱

题材类型：都市言情

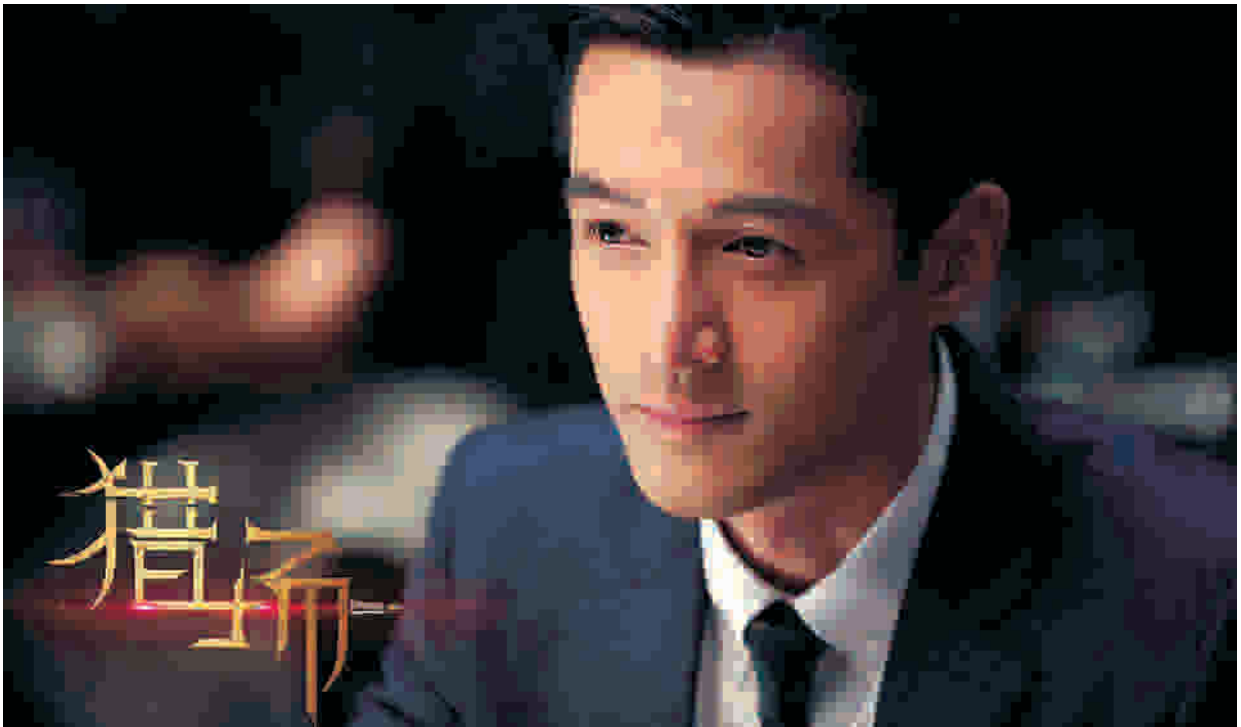
主创阵容：佟大为、刘诗诗、保剑锋

故事梗概

一对已婚男女突然徇情自杀，以为可以结束这一切，却不料悲剧才刚刚开始——他们的爱人，耿墨池和白考儿，同时在葬礼上邂逅。面对同样的背叛他们同时选择报复但又同时爱上彼此，注定饱受打击和折磨。然而他们想真心拥有彼此时，老天已不给他们机会，耿墨池身患不治之症注定要离去，而这时候白考儿亡夫的哥哥祁树礼出现了，纠结在两个男人之间，最终一个走向婚礼，一个走向葬礼。

项目卖点

- 1、2017年最为浪漫虐恋唯美之作；
- 2、佟大为、刘诗诗首度携手演绎，擦出不一样的情感火花。



猎场

题材类型：都市商战情感偶像

主创阵容：胡歌、孙红雷、张嘉译、菅纫姿、万茜

故事梗概

郑秋冬是个为了理想坚持不懈的人，在好友老白和女友罗伊人的帮助下，事业逐渐有了起色，不想老白突然的去世与自己事业的一夜挫败，让郑秋冬危机重重，然而郑秋冬并不甘心，发愤图强，且在罗伊人的帮助下，平安度过难关，郑也因此对罗伊人产生情愫，只可惜两人缘分未到，遗憾擦肩而过。时间慢慢流逝，林拜的出现，给郑秋冬带来了非凡的机遇，而郑秋冬诚信为本的原则，让林拜更加刮目相看。机缘巧合，郑秋冬发现对手袁昆急功近利，准备使用极其不道德的手段达到目的，而郑秋冬面对自己的诚信与良知无法容忍袁昆将要给他人带来的伤害，于是通过各种手段成功阻止了袁昆败坏的行为，并且与好友一起并肩抗敌，共同面对挫折与难关，而郑秋冬也因为纯粹、高尚的诚实信条，赢得了罗伊人的倾心与事业上的璀璨荣耀。

项目卖点

- 1、导演姜伟继《潜伏》之后的又一神作；
- 2、胡歌、孙红雷、张嘉译三大男神飚戏；
- 3、首部反映职场猎头的创新之作。

谈判官

题材类型：都市爱情

主创阵容：杨幂

故事梗概

窦巧是中美经贸协会中最年轻耀眼的谈判专家。一次商业并购项目让她结识了谢晓飞。谢晓飞是美国社会隐秘而富裕的华人世家唯一继承人。从小在美国长大的谢晓飞心高气傲，因理想得不到父亲和家族的支持，所以在谈判中频频和窦巧作对，并购项目推进缓慢。但随着交往的深入，两人逐渐从互不认同到彼此欣赏，最终情定谈判桌。此时谢父遭遇背叛，谢晓飞尝遍人情冷暖。窦巧挺身而出，用自己的谈判专长替谢家拿下重要项目，谢家最终收回股份。此时，窦巧发现当年父母的离世竟与谢家有关，她和谢晓飞因上代人的恩怨最终分道扬镳。多年后重逢，两个曾经相爱的人却要在谈判桌上兵戎相见。窦巧和谢晓飞在相爱相虐中确定了彼此的爱，谢晓飞也感慨中国之繁盛，说服家族将业务重心移回中国。

项目卖点

- 1、《亲爱的翻译官》原班人马倾力打造；
- 2、首次聚焦商务谈判，以独特新颖的职场视角，融入时尚靓丽的都市元素；
- 3、最受年轻高知观众喜爱、最具异国情感链接的爆款剧，亲赴美国实地取景，全景式展现中西文化碰撞出的精彩火花。





人民的名义

题材类型：当代反腐

主创阵容：周梅森（编剧）陆毅、张丰毅、许亚军、柯蓝、胡静、张凯丽

故事梗概

故事从汉东省京州市因企业股权纠纷而触发的一桩“血拆事件”拉开大幕，最高检反贪局业务精英侯亮平临危受命，被调至汉东任职副检察长兼任反贪局长，成立专案组进行调查。在新任省委书记沙瑞金的支持下，他和战友们与黑幕中狡猾的贪腐分子展开了惊心动魄的殊死搏斗，经历了生死考验，最终将血案背后涉嫌违法乱纪的官场邪恶势力铲除，把腐败分子送上了党和人民的审判台，为汉东的风气带来了新面貌。

项目卖点

- 1、“中国政治小说第一人”周梅森继《绝对权力》、《国家公诉》后再度倾力创作；
- 2、经典热播剧《老大的幸福》、《山楂树之恋》导演李路现实主义题材再发力；
- 3、陆毅、张丰毅、吴刚、许亚军、柯蓝、胡静、张凯丽、高亚麟、赵子琪等40多位国内顶尖实力派演员联袂出演；
- 4、最高人民检察院保驾护航、深入展现当代反腐败斗争和法治建设，精雕细刻展现国家风范和正剧气质。



特勤精英

题材类型：热血青春军旅

主创阵容：张丹峰、苏青、包文婧

故事梗概

高智商校草林毅大三突然入伍，他的反常举动源自五年前姐姐林慧的意外惨死。林慧的男友郑志勇是出色的飞豹突击队长，却没能救出他的女友。林毅要向郑志勇证明，如果是消防员，姐姐就不会死。林毅被调入飞豹突击队，而他的顶头上司正是郑志勇，二人冲突不断，在一次次救援中并肩作战，从彼此敌视到相互谅解，感情弥深。在一次救护中，林毅邂逅了医生叶一帆，二人从互不相让到对彼此打开心扉，却因为五年前的秘密而被迫分开。而富家女骆可可也从中搅局，这让单恋骆可可的好基友张好奇陷入纠结之中。林毅决定退伍，一场浩大的救援行动却突然爆发，郑志勇独自解除危机却昏迷不醒。林毅深受感召，放弃退伍，继续与兄弟们一起出生入死，逆火而生。

项目卖点

- 1、中国首部消防题材大剧；
- 2、为2017年建军90周年献礼的青春热血军旅大剧；
- 3、极具视觉冲击力的救火救援大场面，惊险的救人情节，紧张刺激，抓人眼球；
- 4、花样美男与肌肉型男霸屏，倒吊、攀爬，各种实战训练轮番上阵，看消防男神玩转特战技能，上演全新的制服诱惑，俘获女性芳心；
- 5、领略高大上的消防事业，各种高精尖的消防设备展示，目睹难得一见的百米云梯车，过足眼瘾。



咱们相爱吧

题材类型：都市情感

主创阵容：刘江（导演）

张静初、秦岚、

张歆艺、袁弘、

明道、张晞临



放弃我，抓紧我

题材类型：都市时尚

主创阵容：陈乔恩、王凯、

乔任梁

故事梗概

建筑设计师林笑笑有两个闺蜜：身材火辣面容姣好的潘芝芝、温柔可人才貌双全的蔡春妮，三个女孩从小一起长大，感情非常要好。走入社会后，三个人的人生道路有了巨大的不同，林笑笑毕业结婚生子却遭遇感情破裂，潘芝芝事业有成但情场屡屡失意，蔡春妮嫁入豪门但遭受着婆婆的虐待。三闺蜜的生活始终交织在一起，感情也面临了重重的挑战，但三人最终克服障碍，勇敢面对，林笑笑与建筑界才子时光相知相恋，潘芝芝接受了毛大毛的姐弟恋，蔡春妮守住了自己的完满家庭，三人最终都收获了感情与事业上的成功，成就了各自的幸福人生。

项目卖点

- 1、继《咱们结婚吧》之后，著名导演刘江再创超质感婚恋话题剧；
- 2、汇聚张静初、张歆艺、秦岚三大实力派女演员，袁弘、明道、张晞临绽放熟男魅力；
- 3、全面时尚升级家庭生活话题剧。

故事梗概

一次意外溺水，长时间脑部缺氧让著名服装设计师厉薇薇失去了部分记忆，她的记忆停留在23岁。记忆中热恋的同为设计师的男友竟成了竞争对手，而一个陌生人却成了她的未婚夫。厉薇薇不相信自己会和前男友陈亦度分手，她努力调查前因。未婚夫霍骁为了保护薇薇，追回自己的未婚妻，千方百计阻挠薇薇调查，守在她周围。厉薇薇回溯过去，发现自己和身边的人在忙碌中逐渐忘记了最初的梦想。薇薇和陈亦度分手的原因，也是因为两人在追逐事业的过程中，忽视了爱与沟通，在斗气和误会的道路上越走越远，陈亦度误会薇薇和霍骁的关系，最终和她分手。30岁的厉薇薇决定改变现状，她逐步解开过去的误会，和对手冰释前嫌，不但找回了爱情，也重拾了初心和梦想。

项目卖点

- 1、禁欲系男神王凯、霸道女王陈乔恩，首度同框演绎爱情殇，打造超强CP“唯一夫妇”；
- 2、陈乔恩时隔四年再次出演都市题材，王凯首部担纲男主角的电视剧作品；
- 3、服装造型采用国际一流顶级时装品牌，取景上海、巴黎，成就业界顶级时尚标杆。



人间至味是清欢

题材类型：都市爱情轻喜剧
主创阵容：陈铭章（导演）
佟大为、陈乔恩、
朱刚日尧

故事梗概

IT工程师丁人间，尊崇个人奋斗敢爱敢恨的高级白领安清欢，两人从不打不相识开始，经历无数插曲、误会，在嬉笑怒骂中把当下大时代中的代际冲突、价值观冲突、人生成败、何为真爱等话题进行了全景式展现。最终，小人物逆袭，高级白领放下身段。

项目卖点

- 1、“百变女王”陈乔恩化身职场白骨精，“奋斗男神”佟大为演绎幽默呆萌居家好男人；
- 2、富二代和男屌丝的女神争夺战；
- 3、《小爸爸》编剧冯媛历时三年精心撰写、打磨剧本；
- 4、取景布达佩斯，呈现新颖异域体验；
- 5、2017年最风趣幽默的生活轻喜剧。



夏至未至

题材类型：青春偶像
主创阵容：陈学冬、郑爽、
白敬亭

故事梗概

立夏和发小程七七考入浅川一中，认识了传说中的傅小司和陆之昂，随着遇见等人的加入，正式拉开了属于他们的青春美好的高中生活。毕业后，成人世界的门向他们敞开，每个人都过上了千差万别的生活。傅小司发行画集，红遍了全中国。立夏成为了傅小司的助手兼另一半。七七参加歌唱比赛夺冠，成为全中国的青春偶像。为了成为歌手而北漂的遇见，依旧在为梦想坚持。在每个人都被急速到来的世界冲撞得看不清未来的时候，更大的逆境接踵而至：傅小司的坎坷、立夏的离开、陆之昂的入狱、程七七的背叛、遇见男友的去世。在离夏天最远的地方，十年的光阴让人发现，除了记忆外，什么也不能永久，但他们都学会了爱和成长。

项目卖点

- 1、根据郭敬明同名畅销小说改编，引起百万网友翘首以待，被称为中国版的《请回答1988》。
- 2、汇聚陈学冬、郑爽、白敬亭等青春偶像，讲述一段中学校园里的朦胧初恋与暖心友情。
- 3、截至目前，在微博各大号未播项目期待度评选中，夏至几乎都位列榜首，包括很多大古装。在未播都市类剧目中，夏至也是社交热度第一。夏至未至是2017年最具期待的电视剧！
- 4、重金聘请郭敬明全程跟电视剧联动，同时在核心物料上与其视觉团队全面合作，努力把郭氏营销和郭氏美学都充分发挥出来。



凉生，我们可不可以不忧伤

题材类型：都市言情

主创阵容：刘俊杰（导演）马天宇、钟汉良、孙怡

故事梗概

童年贫瘠的时光，姜生和凉生相依相偎，尽管是没有血缘的兄妹，仍对彼此不离不弃。他们双双考入理想大学后一场车祸，凉生失踪，由此揭开了凉生的身世之谜。姜生苦心寻找凉生，程天佑陪伴左右，深深爱上了这个平凡而不平常的女孩。凉生回归，成为了程天佑的表弟，错综复杂的家族关系，让三人的生活再也无法平静。噩耗降临，凉生得了骨髓血癌，姜生为挽救凉生的生命，放弃出国留学的机会，割舍对程天佑的爱，回到凉生身边。尽管治愈希望渺茫，姜生相信不放弃就有希望。程天佑为爱绝望之后，背城而去。当病情逐步好转，凉生终于放下负担，昭告天下对姜生的爱，姜生却拒绝了凉生。在历经重重困难之后，姜生远走法国，磨难之后，相爱的人终于收获了爱与信仰。

项目卖点

- 1、五部畅销图书，积聚十年受众，伤情虐恋第一大IP；
- 2、国民男神钟汉良，携手马天宇、孙怡，联袂演绎人间绝恋、暖伤大爱；
- 3、台湾偶像剧教父级导演刘俊杰，倾力打造，势必掀起2017年泪水狂潮。

我们的少年时代

题材类型：青春校园偶像励志

主创阵容：Tfboys（王俊凯、王源、易烊千玺）、薛之谦、李小璐

故事梗概

一群热血少年如何一步步通过努力完成自己的梦想，一群热爱棒球的少年在老师的帮助下，克服重重困难，热血向前，最终实现棒球梦的励志故事。

项目卖点

- 1、TFBOYS首度合体主演的第一部电视剧；
- 2、2016年新晋综艺笑咖薛之谦，出演搞怪老师；
- 3、李小璐出演麻辣女教师，与搞怪老师薛之谦激烈碰撞。



2017
Determining the
Indeterminacy

特工皇妃

楚乔传

PRINCESS
AGENTS

【青春进行时】剧场招商资源

特工皇妃楚乔传

题材类型：古装传奇

主创阵容：赵丽颖、林更新、窦骁、李沁

故事梗概

西魏年间乱世混战，大批平民在战乱中沦为奴隶，命如草芥。奴籍少女楚乔被送入人猎场供贵族射杀娱乐，幸得西凉世子燕洵暗中相救。随后她被带进权倾朝野的门阀宇文家，目睹兄姐相继惨死，立誓带妹妹逃出牢笼。楚乔受到开明贵族宇文玥关注，被迫接受严厉训练的同时，更与燕洵结下深厚友谊。西魏门阀争斗，燕洵一家被屠，深陷绝境，楚乔与他生死相守并力助他逃脱困局。然而回到西凉后，燕洵野心膨胀，不惜以满城百姓的性命为代价割据称雄。楚乔在绝望中与燕洵分道扬镳，并与力求“天下一统、释奴止戈”的宇文玥并肩作战，粉碎了燕洵的复仇计划，成为心怀苍生的巾帼将军。权臣宇文泰也在良臣劝谏下释放奴隶，荼毒数百年的掠民为奴的暴政至此解冻。

项目卖点

- 1、2016年古装偶像剧最具创新的诚意之作；
- 2、当红小花旦赵丽颖领衔，林更新、李沁、窦骁加盟主演；
- 3、摒弃传统宫斗和虐恋的套路，演绎一段惊心动魄的乱世权谋与缤纷谋术；
- 4、融合全球顶级制作资源，打造视觉系古装偶像新巅峰，韩国三大电影特效公司之一Digital Idea（《阿凡达》同款动态捕捉系统、《功夫熊猫3》配乐班底）负责特效制作。

THE STARRY NIGHT
那片星空
THE STARRY SEA
那片海



那片星空那片海

题材类型：科幻偶像

主创阵容：桐华（原著）

冯绍峰、郭碧婷

故事梗概

怀揣梦想的平凡少女沈螺，远离喧嚣的城市，回到安静的海岛生活。不料偶然间救起一个叫吴居蓝的男子，竟然是个和人类的进化方向完全不同、来自大海的高等生命体——鲛人。他以不凡的能力和智慧一次又一次地帮助沈螺度过难关，战胜危机，深深地吸引了沈螺。两人一路磕磕绊绊，从互相了解到互相信任，最后产生了深深的爱。

沈螺身上有一颗鲛人灵珠，引起了周家老爷子的觊觎，他绑架了沈螺，吴居蓝及时赶到，救出了沈螺，却付出了生命的代价。正义终于战胜了邪恶，周家老爷子被抓，得到了应有的惩罚。沈螺从悲痛中走出，决心带着两个人的梦想，更坚强地活下去。

项目卖点

- 1、最具市场号召力的言情女王桐华科幻浪漫情怀新作；
- 2、冯绍峰、郭碧婷首度合作，新鲜搭档，CP感十足；
- 3、美国纽约，韩国首尔釜山，中国上海和中国的台湾澎湖，绿岛，奔赴三国六地拍摄；
- 4、韩国顶级特效团队Digital Idea倾力加盟，端坐家中，享受视听盛宴。



《相爱穿梭千年 II - 月光下的交换》

突破以往穿越概念，以新颖的交换穿越打造的全新穿越剧。

■ 题材类型

奇幻穿越爱情

■ 项目主创

导演：金炳株（代表作《九回时间旅行》《仁显王后的男人》《泡泡糖》《三剑客》等）

编剧：朴英淑（代表作《hello 小姐》《浪漫满屋2》等）

演员阵容：文咏珊、魏大勋、郭雪芙

美术导演：李航（代表作《Signa》《成均馆绯闻》《松药店的儿子们》《白色巨塔》等）

■ 故事梗概

生活在2016年的集万千宠爱于一身的富二代孙祺龙与生活于1936年的顶尖西餐厅主厨张志刚，因婚姻酒、月光和翡翠项链的秘密，在相隔80年的两个年代之间交替穿越。来到过去孙祺龙，对民国佳人方紫仪一见倾心，她却是张志刚的未婚妻。置身未来的张志刚，对洒脱可爱的王霖一往情深，她却已与孙祺龙签定了“合约婚姻”。他们的情爱、行动、以及身世的秘密，在两个世界里掀起波澜。孙祺龙凭借自己的时尚天赋，在上海滩立足，却卷入了“黄帮”和日本人的阴谋，与紫仪双双险相环生。张志刚凭借自己的高超厨艺、纯良个性与一身胆识，在夺产阴谋中帮助世亨集团重振雄风，却无法锁住自己的爱情。他们相互交错的旅程，却让各自获得了超乎想象的新生。

■ 项目卖点

- （1）“相爱三部曲”第二部《月光下的交换》，延续穿越爱情主题，内容升级，打造穿越新概念！
- （2）穿越新概念——“交换穿越”——分别生活在1936年和2016年，长相相同、性格相异的两个男人，交换穿越到了对方的世界，并爱上了对方的爱情。
- （3）穿越新规则——“平行时空”反复穿越——同一时间同一地点，当一方启动穿越，另一方就会被强制性交换。因交换穿越产生的蝴蝶效应，使纠缠于过去与现在的各自的爱人、仇敌酝酿着奇妙的化学反应，经历着巨大的生活变化。
- （4）亚洲最强、金牌穿越剧导演强势加盟，继《仁显王后的男人》《九回时间旅行》后全新原创作品，倾力打造2016最浪漫唯美的奇幻爱情穿越故事。



文咏珊 (饰)
王霖
2016

相爱 贰 穿梭千年
月光下的交换

THE SECOND SECTION
SHUTTLE LOVE MILLENNIUM
BROADCASTING 2016



网络独播: 芒果TV

《不一样的美男子2》

中国首部超现实科幻题材周播剧续集

题材类型

现实软科幻、悬疑爱情剧

项目主创

艺术总监：国内情感剧教父张建栋

导演：丁仰国

演员阵容：邓伦、阚清子、秦汉、谢君豪、何润东、陈奕

故事梗概

三年前追捕中，林溪源和萧瑾都身负重伤。受伤的萧瑾找到自己的双胞胎妹妹周鑫鑫，用能量石唤醒她的生长机能，试图让妹妹作为自己的替身，躲避追捕。关诺因父亲突然失忆疯癫，毅然放弃了如日中天的赛车手生涯，一边照顾父亲，一边调查父亲忽然发病的原因。在寻找线索时，意外救助了昏迷的周鑫鑫，两人因此结缘，情感渐生。一直在寻找萧瑾下落的林溪源意外与周鑫鑫相遇，几次试探后，让林震惊的是这并不是他要找的萧瑾。随着认知的加深，他对周鑫鑫产生了别样的情感。周鑫鑫的接近，让几近痊愈的关父再次陷入疯癫。关诺在爱情和亲情面前陷入两难。当周鑫鑫排除万难终于得到关父认可后，伤愈归来的萧瑾意外出现却打破了一切平静。关诺不知道世界上同时存在两个周鑫鑫，萧瑾也被关诺的温暖感动，爱上了关诺，关诺和周鑫鑫之间的爱情面临着巨大的考验。最终，周鑫鑫用自己的方式，保全了与关诺爱情的延续。

项目卖点

- (1) 软科幻剧里的青春偶像剧：集结老中青三代超级男神，吹响花样美男天团2.0梦幻版集结号；
- (2) 偶像剧中的悬疑烧脑剧：高逼格美剧范，布下天罗地网，誓要齐集N个万万没想到；
- (3) 悬疑剧中的超级动作剧：国内外电影级特效团队强力加盟，彻底与五毛特效说byebye！
- (4) 动作剧外衣下的纯爱剧：即便生命周期只有五年，爱情的保质期也能够持续五光年。

《进击吧，闪电！》

题材类型

青春励志竞技

项目主创

导演：柯翰辰（青春偶像剧首席导演）

主演：蒋劲夫、胡宇威（台湾首席男神 花样文艺暖男）

故事梗概

冷子峰，自由拳击界的闪亮新星，遇见了出身奥运击剑世家，却没有击剑天分的赵伊虹！一开始，子峰是贪图全额补助的奖学金，伊虹也是出于家世的无奈，两人被迫加入击剑社，却在过程中，渐渐地对击剑产生兴趣，子峰成为最具潜力的国手，而伊虹也成为他的战略智囊团，两人携手准备国际比赛上为国争光！两人单纯的恋爱，最后竟意外牵扯出二十年前的恩怨？原来当年毁了子峰父亲眼睛的人，竟然就是赵伊虹的爸爸？！子峰和伊虹一夕间变成了罗密欧与朱丽叶！

眼看四年一度的奥运又要到来，韩国队亟欲夺冠，冷子峰和赵伊虹身为国家队一员，夹在国仇家恨之中，他们该怎么携手共度难关？

项目卖点

- (1) 柯翰辰导演最新青春励志巨献，推进品牌年轻化效应。
- (2) 国内第一部击剑主题电视剧，中国梦体育梦，击剑运动全民化。
- (3) 击剑运动结合绅士礼仪，属高端贵族运动，强调品牌奢华、高尚格调。

《速度》

题材类型

青春励志

项目主创

主演阵容：韩东君（实力派偶像、代表作《无心法师》等）；
方中信、林保怡（TVB戏骨、黄金配角、演技纯熟）

总监制：姚晓峰（话题剧之王，曾执导《大丈夫》《虎妈猫爸》
《假如生活欺骗了你》等金牌作品）

动作导演：迪基·比尔（世界顶级动作车技指导，
作品表：《星球大战》系列、《变形金刚》系列、
《终结者》系列、《007》系列、《夺宝奇兵》系列）。

故事梗概

生活在美国的少年路杰是赛车天才，其父杰森却一直禁止他碰车。路杰偷偷参加了一次黑市赛车，意外的被车队经理张博一眼看中，开始了自己的赛车梦想！路杰与张博携手奋斗，战胜老牌车手大卫，迅速成长为一颗新星，并以自己对赛车的激情感动了杰森，化解父子间的心结。两个男孩还同时爱上了古灵精怪的纪春晓。然而，急功近利的张博却意外害死了杰森使得兄弟反目成仇！失去一切的张博加入一支臭名昭著的车队得以重返赛场，成为路杰最强大的敌人，而路杰也做了危险性极高的心脏病手术在涅槃之后继续追逐梦想。二人在世界巡回赛中过关斩将，激烈角斗，张博似乎也在不归路上渐行渐远。但在决赛时刻，路杰和张博殊途同归并肩作战，冲破比赛中的黑幕，最终创造了一个属于他们的奇迹！

项目卖点

- （1）国内首部赛车题材的青春偶像剧；
- （2）业界顶尖动作导演倾力加盟；
- （3）全球赛车圣地实地取景，展现异国风情；
- （4）投资数亿，打造电影质感画面。

《超能学院》

题材类型

青春校园喜剧（超能力）

项目主创

《我们都爱笑》团队、芒果影视

故事梗概

尹力波是一名身兼多种异能的超能力者，他隐藏在学校内，用超能力游戏人间。某个邪恶组织对尹力波展开了抓捕。一次意外中，尹力波的超能力被打散，落到他的六个同学身上，自己身上只剩下一半的读心术。尹力波如同从神坛跌落，被迫成了一个“凡人”，他不得不展开了寻找超能力的艰辛历程。而与此同时，组织的魔爪也伸向了校园……

项目卖点

- （1）名为超能，实为成长。本剧将展现年轻人在成长中遇到的各种困惑，引起同龄人共鸣，并在解决问题的过程中弘扬青春正能量。
- （2）“半吊子”超能力的设定，是对超能题材剧的全新演绎，避免了老套的超能题材叙事模式，令人耳目一新。
- （3）“爱笑”品牌多年喜剧经验，倾情打造。将段子式的包袱和常规叙事有机融合在一起。不怕雷点和烂点，在这里统统都能变笑点。
- （4）全新的喜剧创作模式，编剧与演员通力合作。喜剧桥段当场创作现场表演，确保每一个笑点都最接地气。

《浪花一朵朵》

题材类型

热血竞技青春甜宠

项目主创

主创演职人员：观达影视继《旋风少女》后又一青春竞技巨献，演员待定。

故事梗概

云朵，《体坛周报》菜鸟记者，因溺水留下恐惧症的她，被派往采访游泳比赛，意外落入了泳道，幸而被黑马选手唐一白救起，从此二人结下不解之缘。机缘巧合之下，云朵租住到了唐一白家里，尴尬又颇有趣味的日常生活好戏，就此拉开序幕。“股神”林梓到《体坛周报》应聘成为了云朵的跟班，他认定妹妹林桑因唐一白而发生意外，在向云朵报恩的同时，誓要让唐一白永远离开赛场！唐一白为救云朵身负重伤，很可能错过比赛。云朵陪伴唐一白复健，激励他握紧必胜的信念。几经调查下，云朵和唐一白发现林梓隐秘的仇恨。林梓坚持自己的行为不过是让正义得偿，而云朵坚信唐一白的清白，对他喊出不离不弃的誓言。当年的真相究竟如何？唐一白能否重回人生巅峰？敬请关注，浪花一朵朵。

项目卖点

(1)最新奇趣味的行业题材

菜鸟记者要革命，泳坛男神要复出，手把手教你成长路上的正确姿势。

(2)最热血燃爆的追梦故事

镁光灯背后的风云诡谲，备受打击后的绝地反杀，雄起的梦想不仅走肾更走心。

(3)最撩少女心的甜宠爱情

撕漫男齐聚，桃花朵朵开，粉红泡泡一浪更比一浪高。

(4)最受期待的青春竞技IP项目

萌神酒小七代表作，晋江文学连载期间横扫各大榜单，高达1.5亿积分

(5)最专注青春的冠军团队

青春女性情感剧第一旗舰“观达影视”，继《旋风》《候鸟》之后再造青春神话。

花~采

《漂亮的李慧珍》

■ 题材类型

职场减压暖心喜剧

■ 项目主创

导演：赵晨阳（代表作《十月怀胎》《AA制生活》等）

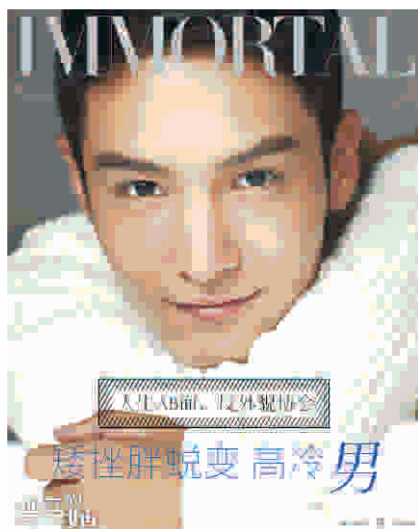
演员阵容：迪丽热巴、盛一伦、李溪芮、张彬彬、王骁

■ 故事梗概

富家千金李慧珍曾经拥有出众的美貌、优越的生活，长大后却逆变成无人关注的“龙套女”；年少时期“矮胖挫”的白皓宇长大后却蜕变成了时尚精英的“高冷男”。有一天，初恋情人白皓宇提出与李慧珍见面，慧珍为了保持初恋的美好，怂恿自己的朋友——身材完美容貌漂亮的夏乔代自己赴约。当李慧珍意外与白皓宇重逢时，这个冷漠美男子却根本认不出她，还一度恶语伤人，反而李慧珍机缘巧合结识了秀逗记者林一木……从拥有一切的“完美女孩”一落千丈成为了无人关注的“龙套女”，莽撞冲动的她开始了“守护初恋情人幻想大作战”，一场甜蜜、刺激、神秘的重寻初恋的故事也从此展开！

■ 项目卖点

- (1) 当红小花旦迪丽热巴首度扮“丑”出演；
- (2) 新晋人气小鲜肉盛一伦首度出演时装剧；
- (3) 高颜值鲜肉团，刷新“鲜偶像剧”模式；
- (4) 量身打造酷炫的时尚杂志社，展现鲜活有趣的青春职场；
- (5) 轻松时尚的暖心喜剧，不以颜值取胜的反差萌初恋故事。



IMMORTAL

迪丽热巴
饰 李慧珍

T H R E E

人生AB面 气场外貌协会

优雅公主逆袭 龙套女

漂亮地

自信
更青春

一直在 摩挲参详
一张旧地图

不为怀古
只为发现

新大陆

硬广新呈现

微电影长广告
行业集群广告
特殊创意广告



2017 解决之道



2017

Determining the
Indeterminacy

产品序列

硬广序列 / 软广序列/
跨屏序列

DETERMINING
THE INDETERMINACY
2017 解决之道

硬广序列

硬广套装产品

硬广套装销售规则

- 1、2017年湖南卫视硬广套装的销售遵循长单客户优先、先到先得的原则。
- 2、硬广套装的销售期限为2016年10月21日至2016年12月16日，在2016年12月16日前未确认购买意向并缴纳信用保证金的客户，视为放弃认购硬广套装的权利，其所购买的硬广资源均按照《湖南卫视2017年招商期广告价格表》执行。
- 3、自2017年1月1日起，所有硬广资源销售价格按照《湖南卫视2017年广告价格表》执行，且不再享受预售认购期内的相关政策。
- 4、单个硬广套装仅限单一企业旗下品牌购买。
- 5、如因特殊原因导致节目未能播出，我部原则上安排广告在同等时段播出或按照价值对等原则安排补播。
- 6、如遇产品实际播出频次与约定频次不符，则以签约价格/约定频次×实际播出频次结算。

一、周间22点档广告套装

播出安排		
广告段位	播出时间	频次
青春进行时（周播剧场）一片尾/二片头	周一至周三约22:40-23:20	1次/天
周四季播节目插播	周四约22:00-23:50	1次/天

广告价格		
投放期	频次	价格（元/15秒）
1、2月	34	1904000
3、4月	34	1904000
5、6月	36	2016000
7、8月	36	3096000
9、10月	34	1904000
11、12月	34	1904000
全年	208	11648000

说明：如需指定播出位置，正一加收40%，正二加收30%，正三加收20%，正四加收10%，正五加收5%；

二、《天天向上》插播广告套装

播出安排		
广告段位	播出时间	频次
《天天向上》插播	周五22:00-23:50	1次/天
《天天向上》周六重播插播	周六约11:30-16:00	1次/天

广告价格			
投放期	首播频次	重播频次	价格（元/15秒）
季度	13	13	260万

说明：本套播均不指定播出位置。

湖南卫视2017年招商期广告价格表

(限2016年10月21日至12月31日招商期使用)

广告时段	播出时间	5秒	10秒	15秒	
白天	7:00之前栏目插播	07:00之前	6720	11760	16800
	《偶像独播剧场一》	约08:00-09:00	8800	15400	22000
	《偶像独播剧场二》	约09:00-10:00	10000	17500	25000
	《偶像独播剧场三》	约10:00-11:00	11600	20300	29000
	《偶像独播剧场四》	周一至周五11:00-12:00	14000	24500	35000
	周间午间	周一至周五12:30-14:20	16800	29400	42000
	周间14点档	周一至周五14:20-16:10	13600	23800	34000
周间16点档	周一至周五16:10-18:00	14400	25200	36000	
深夜	零点档插播	00:00-01:00	10000	17500	25000
	1:00以后栏目插播	01:00之后	6720	11760	16800
周末 白天	快乐大本营重播插播	周日11:30-16:00	20000	35000	50000
	天天向上重播插播	周六11:30-16:00	20000	35000	50000
	周末午间季播节目重播插播	周六周日11:30-16:00	17360	30380	43400
	周末16点档季播节目重播插播	周六周日16:00-18:00	20000	35000	50000
傍晚	18点档栏目插播	18:00-18:29	11600	20300	29000
	A段	18:29	11600	20300	29000
	黄金时刻	18:59	19200	33600	48000
周间 晚间	730节目带插播	周一至周四19:30-20:00	32000	56000	80000
	《金鹰独播剧场》一片头	周一至四20:00, 周五至日19:30	43200	75600	108000
	《金鹰独播剧场》一片尾 /二片头/二片尾	周一至周四约20:50-22:00	55200	96600	138000
	青春进行时(周播剧场)一片头 /一片尾/二片头(除7、8月)	周一至周三约22:00-23:20	28000	49000	70000
	青春进行时(周播剧场)一片头 /一片尾/二片头(7、8月)		48000	84000	120000
	青春进行时(周播剧场)二片尾	周一至周三约23:50	20000	35000	50000
	周四季播节目插播	周四22:00-23:50	28000	49000	70000

广告时段		播出时间	5秒	10秒	15秒
周末 晚间	《快乐大本营》插播	周六约20:20-22:00	160000	280000	400000
	《天天向上》插播	周五约22:00-23:50	80000	140000	200000
	Q1《神奇的孩子》插播	周五约20:20-22:00	80000	140000	200000
	Q2、Q3、Q4周五黄金档季播节目插播		100000	175000	250000
	Q2《我想和你唱》插播	周六约22:00-23:50	100000	175000	250000
	Q3、Q4周六22点档季播节目插播		80000	140000	200000
	周日黄金档季播节目插播	周日约20:20-22:00	80000	140000	200000
周日22点档季播节目插播	周日约22:00-23:50	60000	105000	150000	
晚会	湖南卫视春节联欢晚会	2017小年夜黄金档	96000	168000	240000
	华人春晚	2017大年初一黄金档	80000	140000	200000
	元宵喜乐会	2017元宵节黄金档	72000	126000	180000

说明

- 1、此价格表限2016年10月21日至12月31日招商期使用。
- 2、表中所列广告播出时间为大致时间，具体播出时间以媒体最终节目编排为准。
- 3、18:00-24:00无折扣，周六周日11:00-16:00为6折，其余时段均为2.5折。
- 4、30秒广告价格按15秒×2计算。
- 5、如需指定播出位置，正一加收40%，正二、倒一加收30%，正三、倒二加收20%，正四、倒三加收10%，正五、倒四加收5%。（《金鹰独播剧场》、《快乐大本营》、《天天向上》及部分季播节目除外。）
- 6、广告长度≥15秒方可指定播出位置。标版、OS版等特殊广告形式不计入位序。
- 7、此价格表最终解释权归湖南卫视广告部所有。

自信
更青春

一直在敲敲打打 娱乐工厂 电视民工做久了 不觉间成了工匠

软广新标准

更多层级 / 更量化的回报



2017 解决之道



软广序列 季播活动

《神奇的孩子》

播出周期：2017年一季度

播出时段：周五黄金档

播出期数：12期

团队：刘蕾

代表作：《玫瑰之约》、《我们约会吧》、《好好学吧》、《妈妈是超人》

项目价值

《神奇的孩子》全国首档萌娃智趣才艺脱口秀，不竞技、无淘汰，在阖家欢乐、其乐融融的春节团圆季，欢乐围观“别人家的孩子”如何天然呆、反差萌地炫耀神技能，语不惊人死不休地噫死芒果台顶梁柱！

作为2017年稀缺节目类型，主流电视平台的创新儿童类节目是婴幼儿品牌难得的营销载体。每一位萌娃聪明、

健康、可爱的表现都将是企业品牌理念的最好代言。节目具有高受众普适性，携手品牌一齐打造寒假春节团圆季合家欢亲子时刻。萌娃们的妙语连珠与惊人才艺适合短视频二次传播，引发教育话题大探讨，赋予品牌传播力与话题讨论度。

《神奇的孩子》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	2500万
指定产品	3家	1800万
精彩呈现	1家	1000万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《神奇的孩子》独家冠名称号及《神奇的孩子》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚间12次/周	13周	白天390次 晚间156次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次	
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次	
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次	
	8	现场广告位	LOGO	1个			
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准				
	2	包装植入					
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《神奇的孩子》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《神奇的孩子》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“神奇的孩子”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“神奇的孩子”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“神奇的孩子”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“神奇的孩子”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“神奇的孩子”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“神奇的孩子”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《神奇的孩子》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《神奇的孩子》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《神奇的孩子》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“神奇的孩子”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“神奇的孩子”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“神奇的孩子”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《神奇的孩子》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	指定产品标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	LOGO、广告语	1次/期		12次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入		根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《神奇的孩子》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《神奇的孩子》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定产品标版

形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“神奇的孩子”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“神奇的孩子”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《神奇的孩子》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《神奇的孩子》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《神奇的孩子》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“神奇的孩子”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次/期	1期	1次

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“神奇的孩子”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

自信
更青春

公元2016 我露营 你奔跑

我们不讳言领先在缩小 全年俯瞰
即便小年 依然甩开追兵一条街

更何况 2017大年来了
怎不教人兴叹 望山跑死马!

风水 这边独好
CSM52城晚间
全网全天diy

DETERMINING THE FUTURE
2017 解决之道



《72层奇楼》

播出周期：2017年二季度

播出时段：周五黄金档

播出期数：12期

项目价值

南派三叔全新悬疑IP席卷而来，72层奇楼诡秘奇观！这是一档不同于以往韩式真人秀的全新悬疑风格真人秀。实景加虚拟打造视觉奇观，为观众带来极具冲击的视觉体验。六位MC受南派三叔的邀请为了寻找古籍——天公秘

术，展开了一段新奇的历险之旅。每期他们将在奇景之中通过合作、竞争和博弈寻找失落的宝物以及离开的线索，成功者将瓜分“铜币”。与机关斗，与怪兽斗，与人斗，谁能笑到最后？

《72层奇楼》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	5000万
指定产品	3家	3300万
特别赞助	3家	2000万
精彩呈现	1家	1800万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《72层奇楼》独家冠名称号及《72层奇楼》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	13周	白天390次 晚上156次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期			36次
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期			36次
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期		12期	36次
	7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	12次		
	8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期	12次		
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季			
			特别植入	12次/季			
			基础植入	12次/季			
	2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期			
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替							

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《72层奇楼》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《72层奇楼》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“72层奇楼”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“72层奇楼”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“72层奇楼”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“72层奇楼”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“72层奇楼”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名

称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“72层奇楼”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《72层奇楼》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	8次/季		
2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期			
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《72层奇楼》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《72层奇楼》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

位置：广告窗口开版前

- 4、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 5、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“72层奇楼”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

D、植入*

- 1、内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“72层奇楼”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步
- 3、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含5秒无声广告
配音：“72层奇楼”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《72层奇楼》指定产品称号					
B、频道包装	指定产品标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2	空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入		深度植入	1次/季		
			基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24次
备注：在品类不适用于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《72层奇楼》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《72层奇楼》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定产品标版

形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“72层奇楼”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“72层奇楼”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《72层奇楼》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		1条/期		12次
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《72层奇楼》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《72层奇楼》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“72层奇楼”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“72层奇楼”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《72层奇楼》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期	12条	
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《72层奇楼》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《72层奇楼》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“72层奇楼”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B		1次	1期	1次	

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“72层奇楼”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

B、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

《顶尖高手》

播出周期：2017年三季度

播出时段：周五黄金档

播出期数：12期

项目价值

《顶尖高手》携手顶尖大秀缔造者英国Fremantle潜心打造一个全球异能者厮杀炫技的舞台——瞠目结舌、特立独行、闻所未闻、酷炫耀眼，这里是绝世高手的狂欢！丰富、多元、融合、创新——血脉喷张的户外挑战、瞠目

结舌的近身绝活、全民狂欢的“星探”竞赛——掘地三尺、绝无雷同！强力刺激、引爆话题！高标准严要求重新定义人类节目标杆！

《顶尖高手》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	5000万
指定产品	3家	3300万
精彩呈现	1家	1800万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《顶尖高手》独家冠名称号及《顶尖高手》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	13周	白天390次 晚上156次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期	12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期		72次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次
	8	现场广告位	LOGO	1个		
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《顶尖高手》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《顶尖高手》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“顶尖高手”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“顶尖高手”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“顶尖高手”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“顶尖高手”下节更精彩/ 现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“顶尖高手”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“顶尖高手”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《顶尖高手》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O,S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《顶尖高手》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《顶尖高手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“顶尖高手”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O,S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“顶尖高手”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“顶尖高手”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《顶尖高手》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《顶尖高手》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《顶尖高手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定产品标版

形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“顶尖高手”指定产品***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“顶尖高手”指定产品***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

- 2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

- 3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《顶尖高手》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《顶尖高手》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《顶尖高手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“顶尖高手”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次/期	1期	1次

回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“顶尖高手”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

B、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入



《我们来了》第三季

播出周期：2017年四季度
 播出时段：周五黄金档
 播出期数：12期
 团队：陈汝涵
 代表作：2006/2008《金鹰电视艺术节》、
 2011《春节联欢晚会》、《偶像来了》、《我们来了》



项目价值

一档展现东方女性之美与中国博大文化的明星女神体验真人秀。8位风格迥异代表不同时代记忆的女神明星在2位明星队长的带领下，体验中国各地的文化之美。两季节目以不撕逼不炒作的优雅气质成就了国内“暖综艺”的新标杆，一经播出即获得了收视与口碑双丰收，节目收视率和收视份额双双第一。每期节目观众规模近8千万，是女性综艺中无可争议的收视霸主。短短两个多月视频点击

量1亿以上，微博提及量220万条以上，节目的网络影响力不可小觑。

《我们来了》传递出一切减龄、美好、走心的正能量思想。她们每一个人的身份标签，性格、仪态亦或经历都是一个品牌符号；她们所到之处、所感所言都能引起无数女性观众的情感共鸣；她们的吃、穿、住、行、用、说就能影响观众们下一刻的抉择。

《我们来了》第二季招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	5000万
指定产品（座驾/饮品）	各1家	3300万
特别赞助	3家	2000万
精彩呈现	1家	1800万
自然植入（单期）	不限	500万

独家冠名						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我们来了》独家冠名称号及《我们来了》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	13周	白天390次 晚上156次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期	72次	
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期	36次	
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期	36次	
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次
	7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季		
			特别植入	12次/季		
			基础植入	12次/季		
	2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我们来了》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《我们来了》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“我们来了”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“我们来了”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我们来了”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“我们来了”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“我们来了”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名

称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“我们来了”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我们来了》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	8次/季		
	2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
E、重播	含D、E		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我们来了》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我们来了》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“我们来了”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“我们来了”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步
- 3、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含5秒无声广告
配音：“我们来了”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

- 4、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 5、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

- 1、内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品（座驾/饮品）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我们来了》指定产品称号					
B、频道包装	指定产品标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2	空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入		深度植入	1次/季		
			基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我们来了》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我们来了》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

指定产品标版
 形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
 配音：“我们来了”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
 位置：节目广告段

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
 解说词内容：“我们来了”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
 字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
 形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
 位置：与节目解说词同步

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
 位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入
 深度植入
 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
 基础植入
 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我们来了》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		1条/期		12条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我们来了》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我们来了》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我们来了”特别赞助***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“我们来了”特别赞助***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我们来了》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我们来了》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我们来了》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我们来了”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块		内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B			1次	1期	1次

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我们来了”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

内容植入

1、特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

《我是歌手》第五季

播出周期：2017年一季度

播出时段：周六十点档

播出期数：12期录播+2期直播

团队：都艳

代表作：《跨年演唱会》、《舞动奇迹》、《快乐男声》、
《我是歌手》、《全员加速中》第一季



项目价值

国内乐坛顶级盛事，7位乐坛顶级偶像为争夺“歌王”头衔展开终极较量，用绝世天赋及无尽诚意奉上直击心灵之作。这里既是歌手们赌上名誉的竞演场，也是尽情享受音乐的游乐场。《我是歌手》第四季首播同时段双网平均份额排名所有频道第一，第四季节目的影响力持续在网络发酵，连续荣登微博疯狂综艺季、微博电视指数榜、热门话题榜第一名，微信传播力更超过96%的公众号。

经历了四季的打造，从观众培养到观众导入，从电视成长到多媒体繁殖，《我是歌手》已然成为周末大型季播活动的品牌标杆，在赢得了收视和口碑同时，还引起了社会、媒体、人群的强烈关注，其文化内涵击穿全国各年龄、文化和阶层人群，赢得了超高广谱影响力的同时，还成为高端精英人群的媒体消费入口。



《我是歌手》第五季招商资源总表		
项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	6000万
指定电视	1家	4000万
指定座驾	1家	4000万
洪老师身边一瓶水	1家	2500万
特别赞助	1家	2500万
精彩呈现	1家	2200万
自然植入（单期）	不限	500万

独家冠名						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我是歌手》独家冠名称号及《我是歌手》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	15周	白天450次 晚上180次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	14期	14次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		14次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期	14期	14次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	8次/期		112次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	4	转场	联合LOGO演绎	4次/期	14期	56次
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		14次
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		14次
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	4次/期		56次
	8	现场广告位	LOGO	1个		
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季		
			特别植入	14次/季		
			基础植入	14次/季		
2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期			
F、重播	含D、E		1次/期	14期	14次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）		3条/期		42条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我是歌手》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《我是歌手》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“我是歌手”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“我是歌手”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我是歌手”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“我是歌手”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“我是歌手”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时在固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“我是歌手”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

形式：在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段第一、二、三广告插播窗口中，各插播1条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我是歌手》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标板	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	14期	14次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		14次
	2 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		42次
	3 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		14次
	4 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		14次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	10次/季		
2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期			
E、重播	含C、D		1次/期	14期	14次
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我是歌手》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我是歌手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标板
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标板内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“我是歌手”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“我是歌手”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标板，内含5秒无声广告
配音：“我是歌手”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

- 1、内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

指定电视					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我是歌手》指定电视称号				
B、频道包装	指定电视标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	14期	14次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		14次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		14次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		14次
D、植入	内容植入	深度植入	1次/季		
		基础植入	14次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	14期	14次
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我是歌手》指定电视称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我是歌手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定电视标版

形式：频道设计统一识别的指定电视标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我是歌手”指定电视***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“我是歌手”指定电视***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、内容植入

指定座驾						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我是歌手》指定座驾称号					
B、频道包装	指定座驾标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	14期	14次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		14次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		14次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		14次
D、植入	内容植入		深度植入	1次/季		
			基础植入	14次/季		
E、重播	含C、D			1次/期	14期	14次
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我是歌手》指定座驾称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我是歌手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定座驾标版

形式：频道设计统一识别的指定座驾标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我是歌手”指定座驾***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“我是歌手”指定座驾***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、内容植入

洪老师身边一瓶水						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期	14期	14次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		14次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		14次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次/季		
			基础植入	12次/季（不含直播）		
	2	包装植入	宣布时刻字幕条	13次/季		
C、重播	含A、B			1次/期	14期	14次
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我是歌手”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

2、包装植入

宣布时刻字幕条

形式：根据节目包装在揭晓排名第一名歌手时出现提示条，内含品牌元素

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

B、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：在宣布时刻，设计摆放体现产品外观或品牌元素

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我是歌手》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	14期	14次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		14次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		14次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		14次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	14期	12次
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我是歌手》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我是歌手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我是歌手”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“我是歌手”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

- 2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

- 3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

- 1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

- 2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我是歌手》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期（不含直播）	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	14期	14次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		14次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		14次
C、重播	含B			1次/期		14次
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我是歌手》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我是歌手》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我是歌手”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B			1次	1期	1次

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我是歌手”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

内容植入

1、特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

《我想和你唱》第二季

播出周期：2017年二季度
 播出时段：周六十点档
 播出期数：12期
 团队：王琴
 代表作：《快乐女声》、《快乐男声》、
 《天声一队》、《我想和你唱》第一季、
 历届金鹰节颁奖晚会、春节联欢晚会



项目价值

《我想和你唱》首开音乐互动综艺之先河，勇夺收视11连冠佳绩，52城收视率和份额比第二名频道高出1.3倍，观众规模破5亿。节目打通互联网与电视屏障，卷入更多网络观众，视频点击量近9亿次，唱吧合唱作品153万，微博主话题阅读量32亿，微博正面评价度高达98%。

这里有最经典的KTV金曲，有最奇趣搞怪的素人，更

有嗨翻全场的万人同框大合唱。一场“涵韩的音乐爬梯”，再造全民参与的卡拉ok盛事，开启全新的电视音乐综艺时代！

节目贯通台网，为品牌架设线上线下整合桥梁。在欢乐轻松的氛围中，广告也成为节目一员，成为品牌创意表达的乐园。

《我想和你唱》第二季招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	5000万
指定饮品	1家	3300万
互动直播平台	1家	2000万
精彩呈现	1家	1800万
自然植入（单期）	不限	500万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《我想和你唱》独家冠名称号及《我想和你唱》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	13周	白天390次 晚上156次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次	
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次	
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次	
	8	现场广告位	LOGO	1个			
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准				
	2	包装植入					
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我想和你唱》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《我想和你唱》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“我想和你唱”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“我想和你唱”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我想和你唱”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“我想和你唱”下节更精彩/ 现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“我想和你唱”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“我想和你唱”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我想和你唱》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我想和你唱》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我想和你唱》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我想和你唱”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“我想和你唱”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“我想和你唱”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定饮品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我想和你唱》指定饮品称号				
B、频道包装	指定饮品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我想和你唱》指定饮品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我想和你唱》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定饮品标版

形式：频道设计统一识别的指定饮品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我想和你唱”指定饮品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“我想和你唱”指定饮品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

直播互动平台						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我想和你唱》直播互动平台称号					
B、频道包装	直播互动标版		品牌名称、广告语、LOGO	1次/期		12次
C、栏目包装	1	直播互动提示条	品牌名称、广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	直播互动解说词+直播互动提示条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、重播	含C			1次/期		12次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我想和你唱》直播互动平台称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我想和你唱》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、互动标版

形式：频道设计统一识别的互动标版，内含企业5秒无声广告企业LOGO

配音：***提醒您边看边与嗨唱达人进行互动（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目首播时段广告插播窗口

C、栏目包装

1、直播互动提示条

形式：品牌提前选定三位已达成直播协议的嗨唱达人，根据节目合理性在适当位置与嗨唱达人同时出现

直播互动提示条：嗨唱达人直播互动信息+企业LOGO

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、直播互动解说词+直播互动提示条

直播互动解说词：欢迎大家通过**直播APP与嗨唱达人进行互动，为自己喜欢的嗨唱达人点赞加油（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

直播互动提示条：嗨唱达人直播互动信息+企业LOGO

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

备注：合作形式及要求

1、节目组每期优选3名嗨唱达人推荐给品牌方，成为当期节目首播时直播视频的主播，与网友开展实时互动交流，若需要与3名嗨唱达人签约成为平台后续长期主播的，则由品牌方自行沟通并承担签约费。

2、若需要更多参与节目的嗨唱达人成为直播视频平台中的主播，节目组会尽量协助沟通，推荐有意愿参与直播的嗨唱达人，双方达成合作意愿后，若需要与嗨唱达人签订合同成为其独家主播的，由品牌方自行沟通并承担签约费。

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我想和你唱》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我想和你唱》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我想和你唱》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我想和你唱”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次/期	1期	1次

■ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我想和你唱”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

新《百变大咖秀》

播出周期：2017年三季度

播出时段：周六十点档

播出期数：12期

团队：许可

代表作：《跨年演唱会》、《舞动奇迹》、《挑战麦克风》、
《快乐男声》、《百变大咖秀》、《全员加速中》



项目价值

让观众念念不忘的经典综艺《百变大咖秀》时隔三年重装回归，原版制作团队、更大咖司加盟、紧张赛制升级，为观众悉心奉上一场绝无雷同的爆笑狂欢饕餮！每期两位大咖明星亲率“模王小分队”，精心布局、排兵布阵展开一场场爆笑不断的“田忌赛马”，湖南卫视的极致搞

笑大事件，全国观众的夏日清凉大福利！

节目深耕年轻人群，新奇善变的节目创意，将为品牌带来活力、快乐的基因，观众在享受湖南卫视精心制作的节目的同时，也能感受到企业为消费者带来美好生活的品牌诉求。

新《百变大咖秀》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	4000万
指定产品	3家	2600万
精彩呈现	1家	1500万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《百变大咖秀》独家冠名称号及《百变大咖秀》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	13周	白天390次 晚上156次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次	
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次	
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次	
	8	现场广告位	LOGO	1个			
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准				
	2	包装植入					
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《百变大咖秀》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《百变大咖秀》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“百变大咖秀”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“百变大咖秀”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“百变大咖秀”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“百变大咖秀”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“百变大咖秀”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“百变大咖秀”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《百变大咖秀》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《百变大咖秀》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《百变大咖秀》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“百变大咖秀”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“百变大咖秀”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“百变大咖秀”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《百变大咖秀》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《百变大咖秀》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《百变大咖秀》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定产品标版
形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“百变大咖秀”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：节目广告段

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“百变大咖秀”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《百变大咖秀》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期	12条	
备注：不含植入						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《百变大咖秀》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《百变大咖秀》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

- 1、精彩呈现
频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）
- 3、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

- 解说词内容：感谢***对“百变大咖秀”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次/期	1期	1次

回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“百变大咖秀”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入



《魅力之王》

播出周期：2017年四季度

播出时段：周六十点档

播出期数：12期

项目价值

《魅力之王》打破陈旧的传统竞秀单一比拼规则，将歌技、舞种、挑战混搭，每位明星通过初步展示获得的魅力值依次挑选自己最拿手的歌曲种类、舞蹈类型和杂技挑战，将其精心融汇，混搭出一场量身定做的个人表演。条件组合+混搭表演，湖南卫视强势界定明年最夯的竞秀概念！

节目华丽的舞台、前卫的科技、精妙绝伦的表演将帮助客户提升品牌质感，塑造高端形象。强大的明星阵容，带来网络话题热度和关注度，为品牌抢占市场宣传造势。

《魅力之王》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	3000万
指定产品	3家	2000万
精彩呈现	1家	1200万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《魅力之王》独家冠名称号及《魅力之王》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	13周	白天390次 晚上156次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次	
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次	
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次	
		8	现场广告位	LOGO	1个		
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准				
	2	包装植入					
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《魅力之王》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《魅力之王》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“魅力之王”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“魅力之王”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“魅力之王”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“魅力之王”下节更精彩/ 现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“魅力之王”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“魅力之王”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《魅力之王》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《魅力之王》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《魅力之王》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“魅力之王”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“魅力之王”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“魅力之王”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《魅力之王》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《魅力之王》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《魅力之王》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

指定产品标版

形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“魅力之王”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

D、植入*

内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“魅力之王”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《魅力之王》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期	12条	
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《魅力之王》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《魅力之王》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“魅力之王”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次/期	1期	1次

■ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“魅力之王”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入



《向往的生活》

播出周期：2017年一季度

播出时段：周日黄金档

播出期数：12期

项目价值

倘有一方良田，远离城市喧嚣，推门即见群山，怡然不可名状——这，就是我们向往的生活……

节目邀三位名人远离熟悉的繁忙都市，以一厨二仆的身份前往未知的乡野之地，在十亩空地中亲历憧憬中的“桃源胜地”——抛却琐事烦恼，回归生活本真，见证一草一物的生长，体会日出而作日落而栖的淡然，让平淡成为洗涤心灵的良药，用草木花香治愈钢筋水泥中麻木的灵

魂，用粗茶淡饭还原生活原本最幸福的模样。

以感同身受的视角、直击内心的温暖一网打尽城市精英人群，以都市忙碌一族心灵驿站的态度强势引领市场空白。迎着夕阳围炉而坐，把酒言欢，畅述心中所想，感念自然恩赐。节目纯粹自然的调性气质，将为客户树立真善美的品牌形象，为客户品牌打造自然、真实、阳光的品牌气质。

《向往的生活》节目招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	4000万
指定产品	3家	2600万
特别赞助	3家	1700万
精彩呈现	1家	1500万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《向往的生活》独家冠名称号及《向往的生活》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天15次/周 晚上7次/周	13周	白天195次 晚上91次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期	36次		
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期	36次		
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次	
	7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次	
	8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季			
			特别植入	12次/季			
			基础植入	12次/季			
	2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期			
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告			3条/期		36条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替							

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《向往的生活》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《向往的生活》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“向往的生活”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“向往的生活”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“向往的生活”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“向往的生活”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“向往的生活”

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名

称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“向往的生活”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位置）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《向往的生活》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标板	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	8次/季		
	2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《向往的生活》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《向往的生活》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

位置：广告窗口开版前

4、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

5、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

官方合作伙伴标板

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标板内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“向往的生活”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

D、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“向往的生活”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

2、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

3、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标板，内含5秒无声广告

配音：“向往的生活”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《向往的生活》指定产品名称					
B、频道包装	指定产品标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2	空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入		深度植入	1次/季		
			基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告			2条/期		24条
备注：在品类不适用于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《向往的生活》指定产品名称
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《向往的生活》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

- 形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
 位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 4、片尾鸣谢
- 形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

- 指定产品标版
 形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
 配音：“向往的生活”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
 位置：节目广告段

D、植入*

- 内容植入
 深度植入
 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
 基础植入
 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
 解说词内容：“向往的生活”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
 字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
 形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
 位置：与节目解说词同步
- 3、片尾压屏

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《向往的生活》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告		1条/期		12条
备注：在品类不适用于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《向往的生活》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《向往的生活》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“向往的生活”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“向往的生活”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《向往的生活》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告			1条/期		12条
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《向往的生活》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《向往的生活》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“向往的生活”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B			1次	1期	1次

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“向往的生活”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

《最炫中国风》

播出周期：2017年二季度

播出时段：周日黄金档

播出期数：12期

项目价值

最善制造娱乐盛事的湖南卫视，利用沉淀多年的娱乐功力全力加持，2017定让中国顶级传统文化璀璨再现！

《最炫中国风》是一档致敬中国传统文化精品的顶级剧场大秀，大咖巨星化身“北斗七星斗士”，在学习和模仿民间技能的同时融入自身对于时尚与前卫概念的理解，在传统与潮流的碰撞中激发最强艺能核聚变！此外还利用科技舞美、全息影像等高科技为传统艺术做嫁衣，展现传统与现代的新融合。

顶级传统文化大秀或将成为一下顶级热点IP，彰显合作客户的品牌格调与文化内涵。让企业元素在节目内巧妙展现，以优质的广告回报提升营销价值，实现艺术与商业的完美结合，打造强有力的品牌传播。全新的舞美技术与视觉科技，为客户的品牌露出创造更多新奇空间，打造精妙的呈现效果。

《最炫中国风》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	3000万
指定产品	3家	2000万
精彩呈现	1家	1200万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《最炫中国风》独家冠名称号及《最炫中国风》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天15次/周 晚上7次/周	13周	白天195次 晚上91次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次	
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次	
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次	
		8	现场广告位	LOGO	1个		
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准				
	2	包装植入					
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《最炫中国风》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《最炫中国风》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“最炫中国风”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“最炫中国风”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“最炫中国风”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“最炫中国风”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“最炫中国风”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“最炫中国风”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《最炫中国风》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《最炫中国风》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《最炫中国风》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“最炫中国风”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“最炫中国风”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“最炫中国风”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性合理设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《最炫中国风》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《最炫中国风》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《最炫中国风》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

- 3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

指定产品标版

形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“最炫中国风”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

D、植入*

内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“最炫中国风”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

- 2、片尾压屏

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《最炫中国风》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《最炫中国风》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《最炫中国风》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“最炫中国风”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次	1期	1次

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“最炫中国风”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

B、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌元素、产品外观、产品功能或品牌理念的植入



《真正男子汉》

播出周期：2017年三季度
 播出时段：周日黄金档
 播出期数：12期
 团队：梁书源
 代表作：《变形计》、《真正男子汉》



项目价值

《真正男子汉》传递军营可贵品质，重塑当代英雄形象，用写实娱乐手法，在大众心中种下英雄梦。节目首次揭开军营的神秘面纱，展现中国现代军事力量和军人的气概担当。第一季播出后便以积极的能量俘获万千观众，成为国防征兵的最佳代言片，获得赞誉无数。第二季空军篇热血创新，加入女明星从军的新鲜元素，加速节目化学反应。

《真正男子汉》是唯一一档官方背景的明星军营体验真人秀。节目致力于国防教育的主旨，获得了中央军委及国防部的高度重视和赞扬。因此，品牌与节目的合作不止是简单的广告，还是对国防事业的支持。部队的神圣和责任感是最强大的背书。同时，在商业环境几乎为零的军营中，品牌的露出将获得成倍的聚焦。



《真正男子汉》招商资源总表		
项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	3000万
指定用水	1家	2000万
精彩呈现	1家	1200万
自然植入(单期)	不限	300万

独家冠名					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《真正男子汉》独家冠名称号及《真正男子汉》联合LOGO使用权				
B、频道宣传	栏目宣传片	5秒无声广告、广告语、LOGO	白天15次/周 晚上7次/周	13周	白天195次 晚上91次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、配音	1次/期	12次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期	72次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%	
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	36次
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	12次
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期	12次
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期	36次
	8	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期	36次
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准		
	2	包装植入			
F、重播	含D、E		1次/期	12期	12次
G、硬广配置	15秒企业广告		3条/期		36条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《真正男子汉》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《真正男子汉》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“真正男子汉”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“真正男子汉”（只含企业品牌名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“真正男子汉”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“真正男子汉”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“真正男子汉”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“真正男子汉”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《真正男子汉》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	5	空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告			2条/期		24条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《真正男子汉》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《真正男子汉》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“真正男子汉”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告
配音：“真正男子汉”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前
- 2、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 3、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO
- 4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“真正男子汉”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

- 5、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步

D、植入*

- 1、内容植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性合理设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定用水					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《真正男子汉》指定用水称号				
B、频道包装	指定用水标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告		1条/期		12条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《真正男子汉》指定用水称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《真正男子汉》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定用水标版

形式：频道设计统一识别的指定用水标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“真正男子汉”指定用水***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“真正男子汉”指定用水***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

D、植入*

内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《真正男子汉》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告			1条/期		12条
备注：不含植入						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《真正男子汉》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《真正男子汉》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“真正男子汉”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次	1期	1次

回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“真正男子汉”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入



《名著探险队》

播出周期：2017年四季度

播出时段：周日黄金档

播出期数：12期

项目价值

《名著探险队》以“穿越名著”为核心，集“读书”、“名著”、“穿越”、“真人秀”四大热门元素于一身。各色明星穿越回名著中，以不同身份行走在名著所描绘的情节之中，体验历史的衣食住行、风俗礼仪、历史风云、文化传统……在与古之碰撞之中，品古代文学之精华，见古圣先贤之智慧。

节目中，各色明星将穿越回到名著中的年代，行走于

名著故事中体验古代的衣食住行风俗礼仪，见证名著中的场景，并帮助书中主角完成一系列任务，改写名著结局。

节目大胆创新，客户古装植入新玩法：场景植入深入人心，节目中可根据不同朝代搭建独具品牌特色的场景，结合剧情内容植入制造广告惊喜。植入巧打“文化牌”，为客户品牌加持文化底蕴。

《名著探险队》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	3000万
指定产品	3家	2000万
特别赞助	3家	1300万
精彩呈现	1家	1200万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《名著探险队》独家冠名称号及《名著探险队》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天15次/周 晚上7次/周	13周	白天195次 晚上91次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期			36次
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期			36次
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期		12期	36次
	7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	12次		
	8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期	12次		
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季			
			特别植入	12次/季			
			基础植入	12次/季			
	2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期			
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告			3条/期		36条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替							

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《名著探险队》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《名著探险队》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“名著探险队”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“名著探险队”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“名著探险队”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“名著探险队”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“名著探险队”

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名

称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“名著探险队”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《名著探险队》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2	空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	深度植入	2次/季		
			特别植入	4次/季		
			基础植入	8次/季		
	2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《名著探险队》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《名著探险队》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“名著探险队”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“名著探险队”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步
- 3、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含5秒无声广告
配音：“名著探险队”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前

4、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

5、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

- 1、内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《名著探险队》指定产品称号					
B、频道包装	指定产品标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2	空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入		深度植入	1次/季		
			基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告			2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《名著探险队》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《名著探险队》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

指定产品标版

形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“名著探险队”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“名著探险队”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

- 2、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

- 3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

- 4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《名著探险队》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告		1条/期		12条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《名著探险队》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《名著探险队》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“名著探险队”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“名著探险队”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《名著探险队》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告			1条/期	12条	
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《名著探险队》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《名著探险队》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“名著探险队”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B		1次	1期	1次	

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“名著探险队”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

《我会爱上你》

播出周期：2017年一季度

播出时段：周日十点档

播出期数：12期

项目价值

当菜鸟铲屎官们碰上精力无穷的可爱萌宠，当综艺感爆棚的宠物教官遇上一脸蒙圈的宠物小白，看《我会爱上你》如何演绎笑泪交织的人宠版“生活大爆炸”。主角从

野生动物切换到身边萌宠，亲密感、认同感加倍，通过人宠亲密相处网罗双网主流受众，缔造国内第一档宠物爱心题材节目。

《我会爱上你》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	2000万
指定产品	3家	1300万
特别赞助	3家	900万
精彩呈现	1家	800万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《我会爱上你》独家冠名称号及《我会爱上你》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天12次/周 晚上6次/周	13周	白天156次 晚上78次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期			36次
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期			36次
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期		12期	36次
7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	12次			
8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期	12次			
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季			
			特别植入	12次/季			
			基础植入	12次/季			
2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期				
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替							

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我会爱上你》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《我会爱上你》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“我会爱上你”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“我会爱上你”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我会爱上你”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“我会爱上你”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“我会爱上你”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“我会爱上你”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我会爱上你》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	8次/季		
	2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我会爱上你》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我会爱上你》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“我会爱上你”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“我会爱上你”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步
- 3、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含5秒无声广告
配音：“我会爱上你”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前

4、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

5、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

- 1、内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我会爱上你》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	深度植入	1次/季		
		基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我会爱上你》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我会爱上你》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

3、片尾压屏

- 形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- ### 4、片尾鸣谢
- 形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

- 指定产品标版
形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“我会爱上你”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：节目广告段

D、植入*

- 内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
基础植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“我会爱上你”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

- 含栏目包装、植入

F、硬广配置

- 在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我会爱上你》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		1条/期		12条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我会爱上你》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我会爱上你》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“我会爱上你”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“我会爱上你”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我会爱上你》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《我会爱上你》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《我会爱上你》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我会爱上你”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B		1次	1期	1次	

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“我会爱上你”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用

或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

《花儿与少年》第三季

播出周期：2017年二季度

播出时段：周日十点档

播出期数：12期



■ 项目价值

新的一季《花儿与少年》将主打大团圆与心愿实现的主题，邀第一季嘉宾重聚，重温友情，再续梦想。嘉宾们将去往崭新之地，共同帮助团队的每人圆一个未了之梦，有爱和梦想相伴，让旅途更加欢畅！

明星户外真人旅行体验节目《花儿与少年》主体收视人群社会层次高，且女性居多，使企业营销针对性和

精准度更强；高端的异国之旅，帮助提升品牌时尚感与品质感。而明星之间自带的话题性，将带给企业更高的话题传播度与粉丝转化率，为企业提供理念结合的营销新契机。

《花儿与少年》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	2500万
指定产品	3家	1600万
特别赞助	3家	1100万
精彩呈现	1家	1000万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《花儿与少年》独家冠名称号及《花儿与少年》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天12次/周 晚上6次/周	13周	白天156次 晚上78次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次	
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期		36次	
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期		12期	36次
7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	12次			
8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期	12次			
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季			
			特别植入	12次/季			
			基础植入	12次/季			
2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期				
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替							



■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《花儿与少年》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《花儿与少年》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“花儿与少年”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“花儿与少年”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“花儿与少年”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“花儿与少年”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“花儿与少年”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计

展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“花儿与少年”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《花儿与少年》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	8次/季		
	2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

□ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《花儿与少年》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《花儿与少年》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

位置：广告窗口开版前

- 4、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 5、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“花儿与少年”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

D、植入*

- 1、内容植入
 - 深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
 - 特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
 - 基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“花儿与少年”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步
- 3、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含5秒无声广告
配音：“花儿与少年”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌形象，总字数不超过10个字）

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《花儿与少年》指定产品名称				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	深度植入	1次/季		
		基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《花儿与少年》指定产品名称
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《花儿与少年》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

3、片尾压屏

- 形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
- 位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- ### 4、片尾鸣谢
- 形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

- 指定产品标版
- 形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
- 配音：“花儿与少年”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 位置：节目广告段

D、植入*

- 内容植入
- 深度植入
- 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
- 基础植入
- 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
- 解说词内容：“花儿与少年”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
- 形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
- 位置：与节目解说词同步

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

- 含栏目包装、植入

F、硬广配置

- 在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《花儿与少年》特别赞助称号					
B、频道包装	特别赞助标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	特别植入	2次/季		
	2	包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《花儿与少年》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《花儿与少年》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“花儿与少年”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“花儿与少年”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《花儿与少年》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《花儿与少年》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《花儿与少年》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“花儿与少年”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B		1次	1期	1次	

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“花儿与少年”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

B、植入*

1、内容植入

特别植入

《演员的诞生》

播出周期：2017年三季度

播出时段：周日十点档

播出期数：12期

项目价值

三位一线影星带领三十位追梦人进入大型电影摄制现场，他们在其中接受培训和挑战，将穿越到各种不同的情境完成一个个演绎任务。每期不同的时代场景，新奇的视觉体验，互投机制的残酷与压迫，激发人性冲突。

乌尔善新片《封神演义》成为节目选拔出口，具有巨大诱惑力。

《演员的诞生》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	2500万
指定产品	3家	1600万
特别赞助	3家	1100万
精彩呈现	1家	1000万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《演员的诞生》独家冠名称号及《演员的诞生》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天12次/周 晚上6次/周	13周	白天156次 晚上78次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期			36次
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期			36次
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期		12期	36次
7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	12次			
	8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季			
			特别植入	12次/季			
			基础植入	12次/季			
2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期				
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替							

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《演员的诞生》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《演员的诞生》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“演员的诞生”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“演员的诞生”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“演员的诞生”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“演员的诞生”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“演员的诞生”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计

展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“演员的诞生”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《演员的诞生》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	8次/季		
	2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《演员的诞生》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《演员的诞生》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

位置：广告窗口开版前

- 4、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 5、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“演员的诞生”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

D、植入*

- 1、内容植入
 - 深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
 - 特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
 - 基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“演员的诞生”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步
- 3、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含5秒无声广告
配音：“演员的诞生”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《演员的诞生》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	深度植入	1次/季		
		基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《演员的诞生》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《演员的诞生》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

3、片尾压屏

- 形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

- 形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

- 指定产品标版
形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“演员的诞生”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：节目广告段

D、植入*

- 内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
基础植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“演员的诞生”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

- 含栏目包装、植入

F、硬广配置

- 在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《演员的诞生》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		1条/期		12条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《演员的诞生》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《演员的诞生》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“演员的诞生”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“演员的诞生”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《演员的诞生》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《演员的诞生》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《演员的诞生》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“演员的诞生”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B		1次	1期	1次	

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“演员的诞生”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用

或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

《甲方乙方》

播出周期：2017年四季度

播出时段：周日十点档

播出期数：12期

项目价值

喜剧电影大师冯小刚携手国民喜剧第一编剧束焕跨界首秀——强强联合再造喜剧综艺新品类。节目以电影《甲方乙方》为契机，邀请顶级明星加盟，他们以自由职业者的身份依托电影剧情突发奇想，开创“情感创口贴”业务，承诺帮人们修复各种情感创伤。并运用几十种情感疗法，帮助委托人修复情感创伤。喜剧节目的风

向标与电影大师冯小刚两大砝码为品牌合作加持。情感类话题具备网络传播的话题优势，品牌借助社会影响力扩大传播范围。节目中多方位的生活场景，建构情景式的营销模式，因景而异的巧妙植入，让广告植入无违和感，让品牌入戏且入心，达到“润物细无声”的广告效果。

《甲方乙方》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴	3家	4000万
指定产品	3家	2600万
特别赞助	3家	1700万
精彩呈现	1家	1500万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《甲方乙方》独家冠名称号及《甲方乙方》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天12次/周 晚上6次/周	13周	白天156次 晚上78次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期			36次
	4	空镜	产品外观或品牌元素	3次/期			36次
	5	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	6	转场	联合LOGO演绎	3次/期		12期	36次
7	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	12次			
	8	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
E、植入	1	内容植入	深度植入	4次/季			
			特别植入	12次/季			
			基础植入	12次/季			
2	包装植入	特殊包装	不少于1次/期				
F、重播	含D、E			1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		36条	
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替							

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《甲方乙方》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《甲方乙方》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“甲方乙方”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“甲方乙方”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“甲方乙方”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“甲方乙方”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“甲方乙方”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计

展示片段

位置：与节目解说词同步

5、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO形式（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“甲方乙方”时长的30%左右

6、转场

形式：联合LOGO演绎

7、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

8、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

深度植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

基础植入

形式：根据节目内容及录制环境及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《甲方乙方》官方合作伙伴称号				
B、频道包装	官方合作伙伴标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	4 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	深度植入	2次/季		
		特别植入	4次/季		
		基础植入	8次/季		
	2 包装植入	特殊包装	不少于1次/期		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《甲方乙方》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《甲方乙方》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

位置：广告窗口开版前

- 4、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 5、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“甲方乙方”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

D、植入*

- 1、内容植入
深度植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
特别植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入
基础植入
形式：根据节目录制环境，设计体现品牌外观或品牌元素
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“甲方乙方”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
位置：与节目解说词同步
- 3、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含5秒无声广告
配音：“甲方乙方”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《甲方乙方》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
	3 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入	深度植入	1次/季		
		基础植入	12次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		24条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《甲方乙方》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《甲方乙方》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

3、片尾压屏

- 形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
- 位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- ### 4、片尾鸣谢
- 形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、频道包装

- 指定产品标版
- 形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
- 配音：“甲方乙方”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 位置：节目广告段

D、植入*

- 内容植入
- 深度植入
- 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌理念，并兼顾产品特殊卖点或使用的植入
- 基础植入
- 形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现品牌外观或品牌元素

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
- 解说词内容：“甲方乙方”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、空镜
- 形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段
- 位置：与节目解说词同步

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

- 含栏目包装、植入

F、硬广配置

- 在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

特别赞助					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《甲方乙方》特别赞助称号				
B、频道包装	特别赞助标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4 空镜	产品外观或品牌元素	1次/期		12次
D、植入	1 内容植入	特别植入	2次/季		
	2 包装植入	特殊包装	2次/季		
E、重播	含C、D		1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		1条/期		12条
备注：在品类不适于内容植入的特殊情况下，以同等体量的包装植入代替					

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《甲方乙方》特别赞助称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《甲方乙方》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、空镜

形式：结合节目场景，以产品外观或品牌元素为镜头主体设计展示片段

位置：与节目解说词同步

B、频道包装

特别赞助标版

形式：频道设计统一识别的特别赞助标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“甲方乙方”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

D、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

C、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“甲方乙方”特别赞助***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《甲方乙方》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《甲方乙方》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《甲方乙方》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“甲方乙方”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	特别植入	1次		
	2	包装植入	特殊包装	1次		
C、重播	含A、B		1次	1期	1次	

▣ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“甲方乙方”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

特别植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性，设计体现产品使用

或功能信息的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

婚恋类创新节目（以《单身战争》为例）

播出周期：2017年一季度（《单身战争》）

播出时段：周四十点档

播出期数：12期

项目价值

爱情的世界里 我只相信优胜劣汰！

《单身战争》男女嘉宾各50人经过六轮游戏互动和投票淘汰，寻找心仪的TA。一见钟情的体验、紧张刺激的游戏、残酷无情的淘汰，那些恋爱中的酸甜苦辣、坎坷甜蜜通过游戏竞争、生存淘汰与最终结对——呈现。

一档将生存、游戏和相亲相结合的全新棚内真人秀节目。看100名男男女女如何为了寻得真爱奋力拼搏，爱情中的竞争一览无余，是拼尽全力还是黯然退出——全新手法打造另类恋爱游戏秀！

《单身战争》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	4000万
官方合作伙伴	3家	1200万
指定产品	3家	800万
精彩呈现	1家	500万
自然植入（单期）	不限	300万

独家冠名						
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《单身战争》独家冠名称号及《单身战争》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片	5秒无声广告、广告语、LOGO	白天10次/周 晚上5次/周	13周	白天130次 晚上65次	
C、频道包装	1 欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次	
	2 冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		12次	
D、栏目包装	1 冠名片头	LOGO	1次/期		12期	12次
	2 开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			72次
	3 角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	4 转场	联合LOGO演绎	3次/期	12期	36次	
	5 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次	
	6 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次	
	7 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		36次	
8 现场广告位	LOGO	1个				
E、植入	1 内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准				
	2 包装植入					
F、重播	含D、E		1次/期	12期	12次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）		3条/期		36条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《单身战争》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《单身战争》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“单身战争”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“单身战争”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“单身战争”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“单身战争”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“单身战争”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“单身战争”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《单身战争》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O,S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《单身战争》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《单身战争》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“单身战争”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、O,S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告
配音：“单身战争”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前
- 2、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 3、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO
- 4、节目解说词+字幕条
解说词内容：“单身战争”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

- 1、内容植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入
- 2、包装植入
形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《单身战争》指定产品称号					
B、频道包装	指定产品标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
D、植入	内容植入		根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		24条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《单身战争》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《单身战争》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定产品标版

形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“单身战争”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目广告段

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条

解说词内容：“单身战争”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

- 2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

- 3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《单身战争》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条
备注：不含植入						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《单身战争》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《单身战争》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“单身战争”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次	1期	1次

■ 回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“单身战争”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

B、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

2017
Determining the
Indeterminacy

对决

每周日晚十九点三十五湖南卫视
汉语桥

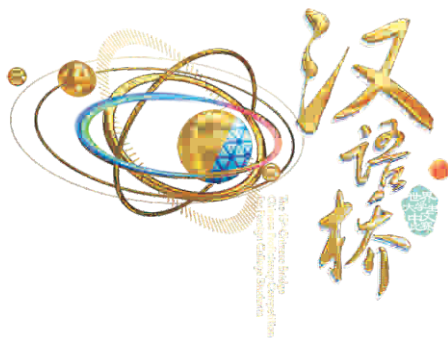


《汉语桥》

播出周期：2017年三季度

播出时段：周四十点档

播出期数：5期



项目价值

“汉语桥”世界大学生中文比赛是国家汉办主办的国际汉语赛事，本身严肃的汉语学习跟湖南卫视独一无二的娱乐综艺感碰撞，形成了湖南卫视“汉语桥”这个舞台，不仅在网络上掀起一个个话题，而且大大宣传了汉语，提高了外国人学习汉语的热情，向“全世界都在

说中国话”的目标靠近。“汉语桥”世界大学生中文比赛已成为各国大学生学习汉语、了解中国的重要平台，在中国与世界各国青年中间架起了一座沟通心灵的桥梁。

《汉语桥》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	1200万
官方合作伙伴	3家	380万
指定产品	3家	260万
精彩呈现	1家	150万
自然植入（单期）	不限	洽谈

独家冠名							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《汉语桥》独家冠名称号及《汉语桥》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天10次/周 晚上5次/周	6周	白天60次 晚间30次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	5期	5次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		5次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		5期	5次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期			30次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长的30%			
	4	转场	联合LOGO演绎	3次/期	5期	15次	
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		5次	
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		5次	
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期		15次	
	8	现场广告位	LOGO	1个			
E、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准				
	2	包装植入					
F、重播	含D、E			1次/期	5期	5次	
G、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		15条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《汉语桥》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《汉语桥》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“汉语桥”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“汉语桥”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“汉语桥”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“汉语桥”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“汉语桥”时长的30%左右

4、转场

形式：联合LOGO演绎

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“汉语桥”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

F、重播

含栏目包装、植入

G、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《汉语桥》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	5期	5次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		15次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		5次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		5次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		5次
D、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
E、重播	含C、D			1次/期	5期	5次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		10条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《汉语桥》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《汉语桥》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“汉语桥”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“汉语桥”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“汉语桥”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字、挂角等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

指定产品					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《汉语桥》指定产品称号				
B、频道包装	指定产品标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	5期	5次
C、栏目包装	1 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		5次
	3 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		5次
	4 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		5次
D、植入	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
E、重播	含C、D		1次/期	5期	5次
F、硬广配置	15秒企业广告（无位序）		2条/期		10条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《汉语桥》指定产品称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《汉语桥》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

指定产品标版
形式：频道设计统一识别的指定产品标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“汉语桥”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：节目广告段

C、栏目包装

- 1、节目解说词+字幕条
解说词内容：“汉语桥”指定产品***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 3、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

D、植入*

内容植入
形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

E、重播

含栏目包装、植入

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

精彩呈现						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《汉语桥》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	精彩呈现	广告语、LOGO	3次/期	5期	15次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		5次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		5次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		5次
C、重播	含B			1次/期		5次
D、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期	5条	
备注：不含植入						

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《汉语桥》精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《汉语桥》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、栏目包装

1、精彩呈现

频道统一的精彩看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按照签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“汉语桥”的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

自然植入（单期）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次	1期	1次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次		1次
B、植入	1	内容植入	根据节目录制环境的合理性自然植入产品实物曝光， 具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准			
	2	包装植入				
C、重播	含A、B			1次	1期	1次

回报描述

A、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：感谢***对“汉语桥”节目的大力支持（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

2、包装植入

形式：根据节目内容需要设计含品牌元素的特殊包装，包含但不限于花字等

*备注：具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具为准

C、重播

含栏目包装、植入

B、植入*

1、内容植入

形式：根据节目内容及录制环境的合理性设计体现品牌元素或产品外观或产品功能或品牌理念的植入



软广序列 常规栏目

《快乐大本营》

招商周期：季度
 播出时段：每周六晚黄金档
 播出周期：全年
 团队：罗昕



项目价值

综艺之王，无可撼动。19年缔造的综艺神话，数年累积推及观众规模已达上百亿！2016年，双网同时段高居收视冠军宝座，是全国上星频道中收视率最高稳的王牌节目。在市场上只有《快乐大本营》每期平均观众规模高达9000万，收视面对奥运冲击波也毫不逊色，更频频登上热

门话题。《快乐大本营》可以帮助品牌进一步挖掘潜在年轻消费市场，防止品牌老化。短平快的广告植入能在碎片化营销的环境中做出“以小博大”的效果，满足新品牌对用户转化的需求。

《快乐大本营》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
首席合作伙伴	1家	4000万/季
合作伙伴	2家	2500万/季

独家冠名（以第一季度为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《快乐大本营》独家冠名称号及《快乐大本营》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天14次/周 晚上12次/周	12周	白天168次 晚上144次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	12期	12次
	2	冠名标版 +15秒硬广	5秒无声广告、广告语、LOGO 15秒企业广告	1次/期		12次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		12次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	8次/期		96次
	3	转场	联合LOGO演绎	4次/期		48次
	4	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	5	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	6	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	4次/期	12期	48次
	8	现场广告位	LOGO	1个		
E、重播	含D			1次/期	12期	12次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			2条/期		24条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《快乐大本营》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《快乐大本营》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“快乐大本营”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1.欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“快乐大本营”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“快乐大本营”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“快乐大本营”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、转场

形式：联合LOGO演绎

4、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

5、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

6、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“快乐大本营”时长的30%

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“快乐大本营”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、重播

含栏目包装

F、硬广配置

在节目首播时段第一、三广告插播窗口中，各插播1条15秒企业硬广（正一位序）

首席合作伙伴（以第一季度为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《快乐大本营》首席合作伙伴称号					
B、频道包装	合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	栏目看点	LOGO、广告语	4次/期		48次
	2	O.S标版	5秒无声广告、广告语	4次/期		48次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	5	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、重播	含C			1次/期		12次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期	12条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《快乐大本营》首席合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《快乐大本营》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、频道包装

首席合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的首席合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“快乐大本营”首席合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、栏目看点
频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目首席合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告
配音：“快乐大本营”首席合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：栏目看点前
- 3、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

5、节目解说词+字幕条

解说词内容：“快乐大本营”首席合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中，插播1条15秒企业硬广（无位序）

合作伙伴（以第一季度为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《快乐大本营》合作伙伴称号					
B、频道包装	合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	12期	12次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	4次/期		48次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		12次
D、重播	含C			1次/期		12次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		12条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《快乐大本营》合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《快乐大本营》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、频道包装

合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“快乐大本营”合作伙伴***、***（含有企业广告语和品牌名称，每家企业总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“快乐大本营”合作伙伴***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“快乐大本营”合作伙伴***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中，插播1条15秒企业硬广（无位序）



《天天向上》

招商周期：季度
播出时段：每周五晚十点档
播出周期：全年
团队：沈欣



项目价值

《天天向上》为精英人群打造的大型文化礼仪公益脱口秀节目，从传统文化中汲取养分，将世界精粹展现于荧屏，深受高职人群及青少年青睐。自2008年开播收视率就居高不下，2016年持续创新，推出的“美食季”、“音乐季”等主题内容，引爆了社交舆论话题。

在领军人物汪涵的带领下，创造了极具吸引力的强大主持男团，每场都能打动一个观众群，每一句都能创造一个营销经典。通过脱口秀、外拍等形式设计贴合产品消费场景的广告内容，渗入目标人群做深度品牌传播，制造品牌回响。

《天天向上》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
首席合作伙伴	1家	2000万/季
合作伙伴	2家	1500万/季

独家冠名（以第一季度为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《天天向上》独家冠名称号及《天天向上》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天14次/周 晚上12次/周	13周	白天182次 晚上156次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	13期	13次
	2	冠名标版 +15秒硬广	5秒无声广告、广告语、LOGO 15秒企业广告	1次/期		13次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		13次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	8次/期		104次
	3	转场	联合LOGO演绎	4次/期		52次
	4	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		13次
	5	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		13次
	6	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	4次/期	13期	52次
	8	现场广告位	LOGO	1个		
E、重播	含D			1次/期	13期	13次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			2条/期		26条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《天天向上》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《天天向上》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“天天向上”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1.欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“天天向上”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“天天向上”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“天天向上”下节更精彩/ 现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段播出前后

3、转场

形式：联合LOGO演绎

4、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾正一

5、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

6、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“天天向上”时长的30%左右

7、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“天天向上”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

8、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、重播

含栏目包装

F、硬广配置

在节目首播时段第一、三广告插播窗口中，各插播1条15秒企业硬广（正一位序）

首席合作伙伴（以第一季度为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《天天向上》首席合作伙伴称号					
B、频道包装	首席合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	13期	13次
C、栏目包装	1	栏目看点	LOGO、广告语	4次/期		52次
	2	O.S标版	5秒无声广告、广告语	4次/期		52次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		13次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		13次
	5	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		13次
D、重播	含C			1次/期		13次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期	13条	

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《天天向上》首席合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《天天向上》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、频道包装

首席合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的首席合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“天天向上”首席合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、栏目看点
频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 2、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目首席合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告
配音：“天天向上”首席合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：栏目看点前
- 3、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

5、节目解说词+字幕条

解说词内容：“天天向上”首席合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中，插播1条15秒企业硬广（无位序）

合作伙伴（以第一季度为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《天天向上》合作伙伴称号					
B、频道包装	合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	13期	13次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	4次/期		52次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		13次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		13次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		13次
D、重播	含C			1次/期		13次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			1条/期		13条

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《天天向上》合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《天天向上》LOGO等节目素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、频道包装

合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“天天向上”合作伙伴***、***（含有企业广告语和品牌名称，每家企业总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“天天向上”合作伙伴***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“天天向上”合作伙伴***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中，插播1条15秒企业硬广（无位序）

2017
Determining the
Indeterminacy

中华文明之美

THE BEAUTY OF
CHINESE CIVILIZATION



《中华文明之美》系列

播出周期：全年
 招商周期：季度
 播出时段：周一至周四19:30
 播出安排：1-2月《中华文明之美系列之小戏骨》



项目价值

《中华文明之美》是湖南卫视第一档弘扬中华传统文化的栏目，2017年《中华文明之美》系列囊括中华礼仪、文化、生活、健康，以“中华美德传天下，中华文明远流长”为神圣使命。涵盖中华传统道德规范，力

图呈现中华传统美德及诗书礼乐之美，以寓教于乐的方式，为观众展现最新鲜，最实时，最具文化内涵的优质内容。项目拉通周间730栏目带，更有红爆全国的“小戏骨”开年乘势上演。

《中华文明之美》系列招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	2500万/季
合作伙伴	2家	800万/季

独家冠名(以一季度52期为例)							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、授权	授予企业《中华文明之美》独家冠名称号及《中华文明之美》联合LOGO使用权						
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天8次/周 晚间4次/周	13周	白天104次 晚间52次	
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	52期	52次	
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语	1次/期		52次	
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		52期	52次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	2次/期			104次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长30%			
	4	转场	联合LOGO演绎	1次/期	52次		
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	52次		
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期	52次		
7	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期	52次			
8	栏目看点	广告语、LOGO	1次/期	52次			
E、硬广配置	15秒企业广告(正一位序)			1条/期		52条	



■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《中华文明之美》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《中华文明之美》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同期止

B、频道宣传

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

- 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、宣传片内企业广告声音表现形式：
落幅配音：***“中华文明之美”（只含企业品牌名称）
5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

- 1、欢迎进入
形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅
配音：欢迎进入***“中华文明之美”（只含企业品牌名称）
- 2、冠名标版
形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“中华文明之美”由***冠名播出（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入后

D、栏目包装

- 1、冠名片头
形式：片头内容+落幅
落幅表现：联合LOGO演绎
- 2、开关版
形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎
配音：***“中华文明之美”下节更精彩/ 现在继续（只含企业名称）
位置：插播广告段播出前后
- 3、角标提示
形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“中华文明之美”时长的30%左右

- 4、转场
形式：联合LOGO演绎
- 5、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）
位置：片尾正一
- 6、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO
- 7、节目解说词+字幕条
解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“中华文明之美”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
- 8、栏目看点
频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期/稍后/下期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴(以一季度52期为例)						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《中华文明之美》合作伙伴称号					
B、频道包装	合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	52期	52次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	1次/期		52次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		52次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		52次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		52次
D、硬广配置	15秒企业广告(无位序)			1条/期	52期	52条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《中华文明之美》合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《中华文明之美》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合作期止

解说词内容：“中华文明之美”合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

B、频道包装

合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“中华文明之美”合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

C、栏目包装

- 1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目合作伙伴联合标版，内含企业5秒无声广告
配音：“中华文明之美”合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前
- 2、片尾压屏
形式：企业5秒广告片（无声、2/3屏）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）
- 3、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO
- 4、节目解说词+字幕条

软广序列 剧场

《金鹰独播剧场》

播出周期：全年

播出时段：周一至周四晚20:00-22:00（每晚两集）

周五至周日晚19:30-20:20（每晚一集）

招商周期：季度（一季度90天、二季度91天、三季度

91天、四季度91天）



项目价值

《金鹰独播剧场》是湖南卫视黄金品牌，被誉为“第一国民剧场”，也是市场上的“营销金腰带”。在资源上保障全独播、全精品的热门大作，在播出效果上保障栏目热度打通、全媒体平台精细化推广，打造中国黄金档第一晚间黄金档多维度传播平台。

观众含金量：其中4-34岁年轻观众占比高达51%以上，其中最具消费潜力15-44岁女性核心观众群中，市场份额接近10%。

网络点金量：1-9月金鹰独播剧场播出的剧目总视频点击量达到528.3亿，微博提及量1500万以上，网媒关注度7.7万条。

《金鹰独播剧场》拥有全年顶级独播稀缺资源，是稳固或抢占行业龙头地位的黄金宝地。帮助品牌实现稳定、长线话题传播。剧场覆盖多个年龄层，受众广泛，多年来成为家庭观众最习惯、最亲近的电视剧场，是广告客户常年投放的优质平台。

《金鹰独播剧场》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
合作伙伴	4家	2500万/季

独家冠名（以一季度为例）							
版块	内容		曝光点	频次		周期	总次数
A、频道宣传	剧场宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天56次/周 晚上21次/周		13周	白天728次 晚上273次
B、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/集	第一集	90天	90次
					第二集	52天	52次
	2	剧场片头	LOGO	1次/集	第一集	90天	90次
					第二集	52天	52次
	3	冠名标版+企业硬广	LOGO、5秒无声广告、广告语 15秒硬广	1次/集	第一集	90天	90次
					第二集	52天	52次
C、剧场包装	1	剧片头	LOGO	1次/集	第一集	90天	90次
					第二集	52天	52次
	2	稍后继续/下集继续	LOGO、广告语、5秒无声广告	1次/集	第一集	90天	90次
					第二集	52天	52次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长30%			

■ 回报描述

A、频道宣传片

剧场宣传片

将企业LOGO与“在播剧名称”相结合，形成统一的联合LOGO

1、宣传片内企业广告视觉表现形式：

形式：宣传片内容+提示条+落幅+5秒企业广告片(2/3屏、无声)

提示条描述：频道统一的提示条（含企业LOGO）

落幅描述：与在播剧名称结合的LOGO演绎

2、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“在播剧名称”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

牌名称，总字数不超过10个字）

位置：剧片头前倒一

C、剧场包装

1、剧片头

形式：将企业LOGO与“在播剧名称”相结合，形成统一的联合LOGO

2、稍后/下集继续

形式：内容+频道统一的稍后/下集继续提示条+落幅+5秒企业广告片(2/3屏、无声)

提示条形式：含企业LOGO

配音：广告语+品牌名称提醒您稍后/下集继续（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5秒企业广告片配音：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）

位置：片尾无位序广告后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO(不含图形识别和产品广告语不得拆分联合LOGO)

时长：占“金鹰独播剧场”时长的30%左右

B、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“金鹰独播剧场”（只含企业名称）

位置：官方合作伙伴标版前

2、剧场片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

位置：官方合作伙伴硬广后

3、冠名标版+企业硬广

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO，冠名标版后紧接15秒企业硬广

配音：“金鹰独播剧场”由***冠名播出（含有企业广告语和品

合作伙伴（以一季度为例）						
版块	内容	曝光点	频次		周期	总次数
A、频道宣传	剧场预告标版	5秒无声广告、广告语 LOGO	周一至周四 白天12次/周，晚间8次/周		13周	白天156次 晚间104次
B、频道包装	合作伙伴标版 +企业硬广	LOGO展现、5秒无声广告 广告语、15秒硬广	1次/集	第一集	90天	90次
				第二集	52天	52次

回报描述

A、频道宣传

剧场预告标版

形式：剧场设计统一识别的剧场宣传片内含5秒企业广告及企业LOGO（2/3屏、无声）

配音：每晚“金鹰独播剧场”合作伙伴***、***、***、***邀您共赏“在播剧名称”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：周一到周四白天3次/天、周一到周四晚间2次/天

B、频道包装

合作伙伴标版+企业硬广

形式：频道设计统一识别的合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO，合作伙伴标版后紧接15秒企业硬广 配音：

“金鹰独播剧场”合作伙伴***、***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

合作伙伴标版位置：欢迎进入后

企业硬广位置：第一集片头前倒二、三、四、五（按签约顺序），第二集剧场片头前

周播剧场-《青春进行时》

播出周期：全年
播出时段：周一至周三22:00-23:55（每晚两集）
招商周期：季度（一季度39天、二季度39天、
三季度39天、四季度39天）
备注：日常大剧按季度售卖，如遇假期大剧，湖南卫视将另行
出具大剧方案，当季冠名客户可优先选择购买。



项目价值

《青春进行时》剧场整合湖南卫视后晚间两大年轻剧场的顶级资源，全周拉通三天高频播出，是湖南卫视“超黄金”级的晚间剧场。

剧场市场定位鲜明，致力打造“青春”品牌气质，坐拥时下最顶尖的IP资源，剧集未播先热，题材新颖、制作多元、紧跟年轻流行风潮，从都市、偶像、仙侠、

玄幻，到连续剧、栏目剧、单元剧等形式一应俱全。

《青春进行时》剧场是具备超级传播能量且有强力造星功能的黄金剧场，话题席卷能力超乎想象，成功助推李易峰、赵丽颖、陈妍希、马克、陈伟霆等成为一线炙手可热的人气偶像。剧场的背后有强大、忠实的粉丝支持力，是最具投资潜力的黄金“剧”宝盆。

周播剧场-《青春进行时》招商资源总表

项目	数目	价格	
		一、二、四季度	三季度
独家冠名	1家	4000万/季	6000万/季
合作伙伴	3家	1500万/季	1800万/季

独家冠名（以一季度为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、频道宣传	剧场宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天21次/周 晚上12次/周	13周	白天273次 晚间156次
B、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	2次/天	39天	78次
	2	剧场片头	LOGO	2次/天	39天	78次
	3	冠名标版+企业硬广	LOGO、5秒无声广告、广告语 15秒硬广	2次/天	39天	78次
C、剧场包装	1	剧片头	LOGO	2次/天	39天	78次
	2	稍后继续/下集继续	LOGO、广告语、5秒无声广告	2次/天	39天	78次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长30%		

回报描述

A、频道宣传

剧场宣传片

将企业LOGO与“在播剧名称”相结合，形成统一的联合LOGO

1、宣传片内企业广告视觉表现形式：

形式：宣传片内容+提示条+落幅+5秒企业广告片(2/3屏、无声)

提示条描述：频道统一的提示条（只含企业LOGO）

落幅描述：与在播剧名称结合的LOGO演绎

2、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“在播剧名称”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

B、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“青春进行时”（只含企业名称）

位置：官方合作伙伴标版前

2、剧场片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

位置：官方合作伙伴硬广后

3、冠名标版+企业硬广

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO，冠名标版后紧接15秒企业硬广。

配音：“青春进行时”由***冠名播出（含有企业广告语和品牌

名称，总字数不超过10个字）

位置：剧片头前倒一

C、剧场包装

1、剧片头

形式：将企业LOGO与“在播剧名称”相结合，形成统一的联合LOGO

2、稍后/下集继续

形式：内容+频道统一的稍后/下集继续提示条+落幅+5秒企业广告片(2/3屏、无声)

提示条形式：含企业LOGO

配音：广告语+品牌名称提醒您稍后/下集继续（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5秒企业广告片配音：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）

位置：片尾无位序广告后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形识别和产品广告语不得拆分LOGO）

时长：占“青春进行时”时长的30%左右

合作伙伴（以一季度为例）					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、频道宣传	剧场预告标版	LOGO、5秒无声广告 广告语	周一至周四 白天8次/周，晚间8次/周	13周	白天104次 晚间104次
B、频道包装	合作伙伴标版 +企业硬广	LOGO、5秒无声广告 广告语、15秒硬广	2次/天	39天	78次

■ 回报描述

A、频道宣传

剧场预告标版

形式：剧场设计统一识别的剧场宣传片内含5秒企业广告及企业LOGO（2/3屏、无声）

配音：周一至周三22:00“青春进行时”合作伙伴***、***、***邀您共赏“在播剧名称”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：周一到周四白天2次/天、周一到周四晚间2次/天

B、频道包装

合作伙伴标版+企业硬广

形式：频道设计统一识别的合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO，合作伙伴标版后紧接15秒企业硬广

配音：“青春进行时”合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

合作伙伴标版位置：欢迎进入后

企业硬广位置：剧场片头前倒二、三、四（按签约顺序）

《偶像独播剧场》

播出周期：全年
 播出时段：周一至周五8：30-12：10（每天四集）
 周六至周日7：30-11：00（每天三集）
 招商周期：季度（一季度90天、二季度91天、
 三季度92天、四季度92天）



项目价值

《偶像独播剧场》是白天带状投放的性价比之王，播放大量湖南卫视的优质剧集资源，吸引了大量女性家庭观众，培养其忠实的收看习惯。

周播剧场招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	1000万/季

独家冠名（以一季度为例）							
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数	
A、频道宣传	剧场宣传片		5秒无声广告 广告语、LOGO	白天8次/周	13周	白天104次	
B、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/集	4集（周间）	65天	260次
					3集（周末）	25天	75次
	2	剧场片头	LOGO	1次/集	4集（周间）	65天	260次
					3集（周末）	25天	75次
	3	冠名标版+企业硬广	LOGO、5秒无声广告 广告语、15秒硬广	1次/集	4集（周间）	65天	260次
					3集（周末）	25天	75次
C、剧场包装	1	剧片头	LOGO	1次/集	4集（周间）	65天	260次
					3集（周末）	25天	75次
	2	稍后继续/下集继续	LOGO、广告语 5秒无声广告	1次/集	4集（周间）	65天	260次
					3集（周末）	25天	75次
	3	角标提示	LOGO	占节目时长30%			

▣ 回报描述

A、频道宣传

剧场宣传片

剧场宣传片植入，将企业LOGO与“偶像独播剧场”相结合，形成统一的联合LOGO

1、宣传片内企业广告视觉表现形式：

形式：宣传片内容+提示条+落幅+5秒企业广告片(2/3屏、无声)

提示条描述：频道统一的提示条（含企业LOGO）

落幅描述：与在播剧名称结合的LOGO演绎

2、宣传片内企业广告声音表现形式：

落幅配音：***“偶像独播剧场”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

牌名称，总字数不超过10个字）

位置：剧片头前倒一

C、剧场包装

1、剧片头

形式：将企业LOGO与《在播剧名称》相结合，形成统一的联合LOGO

2、稍后/下集继续

形式：内容+频道统一的稍后/下集继续提示条（显示品牌LOGO）+落幅+5秒企业广告片(2/3屏、无声)

提示条形式：含企业LOGO

配音：广告语+品牌名称提醒您稍后/下集继续（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5秒企业广告片配音：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）

位置：片尾正位序广告后

3、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形识别和产品广告语不得拆分联合LOGO）

时长：占“偶像独播剧场”时长的30%左右

B、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“偶像独播剧场”（只含企业名称）

位置：剧场片头前

2、剧场片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

位置：冠名标版前

3、冠名标版+企业硬广

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO，冠名标版后紧接15秒企业硬广

配音：“偶像独播剧场”由***冠名播出（含有企业广告语和品

软广序列 晚会

《跨年演唱会》

播出日期：2017年12月31日
播出时段：黄金档



项目价值

蝉联十一年收视冠军，是当夜最具统治力，堪称超级碗级别的中国娱乐盛宴。《湖南卫视2015-2016年跨年演唱会》又以全国网收视率3.59%，份额14.27%的成绩创下收视新高。

人气的偶像鲜肉、顶级的殿堂大咖、最嗨的流行音乐、最炫的视觉舞台，和湖南卫视在一起跨年已经成为观

众们最熟悉的习惯，全民狂欢激增为品牌价值，通过新媒体多层次、高密度的裂变传播，为节目本身以及冠名商带来震撼的广泛传播。

《跨年演唱会》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
零点黄金一刻	1家	2018万
官方合作伙伴（红包类）	1家	1200万
官方合作伙伴	2家	1000万

独家冠名						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《跨年演唱会》独家冠名称号及《跨年演唱会》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	2周	白天60次 晚上24次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	1期	1次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		1次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		1次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	8次/期		8次
	3	转场	联合LOGO演绎	4次/期		4次
	4	栏目看点	广告语、LOGO	4次/期		4次
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	7	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	8	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	4次/期	1期	4次
	9	现场广告位	LOGO	1个		
E、重播	含D			1次/期	1期	1次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			4条/期		4条



■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《跨年演唱会》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《跨年演唱会》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式

落幅配音：***“跨年演唱会”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“跨年演唱会”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“跨年演唱会”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“跨年演唱会”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、转场

形式：联合LOGO演绎

4、栏目看点

频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您稍后看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“跨年演唱会”时长的30%左右

8、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“跨年演唱会”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

9、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、重播

含栏目包装

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播4条15秒企业硬广（正一位序）

零点黄金一刻						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、频道宣传	频道跨年宣传片		品牌理念	白天6次/天 晚上2次/天	15天	白天90次 晚上30次
B、栏目包装	1	节目解说词+字幕条	品牌理念	4次/期	1期	4次
	2	零点黄金一刻定制品牌微电影	LOGO、品牌理念、广告语、90秒企业微电影	1次/期		1次
	3	零点黄金一刻定制品牌植入	以花式口播等形式在零点黄金一刻微电影播出后进行现场植入，具体植入形式以导演组设计为准			
	4	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期	1期	1次
	5	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
C、重播	含B			1次/期		1次

▣ 回报描述

A、频道宣传

频道跨年宣传片

宣传片主题以“品牌理念”与“频道理念”结合为主

宣传片视觉表现形式：含品牌理念植入

宣传片声音表现形式：配音含品牌理念

播出位置：

- (1) 频道内时段
- (2) 跨年演唱会当晚零点前插播广告窗口（至少3次）

B、栏目包装

1、节目解说词+字幕条

解说词内容：根据品牌理念，特别设计主持人预热口播

字幕条内容：含品牌理念

2、零点黄金一刻定制品牌微电影

形式：微电影开版+90秒企业微电影+微电影尾版

(1) 微电影开版

形式：栏目统一识别的开版内含品牌理念

配音：含品牌理念

(2) 90秒企业微电影

形式：倒计时后特殊广告窗口，内容为企业2017最新品牌微电影，时长90秒（客户提供）

(3) 微电影尾版

形式：栏目统一识别的尾版内含企业LOGO

配音：含有广告语和品牌名称（字数不超过10个字）

3、零点黄金一刻定制品牌植入

形式：根据品牌需求以花式口播等形式在零点黄金一刻微电影播出后进行现场植入，具体植入形式以导演组设计为准

4、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（片尾正二）

5、片尾鸣谢

片尾滚屏时出现企业LOGO

C、重播

含栏目包装

官方合作伙伴（红包类）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《跨年演唱会》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	4次/期		4次
	2	节目解说词+字幕条	LOGO、广告语	1次/期		1次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	5	抢红包口播+字幕版	LOGO、广告语、功能信息	4次/期		4次
D、重播	含C			1次/期		1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期	2条	
备注：1、O.S不放零点特殊窗口，次数以晚会实际普通广告口播出为准 2、不含植入						

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《跨年演唱会》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《跨年演唱会》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含5秒无声广告及企业LOGO
配音：“跨年演唱会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告
配音：“跨年演唱会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前（O.S不放零点特殊窗口，次数以晚会实际普通广告口播出为准）

2、节目解说词+字幕条

解说词内容：“跨年演唱会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

5、抢红包口播+字幕版

抢红包口播：口播内容含有企业名称+广告语+抢红包方式（总字数不超过30字）
字幕版内容：特别展示企业LOGO+抢红包方式（抢红包方式总字数不超过20字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《跨年演唱会》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	4次/期		4次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		1次
	5	植入	根据节目性质及内容设计植入形式			
D、重播	含C			1次/期	1期	1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《跨年演唱会》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《跨年演唱会》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“跨年演唱会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告
配音：“跨年演唱会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“跨年演唱会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、植入

形式：根据晚会录制内容的合理性进行植入设计，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

《春节联欢晚会》

播出日期：2017年1月20日

播出时段：黄金档



项目价值

《春节联欢晚会》是“大规模、强品牌、高品质”的大型晚会，2016年以CSM全国网收视率2.55%，份额9.89%，52城收视率2.23%，份额7.83%的收视佳绩，再次斩获双网第一，晚会影响力并不止步于长沙、湖南、或南方城市，在哈尔滨、呼和浩特、天津等北方城市收视率均超过3.0%，具有广谱的全国影响力。

湖南卫视善于将传统晚会气质年轻化，引领品牌颠覆传统春节的销售市场，开辟年轻个性化的节庆营销。《春节联欢晚会》将是品牌开年营销的绝佳助力。

《春节联欢晚会》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴（互动类）	1家	600万
官方合作伙伴	2家	500万

独家冠名						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《春节联欢晚会》独家冠名称号及《春节联欢晚会》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	2周	白天60次 晚上24次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	1期	1次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		1次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		1次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期		6次
	3	转场	联合LOGO演绎	3次/期		3次
	4	栏目看点	广告语、LOGO	3次/期		3次
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	7	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	8	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期	1期	3次
	9	现场广告位	LOGO	1个		
E、重播	含D			1次/期	1期	1次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		3条



▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《春节联欢晚会》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《春节联欢晚会》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

- 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、宣传片内企业广告声音表现形式
落幅配音：***“春节联欢晚会”（只含企业名称）
5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅
配音：欢迎进入***“春节联欢晚会”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“春节联欢晚会”由***冠名播出
（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅
落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎
配音：***“春节联欢晚会”下节更精彩现在继续（只含企业名称）
位置：插播广告段前后

3、转场

形式：联合LOGO演绎

4、栏目看点

频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您稍后看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“春节联欢晚会”时长的30%左右

8、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“春节联欢晚会”
（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

9、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、重播

含栏目包装

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴（互动类）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《春节联欢晚会》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	节目解说词+字幕条	LOGO、广告语	1次/期		1次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	5	互动口播+字幕版	LOGO、广告语、功能信息	3次/期		3次
D、重播	含C			1次/期		1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《春节联欢晚会》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《春节联欢晚会》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含5秒无声广告及企业LOGO
配音：“春节联欢晚会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告
配音：“春节联欢晚会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前（O.S不放零点特殊窗口，次数以晚会实际普通广告口播出为准）

2、节目解说词+字幕条

解说词内容：“春节联欢晚会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO鸣谢

5、互动口播+字幕版

互动口播：口播内容含有企业名称+广告语+互动方式（总字数不超过30字）
字幕版内容：特别展示企业LOGO+互动方式（互动方式总字数不超过20字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《春节联欢晚会》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		1次
	5	植入	根据节目性质及内容设计植入形式			
D、重播	含C			1次/期	1期	1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《春节联欢晚会》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《春节联欢晚会》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“春节联欢晚会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“春节联欢晚会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“春节联欢晚会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、植入

形式：根据晚会录制内容的合理性进行植入设计，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

《华人春晚》

播出日期：2017年1月28日
播出时段：黄金档



项目价值

大年初一浓情上映的“文化中国·四海同春”全球华侨华人春节大联欢是湖南卫视献给全国电视观众农历新年的第一场狂欢，在激烈的卫视春晚竞争中，《华人春晚》以1.75%的收视率，5.07%的市场份额，荣列省级卫视第一。以收视口碑双丰收的佳绩，再次得到世界华人和国内春节文化市场的认可。

晚会厚重的民族关怀彰显企业的品牌格调，更符合网络、移动端等二次传播需求，吸引全球华人观众的眼球。乘着好评如潮的东风，使品牌得到快速有效传播，起到强化品牌信息的关键作用，是品牌培养潜在市场的绝佳机会。

《华人春晚》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	1500万
官方合作伙伴（互动类）	1家	400万
官方合作伙伴	2家	300万

独家冠名					
版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《华人春晚》独家冠名称号及《华人春晚》联合LOGO使用权				
B、频道宣传	栏目宣传片	5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	2周	白天60次 晚上24次
C、频道包装	1 欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	1期	1次
	2 冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		1次
D、栏目包装	1 冠名片头	LOGO	1次/期		1次
	2 开关版	LOGO、品牌名称	6次/期		6次
	3 转场	联合LOGO演绎	3次/期		3次
	4 栏目看点	广告语、LOGO	3次/期		3次
	5 片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	6 片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	7 角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	8 节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期	1期	3次
	9 现场广告位	LOGO	1个		
E、重播	含D		1次/期	1期	1次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）		3条/期		3条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《华人春晚》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《华人春晚》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

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、宣传片内企业广告声音表现形式

落幅配音：***“华人春晚”（只含企业名称）

5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅

配音：欢迎进入***“华人春晚”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“华人春晚”由***冠名播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅

落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎

配音：***“华人春晚”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）

位置：插播广告段前后

3、转场

形式：联合LOGO演绎

4、栏目看点

频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您稍后看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“华人春晚”时长的30%左右

8、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“华人春晚”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

9、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、重播

含栏目包装

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴（互动类）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《华人春晚》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	节目解说词+字幕条	LOGO、广告语	1次/期		1次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	5	互动口播+字幕版	LOGO、广告语、功能信息	3次/期		3次
D、重播	含C			1次/期		1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《华人春晚》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《华人春晚》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含5秒无声广告及企业LOGO
配音：“华人春晚”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告
配音：“华人春晚”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前（O.S不放零点特殊窗口，次数以晚会实际普通广告口播出为准）
- 2、节目解说词+字幕条
解说词内容：“华人春晚”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO鸣谢

5、互动口播+字幕版

互动口播：口播内容含有企业名称+广告语+互动方式（总字数不超过30字）
字幕版内容：特别展示企业LOGO+互动方式（互动方式总字数不超过20字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《华人春晚》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		1次
	5	植入	根据节目性质及内容设计植入形式			
D、重播	含C			1次/期	1期	1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《华人春晚》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《华人春晚》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“华人春晚”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“华人春晚”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“华人春晚”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、植入

形式：根据晚会录制内容的合理性进行植入设计，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

《元宵喜乐会》

播出日期：2017年2月11日

播出时段：黄金档



项目价值

《元宵喜乐会》在新年团圆之际，重新诠释传统欢聚佳节，兼顾传统与活力，凝聚家庭关注，受众普适性强。2016年以“南咖北咖闹元宵”为主题，树立鲜明的“芒果特色”，斩获全国网收视率2.62%，份额8.43%的可喜佳绩，更凝聚忠实度22.78%，创历年晚会新高，晚会在稳

获春节长假收视高峰的同时，帮助品牌将节庆营销热潮持续延伸。

《元宵喜乐会》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴（互动类）	1家	600万
官方合作伙伴	2家	500万

独家冠名						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《元宵喜乐会》独家冠名称号及《元宵喜乐会》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	2周	白天60次 晚上24次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	1期	1次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		1次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		1次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期		6次
	3	转场	联合LOGO演绎	3次/期		3次
	4	栏目看点	广告语、LOGO	3次/期		3次
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	7	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	8	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期	1期	3次
	9	现场广告位	LOGO	1个		
E、重播	含D			1次/期	1期	1次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		3条



▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《元宵喜乐会》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《元宵喜乐会》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

- 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、宣传片内企业广告声音表现形式
落幅配音：***“元宵喜乐会”（只含企业名称）
5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅
配音：欢迎进入***“元宵喜乐会”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“元宵喜乐会”由***冠名播出
（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅
落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎
配音：***“元宵喜乐会”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）
位置：插播广告段前后

3、转场

形式：联合LOGO演绎

4、栏目看点

频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您稍后看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）

时长：占“元宵喜乐会”时长的30%左右

8、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“元宵喜乐会”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

9、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、重播

含栏目包装

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴（互动类）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《元宵喜乐会》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	节目解说词+字幕条	LOGO、广告语	1次/期		1次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	5	互动口播+字幕版	LOGO、广告语、功能信息	3次/期		3次
D、重播	含C			1次/期		1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《元宵喜乐会》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《元宵喜乐会》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含5秒无声广告及企业LOGO
配音：“元宵喜乐会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告
配音：“元宵喜乐会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前（O.S不放零点特殊窗口，次数以晚会实际普通广告口播出为准）

2、节目解说词+字幕条

解说词内容：“元宵喜乐会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO鸣谢

5、互动口播+字幕版

互动口播：口播内容含有企业名称+广告语+互动方式（总字数不超过30字）
字幕版内容：特别展示企业LOGO+互动方式（互动方式总字数不超过20字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《元宵喜乐会》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		1次
	5	植入	根据节目性质及内容设计植入形式			
D、重播	含C			1次/期	1期	1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《元宵喜乐会》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《元宵喜乐会》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道包装

官方合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“元宵喜乐会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版

形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告

配音：“元宵喜乐会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“元宵喜乐会”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、植入

形式：根据晚会录制内容的合理性进行植入设计，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

《中秋之夜》

播出日期：2017年10月4日
播出时段：黄金档



项目价值

《中秋之夜》将传统文化和时代精神相结合，意趣高远清透，牢牢锁住家庭族群受众目标。2016年以收视率2.44%的压倒性优势，成为当晚关注度最高的电视节目。中秋晚会借“月”之名，透过情感意向把品牌符号植入观众想象，在和观众的沟通中升华品牌理念，使消费者进入

品牌语境，是酝酿启动下半年新一轮营销高潮的重要节点栏目。

《中秋之夜》招商资源总表

项目	数目	价格
独家冠名	1家	洽谈
官方合作伙伴（互动类）	1家	600万
官方合作伙伴	2家	500万

独家冠名						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《中秋之夜》独家冠名称号及《中秋之夜》联合LOGO使用权					
B、频道宣传	栏目宣传片		5秒无声广告、广告语、LOGO	白天30次/周 晚上12次/周	2周	白天60次 晚上24次
C、频道包装	1	欢迎进入	LOGO、品牌名称	1次/期	1期	1次
	2	冠名标版	5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期		1次
D、栏目包装	1	冠名片头	LOGO	1次/期		1次
	2	开关版	LOGO、品牌名称	6次/期		6次
	3	转场	联合LOGO演绎	3次/期		3次
	4	栏目看点	广告语、LOGO	3次/期		3次
	5	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	6	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	7	角标提示	LOGO	占节目时长的30%		
	8	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	3次/期	1期	3次
	9	现场广告位	LOGO	1个		
E、重播	含D			1次/期	1期	1次
F、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			3条/期		3条



▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《中秋之夜》独家冠名称号
- 2、授权允许冠名企业在市场推广活动中，使用《中秋之夜》联合LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2017年12月31日

B、频道宣传

栏目宣传片

栏目宣传片植入，将企业LOGO与栏目名称相结合，形成统一的联合LOGO

- 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、宣传片内企业广告声音表现形式
落幅配音：***“中秋之夜”（只含企业名称）
5秒企业广告片配音：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）

C、频道包装

1、欢迎进入

形式：频道设计统一识别的欢迎进入，内含联合LOGO落幅
配音：欢迎进入***“中秋之夜”（只含企业名称）

2、冠名标版

形式：频道设计统一识别的冠名标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“中秋之夜”由***冠名播出
（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入后

D、栏目包装

1、冠名片头

形式：片头内容+落幅
落幅表现：联合LOGO演绎

2、开关版

形式：开关版落幅中出现联合LOGO演绎
配音：***“中秋之夜”下节更精彩/现在继续（只含企业名称）
位置：插播广告段前后

3、转场

形式：联合LOGO演绎

4、栏目看点

频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO
起幅配音：广告语+品牌名称提醒您稍后看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾正一

6、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

7、角标提示

形式：使用统一标识的联合LOGO（不含图形标识和产品广告语及不得拆分联合LOGO）
时长：占“中秋之夜”时长的30%左右

8、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称冠名播出的“中秋之夜”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

9、现场广告位

在节目录制现场合适的位置体现企业LOGO

E、重播

含栏目包装

F、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播3条15秒企业硬广（正一位序）

官方合作伙伴（互动类）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《中秋之夜》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	节目解说词+字幕条	LOGO、广告语	1次/期		1次
	3	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	4	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	5	互动口播+字幕版	LOGO、广告语、功能信息	3次/期		3次
D、重播	含C			1次/期		1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《中秋之夜》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《中秋之夜》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含5秒无声广告及企业LOGO
配音：“中秋之夜”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

- 1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告
配音：“中秋之夜”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前（O.S不放零点特殊窗口，次数以晚会实际普通广告口播出为准）
- 2、节目解说词+字幕条
解说词内容：“中秋之夜”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

3、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

4、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO鸣谢

5、互动口播+字幕版

互动口播：口播内容含有企业名称+广告语+互动方式（总字数不超过30字）
字幕版内容：特别展示企业LOGO+互动方式（互动方式总字数不超过20字）

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

官方合作伙伴						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《中秋之夜》官方合作伙伴称号					
B、频道包装	官方合作伙伴标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	1期	1次
C、栏目包装	1	O.S标版	5秒无声广告、广告语	3次/期		3次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		1次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		1次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		1次
	5	植入	根据节目性质及内容设计植入形式			
D、重播	含C			1次/期	1期	1次
E、硬广配置	15秒企业广告（无位序）			2条/期		2条

▣ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业《中秋之夜》官方合作伙伴称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《中秋之夜》LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、频道包装

官方合作伙伴标版
形式：频道设计统一识别的官方合作伙伴标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO
配音：“中秋之夜”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：欢迎进入前

C、栏目包装

1、O.S标版
形式：按照栏目内包装设计栏目官方合作伙伴标版，内含企业5秒无声广告
配音：“中秋之夜”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）
位置：广告窗口开版前

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）
位置：片尾（根据合作层级排位，同层级按签约先后顺序）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：“中秋之夜”官方合作伙伴***、***、***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

5、植入

形式：根据晚会录制内容的合理性进行植入设计，具体植入方案根据导演组节目方案确定后再行出具

D、重播

含栏目包装

E、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播2条15秒企业硬广（无位序）

软广序列 特殊软广

《芒果资讯报时》

播出周期：一年
播出时段：每晚19:00
招商周期：季度

芒果资讯报时招商资源总表

内容	数目	价格
黄金时刻硬广+整点报时标版	1家	180万/季

项目价值

湖南卫视每日19:00的《整点报时》，拉通全天，开启黄金时段，稳定曝光，性价比之选。

芒果资讯报时（以一季度90期为例）

版块	内容	曝光点	频次	周期	总次数
芒果资讯报时	黄金时刻硬广+整点报时标版	LOGO、广告语、15秒企业广告	1次/天	90天	90次

回报描述

芒果资讯报时

黄金时刻硬广+整点报时标版

黄金时刻硬广位置：在黄金时刻广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（倒一位序）

整点报时标版形式：使用湖南卫视频道统一包装元素设计的整点报时标版，内含企业LOGO

整点报时标版配音：***提醒您现在是黄金时间19点整（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

整点报时标版位置：15秒企业广告后

《芒果资讯套装》

播出周期	一年							
播出时段	项目	周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
	每晚18:00-18:30	平民英雄	新闻大求真			新闻当事人		
招商周期	季度							

芒果资讯套装招商资源总表		
内容	数目	价格
独家特约	1家	500万/季

项目价值

湖南卫视《芒果资讯套装》，包含《平民英雄》、《新闻大求真》、《新闻当事人》三档新闻资讯类栏目，一档以故事形式展现非凡的民众智慧；一档以科学为权威，验证流言真伪；一档关心公众之关心，对话热点之对

话。三档资讯栏目具有高曝光、贴近生活等特点，是成就品牌公信力、树立社会美誉度、培养消费忠诚度的不二之选。



独家特约（以一季度90期为例）						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、频道包装	独家特约标版		5秒无声广告、广告语、LOGO	1次/期	90期	90次
B、栏目包装	1	本期看点	LOGO、广告语	1次/期		90次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		90次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		90次
	4	节目解说词+字幕条	广告语、LOGO	1次/期		90次
C、硬广配置	15秒企业广告（正一位序）			1条/期		90条

■ 回报描述

A、频道包装

独家特约标版

形式：频道设计统一识别的独家特约标版内含企业5秒无声广告及企业LOGO

配音：“平民英雄/新闻大求真/新闻当事人”由***独家特约播出

（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

位置：节目片头前

位置：片尾正一

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏及固定位置出现企业LOGO

4、节目解说词+字幕条

解说词内容：广告语+品牌名称特约播出的“平民英雄/新闻大求真/新闻当事人”（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

B、栏目包装

1、本期看点

形式：频道统一的栏目看点提示条上持续显示品牌LOGO

起幅配音：广告语+品牌名称提醒您本期看点（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

C、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中，插播1条15秒企业硬广（正一位序）

《频道导视合作伙伴》

播出周期：一年
播出时段：白天07：00——18:00
 晚间17：50——01:30
招商周期：季度

频道导视招商资源总表

项目	数目	价格
频道导视合作伙伴（晚间）	1家	4200万/季
频道导视合作伙伴（白天）	1家	500万/季

项目价值

频道导视《T段》位于频道节目与节目之间，承上启下，为观众起到预告节目编排、提示收看的作用，且湖南

卫视自制节目之间不含平播广告段，频道导视与前后节目无缝连接，广告环境极优，且关注度极高。

晚间T段播出位置仅做示意 以实际播出编排为准：（播出时间在17:50-次日01:30时间段前后漂移30分钟视为正常播出）							
时间	周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
17:59	T1导视						
18:00	平民英雄	新闻大求真				新闻当事人	
18:29	T2导视						
18:30	湖南新闻联播+转播CCTV新闻联播						
19:31	T3导视						
19:32	730节目				周末金鹰独播剧场（一集）		
20:01	T4导视						
20:05	周间金鹰独播剧场（一集）				T4导视		
20:15					T4导视		
20:20	T段NEXT				大型季播活动	快乐大本营	大型季播活动
21:00	周间金鹰独播剧场（一集）						
22:00	T5导视						
22:01	青春进行时（一集）			创新 节目	天天向上	大型季播活动	大型季播活动
22:50	T段NEXT						
22:51	青春进行时（一集）						
23:59	T6导视						
00:00	晚间节目				大型季播活动重播		
00:30	T7导视						
01:30	T7导视						

频道导视合作伙伴（晚间）（以一季度为例）				
内容	曝光点	频次	周期	总次数
1、T段导视	LOGO、5秒无声广告、广告语	7次/天	90天	630次
2、T段NEXT	LOGO、5秒无声广告、广告语	7次/周	13周	91次
备注：播出次数视编排调整而定，总频次以月统计量为准				

▣ 回报描述

频道导视合作伙伴（晚间）

1、T段导视

频道设计统一识别的5秒标版（起幅）+下节节目预告版+导视组合版（落幅）

起幅内容：标版内含企业5秒无声广告、广告画面占屏幕的2/3

起幅配音：***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）请您接下来收看*****

下节节目预告版：含企业LOGO

导视组合版（落幅）表现：含企业LOGO

2、T段NEXT

频道设计统一识别的5秒标版（起幅）+下节节目预告版

起幅内容：标版内含企业5秒无声广告、广告画面占屏幕的2/3

起幅配音：***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）请您接下来收看*****

下节节目预告版：含企业LOGO

频道导视合作伙伴（白天）（以一季度为例）				
内容	曝光点	频次	周期	总次数
频道导视合作伙伴（白天）	LOGO、5秒无声广告、广告语	白天7次/天	90天	630次
备注：播出次数视编排调整而定，总频次以月统计量为准				

▣ 回报描述

频道导视合作伙伴（白天）

T段（NEXT）

频道设计统一识别的5秒标版（起幅）+下节节目预告版

起幅内容：标版内含企业5秒无声广告、广告画面占屏幕的2/3

起幅配音：***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）请您接下来收看*****

下节节目预告版：含企业LOGO

位置：紧接剧片尾后或栏目欢迎进入前

《频道公益合作伙伴》

播出周期：全年

招商周期：季度

频道公益合作伙伴招商资源总表

项目	数目	价格
频道公益合作伙伴	1家	1000万/季

项目价值

湖南卫视与客户联手树立良好企业形象，《频道公益合作伙伴》是建立公众沟通桥梁，增强社会美誉度的不二之选。

频道公益合作伙伴（以一季度为例）

内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《湖南卫视公益合作伙伴》称号			
B、公益宣传片尾版	LOGO、品牌名称	白天15次/周 晚上5次/周	13周	白天195次 晚上65次
C、公益合作伙伴标版	3秒无声广告、广告语、LOGO	白天15次/周 晚间5次/周	13周	白天195次 晚间65次

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《湖南卫视公益合作伙伴》称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《湖南卫视公益合作伙伴》相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、公益宣传片尾版

形式：公益宣传片内容+落幅

落幅描述：特别设计湖南卫视公益宣传片尾版中含企业

LOGO

落幅配音：频道公益合作伙伴***（只含品牌名称）

C、公益合作伙伴标版

形式：频道设计统一识别的合作伙伴标版，内含企业3秒无声广告

配音：频道公益合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

《频道战略合作伙伴》

播出周期：一年
招商周期：半年

频道战略合作伙伴招商资源总表

项目	数目	价格
频道战略合作伙伴	1家	2000万/半年

项目价值

2016年，湖南卫视各网核心时段收视保持全国所有频道第一位。我们有全国性顶级平台，最大规模的观众群体，最强周边价值媒体，最全面的节目形式。湖南卫视是传播价值最广，消费价值最高，最值得被众企业选择的平

台，品牌可以携手湖南卫视，共同提升企业品牌知名度，高频度、强覆盖、全方位传播品牌价值，扩大品牌社会影响力。

频道战略合作伙伴（以半年为例）

内容	曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《湖南卫视战略合作伙伴》称号			
B、频道战略合作伙伴标版	LOGO、5秒无声广告、广告语	白天15次/周 晚上5次/周	26周	白天390次 晚上130次
C、频道战略合作伙伴尾版	LOGO	白天15次/周 晚上5次/周	26周	白天390次 晚上130次

回报描述

A、授权

- 1、授予企业《湖南卫视战略合作伙伴》称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用《湖南卫视战略合作伙伴》相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、频道战略合作伙伴标版

形式：使用湖南卫视频道统一包装元素设计合作伙伴标

版，内含5秒无声广告

配音：频道战略合作伙伴***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、频道战略合作伙伴尾版

形式：特别设计湖南卫视战略合作伙伴尾版中含企业LOGO

跨屏序列 芒果TV招商通案

2017年芒果TV常规节目网络回报框架

芒果TV常规节目招商资源总表				
项目	节目名称	产品名称	客户数量	项目打包价(万)
1	《快乐大本营》 周六8点档	网络冠名	1	6000
		网络合作伙伴	3	2500
2	《天天向上》 周五10点档	网络冠名	1	4000
		网络合作伙伴	3	1200

常规节目网络独家冠名						
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“2017年《*****》网络冠名”称号, 有权使用《*****》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	芒果TV_PC端	首页全屏焦点图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
	2、视频硬广 配置	《*****》 视频播放框内	芒果TV_OTT端	首页焦点图1帧, 客户logo体现	天/帧	52
			芒果TV_OTT端	首页专区推荐闪图, 1帧	天/帧	52
			5S冠名标版_PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端_(正片+短片)_100%流量占比 包含口播: 芒果TV《*****》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	条	100%流量占比, 不承诺保底CPM	
			15秒前贴片_尊享正一位_80%流量占比(含正片+2分钟以上短片视频) 位置: PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端	CPM	*详见备注7	
		角标_PC端+Phone端+PAD端_正片_100%流量占比	条	100%流量占比, 不承诺保底CPM		

常规节目网络独家冠名					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
	3、节目主题包装	《*****》 专辑页_PC端	专辑头图中加入客户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）		
内容连接	半屏互动	节目视频播放框内_PHONE端	结合节目内容及关注热点，定制H5互动活动造势宣传，活动页面体现客户品牌LOGO元素	个	4
	易植	《*****》视频播放框内_PC端+PAD端+PHONE端	神字幕/压屏：结合节目视频内容中，场景植入信息贴士	秒	全程总计780秒
分享扩散 品牌影响力	SNS口碑	芒果TV官方微博	《*****》节目相关内容正文\图片-提及品牌	条	12
		芒果TV官方微信	《*****》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《*****》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（分享）	次	4
备注	1	5秒口播不超过18个字，具体内容与广告主与芒果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，具体节目季的节目期在+-2期内属正常范围			
	3	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）			
	4	PC+PAD+PHONE端，各端不承诺比例			
	5	节目专题页资源回报，需节目上线前3周提供客户相关素材			
	6	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			
	*7	《快乐大本营》	15秒前贴片_尊享正一位_80%流量占比（含正片+2分钟以上短片视频）	CPM	1800000
	《天天向上》	位置：PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端	1350000		

常规节目网络合作伙伴					
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“2017年《****》网络合作伙伴”称号，有权使用《****》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	《****》视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	*详见备注6
			暂停_PC端+PAD端+PHONE端		
	2、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	芒果TV_PC端	首页巨幕广告_1/3轮刷	天	12
			综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	12
芒果TV_PAD端			开机大图广告_1/3轮刷	天	12
	芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮刷	天	12	
内容连接 品牌兴趣移情	1、灵犀互动	《****》视频播放框内_PC端	强提示点，引导用户参与视频互动； 视频播放至特定时刻，画面出现灵犀热点提示，点击热点展示信息层更多广告内容（如品牌广告、投票互动等）	个	3个*52期
		《****》视频播放框内_PHONE端		个	2个*52期
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	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）			
	4	PC+PAD+PHONE端，各端不承诺比例			
	5	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			
	*6	《快乐大本营》	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	550000
		暂停_PC端+PAD端+PHONE端	180000		
	《天天向上》	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	320000		
		暂停_PC端+PAD端+PHONE端	90000		

2017年芒果TV大型季播节目网络回报框架

2017年芒果TV大型季播节目网络回报框架				
项目	节目名称	产品名称	客户数量	项目打包价（万）
1	《我是歌手5》	网络冠名	1	6000
		网络合作伙伴	3	1200
		网络指定产品	3	600
2	《我想和你唱2》	网络冠名	1	3000
		网络合作伙伴	3	1000
		网络指定产品	3	550
3	《我们来了3》	网络冠名	1	4000
		网络合作伙伴	3	1200
		网络指定产品	3	500
4	《甲方乙方》	网络冠名	1	3000
		网络合作伙伴	3	1000
		网络指定产品	3	550
5	新《百变大咖秀》	网络冠名	1	2500
		网络合作伙伴	3	750
		网络指定产品	3	380
6	《花儿与少年3》	网络冠名	1	2500
		网络合作伙伴	3	750
		网络指定产品	3	380
7	《魅力之王》	网络冠名	1	2000
		网络合作伙伴	3	600
		网络指定产品	3	300
8	《神奇的孩子》 《顶尖高手》 《72层奇楼》 《向往的生活》 《最炫中国风》 《真正男子汉3》 《名著探险队》 《我会爱上你》 《演员的诞生》	网络冠名	1	2000
		网络合作伙伴	3	600
		网络指定产品	3	300

大型季播节目网络独家冠名					
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“2017年《****》网络冠名”称号，有权使用《****》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	芒果TV首页_PC端	巨幕广告_1/3轮播	天	6
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	12
		芒果TV_手机端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天	6
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	12
		芒果TV_PAD端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天	6
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	12
	2、视频硬广 配置	《****》 视频播放框内	5S冠名标版_PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端_（正片+短片）_100%流量占比， 包含口播：芒果TV《****》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	条	100%流量占比， 不承诺保底CPM
			15秒前贴片_尊享正一位_80%流量占比（含正片+2分钟以上短片视频） 位置：PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端	CPM	*详见备注7
			角标_PC端+PHONE端+PAD端_正片_100%流量占比	条	100%流量占比， 不承诺保底CPM
	3、节目主题 包装	《****》 专辑页_PC端	专辑头图中加入客户logo（享受冠名位置，头图非独占，标注：网络冠名）	月	3
			客户硬广通栏_1/3轮播		
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）		
《****》 专题页_PC端		专辑头图中加入客户logo（享受冠名位置，头图非独占，标注：网络冠名）	月	3	
		客户硬广通栏_1/3轮播			
		尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）			
内容连接	半屏互动	《****》视频播放框内_PHONE端	结合节目内容及关注热点，定制H5互动活动造势宣传，活动页面体现客户品牌LOGO元素	个	1
	易植	《****》视频播放框内_PC端+PAD端+PHONE端	魔力贴：视频中墙面、门、户外广告牌、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的覆盖或增加 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覆盖的道具植入 情景画/神字幕/压屏：结合节目视频内容中，场景植入信息贴士	秒	全程总计 180秒

大型季播节目网络独家冠名					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
分享扩散	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（与网络合作伙伴分享）	次	1
		芒果TV官方微博	《*****》节目相关内容正文\图片_提及品牌	条	12
		芒果TV官方微信	《*****》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	1
芒TIME关于《*****》节目宣传海报，体现客户LOGO及赞助身份（与网络合作伙伴分享）	次		1		
备注	1	5秒口播不超过18个字，具体内容由广告主与芒果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	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）			
	4	PC+PAD+PHONE端，各端不承诺比例			
	5	《*****》专题页资源回报，需节目上线前3周提供客户相关素材			
	6	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			
	*7	《我是歌手5》	15秒前贴片_尊享正一位_80%流量占比（含正片+2分钟以上短片视频） 位置：PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端	CPM	1500000
		《我想和你唱2》			1000000
		《我们来了3》			1350000
		《甲方乙方》			860000
		新《百变大咖秀》			1000000
		《花儿与少年3》			835000
		《魅力之王》			675000
《神奇的孩子》《72层奇楼》 《顶尖高手》《向往的生活》 《最炫中国风》《真正男子汉3》 《名著探险队》《我会爱上你》 《演员的诞生》		800000			

大型季播节目网络合作伙伴					
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“2017年《*****》网络合作伙伴”称号，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	《*****》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	*详见备注5
			暂停_PC端+PAD端+PHONE端		
	2、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	3
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）		
		专辑页_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：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轮播	天	4
			综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	4
芒果TV_PAD端		开机大图广告_1/3轮刷	天	4	
	芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮刷	天	4	
分享扩散	公关推广	芒果TV官方微博、微信活动推广	品牌植入内容公关造势，芒果TV官方微博推荐	条	2
			品牌植入方式公关造势，芒果TV官方微信推荐	条	2
内容连接	灵犀互动	《*****》 视频播放框内_灵犀_PC端	强提示点，引导用户参与视频互动； 视频播放至特定时刻，画面出现灵犀热点提示， 点击热点展示信息层更多广告内容 （如品牌广告、投票互动等）	个	3个*12期
		《*****》 视频播放框内_灵犀_PHONE端		个	2个*12期
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（即将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			

大型季播节目网络合作伙伴					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
备注	*5	《我是歌手5》	15秒贴片_PC端+PAD端 +PHONE端	CPM	245000
		《我想和你唱2》			280000
		《我们来了3》			330000
		《甲方乙方》			250000
		新《百变大咖秀》			250000
		《花儿与少年3》			200000
		《魅力之王》			160000
		《神奇的孩子》《72层奇楼》 《顶尖高手》《向往的生活》 《最炫中国风》《真正男子汉3》 《名著探险队》《我会爱上你》 《演员的诞生》			195000
		《我是歌手5》	暂停_PC端+PAD端 +PHONE端	CPM	60000
		《我想和你唱2》			60000
		《我们来了3》			68000
		《甲方乙方》			40000
		新《百变大咖秀》			50000
		《花儿与少年3》			54000
		《魅力之王》			42000
		《神奇的孩子》《72层奇楼》 《顶尖高手》《向往的生活》 《最炫中国风》《真正男子汉3》 《名著探险队》《我会爱上你》 《演员的诞生》			45000

大型季播节目网络指定产品					
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“2017年《****》网络指定产品”称号，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	《****》 视频播放框内	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	*详见备注5
			暂停_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	
	2、节目主题包装	专辑页_PC端	专辑头图中加入客户logo（享受网络指定产品位置，头图非独占，标注：网络指定产品）	月	3
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO（分享）		
		专辑页_PC端	专题头图中加入客户logo（享受网络指定产品位置，头图非独占，标注：网络指定产品）	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轮播	天	4
			综艺频道首页巨幕广告_1/3轮刷	天	4
		芒果TV_PAD端	开机大图广告_1/3轮刷	天	4
		芒果TV_PHONE端	开机大图广告_1/3轮刷	天	4
分享扩散	公关推广	芒果TV官方微博、微信活动推广	品牌植入内容公关造势，芒果TV官方微博推荐	条	2
			品牌植入方式公关造势，芒果TV官方微信推荐	条	2
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			
	*5	15秒贴片_PC端+PAD端+PHONE端	CPM	《我是歌手5》	115000
				《我想和你唱2》	150000
				《我们来了3》	120000
				《甲方乙方》	120000
				新《百变大咖秀》	120000
				《花儿与少年3》	92000
《魅力之王》				75000	
《神奇的孩子》《72层奇楼》 《顶尖高手》《向往的生活》 《最炫中国风》《真正男子汉3》 《名著探险队》《我会爱上你》 《演员的诞生》				85000	

大型季播节目网络指定产品					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
备注	*5	《我是歌手5》	暂停_PC端+PAD端 +PHONE端	CPM	28000
		《我想和你唱2》			25000
		《我们来了3》			45000
		《甲方乙方》			30000
		新《百变大咖秀》			25000
		《花儿与少年3》			30000
		《魅力之王》			25000
		《神奇的孩子》《72层奇楼》 《顶尖高手》《向往的生活》 《最炫中国风》《真正男子汉3》 《名著探险队》《我会爱上你》 《演员的诞生》			32000

2017年芒果TV晚会网络回报框架

2017年芒果TV晚会网络回报框架				
序号	节目名称	产品名称	客户数量	项目打包价(万)
1	《跨年演唱会》	网络冠名	1	500
2	《湖南卫视中秋/春晚/元宵》	网络冠名	1	300

《跨年演唱会》网络独家冠名					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
提升品牌认知	品牌授权	授予品牌“2017年《跨年演唱会》网络冠名”称号，有权使用《跨年演唱会》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			
	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：“跨年演唱会”宣传片植入，将企业LOGO与“跨年演唱会”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：“跨年演唱会”***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	100000
		芒果TV首页-PC端	巨幕广告_1/3轮播	天	4
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	4
		芒果TV综艺频道 首页-PC端	焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	4
			芒果TV-手机端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天
		焦点图1帧，体现客户赞助权益		天/帧	4
		芒果TV-PAD端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益	天	4
			焦点图1帧，体现客户赞助权益	天/帧	4
		TV端 (互联网电视)	首页专区推荐闪图，1帧	天/帧	4

《跨年演唱会》网络独家冠名					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
提升品牌认知	2、视频硬广配置	《跨年演唱会》视频播放框内	5 S 冠 名 标 版 _ P C 端 + P A D 端 + PHONE端 + 互联网电视TV端 (正片 + 短片) _ 100%流量占比 包含花式口播: 芒果TV《跨年演唱会》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	-	100%流量占比, 不承诺保底 CPM
			15秒前贴片_尊享正一位_80%流量占比 (含正片+2分钟以上短片视频) 位置: PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端	CPM	50000
			角标_PC端+PAD端+PHONE端_正片_100%流量占比	-	100%流量占比, 不承诺保底 CPM
	3、特色运营-多机位直播	《跨年演唱会》视频播放框内	直播LOADING广告	条	1
	4、节目主题包装	《跨年演唱会》专辑页-PC端	专辑头图中加入客户logo (享受冠名位置, 头图非独占, 标注: 网络冠名)	月	1
			客户硬广通栏_1/3轮播		
			尾屏鸣谢, 体现客户LOGO (分享)		
		《跨年演唱会》专题页-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	1
	尾屏鸣谢, 体现客户LOGO (分享)				
	《跨年演唱会》专题页-TV端 (互联网电视)	互联网电视TV端专题页冠名资源, 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	1	
内容连接	半屏互动	《跨年演唱会》视频播放框内_PHONE端	结合节目内容及关注热点, 定制H5互动活动造势宣传, 活动页面体现客户品牌LOGO元素	个	1
扩散推广	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	《跨年演唱会》节目相关内容正文\图片-提及品牌	条	4
		芒果TV官方微信	《跨年演唱会》节目相关内容正文\图片-提及品牌	条	4
内容植入	自制内容捆绑	《芒果捞新闻》晚会系列	《跨年演唱会》期间《芒果捞新闻》所有与晚会相关播报如: “机场直击、后台采访、节目精彩看点” 均体现客户权益	个	1
			片头包装, 体现客户品牌元素, 联合LOGO演绎, 无声, 1次/期	期	1
			片中口播, 口播体现品牌名称, 示例: “**品牌为您独家冠名放送XX节目” 1次/期		

《跨年演唱会》网络独家冠名					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
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	《跨年演唱会》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			

《湖南卫视中秋/春晚/元宵》网络冠名						
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量	
提升品牌认知	品牌授权	授予品牌“2017年《湖南卫视中秋/春晚/元宵》网络冠名”称号，有权使用《湖南卫视中秋/春晚/元宵》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				
	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：“《湖南卫视中秋/春晚/元宵》”宣传片植入，将企业LOGO与“《湖南卫视中秋/春晚/元宵》”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：“《湖南卫视中秋/春晚/元宵》晚会”***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	50000
		芒果TV首页-PC端	巨幕广告_1/3轮播		天	1
			焦点图1帧，体现客户赞助权益		天/帧	2
		芒果TV综艺频道 首页-PC端	焦点图1帧，体现客户赞助权益		天/帧	2
		芒果TV-手机端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益		天	1
			焦点图1帧，体现客户赞助权益		天/帧	2
		芒果TV-PAD端	开机广告_1/3轮播，体现客户赞助权益		天	1
	焦点图1帧，体现客户赞助权益			天/帧	2	
	TV端 (互联网电视)	首页专区推荐闪图，1帧		天/帧	1	
	2、视频硬广配置	《湖南卫视中秋/春晚/元宵》 视频播放框内	5S冠名标版_P C端 + P A D端 + P H O N E端 + 互联网电视TV端（正片+短片）_100%流量占比 包含花式口播：芒果TV《湖南卫视中秋/春晚/元宵》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		-	100% 流量 占比， 不承诺 保底 CPM
			15秒前贴片_尊享正一位_80%流量占比（含正片+2分钟以上短片视频） 位置：PC端+PAD端+PHONE端+互联网电视TV端		CPM	30000
			角标_PC端+PAD端+PHONE端_正片_100%流量占比		-	100% 流量 占比， 不承诺 保底 CPM
提升品牌认知	3、节目主题包装	《湖南卫视中秋/春晚/元宵》 专辑页-PC端	专辑头图中加入客户logo（享受冠名位置，头图非独占，标注：网络冠名）	月	1	
			客户硬广通栏_1/3轮播			
			尾屏鸣谢，体现客户LOGO 分享)			

《湖南卫视中秋/春晚/元宵》网络冠名					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细	单位	数量
内容连接	半屏互动	《湖南卫视中秋/春晚/元宵》视频播放框内_PHONE端	结合节目内容及关注热点，定制H5互动活动造势宣传，活动页面体现客户品牌LOGO元素	个	1
	点播红包	《湖南卫视中秋/春晚/元宵》视频播放框内 iphone+PC	节目播放时画面出现红包热点提示；点击热点后视频暂停播放，弹出信息层展示优惠券串码、优惠券使用方法等信息。	个	1期*1个
	点播灵犀		强提示点，引导用户参与视频互动；视频播放至特定时刻，画面出现灵犀热点提示，点击热点展示信息层更多广告内容（如品牌广告、投票互动等）。	个	1期*2个
扩散推广	SNS口碑	芒果TV官方微博	《湖南卫视中秋/春晚/元宵》节目相关内容正文\图片-提及品牌	条	2
		芒果TV官方微信	《湖南卫视中秋/春晚/元宵》节目相关内容正文\图片-提及品牌	条	2
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	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			

跨屏序列 芒果互娱招商通案

2017年芒果互娱互动广告回报框架

硬广互动								
版块	内容		周期	频次	时长	招商名额	招商对象	价格
A、广告内包装	广告口内提示摇电视		以广告排期为准	1次/广告口	同广告口时长	每个广告口 1个品牌	全天硬广客户	洽谈
B、H5页面	1	抽奖模块		1次/广告口	同广告口时长			
	2	品牌展示模块		1次/广告口				

■ 回报描述

A、广告内包装

广告口内使用带品牌LOGO湖南卫视包装模板动态提示摇电视信息，每个广告口1次

2、曝光模块

以广告客户的曝光需求出发，在页面中融合客户LOGO、产品、宣传标语等品牌信息

B、H5页面

1、抽奖模块

在摇电视产品页面设置抽奖功能，以实现广告客户发放实物以及虚拟奖品或卡券的需求

备注：价格及具体回报方案根据不同时段洽谈

季播节目互动						
版块	内容		周期	频次	时长	价格
A、授权	《*****》节目官方互动合作伙伴		1年			
B、栏目包装	1	字幕条	同节目 期数	2次/期	-	洽谈
	2	口播		2次/期	-	
	3	片尾鸣谢		1次/期	-	
C、H5页面	1	抽奖模块		1次/期	同节目时长	
	2	品牌展示模块		1次/期		
	3	粉丝互动模块		1次/期		
D、重播	含B、C		1次/期	-		

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业“*****”官方互动合作伙伴称号
- 2、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、栏目包装

- 1、字幕条
形式：提示观众使用摇电视功能参与节目互动内容+企业LOGO（含企业品牌名称，总字数不超过20字）
- 2、口播
位置：画外音或主持口播提示观众使用摇电视功能参与节目互动内容（带企业信息）
- 3、片尾鸣谢
形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

C、H5页面

- 1、抽奖模块
在摇电视产品页面设置抽奖功能，以实现广告客户发放实物以及虚拟奖品或卡券的需求
- 2、曝光模块
以广告客户的曝光需求出发，在页面中融合客户LOGO、产品、宣传标语等品牌信息
- 3、粉丝互动模块
在互动产品中加入粉丝互动内容，增强互动性，并且在模块中加入品牌曝光，接入抽奖模块入口

D、重播

含字幕条、口播、片尾鸣谢、H5页面配置

备注：价格及具体回报方案根据不同项目洽谈

晚会节目互动						
版块	内容		周期	频次	时长	价格
A、授权	《*****》官方互动合作伙伴		1年			
B、栏目包装	1	字幕条	1期	2次/期	-	洽谈
	2	口播		2次/期	-	
	3	片尾鸣谢		1次/期	-	
C、H5页面	1	抽奖模块		1次/期	同节目时长	
	2	品牌展示模块		1次/期		
	3	粉丝互动模块		1次/期		
	4	游戏模块		1次/期		
D、重播	含B、C		1次/期	-		

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业“*****”（晚会名称）官方互动合作伙伴”称号
- 2、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、栏目包装

1、字幕条

形式：提示观众使用摇电视功能参与晚会互动内容+企业LOGO（含企业品牌名称，总字数不超过20字）

2、口播

位置：现场主持或嘉宾口播提示观众使用摇电视功能参与节目互动内容（带企业信息）

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

C、H5页面

1、抽奖模块

在摇电视产品页面设置抽奖功能，以实现广告客户发放实物以及虚拟奖品或卡券的需求

2、曝光模块

以广告客户的曝光需求出发，在页面中融合客户LOGO、产品、宣传标语等品牌信息

3、粉丝互动模块

在互动产品中加入粉丝互动内容，增强互动性，并且在模块中加入品牌曝光，接入抽奖模块入口

4、游戏模块

研发以摇电视互动为入口的H5游戏，结合品牌及产品内容设计贴合传播需求的玩法，达到教育用户的目的

D、重播

含字幕条、口播、片尾鸣谢、H5页面配置

备注：价格及具体回报方案根据不同项目洽谈

电视剧互动						
版块	内容		周期	频次	时长	价格
A、授权	《*****》官方互动合作伙伴		1季			
B、栏目包装	1	互动合作伙伴标板	1季	1次/集	5秒/次	洽谈
	2	片尾鸣谢		1次/集	-	
C、H5页面	1	抽奖模块		1次/集	同节目时长	
	2	品牌展示模块		1次/集		
	3	粉丝互动模块		1次/集		
	4	游戏模块		1次/集		

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业“*****”（剧场名称）官方互动合作伙伴称号
- 2、有效期：自《授权书》下发日至合同结束期止

B、剧场包装

1、互动合作伙伴标板

形式：电视剧播出前出现5秒有声互动合作伙伴标板，声音及画面内容提示观众使用摇电视功能进行互动（含企业品牌名称）

2、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

C、H5页面

1、抽奖模块

在摇电视产品页面设置抽奖功能，以实现广告客户发放实物以及虚拟奖品或卡券的需求

2、曝光模块

以广告客户的曝光需求出发，在页面中融合客户LOGO、产品、宣传标语等品牌信息

3、粉丝互动模块

在互动产品中加入粉丝互动内容，增强互动性，并且在模块中加入品牌曝光，接入抽奖模块入口

4、游戏模块

研发以摇电视互动为入口的H5游戏，结合品牌及产品设计贴合传播需求的玩法，达到教育用户的目的

备注：价格及具体回报方案根据不同项目洽谈

自信
更青春

一直在求
“早晨9点”
和“下午两点”^{电视}的平均值
是否意味着
当下烈日当空？
新媒体

融合新路径

湖南卫视/芒果TV
芒果互娱/外宣线上线下
BAT等

2017 解决之道



2017

Determining the
Indeterminacy



解决方案

DETERMINING
THE INDETERMINACY
2017 解决之道

内容是1，技术是0

文/聂晶

电视作为一种媒介，无可争议地，在相当长的时间里扮演了信息的第一传播者。当下，在技术革新的冲击下，传播诉求愈发精准，传播渠道愈发细分。电视亦不得不在应接不暇的新媒体浪潮中，冷静地自省其媒介形态所带来的优势与局限。其中，内容的首发和以此为核心的瞬间爆发力仍然展现出不可取代的强大能量。与之相反的是，在传播的延续性和精准度上，电视则存有局限，而这恰恰是新媒体最大的（由自身属性决定的）长处。

当我们清醒地意识到这一点，就理应明白：所谓新老媒体的交战，不过是一种新闻辞令。整合是大势所趋，是势不可挡。跨屏共生、渠道互补，这不是一种设想，而是一种必须。因此，湖南卫视提出了自己的解决方案——既是解决内容资源的结构互补问题，也是解决信息传播的效力升级问题。

如果内容是1，那么技术就是后面的0。电视、视频网站、手机互动、地面活动、社交网络、搜索引擎……在整合思路和全媒体的视野下，所有的传播技术都是手段，所有的行业壁垒都是虚设。所以，我们将搭建起以内容为核心，贯通芒果全平台，跨界台外资源的一体式传播网络，打破界限，拓展边际，一站式解决品牌营销的整体诉求。

芒果超市一览表





加入购物车

总价：洽谈 

购买优先级按电视端冠名、合作伙伴、指定产品顺序选

特殊硬广秘方

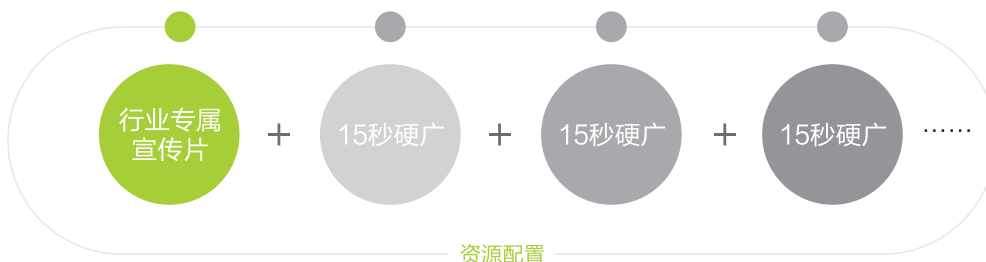
方案A：行业码头，专属领地

客户画像

针对精准人群投放的旅游、母婴、金融等特定行业客户

解决之道

在特定时段为该行业开辟专属广告窗口，收视人群更精准、价格更优惠



播出安排及广告价格：洽谈

方案B：超长广告，充分表达

客户画像：以微电影或长篇幅广告讲述品牌理念、展现企业形象、新品首发等诉求的客户

解决之道：在特定时段为60秒以上广告开辟绿色通道，让品牌营销诉求全面充分地表达

播出安排及广告价格：洽谈

台网融合秘方

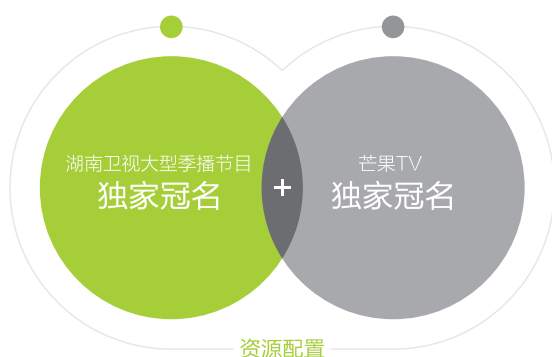
方案A：顶级资源，IP独占

客户画像

围绕强IP打造全媒体营销网络，最优质资源贯通线上线下的客户

解决之道

以电视端强IP为原点，一站式解决全媒体营销问题



具体回报框架根据不同节目详见本书“产品序列”部分

价格：洽谈

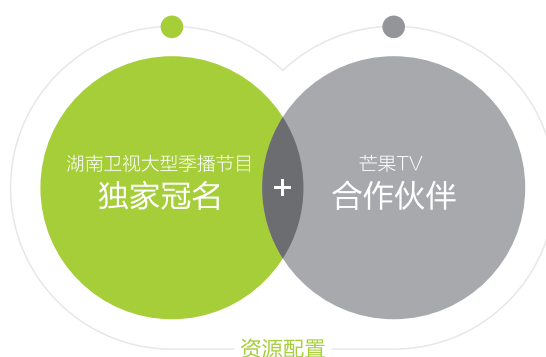
方案B：话题延续，边际拓展

客户画像

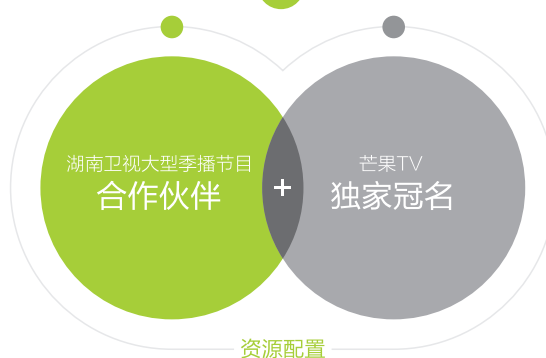
以内容传播为核心，紧靠话题事件，不放过每一个曝光机会，全面拓展人群边际的客户

解决之道

电视端内容资源，结合网络二次传播，解决台网不同人群覆盖问题



或



具体回报框架根据不同节目详见本书“产品序列”部分

价格：洽谈

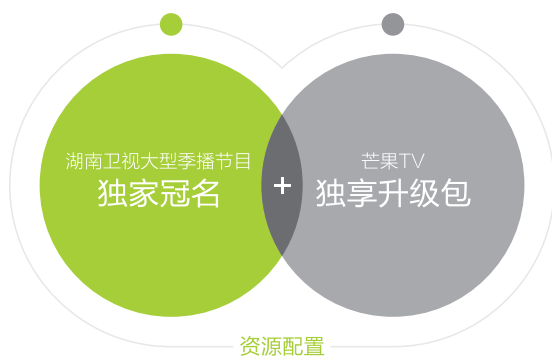
方案C：独门秘籍，资源升级

客户画像

抢占电视端核心资源，通过视频网站独有资源补强呈现，拓展传播时空界限的客户

解决之道

电视端内容资源，结合网络二次传播，解决台网不同人群覆盖：视频授权、用户导流问题



具体回报框架根据不同节目详见本书“产品序列”部分

芒果TV独享升级包（以《我想和你唱》为例）：

卫视&芒果TV内容互动合作明细					
回报权益	回报类型	回报位置	回报明细（曝光点）	单位	数量
内容互动	灵犀互动/红包	《我想和你唱》视频播放框内PC端+PHONE端	强提示点，引导用户参与视频互动；视频播放至特定时刻，画面出现灵犀热点提示，点击热点展示信息层更多广告内容（如品牌广告、投票互动等）。节目播放时画面出现红包热点提示；点击热点后弹出信息层展示优惠券串码、优惠券使用方法等信息。	个	1个*12期
内容剪辑	节目剪辑素材		提供客户植入节目视频素材，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	1
软性推广	《我想和你唱》视频播放框下方（PC端+移动端）		“看了会喜欢”板块内容推荐	天	30
特殊权益	定制配合IP的直播活动（芒果TV提供资源：直播平台、直播流、艺人、互动机制及在芒果手机直播APP首页推广）			场	1
视频权益	《我想和你唱》视频播放框内		15秒前贴片_PC端+Phone端+PAD端	CPM	150,000

价格：洽谈

实时互动秘方

方案A：互动看点，优势互补

客户画像

希望与公众建立实时互动通道，直接引流转化的客户

解决之道

结合“精彩呈现”高频提示与“摇一摇”实时互动功能，解决品牌与观众的直接沟通问题。



回报方案（以《我们来了》为例）：

《我们来了》互动看点						
版块	内容		曝光点	频次	周期	总次数
A、授权	授予企业《我们来了》精彩呈现称号					
B、栏目包装	1	互动看点	品牌名称、广告语、LOGO	3次/期	12期	36次
	2	片尾压屏	5秒无声广告	1次/期		12次
	3	片尾鸣谢	LOGO	1次/期		12次
	4	互动解说词+字幕条	广告语、LOGO、产品外观	1次/期		12次
C、重播	含B			1次/期		12次
D、硬广配置	15秒企业广告			1条/期		12条
备注：不含植入						

■ 回报描述

A、授权

- 1、授予企业“我们来了”精彩呈现称号
- 2、授权允许企业在市场推广活动中，使用“我们来了”LOGO等相关素材用于品牌宣传
- 3、有效期：自《授权书》下发日至2018年6月30日

B、栏目包装

1、互动看点

在每期/互动/下期看点段落中，提示品牌摇一摇互动信息

配音：***（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）提醒您本期/互动/下期看点，同时您还可以参与微信摇一摇互动，就有机会获得***（只含品牌名称）提供的大礼包

看点提示条：稍后看点+品牌LOGO

互动提示条：摇一摇信息+品牌名称

2、片尾压屏

形式：企业5秒广告片（2/3屏、无声）

位置：片尾

3、片尾鸣谢

形式：片尾滚屏时出现企业LOGO

4、互动解说词+字幕条

解说词内容：参与微信摇一摇互动，就有机会获得***（只含品牌名称）提供的大礼包（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

字幕条内容：以字幕条形式特别展现企业LOGO+广告语（含有企业广告语和品牌名称，总字数不超过10个字）

C、重播

含栏目包装

D、硬广配置

在节目首播时段广告插播窗口中插播1条15秒企业硬广（无位序）

该方案仅含线上呈现部分，线下互动内容根据品牌需求量身设计。

销售规则：当“互动看点”与栏目常规资源“精彩呈现”发生冲突时，优先“互动看点”销售。

价格：洽谈

方案B：营销节庆，整日狂欢

客户画像

需要在某促销节点集中爆发，并且实时导流的电商客户以及其他需要在某一时间段内集中投放硬广并与消费者深度沟通的客户

解决之道

在短期高频硬广套装的基础上叠加实时互动技术，解决用户转化、消费者直接沟通问题。



短期高频硬广套装及手机APP互动部分根据客户需求定制，具体方案另行出具。

价格：洽谈

互动宣传片描述

形式：频道包装互动宣传片，体现品牌互动参与方式

配音：拿出手机，下载***（APP名称）客户端，参与实时互动，即可获得精美大礼包

宣传片内容：根据品牌互动方式创意

位置：高频硬广套装中的广告窗口中

全媒整合秘方

方案A：新年头炮，全媒爆炸

客户画像

善于制造营销事件的资深玩家，抢夺新年全媒体头版头条的客户

解决之道

升级跨年黄金九十秒，全平台+外购资源打造行业事件



“跨年演唱会黄金一刻”方案详见本书“产品序列”部分；
芒果TV方案及线下选购资源方案根据客户需求双方协商后再行出具。

价格：洽谈

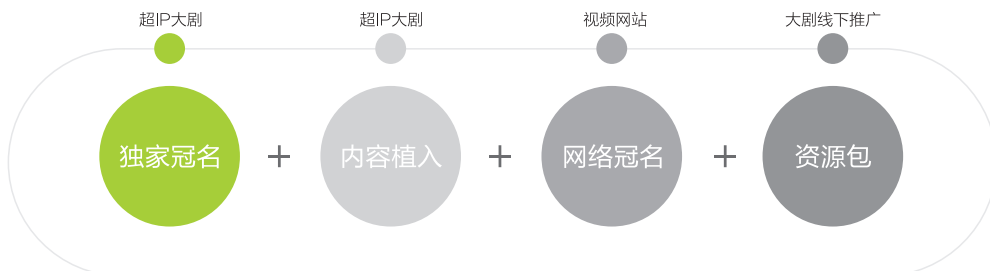
方案B：大剧营销，一站服务

客户画像

围绕大剧IP资源构建全媒营销计划、深度绑定大剧资源的客户

解决之道

从拍摄到播出到二次传播，一站式解决电视剧深度结合问题



具体方案根据客户需求双方协商后再行出具。

价格：洽谈



湖南卫视广告部