

2010年度招商手册

编辑组：

湖南卫视广告部 湖南卫视总编室

总策划：罗伟雄 刘向群

主编：樊旭文 李浩

执行主编：姜朝晖 郑华平

责任编辑：陈敢 袁罡弘

组稿编辑：丑燕敏 陈珏 陈曦 王伊兰 孙寒波 饶欣

资讯后援：李志南 李娜 孔莉湘 彭将洪等

特别支持：湖南电视台节目生产调度中心

视觉推广

联创企业形象广告策划公司

视觉指导：肖宁

包装设计：聂湘敏 吉吉 江星

湖南卫视《快乐8》杂志

视觉指导：俞雪松

版式设计：郑骞 张丹丹

湖南电广传媒股份有限公司 广告分公司

中国湖南卫视 广告部

www.hunantv.com

湖南省长沙市浏阳河大桥东 省广电中心西裙楼

电话：0731-84837023 84837024 84837025

传真：0731-84837025 84837047

电邮：adv@hunantv.com 邮编：410003

广告是个美食家

“电视是个大嘴巴，要吃很多很多的东西……”本台节目生产厂的“厂长”张勇说这话的时候，声音嘶哑，言表艰难。

是啊，一天24小时，一年365天，节目、广告都用秒计，常年累月的，该用多少东西满足电视这个饕餮？“吃的是草，出来的是奶”，那是说奶牛。显然，任何粗饲料是没有办法糊弄、搪塞任何高级动物的智慧和胃口。电视人的艰辛和不易，在于分分秒秒都得和观众手里的遥控器拔河。

电视是个大嘴巴，而广告是个美食家，从来食不厌精，脍不厌细——

《快乐男声》、《快乐大本营》、《天天向上》、《舞动奇迹》、《名声大震》、《勇往直前》、《跨年演唱会》、《一起又看流星雨》、《丑女无敌-4》（大结局季）、《新还珠格格》、《百科全说》、《芒果训练营》、《七夕情歌会》、《快乐盛典》、《灿烂的遗产》、《命中注定我爱你》……

这是一份有关湖南卫视2010年节目资源的不完全菜单——其中包括了湖南卫视大红大紫的品牌节目；久经市场考验的成名剧作；独一无二的大型活动、王牌晚会以及各式各样全新的节目形式。放眼当今中国，这无疑是一道由顶尖的电视厨子们奉上的满汉全席。

当然，这还不是这道奢华大餐价值的全部。湖南卫视极为考究的“带状、季播”工艺，有效地将各个时段的“观众流”地编织在一起。稳定、超高的收视，使得其中的硬广价值异常坚挺；而频道阳光、积极的“快乐”品牌形象，则直接将传播的箭头精准地导向以“年轻”为核心的“十环”。更重要的是，长于创新的湖南卫视，在活动营销、植入广告、虚拟广告、特殊形式等方面进行大胆开拓，这对有“梦想的VIP”而言，意味着“一切皆有可能”。湖南卫视的传播价值，是如此的活色生香，相信即使是再矜持的广告美食家，也将食欲大振，食指大动……

征服观众眼球的目的，在于征服观众眼球的购买者。当广告艰辛地背着预算，满世界地找寻它的目标，湖南卫视——肯定是一个值得卸下“麻袋”和“包袱”的地方。



HAPPINESS OF POWER

目录 / CONTENTS

■ 招标类

- 1、《快乐大本营》冠名 07
- 2、《天天向上》冠名 09
- 3、《金鹰独播剧场》冠名 11
- 4、T段预告版 13
- 5、稀缺资源插播广告 13

■ 招商类

品牌栏目

一、周间带状栏目

- 1、《娱乐无极限》冠名 18
《娱乐无极限》联合特约
- 2、《天天有礼》冠名 19
- 3、《快乐730》冠名 21
《快乐730》联合特约
- 4、《播报多看点》冠名 23
《播报多看点》联合特约
- 5、《发现》冠名 25
《发现》联合特约

二、周末栏目

- 1、《快乐大本营》联合特约 26
- 2、《天天向上》联合特约 27
- 3、《艺术玩家》冠名 29
《艺术玩家》联合特约
- 4、《快乐就起舞》冠名 31
《快乐就起舞》联合特约
- 5、《小鬼当家》冠名 33
《小鬼当家》联合特约

三、周间点状栏目

- 1、《背后的故事》冠名 35
《背后的故事》联合特约
- 2、《快乐英雄会》冠名 37
《快乐英雄会》联合特约
- 3、《智勇大闯关》冠名 39
《智勇大闯关》联合特约
- 4、《一呼百应》冠名 41
《一呼百应》联合特约
- 5、《节节高声》冠名 43
《节节高声》联合特约
- 6、《勇往直前》冠名 45
《勇往直前》联合特约

四、零点档栏目

- 1、《时尚男人》冠名 47
《时尚男人》联合特约
- 2、《时尚女人》冠名 49
《时尚女人》联合特约
- 3、《汽车冲动》冠名 51
《汽车冲动》联合特约
- 4、《快乐旅游》冠名 53
《快乐旅游》联合特约
- 5、《快乐电影》冠名 55
《快乐电影》联合特约
- 6、《零点锋云》冠名 57
《零点锋云》联合特约
- 7、《天下女人》冠名 59
《天下女人》联合特约

品牌活动

- 一、《芒果训练营·新还珠格格》冠名 63
- 二、《名声大震》冠名 65
- 三、《舞动奇迹》冠名 67

品牌剧场

一、晚间品牌剧场

- 《金鹰独播剧场》联合特约 71

二、周末白天品牌剧场

- 《青春独播剧场》冠名 73
- 《青春独播剧场》联合特约

三、周间白天品牌剧场

- 1、《偶像独播剧场》冠名 75
《偶像独播剧场》联合特约
- 2、《开心独播剧场》冠名 77
《开心独播剧场》联合特约

品牌晚会

- 一、《快乐中国跨年演唱会》冠名 81
- 二、《快乐盛典》冠名 83
- 三、《成人礼》冠名 85
- 四、《七夕情歌会》冠名 87
- 五、《汉语桥》冠名 89

节庆特殊资源

- 一起快乐过年 93

大型活动

- 一、快乐男声 97
- 二、第八届中国金鹰电视艺术节 99



中国湖南卫视2009年度广告招商总规则

一、年度招商时间

2009年11月1日—2009年12月31日。

二、年度招商原则

中国湖南卫视2010年广告年度招商合同是湖南卫视与各广告主、广告公司在平等自愿、互利双赢的原则下，签订的广告购买合同。公开、公平、公正，价优者得、先订先得。

湖南卫视2010年度广告招商考虑各类客户的需求，将采取招标拍卖和招商预售方式进行。

三、年度招商方式

在招商期间（2009年11月1日至2009年12月31日）按《湖南电视台卫星频道2010年度广告招商价格表》统一征订2010年广告时段。2010年1月1日以后签订的广告合同一律按《湖南电视台卫星频道2010年广告价格表》执行。

四、年度招商范围

2010年中国湖南卫视广告时段及项目招商。项目招商需遵循以下规则：

1、招商项目均不跨年度签约。时间为：2010年1月1日—2010年12月31日

2、2010年招商项目分为：

〔招标类〕

《快乐大本营》冠名、《天天向上》冠名、《金鹰独播剧场》冠名、T段预告版、稀缺资源广告插播。

〔招商类〕

品牌栏目、品牌活动、品牌剧场、品牌晚会、节庆特殊资源、大型活动

五、年度招商客户资格

参加湖南卫视年度招商的客户，须携带下列材料进行资格确认：

(1) 企业营业执照复印件；

(2) 企业法定代表人委托书正本（法定代表人直接参与征订的除外）；

(3) 广告公司除以上两项外，还需要出具代理企业的媒介代理委托书。

六、年度招商付款方式

A、招商类客户

1、签约客户必须在签约后一周内支付签约总额的5%作为定金，定金用于冲抵2010年12月份或合同期最后一个月的广告费。定金到帐后，签约合同方为有效。

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（季、年）提前付款，即2009年12月20日前交付2010年元月的广告费；2010年元月20日前交付2010年2月的广告费，以此类推。

3、所有招商类项目价格最终均按实际播出期数核算

B、招标类客户均按招标规定进行付款。

七、违约责任

凡签约的客户，应按合同量播出广告，并按照本办法第六条按期支付广告费，若未能连续履行合同和按时付款，我部有权终止合同，定金按违约处理，并且保留追偿其他实际损失的权利。

八、本规则最终解释权归中国湖南卫视广告部。

注：所有招商项目如因政策性调整，导致播出时间、节目时长、期数有变动的，另行协商解决。

湖南卫视2010年编排方案

晚间

| 时间 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 | 周五 | 周六 | 周日 |
|-------|---|----|----|----|------|-------|--|
| 17:55 | 娱乐无极限 | | | | | 快乐起舞 | 小鬼当家 |
| 18:20 | 天天有礼 | | | | | | |
| 18:30 | 湖南新闻联播+CCTV新闻联播 | | | | | | |
| 19:35 | 带状730节目 ——《真情》、《百科全说》等 | | | | 天天向上 | 快乐大本营 | 《芒果训练营 新还珠格格》 《名声大震》 《舞动奇迹III》等 |
| 20:25 | 点状830节目 ——《背后的故事》、《快乐英雄会》、《智勇大冲关》、《一呼百应》、《节节高声》、《勇往直前》 | | | | | | |
| 22:00 | 金鹰独播剧场(两集) | | | | | | |
| 24:00 | 时尚男人、时尚女人、汽车冲动、快乐旅游、快乐电影、零点锋云、天下女人等 | | | | | | |
| 24:30 | 自办节目重播 | | | | | | |

白天

| 时间 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 | 周五 | 周六 | 周日 |
|-------|------------|----|----|----|----|--------------|------|
| 06:30 | 湖南新闻联播（重播） | | | | | | |
| 07:00 | 播报多看点 | | | | | | 艺术玩家 |
| 08:00 | 偶像独播剧场（四集） | | | | | 青春独播剧场（四集） | |
| 12:25 | 发现 | | | | | 周末晚间 节目回放 | |
| 12:55 | 午间创新节目带 | | | | | | |
| 14:50 | 开心独播剧场（三集） | | | | | 青春独播剧场（两集） | |



【招标类】

Tender Category
happiness of power



《快乐大本营》冠名
Happy Camp

《天天向上》冠名
Day Day Up

《金鹰独播剧场》冠名
Golden Eagle
Theater

《T段预告版》
T Section
Forecast

《稀缺资源》插播广告
Scarce Resources

A

B

C

D

E

%

2% - 25%
Tender



《快乐大本营》冠名

INFO

《快乐大本营》以其清新、青春、快乐、贴近生活的游戏风格在中国电视娱乐版图迅速卡位，其带动的明星效应和倡导的快乐理念至今生命力不减，并为湖南卫视打造成中国第一电视娱乐品牌定下基调。

播出时间：周六19:35

节目时长：110分钟

全年期数：48期

标底价：2840万元 / 半年（24期）



回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“快乐大本营”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均14次/周；晚间播出平均12次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入快乐大本营

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“快乐大本营”由***冠名播出

播出位置：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

A



起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：5次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“快乐大本营”栏目广告段播出前后

次数：每期节目五个广告段，共10次

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“快乐大本营”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“快乐大本营”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“快乐大本营”。

次数：每期五次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏



《天天向上》冠名

INFO

好好娱乐，天天向上——这是一场永不落幕的快乐同学会，一个精英迭出的专业大课堂，一锅笑料沸腾的电视大杂烩。明星与科班齐飞，知识共娱乐一色，配合礼仪的复古教程、众星的炫技之旅，成就了最不可思议的混搭舞台剧和最热门的电视选修课。“天天兄弟”主持人群是中国迄今为止规模最大、娱乐煽动力最强、学习劲头最足、特长最多、雄性激素最澎湃的电视主持人群体，在极短时间内开辟了电视娱乐的新沙场。

播出时间：周五19:35

节目时长：110分钟

全年期数：48期

标底价：2510万元 / 半年（24期）



回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“天天向上”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均14次/周；晚间播出平均12次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入天天向上

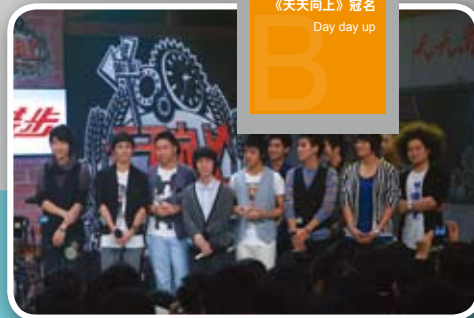
落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

DAY DAY UP

B

《天天向上》冠名
Day day up



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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“天天向上”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：5次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“天天向上”栏目广告段播出前后

次数：每期节目五个广告段，共10次

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“天天向上”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“天天向上”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有“***“天天向上”。

次数：每期五次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏

回报内容

A、剧场宣传片植入版块

将企业LOGO与独播剧名称相结合，形成统一的联合LOGO。

1、宣传片内企业广告视觉表现形式

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“独播剧名称”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均6次/天；晚间播出平均3次/天。

B、剧场内包装版块

1、剧场冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入金鹰独播剧场

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至剧场联合logo演绎

次数：1次/集

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“金鹰独播剧场”由***冠名播出

播出位置为：剧场片头后位置

次数：1次/集



Golden Eagle
Theater

41% - 85%

Tender

C

《金鹰独播剧场》冠名
Golden Eagle
Theater

3、剧片头

形式：“***独播剧名称”

表现：企业单独LOGO特写之后回缩至剧联合logo演绎

位置：冠名标版后

次数：1次/集

4、下一集精彩看点

形式：一同关注下一集精彩看点（起幅）+精彩看点内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下集更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业名称

位置：每集独播剧播完之后立刻进入下一集精彩看点

次数：每集1次。

5、开关版

形式：开关版剧名与品牌名称联合logo

位置：“金鹰独播剧场”插播广告段播出前后

次数：每集节目两个广告段，共4次

6、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“金鹰独播剧场”时长的30%左右

7、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

次数：1次/集

《金鹰独播剧场》冠名



INFO

湖南卫视金鹰独播剧场自06年开播以来，已经成为“后晚间、高收视、引进剧、独播剧”的代名词。曾经有观众说，湖南卫视“金鹰剧场”的品牌号召力已经达到“播什么火什么”，这说明该剧场在观众心中的分量非常重。从收视数据来看，在日益激烈的环境中，金鹰剧场仍保持稳定的高收视，说明了在目标观众中的品牌影响力。

播出时间：22:00 每天2集

标底价：2750万元/季度（91天）

《T段预告版》

INFO

该时段能够顺势承接前后几乎全部电视观众，保证了高到达率和关注度，从而保证了广告效果。与前后节目无缝衔接，非常有效的实现广告环境品质对企业品牌和产品的维护和提升。

T段预告版于湖南卫视节目与节目之间，起着承上启下的作用，该段位无硬性广告。

播出次数：

周一至周四7次/天

周五、周六、周日6次/天

标底价：780万元/季度（91天）

回报内容

- 1、表现形式：频道设计统一识别的5秒标版（起幅）+下节节目预告版+公益宣传片等+导视标版组合（落幅）
- 2、起幅内容：标板内含企业5秒无声广告、企业广告画面占屏幕的2/3
- 3、起幅配音：***（企业广告语+企业名称）邀请您接下来收看***（节目名称）
- 4、下节节目预告版：含企业LOGO
- 5、落幅：含企业LOGO
- 6、播出位置：T段（播出时间在18：20-01：30时间段内变动视为正常播出）

| 时间 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 | 周五 | 周六 | 周日 |
|-------|-------------|----|----|------|-------|--------|----|
| 18:30 | 湖南新闻联播 | | | | | | |
| 18:52 | T1 | | | | | | |
| 18:55 | 卫视气象站 | | | | | | |
| 18:58 | 黄金时刻广告 | | | | | | |
| 19:00 | CCTV新闻联播 | | | | | | |
| 19:30 | T2 | | | | | | |
| 19:31 | 730栏目带 | | | 天天向上 | 快乐大本营 | 周日季播栏目 | |
| 20:20 | T3 | | | | | | |
| 20:21 | 830栏目带 | | | | | | |
| 22:00 | T4 | | | | | | |
| 22:01 | 金鹰独播剧场（第一集） | | | | | | |
| 23:00 | T5 | | | | | | |
| 23:01 | 金鹰独播剧场（第二集） | | | | | | |
| 0:00 | T6 | | | | | | |
| 0:01 | 零点栏目带 | | | | | | |
| 0:30 | T7 | | | | | | |
| 0:31 | 自办节目重播 | | | | | | |

稀缺资源插播广告

| 稀缺资源项目插播广告段位 | | | | | | | |
|---|-----|----|----|----|----|----|----|
| 金鹰独播剧场插播 标的物广告时长：3条15秒广告 标的物数目/时间单元：12个 竞标时间单元：季度 时间单元数量：4个 竞标方式：暗标 标底价：614万元/季度（91天） | A套 | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 |
| | B套 | B1 | B2 | B3 | B4 | B5 | B6 |
| 晚间730栏目插播 标的物广告时长：1条15秒广告 标的物数目/时间单元：8个 竞标时间单元：季度 时间单元数量：4个 竞标方式：暗标 标底价：140万元/季度（52期） | 1窗口 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | 2窗口 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| 晚间830栏目插播 标的物广告时长：1条15秒广告 标的物数目/时间单元：16个 竞标时间单元：季度 时间单元数量：4个 竞标方式：暗标 标底价：140万元/季度（52期） | 1窗口 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | 2窗口 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | 3窗口 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | 4窗口 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| 天天向上+ 快乐大本营插播 标的物广告时长：2条15秒广告 标的物数目/时间单元：20个 竞标时间单元：季度 时间单元数量：4个 竞标方式：暗标 标底价：186万元/季度（13期） | A套 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | B套 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | C套 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | D套 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |
| | E套 | 正1 | 正2 | 倒2 | 倒1 | | |

Merchant Category

happiness of power

【招商类】

品牌栏目
Programs

品牌活动
Activities

A

B



品牌剧场

Theaters

品牌晚会

Evening Gala

节庆特殊资源

Festival Special
Resource

大型活动

Major
Activities

C

D

E

F

%



1

2

3

4

周间带状栏目

Mon-Fri Strip

1

周末栏目

Weekend

2

周间点状栏目

Mon-Thur Spot

3

零点档栏目

Midnight

4

2%-3%

4%-5%

Merchants



《娱乐无限》冠名

INFO

诞生于2000年的一档娱乐资讯类节目，用十年的光阴打造了国内娱乐市场一面光彩夺目的旗帜，直到今天。

播出时间：周一至周五17:55

节目时长：20分钟

全年期数：260期

招商价格：1590万元/年

回报内容

A、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入娱乐无极限

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“娱乐无极限”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩（配音含有企业品牌名称，不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：2次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“娱乐无极限”栏目广告段播出前后

次数：每期节目两个广告段，共4次

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“娱乐无极限”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

B、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“娱乐无极限”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能

A

体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有 *** “娱乐无极限”。

次数：每期两次

《娱乐无极限》

联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：255万元/年

特约二：240万元/年

特约三：225万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“娱乐无极限”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“娱乐无极限”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“娱乐无极限”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

《天天有礼》冠名

INFO

播出时间：周一至周五18:20

节目时长：4分钟

全年期数：260期

招商价格：560万元/年

回报内容

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入天天有礼

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“天天有礼”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

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“天天有礼”纯节目时长的30%左右

4、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、1/3屏）

6%-8%

Merchants

《快乐730》冠名

INFO

《快乐730》备选节目：

《真情》：是要我们的80后、90后们的爱的困惑、让我们一起来——寻找爱之门，为他们的青春、为我们的未来、为每一个人的幸福，留下难忘的注脚，启航美丽的人生。

《百科全说》：全民励志、好好学习、开拓视野、学以致用，满足当下国民精神和生活实用诉求的百科全书式综艺娱乐脱口秀

播出时间：周一至周四19：35

节目时长：40分钟

全年期数：208期

招商价格：1520万元/季（52期）

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：含有企业品牌名称及广告语***“快乐730”

（只能出现广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均14次/周；晚间播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入快乐730

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“快乐730”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

A

起幅配音：***提醒您下一节更精彩（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：2次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“快乐730”栏目广告段播出前后

次数：每期节目两个广告段，共4次

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“快乐730”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、节目现场植入版块

1、现场广告位

结合“快乐730”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“快乐730”。

次数：每期两次

《快乐730》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：500万元/年（208期）

特约二：485万元/年（208期）

特约三：470万元/年（208期）

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“快乐730”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“快乐730”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“快乐730”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

9% - 10%

Merchants

回报内容

A、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入播报多看点

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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
(广告画面占屏幕的2/3)

配音：“播报多看点”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“播报多看点”栏目广告段播出前后

次数：每期节目两个广告段，共4次

4、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“播报多看点”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

B、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“播报多看点”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“播报多看点”。

次数：每期两次

C、企业广告配置

硬广插播：配置一条15秒企业广告

播出位置：第一个插播广告窗口正一位置

A

A

周间带状栏目
Mon-Fri Strip

1

《播报多看点》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：185万元 / 年

特约二：180万元 / 年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“播报多看点”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：配置一条15秒企业广告

播出位置：第一个插播广告窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“播报多看点”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“播报多看点”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

播报多看点

《播报多看点》冠名

INFO

湖南卫视开发午间次黄金时段，一档大型原创资讯生活版块。栏目形态为“资讯聊天剧”，主要报道热点时事，泛健康资讯。

“新民生新闻，话时代播报”。

播出时间：周一至周五7:00

节目时长：40分钟

全年期数：260期

招商价格：880万元 / 年



《发现》冠名

INFO

1995年5月创办的《发现》栏目，他一直以奔跑的姿势和兴奋的状态不屈不挠地见证着乡村大地十一年间的巨变。《发现》就像一部编年体的史书，真实的记录着十一年来全国的变化，且他的记载有声音有画面，真实客观。

播出时间：周一至周五12：25

节目时长：20分钟

全年期数：260期

招商价格：900万元/年

回报内容

A、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入发现

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“发现”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“发现”栏目广告段播出前后

次数：每期节目两个广告段，共4次

4、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“发现”纯节目时长的30%左右

《发现》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：260万元 / 年

特约二：250万元 / 年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“发现”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：配置一条15秒企业广告

播出位置：第一个插播广告窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“发现”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“发现”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

B、栏目植入版块

口播：在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“发现”。

次数：每期两次

C、企业广告配置

硬广插播：配置一条15秒企业广告

播出位置：第一个插播广告窗口正一位置



13% - 15%

Merchants

《快乐大本营》联合特约（限三家）

Happy Camp

INFO

播出时间：周六19:35

节目时长：110分钟

全年期数：52期

招商价格：

特约一：370万元/年

特约二：355万元/年

特约三：340万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“快乐大本营”由***特约播出/由***、***联合特约播出
(含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个)

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“快乐大本营”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“快乐大本营”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

A

《天天向上》联合特约（限三家）

Day day up

INFO

播出时间：周五19:35

节目时长：110分钟

全年期数：52期

招商价格：

特约一：312万元/年

特约二：297万元/年

特约三：282万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“天天向上”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“天天向上”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“天天向上”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

16% - 17%

Merchants

回报内容



《艺术玩家》冠名

INFO

《艺术玩家》以振兴艺术品市场为己任，力争成为收藏家、艺术家、鉴赏家的经纪好友。

播出时间：周日07:00

节目时长：40分钟

全年期数：52期

招商价格：168万元/年

A、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入艺术玩家

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“艺术玩家”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“艺术玩家”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次

4、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“艺术玩家”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

B、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“艺术玩家”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“艺术玩家”。

次数：每期两次

C、企业广告配置

硬广插播：每集配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置

A

《艺术玩家》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：41万元 / 年

特约二：36万元 / 年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“艺术玩家”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“艺术玩家”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“艺术玩家”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

《快乐就起舞》 冠名

(草根舞蹈类节目)

INFO

无论环肥燕瘦，只要你敢于扭动自己的身体，跟随音乐的节拍尽情释放，就有可能获得大奖。《挑战麦克风》之后，第二波人机对抗热潮，更是既《挑麦》之后第二场无限制无门槛无要求的全民参与舞会。只要你爱音乐，只要你敢舞动，只要你想拿大奖，都可以登上我们这个特殊的舞台，挑战跳舞机。

播出时间：周六17:30

节目时长：45分钟

全年期数：52期

招商价格：1520万元/年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“快乐就起舞”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入快乐就起舞

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“快乐就起舞”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩（配音只能出现品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：3次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名与品牌名称联合logo

位置：“快乐就起舞”栏目广告段播出前后

次数：每期节目三个广告段，共6次

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“快乐就起舞”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“快乐就起舞”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“快乐就起舞”。

次数：每期三次

《快乐就起舞》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：51万元/年

特约二：48万元/年

特约三：45万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“快乐就起舞”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“快乐就起舞”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“快乐就起舞”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

《小鬼当家》 冠名

(亲子节目)

INFO

一个本不该忽视的“童”“话”时空，一次另类独特的亲子沟通示范，心理教育专家指点迷津，助力成长。节目聚焦国家未来第一财富——青少年，用人文的态度多角度解构青少年和独身子女教育之难，并谋求解决之道。

寓教于乐、原汁原味、满足观众窥探性心理；悬念的积累与释放，凸现私密空间的真实性格；以人为本，节目内容设计的价值指归。

播出时间：周日17:30

节目时长：45分钟

全年期数：52期

招商价格：1520万元/年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片(2/3屏、无声)+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“小鬼当家”

(含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个)

3、播出次数

白天播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入小鬼当家

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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(广告画面占屏幕的2/3)

配音：“小鬼当家”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点(起幅)+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩(配音只能出现品牌名称、不能出现广告语)

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：3次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名与品牌名称联合logo

位置：“小鬼当家”栏目广告段播出前后

次数：每期节目三个广告段，共6次

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“小鬼当家”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“小鬼当家”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“小鬼当家”。

次数：每期三次

《小鬼当家》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：51万元/年

特约二：48万元/年

特约三：45万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“小鬼当家”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“小鬼当家”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“小鬼当家”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

22% -23%

Merchants

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“背后的故事”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周；晚间播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入背后的故事

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“背后的故事”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩

《背后的故事》冠名

INFO

一档感动多数的大型故事性情感类谈话节目

国内知名电视谈话节目主持人何炅、张丹丹

湖南电视界资深电视人阿义 坐镇主刀
倾情奉送 倾心揭秘

《背后的故事》不可错过的饕餮值得回味的
新生原创

播出时间：周间20：25

全年期数：52期

招商价格：2910万元/年

A

(配音含有企业品牌名称、不能出现广告语)

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：4次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“背后的故事”栏目广告段播出前后

次数：每期节目四个广告段，共8次

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“背后的故事”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“背后的故事”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有“***背后的故事”。

次数：每期四次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏



《背后的故事》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：130万元/年

特约二：125万元/年

特约三：120万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“背后的故事”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“背后的故事”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“背后的故事”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

24% -25%

Merchants

快乐英雄会



《快乐英雄会》冠名

INFO

“谁是英雄升级版”分为《全民大侦探》及《美人关》

《全民大侦探》的核心词就是一个“猜”字，“猜”抓住了观众对未知新奇事物的好奇和渴望知道自己的猜测是否正确的心里期待，“猜”设置了精神参与度很高的悬念，用“猜”这种在生活中司空见惯谁都有体验的心理形式，抓住观众、拉近观众。

《美人关》将全新出击，创意盎然，夺广谱眼球，为观众心灵加油，致力成为集搞笑十足信息量充足的辩论秀、精彩独特的创意秀、悬念重重的PK秀为一体的新型娱乐节目——创意比拼秀。

播出时间：

周间20：25（6至8月除外）

节目时长：70分钟

节目期数：38期

招商价格：2130万元 / 38期

回报内容

A、栏目宣传片植入版块：

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“快乐英雄会”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周；晚间播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入快乐英雄会

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“快乐英雄会”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎



起幅配音：***提醒您下一节更精彩
(配音含有企业品牌名称、不能出现广告语)
下节精彩内容提示条上显示企业LOGO
位置：开版前
次数：4次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo
位置：“快乐英雄会”栏目广告段播出前后
次数：每期节目四个广告段，共8次

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“快乐英雄会”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“快乐英雄会”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“快乐英雄会”。

次数：每期四次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏

《快乐英雄会》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：92万元 / 38期

特约二：89万元 / 38期

特约三：86万元 / 38期

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“快乐英雄会”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“快乐英雄会”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“快乐英雄会”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“智勇大冲关”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均5次/天；晚间播出平均2次/天。（节目播出前15天开始宣传）

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入智勇大冲关

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“智勇大冲关”由***冠名播出

播出位置：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下节精彩看点

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：4次

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“智勇大冲关”栏目广告段播出前后

次数：每期节目四个广告段，共8次

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“智勇大冲关”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“智勇大冲关”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“智勇大冲关”。

次数：每期四次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏



A

周间点状栏目
Mon-Thur Spot

3



《智勇大冲关》冠名

INFO

《智勇大冲关》是一档全民体验竞技节目。节目极大的将参与者的潜能进行无限的发掘，经过“智”、“勇”的考验，使他们超越自我，成就梦想。

播出时间：周间20：25（6月至8月）

节目时长：70分钟

节目期数：14期

招商价格：2000万元 / 14期

《智勇大冲关》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：38万元 / 14期

特约二：35万元 / 14期

特约三：32万元 / 14期

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“智勇大冲关”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“智勇大冲关”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“智勇大冲关”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。





回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“一呼百应”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周；晚间播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入一呼百应

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“一呼百应”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：4次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“一呼百应”栏目广告段播出前后

次数：每期节目四个广告段，共8次

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“一呼百应”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“一呼百应”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“一呼百应”。

次数：每期四次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏



《一呼百应》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：130万元 / 年

特约二：125万元 / 年

特约三：120万元 / 年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“一呼百应”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“一呼百应”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“一呼百应”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

《一呼百应》冠名

INFO

《一呼百应》是著名节目制作人龙丹妮入主天娱传媒后的第一个大动作，节目将采取免票形式，让明星亲自深入城市发动市民前来观看自己的演唱会。节目注重演常会前期部分的策划，丰富单调的演唱会模式，将明星开个唱的全过程故事化，在节目中呈现。

播出时间：周间20：25

节目时长：70分钟

全年期数：52期

招商价格：2910万元 / 年

《节节高声》冠名

INFO

《节节高声》是一档以电视媒体为主要通道平台、以电视节目为主体表现内容的年度推新人新歌的音乐排行类节目。

播出时间：周间20：25

节目时长：70分钟

全年期数：52期

招商价格：2910万元 / 年



回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“节节高声”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周；晚间播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入节节高声

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“节节高声”由***冠名播出

播出位置：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容



起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下一节更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业LOGO

位置：开版前

次数：4次/期

4、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“节节高声”栏目广告段播出前后

次数：每期节目四个广告段，共8次

4、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“节节高声”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“节节高声”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“节节高声”。

次数：每期四次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏

《节节高声》联合特约（限三家）

招商价格：

特约一：130万元/年

特约二：125万元/年

特约三：120万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“节节高声”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

备注：

特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“节节高声”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“节节高声”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

32% -33%

Merchants

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“勇往直前”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周；晚间播出平均10次/周。

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入“勇往直前”

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“勇往直前”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、下节精彩看点

形式：下节精彩看点（起幅）+下节精彩内容

起幅表现：联合LOGO演绎

《勇往直前》冠名



INFO

全新的《勇往直前》是湖南卫视强力打造的中国第一档大型“明星公益挑战”类节目。只要挑战嘉宾能够完成任务，就可以为希望小学募集到善款，贡献爱心。将受到大批忠实观众的关注。

新一季《勇往直前》仍将继续沿袭“自我挑战”精神内核，延续“明星+游戏挑战”的结构方式。只不过，本季节目将彻底挣脱室内摄影棚的束缚，以秀美风光为天然背景，以奇珍异兽、自然屏障为道具，以最具娱乐精神的方式，挑战各地最具代表性、挑战性，最刺激、好玩的挑战项目，真实展现明星们最真实本色的一面。

播出时间：周间20：30

节目时长：70分钟

全年期数：52期

招商价格：2910万元/年



起幅配音: ***提醒您下一节更精彩
(配音含有企业品牌名称、不能出现广告语)
下节精彩内容提示条上显示企业LOGO
位置: 开版前
次数: 4次/期

4、开关版

形式: 开关版落幅中出现栏目名与品牌名称联合logo
位置: “勇往直前”栏目广告段播出前后
次数: 每期节目四个广告段, 共8次

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“勇往直前”纯节目时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片 (无声、2/3屏)

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“勇往直前”节目的演播厅舞台设计, 为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。
个数: 1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称, 口播中含有 *** “勇往直前”。
次数: 每期四次

D、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏

《勇往直前》联合特约 (限三家)

招商价格:

特约一: 130万元/年

特约二: 125万元/年

特约三: 120万元/年

回报内容:

1、片头前特约联合标版

形式: 5秒特约标版
配音: “勇往直前”由***特约播出/由***、***联合特约播出 (含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个)
位置: 片头前
次数: 1次/期

2、片尾压屏

形式: 片尾正一之后位置压企业5秒广告片 (无声, 2/3屏)
次数: 1次/期

备注:

特约招商限三家, 在只有一家特约商的情况下使用“勇往直前”由***特约播出的单一版式, 如果有一家以上的特约商, 则按照“勇往直前”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置, 片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。



34% -35%

Merchants

《时尚男人》冠名

INFO

播出时间：24：00

节目时长：25分钟

全年期数：52期

招商价格：570万元 / 年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“时尚男人”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入时尚男人

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“时尚男人”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“时尚男人”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次

A

A

零点档栏目
Midnight

4

4、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“时尚男人”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“时尚男人”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“时尚男人”。

次数：每期两次

D、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置

《时尚男人》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：73万元/年

特约二：68万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“时尚男人”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“时尚男人”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“时尚男人”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

36% -37%

Merchants

《时尚女人》冠名

INFO

播出时间：24：00

节目时长：25分钟

全年期数：52期

招商价格：570万元 / 年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“时尚女人”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入时尚女人

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

A

零点档栏目
Midnight

4

配音：“时尚女人”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“时尚女人”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次

4、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“时尚女人”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“时尚女人”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“时尚女人”。

次数：每期两次

D、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置

《时尚女人》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：73万元/年

特约二：68万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“时尚女人”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“时尚女人”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“时尚女人”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

38% -39%

Merchants

《汽车冲动》 冠名

INFO

播出时间: 24: 00

节目时长: 25分钟

全年期数: 52期

招商价格: 570万元 / 年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“汽车冲动”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入汽车冲动

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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
(广告画面占屏幕的2/3)

配音：“汽车冲动”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名与品牌名称联合logo

位置：“汽车冲动”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次

4、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

A

零点档栏目
Midnight

4

《汽车冲动》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：73万元/年

特约二：68万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“汽车冲动”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

广告语及不得拆分联合logo)

时长：占“汽车冲动”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“汽车冲动”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“汽车冲动”。

次数：每期两次

D、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“汽车冲动”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“汽车冲动”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

《快乐旅游》冠名

INFO

播出时间: 24:00

节目时长: 25分钟

全年期数: 52期

招商价格: 570万元/年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片(2/3屏、无声)+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“快乐旅游”

(含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个)

3、播出次数

白天播出平均10次/周

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入快乐旅游

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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
(广告画面占屏幕的2/3)

配音：“快乐旅游”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“快乐旅游”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次

4、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“快乐旅游”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“快乐旅游”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“快乐旅游”。

次数：每期两次

D、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置

《快乐旅游》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：73万元/年

特约二：68万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“快乐旅游”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“快乐旅游”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“快乐旅游”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

《快乐电影》冠名

INFO

播出时间: 24:00

节目时长: 25分钟

全年期数: 52期

招商价格: 570万元/年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片(2/3屏、无声)+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“快乐电影”

(含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个)

3、播出次数

白天播出平均10次/周

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入快乐电影

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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(广告画面占屏幕的2/3)

配音：“快乐电影”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“快乐电影”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次

4、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“快乐电影”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“快乐电影”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“快乐电影”。

次数：每期两次

D、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置

《快乐电影》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：73万元/年

特约二：68万元/年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“快乐电影”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“快乐电影”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“快乐电影”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

44% - 45%

Merchants

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“零点锋云”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入零点锋云

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“零点锋云”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“零点锋云”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次

零点锋云

《零点锋云》冠名

INFO

中国第一档名人电视博客，是一档原创高端文化节目。节目主要是想在政治、经济、文化领域乃至民间，发掘新锐的思想者，以启迪更多的观众，也就是荟萃精英主体的文化，来引导民众文化的进步。

播出时间：24：00

节目时长：25分钟

全年期数：52期

招商价格：480万元/年

A

《零点锋云》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：73万元 / 年

特约二：68万元 / 年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“零点锋云”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“零点锋云”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“零点锋云”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

4、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“零点锋云”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

口播：在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“零点锋云”。

次数：每期两次

D、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置

天下女人

her village

《天下女人》冠名

INFO

大型强档谈话节目《天下女人》，该节目意在关注都市女性精神世界，著名主持人杨澜，柯蓝与嘉宾共同探讨女性话题。

播出时间：24：00

节目时长：25分钟

全年期数：52期

招商价格：570万元/年

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“天下女人”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入天下女人

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“天下女人”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“天下女人”栏目广告段播出前后

次数：每期节目一个广告段，共2次



《天下女人》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：73万元 / 年

特约二：68万元 / 年

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“天下女人”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：片头前

次数：1次/期

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/期

3、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“天下女人”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“天下女人”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

4、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“天下女人”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“天下女人”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“天下女人”。

次数：每期两次

D、企业广告配置

硬广插播：每期配置一条15秒企业广告

播出位置：广告插播窗口正一位置





2%-3%

《芒果训练营·新还珠格格》 冠名

INFO

为配合湖南卫视2010年大力推广自制剧的战略要求，我们将制作首档为“准明星”们全方位打造形象、磨练技艺、聚集人气的“开放式自制剧艺人培训班”的全新综艺节目。将普通人成为明星的幕后培养过程用综艺的形式呈现出来。同时，通过这个节目也将为湖南卫视储备大量优质的演艺新人。

播出时间：周日19:35

节目时长：110分钟

节目期数：12期

招商价格：1320万元 / 12期

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“芒果训练营·新还珠格格”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均5次/天；晚间播出平均2次/天。（节目播出前15天开始宣传）

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入“芒果训练营·新还珠格格”

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“芒果训练营·新还珠格格”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“芒果训练营·新还珠格格”栏目广告段播出前后

次数：每期节目五个广告段，共10次

4、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“芒果训练营·新还珠格格”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、栏目现场植入版块

1、现场广告位

结合“芒果训练营·新还珠格格”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“芒果训练营·新还珠格格”。

次数：每期五次

D、重播一次

含冠名标版、片头、开关版、角标提示、片尾压屏

《名声大震》 III 冠名



INFO

《名声大震》是湖南卫视2006年起与英国BBC联合打造的一档大型全明星电视活动，开启了中国电视界大型节目国际化合作的先河。《名声大震》与BBC的合作使得其从舞美效果、摄制手法、技术应用等方面给了观众一个全新的视野，成为新技术下中国娱乐节目的新标杆。

播出时间：周日19:35

节目时长：110分钟

节目期数：11期

招商价格：1210万元 / 11期

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“名声大震”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均5次/天；晚间播出平均2次/天。（节目播出前15天开始宣传）

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入“名声大震”

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）



配音：“名声大震”由***冠名播出

播出位置：节目片头后位置

次数：1次/期

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“名声大震”栏目广告段播出前后

次数：每期节目五个广告段，共10次

4、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“名声大震”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、节目现场植入版块

1、现场广告位

结合“名声大震”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“名声大震”。

次数：每期五次

D、重播一次

含冠名标版、片头、开关版、角标提示、片尾压屏



《舞动奇迹》III冠名



INFO

《舞动奇迹》是湖南卫视引进英国BBC电视台火遍全球的《Strictly Come Dancing》的节目模式，进行本土化改造的创新节目。这是中国内地电视台第一次引进购买英国舞蹈节目版权，也是内地上星电视台第一次和香港最大的电视机构TVB联合主办。它由湖南卫视和香港TVB各选派10名男女明星参加，是一场以励志、慈善为主题的综合性舞蹈竞技秀。它曾被评为《新周刊》“2007年中国电视节目榜”最佳娱乐秀。

播出时间：周日19:35

节目时长：110分钟

节目期数：10期

招商价格：1100万元/10期

回报内容

A、栏目宣传片植入版块

将企业LOGO与栏目LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“舞动奇迹”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均5次/天；晚间播出平均2次/天。（节目播出前15天开始宣传）

B、栏目内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入“舞动奇迹”

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次/期

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“舞动奇迹”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次/期



3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“舞动奇迹”栏目广告段播出前后

次数：每期节目五个广告段，共10次

4、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“舞动奇迹”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）



C、节目现场植入版块

1、现场广告位

结合“舞动奇迹”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有“***”“舞动奇迹”。

次数：每期五次

D、重播一次

含冠名标版、片头、开关版、角标提示、片尾压屏

品牌剧场
Theaters



A

B



D

E

F



1

晚间
品牌剧场
Night Theater

2

周末白天
品牌剧场
Weekend
Daytime Theater

3

周间白天
品牌剧场
Mon-Fri Daytime
Theater

2%-3%

《金鹰独播剧场》联合特约（限三家）



INFO

播出时间：22:00 每天2集



58% - 59%

Merchants

C

晚间品牌剧场
Night Theater

回报内容

招商价格：

特约一：390万元 / 季（91天）

特约二：370万元 / 季（91天）

特约三：350万元 / 季（91天）

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“金鹰独播剧场”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：剧场片头前

次数：1次/集

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/集

备注：特约招商限三家，在只有一家特约商的情况下使用“金鹰独播剧场”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“金鹰独播剧场”由***、***联合特约播出的形式。特约一、二、三的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二、正三位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三、正四位置。

《青春独播剧场》冠名



INFO

播出时间：

周六、周日08:00 开始，每天4集

周六、周日15:00开始，每天2集

全年集数：624集

招商价格：600万元 / 季（156集）

回报内容

A、宣传片植入版块

将企业LOGO与独播剧名称相结合，形成统一的联合LOGO。

1、宣传片内企业广告视觉表现形式

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“青春独播剧名称”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周。

B、剧场内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入青春独播剧场

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至剧场联合logo演绎

次数：1次/集

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
（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“青春独播剧场”由***冠名播出

播出位置为：剧场片头后位置

次数：1次/集

3、下一集精彩看点

形式：一同关注下一集精彩看点（起幅）+精彩看点内容

起幅表现：联合LOGO演绎

60% - 62%

Merchants

C

周末白天品牌剧场

Weekend Daytime
Theater

2

《青春独播剧场》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：235万元 / 季（156集）

特约二：220万元 / 季（156集）

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“青春独播剧场”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：剧场片头前

次数：1次/集

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/集

3、企业广告配置

硬广插播：每集配置两条15秒企业广告

播出位置：片头后广告段正一位置之后的插播、片中广告段正一位置之后的插播

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“青春独播剧场”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“青春独播剧场”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

起幅配音：***提醒您下集更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业名称

位置：每集独播剧播完之后立刻进入下一集精彩看点

次数：每集1次。

4、开关版

形式：开关版落幅中出现剧名称与品牌名称联合logo

位置：“青春独播剧场”广告段播出前后

次数：每集共4次

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“青春独播剧场”时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

次数：1次/集

C、企业广告配置

硬广插播：每集配置两条15秒企业广告

播出位置：片头后广告段正一位插播、片中广告段正一位插播

《偶像独播剧场》冠名



INFO

播出时间：

周一至周五 08:00 开始，每天4集

全年集数：1040集

招商价格：850万元 / 季（260集）

回报内容

A、宣传片植入版块

将企业LOGO与独播剧名称相结合，形成统一的联合LOGO。

1、宣传片内企业广告视觉表现形式

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“偶像独播剧名称”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周。

B、剧场内包装板块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入偶像独播剧场

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至剧场联合logo演绎

次数：1次/集

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“偶像独播剧场”由***冠名播出

播出位置为：剧场片头后位置

次数：1次/集

3、下一集精彩看点

形式：一同关注下一集精彩看点（起幅）+精彩看点内容

起幅表现：联合LOGO演绎

起幅配音：***提醒您下集更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业名称

位置：每集独播剧播完之后立刻进入下一集精彩看点

次数：每集1次。

63% - 65%

Merchants

C

周间白天品牌剧场

Mon-Fri Daytime
Theater

3

4、开关版

形式：开关版落幅中出现剧名称与品牌名称联合logo

位置：“偶像独播剧场”广告段播出前后

次数：每集共4次

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“偶像独播剧场”时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

次数：1次/集

C、企业广告配置

硬广插播：每集配置两条15秒企业广告

播出位置：片头后广告段正一位插播、片中广告段正一位插播

《偶像独播剧场》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：335万元/季（260集）

特约二：320万元/季（260集）

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“偶像独播剧场”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：剧场片头前

次数：1次/集

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/集

3、企业广告配置

硬广插播：每集配置三条15秒企业广告

播出位置：片头后广告段正一位置之后的插播、片中广告段正一位置之后的插播

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“偶像独播剧场”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“偶像独播剧场”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

《开心独播剧场》冠名



INFO

播出时间：

周一至周五 14:50 开始，每天3集

全年集数：780集

招商价格：850万元/季（195集）

回报内容

A、宣传片植入版块

将企业LOGO与独播剧名称相结合，形成统一的联合LOGO。

1、宣传片内企业广告视觉表现形式

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“开心独播剧名称”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、播出次数

白天播出平均10次/周。

B、剧场内包装板块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入开心独播剧场

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至剧场联合logo演绎

次数：1次/集

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“开心独播剧场”由***冠名播出

播出位置为：剧场片头后位置

次数：1次/集

3、下一集精彩看点

形式：一同关注下一集精彩看点（起幅）+精彩看点内容

起幅表现：联合LOGO演绎

《开心独播剧场》联合特约（限两家）

招商价格：

特约一：315万元 / 季（195集）

特约二：300万元 / 季（195集）

回报内容：

1、片头前特约联合标版

形式：5秒特约标版

配音：“开心独播剧场”由***特约播出/由***、***联合特约播出（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

位置：剧场片头前

次数：1次/集

2、片尾压屏

形式：片尾正一之后位置压企业5秒广告片（无声，2/3屏）

次数：1次/集

3、企业广告配置

硬广插播：每集配置两条15秒企业广告

播出位置：片头后广告段正一位置之后的插播、片中广告段正一位置之后的插播

备注：

1、特约招商限两家，在只有一家特约商的情况下使用“开心独播剧场”由***特约播出的单一版式，如果有一家以上的特约商，则按照“开心独播剧场”由***、***联合特约播出的形式。

2、特约一、二的口播位序按照价位高低分别为口播正一、正二位置，片尾压屏位序按照价位高低分别为片尾压屏正二、正三位置。

3、特约一、二的广告插播位序按照价位高低分别为：正二、正三位置。

起幅配音：***提醒您下集更精彩

（配音含有企业品牌名称、不能出现广告语）

下节精彩内容提示条上显示企业名称

位置：每集独播剧播完之后立刻进入下一集精彩看点

次数：每集1次。

4、开关版

形式：开关版落幅中出现剧名称与品牌名称联合logo

位置：“开心独播剧场”广告段播出前后

次数：每集共4次

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“开心独播剧场”时长的30%左右

6、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

次数：1次/集

C、企业广告配置

硬广插播：每集配置两条15秒企业广告

播出位置：片头后广告段正一位插播、片中广告段正一位插播

品牌晚会
Evening Gala



A

B

C

E

F



1

2

3

4

5

《快乐中国跨年
演唱会》冠名

《快乐盛典》
冠名

《成人礼》
冠名

《七夕情歌会》
冠名

《汉语桥》
冠名

2%-3%

《跨年演唱会》冠名

INFO

以经典为主题，云集新近出炉平民超人气偶像和两岸三地歌坛天王巨星，连续几年位居跨年同时段收视榜首的湖南卫视跨年演唱会，已成为每年跨年夜全国观众最值得期待的视听盛宴。

播出时间：

2009年12月31日晚19：35

注：此项目为洽谈类



回报内容

A、晚会宣传片植入版块

将企业LOGO与晚会LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“跨年演唱会”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、宣传周期，提前20天开始宣传，白天6次/天，晚间2次/天

B、晚会内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

D

69% - 71%

Merchants

D

《快乐中国跨年
演唱会》



起幅配音：***邀您进入跨年演唱会（只可出现企业名称）

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“跨年演唱会”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“跨年演唱会”晚会广告段播出前后

4、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“跨年演唱会”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、晚会现场植入版块

1、现场广告位

结合“跨年演唱会”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“跨年演唱会”。

D、企业广告配置

硬广插播：提供一条15秒插播广告

特别位置：第一个插播广告窗口

E、重播一次

含冠名标版、片头下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏（不含插播广告）

《快乐盛典》冠名

INFO

预计播出时间：

2010年1月1日19:35

注：此项目为洽谈类

回报内容

A、晚会宣传片植入版块

将企业LOGO与晚会LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“快乐盛典”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、宣传周期，提前15天开始宣传，白天6次/天， 晚间2次/天

B、晚会内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入快乐盛典

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“快乐盛典”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次



3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“快乐盛典”晚会广告段播出前后

4、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“快乐盛典”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、晚会现场植入版块

1、现场广告位

结合“快乐盛典”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“快乐盛典”。

D、企业广告配置

硬广插播：提供一条15秒插播广告

特别位置：第一个插播广告窗口

E、重播一次

含冠名标版、片头下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏（不含插播广告）

《成人礼2010》冠名

INFO

中国青年报社与湖南卫视共同打造的年度青春盛典——“成人礼2010”。

“成人礼2009”是中国媒体第一次为18岁公民举行红地毯仪式，是国内第一档完全由18岁的青年为主角的节目——2009名即将成人的青年将在这个青春的舞台上释放个性，庆祝属于自己的节日，走为自己铺设的红地毯，唱自己最喜欢的歌，讲自己最难忘的成长故事，与家长一起热情相拥。他们将在国旗下庄严宣誓，发出于国、于家、于人、于己的爱的誓言，呼喊出中国90后青年是有责任、有担当的一代的心声。节目借鉴古今中外的成年礼仪，以创新手法打造强烈的仪式感。

预计播出时间：

2010年5月4日19：35

注：此项目为洽谈类

回报内容

A、晚会宣传片植入版块

将企业LOGO与晚会LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“成人礼2010”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、宣传周期，提前15天开始宣传，白天6次/天，晚间2次/天

B、晚会内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入成人礼2010

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“成人礼2010”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次

3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“成人礼2010”晚会广告段播出前后



4、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“成人礼2010”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、晚会现场植入版块

1、现场广告位

结合“成人礼2010”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有 *** “成人礼2010”。

D、企业广告配置

硬广插播：提供一条15秒插播广告

特别位置：第一个插播广告窗口

E、重播一次

含冠名标版、片头下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏（不含插播广告）

《七夕情歌会》冠名

INFO

预计播出时间:

2010年8月16日 (农历七月初七)

19: 35

注: 此项目为洽谈类

回报内容

A、晚会宣传片植入版块

将企业LOGO与晚会LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片 (2/3屏、无声) +落幅。

落幅描述: 企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音: 出现企业品牌名称及广告语***“七夕情歌会”

(含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个)

3、宣传周期, 提前15天开始宣传, 白天6次/天, 晚间2次/天

B、晚会内包装版块

1、冠名片头

形式: “欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音: ***邀您进入七夕情歌会

落幅表现: 企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数: 1次

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 (广告画面占屏幕的1/3)

配音: “七夕情歌会”由***冠名播出

播出位置: 节目片头后位置

次数: 1次



3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“七夕情歌会”晚会广告段播出前后

4、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“七夕情歌会”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、晚会现场植入版块

1、现场广告位

结合“七夕情歌会”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“七夕情歌会”。

D、企业广告配置

硬广插播：提供一条15秒插播广告

特别位置：第一个插播广告窗口

E、重播一次

含冠名标版、片头下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏（不含插播广告）



《汉语桥》冠名

INFO

汉语桥[1]由国家汉语国际推广领导小组办公室主办的大型国际汉语比赛，“汉语桥”世界大学生中文比赛。自2002年以来已成功举办六届，成为各国大学生学习汉语和中国文化知识、了解中国的重要平台。今年是第七届，由湖南省教育厅、湖南省广电局承办、湖南电视台、湖南教育电视台协办的今年的比赛将以“激情奥运、快乐汉语”为主题。由湖南省教育厅、湖南省广电局承办、湖南电视台、湖南教育电视台协办。

注：此项目为洽谈类

回报内容

A、晚会宣传片植入版块

将企业LOGO与晚会LOGO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

宣传片内容+5秒企业广告片（2/3屏、无声）+落幅。

落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

2、宣传片内企业声音表现形式

配音：出现企业品牌名称及广告语***“汉语桥”

（含有企业广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个）

3、宣传周期，提前15天开始宣传，白天6次/天，晚间2次/天

B、晚会内包装版块

1、冠名片头

形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅

起幅配音：***邀您进入汉语桥

落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

次数：1次

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（广告画面占屏幕的2/3）

配音：“汉语桥”由***冠名播出

播出位置为：节目片头后位置

次数：1次



3、开关版

形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo

位置：“汉语桥”晚会广告段播出前后

4、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“汉语桥”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、晚会现场植入版块

1、现场广告位

结合“汉语桥”节目的演播厅舞台设计，为企业特别植入能体现企业LOGO的广告位。

个数：1个/期

2、口播

在主持人串场中特别植入企业名称，口播中含有***“汉语桥”。

D、企业广告配置

硬广插播：提供一条15秒插播广告

特别位置：第一个插播广告窗口

E、重播一次

含冠名标版、片头、下节精彩、开关版、角标提示、片尾压屏（不含插播广告）

节庆特殊资源

Festival Special
Resource



A

B

C

D



F



2010年湖南卫视广告招商手册



Happy Chinese New Year together
一起快乐过年

2%-3%

春节联欢晚会

INFO

项目描述：

从大年初一的前十五天至正月十五这一个月的时间，湖南卫视将整体包装推出一系列与过年有关的主题。并通过《春节联欢晚会》和《元宵喜乐会》两档强势品牌晚会使整个春节的高潮迭起。深度文化理念的合作，将使得合作客户在整个春节期间成为最有话题、最被关注、最具传播效果的品牌。

项目周期：

2010年1月25日——2月28日共35天

注：此项目为洽谈类

时间节点：

1月25日——2月6日（农历小年夜）：
春节主题系列宣传及春节联欢晚会前期宣传

2月6日：
春节联欢晚会

2月7日——2月14日（农历春节）：
春节主题系列宣传及拜年宣传片

2月15日——2月28日（农历元宵节）：
春节主题宣传系列及元宵喜乐会前期宣传

2月28日：
元宵喜乐会



合作权益：

一、春节期间宣传片合作权：频道将在这期间推出各种题材的过年公益宣传片。

理念：与企业的深度结合，制作含企业文化理念的频道公益宣传片（春节主题系列宣传片）。

视觉：内含企业LOGO演绎，将企业元素与宣传片元素结合。

配音：内含 ***企业广告语及企业名称

例如：与湖南卫视一同给全国人民拜年了！（类似一同拜年的宣传语）

落幅：将企业LOGO与湖南卫视LOGO的联合演绎

播出时间：2010年1月25日——2月28日

二、春节期间品牌晚会冠名权

1) 《春节联欢晚会》及《元宵喜乐会》冠名

《春节联欢晚会》作为中国湖南卫视年度大型晚会，湖南卫视“春节联欢晚会”喜庆欢快、温馨感人、万众瞩目，其节目品质优，收视份额高，代表了中国电视节目的高水平，是全球华人欢度佳节时不可错过的盛宴！

播出时间：2月7日（小年夜）晚19：35

《元宵喜乐会》湖南卫视“元宵喜乐会”立足全国，挑选大家耳熟能详，喜闻乐见的全国小型加盟，还邀请了很多民间艺人来现场表演绝活，让观众大呼精彩。经过多年的培育，收视节节提升，也是湖南卫视的强势品牌之一。

播出时间：2月28日（元宵节）晚19：35



回报内容

A、晚会宣传片植入版块：将企业LOGO与晚会LOGO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：
宣传片内容+5秒企业广告片（1/3屏、无声）+落幅。
落幅描述：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎
- 2、宣传片内企业声音表现形式：
配音：出现企业品牌名称及广告语***“晚会名称”
(只能出现广告语和品牌名称、广告语配音字数不超过10个)

B、晚会内包装版块

1、冠名片头

- 形式：“欢迎进入”起幅+片头内容+落幅
起幅配音：***邀您进入“晚会名称”
落幅表现：企业单独LOGO特写之后回缩至联合logo演绎

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（广告画面占屏幕的2/3）
配音：“晚会名称”由***冠名播出
播出位置为：节目片头后位置

3、开关版

- 形式：开关版落幅中出现栏目名称与品牌名称联合logo
位置：晚会广告段播出前后

4、角标提示

- 形式：使用统一标识的联合LOGO形式
时长：占“晚会”纯节目时长的30%左右

5、片尾压屏

- 片尾正一位置压企业5秒广告片（无声、2/3屏）

C、晚会现场植入版块

- 1、晚会节目环节：结合企业特点，特别为企业设计与之相关的节目，可深度洽谈。
- 2、晚会舞美视觉：可将企业元素一同融入整个晚会的舞美中，突现企业与频道过年结合的概念。
- 3、晚会主持人口播：可为企业特设与节目融合的口播词。

D、企业广告配置

- 硬广插播：提供一条15秒插播广告
特别位置：第一个插播广告窗口

E、重播一次

大型活动

Events



A

B

C

D

E





1

2

快乐男声
Super Boy

第八届
中国金鹰
电视艺术节

8th China Golden
Eagle TV
Art Festival

2%-3%



INFO

2007《快乐男声》通过节目本体、包装、宣传推广等多方面的创新，打造了本频道第一档男性选秀的新品牌，在各类选秀节目的围追堵截下，仍然突出重围，继续稳坐选秀活动的头把交椅。《快乐男声》仍然会是湖南卫视明年最受媒体、大众关注的媒体事件。

2007年《快乐男声》全国决赛期间，CSM31平均收视率2.46，市场份额6.88%，最后几场总决赛收视超过了06超女同期，有三场收视率突破了3%（06超女仅一场）。从6进5到终极决战，“快乐男声”在竞争激烈的周五晚黄金段连续5场位居同时段全国所有上星频道收视率第一位。终极决战以收视率3.32、份额8.99%高位收官。

《快乐男声》5月1日起播出，历时仅两个半月，CSM31累计到达率43.0%，推算全国观众规模约3.3亿人，总决赛平均每场观众规模达6500万人。观众规模、收视率和影响力均稳居同类节目之首，仍是2007最具观众缘的歌唱类选秀节目。

而2009年9月4日19:38至23:13，《2009快乐女声全国总决赛决战之夜》直播圆满上演，CSM22收视率4.15、份额11.12%，同时段毫无悬念排名第一。决战之夜到达率13.4%，推及全国观众约1亿人。直播当晚，PPS网络视频开辟三个通道进行同步直播，最高同时在线收看人数达108万。2009《快乐女声》以超出预期的高收视在09年的电视选秀市场一枝独秀，规模、收视、关注度、影响力均远超同类节目，更加突现湖南卫视在选秀类节目中的王牌地位。

明年，快乐男声起航，继续快乐发声

注：此项目为洽谈类





A、频道宣传版块

1. 《快乐男声》活动宣传片
2. 频道内各栏目全方位配合宣传
3. 设置专门节目进行专题宣传炒作

B、节目内包装版块

1. 冠名标版
2. 冠名片头
3. 开关版
4. 角标提示
5. 片尾压屏

C、节目现场植入版块

1. 现场广告位
2. 口播
3. 环节植入

D、企业广告配置

E、重播

F、全国各大媒体联合进行活动宣传



INFO

《第八届中国金鹰电视艺术节》

第八届中国电视艺术节将于2010年下半年在湖南长沙举行。

中国金鹰电视艺术节以评选“中国电视金鹰奖”为核心，自2000年在湖南长沙“扩奖为节”以来，通过7届锻造，因其宏大的规模、高雅的品位、充分的观众互动、独特的行业价值以及在全国优秀的传播平台——湖南卫视的全程直播所产生的深远影响力，2005年被评选为“中国十佳节庆活动”。成为了中国电视行业的盛会、成为了中国电视观众的“眼球”大餐。

金鹰节的常设的主体活动有：气象恢弘的“开幕式”、巨星云集的“明星演唱会”、优雅经典的“颁奖典礼及闭幕式”以及“金鹰论坛”、“金鹰奖颁奖仪式”等。

由中国文联、中国视协、湖南省府、湖南广电联合主办的中国金鹰电视节永久落户长沙。多年来，“电视湘军”不遗余力，集全集团的资源在精心培育、打造这一“国家级”节庆活动同时。也为众多的明星企业和品牌提供了一个不可多得的传播良机。白沙集团、通用汽车、联合利华、浏阳河、金六福……这些耳熟能详的名字，曾在这个万众关注的平台上熠熠生辉。

时隔2年，第八届金鹰节已经蓄势待发。承载“金鹰”高飞的主力平台——湖南卫视与时俱进，全国影响力到达了历史的空前高度。品牌节庆和品牌媒体如同好马配好鞍，必将助您的品牌健步如飞，越飞越高越精彩！

注：此项目为洽谈类





回报框架：

A、频道宣传版块

1. 《第7届中国金鹰电视艺术节》活动宣传片
2. 频道内各栏目全方位配合宣传
3. 设置专门节目进行专题宣传炒作

B、主题活动内包装版块

1. 冠名标版
2. 冠名片头
3. 开关版
4. 角标提示
5. 片尾压屏

C、主题活动现场植入版块

1. 现场广告位
2. 口播
3. 环节植入

D、企业广告配置

E、重播

F、全国各大媒体联合进行节庆宣传



湖 南 卫 视 新 媒 体

金鹰网广告招商项目

一、品牌频道广告位招商



首页广告招商



| 广告位置 | 广告规格 | 播放机制 | 广告价格 |
|---------|--|--------|------------|
| 首页通栏 | 693x100 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第一屏2轮播 | 20000元/天/轮 |
| 首页按钮广告1 | 245*195矩形 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第一屏独占 | 8000元/天 |
| 首页按钮广告2 | 245*195矩形 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第二屏独占 | 5000元/天 |
| 首页按钮广告3 | 245*195矩形 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第二屏独占 | 4000元/天 |

金鹰娱乐

——最具竞争力的娱乐资讯平台

频道介绍:

- 1、湖南卫视娱乐节目集成发布平台;
- 2、最全面的全球华人娱乐资讯;
- 3、最具特色的全国影视明星个人主页;
- 4、最具看点的电视娱乐节目资讯专题;

| 广告位置 | 广告规格 | 播放机制 | 广告价格 | 备注 |
|--------------|--------------------------------------|---|--------------|-----------------------|
| 娱乐频道顶部通栏 | 728x90 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第一屏，两轮播；娱乐频道首页、娱乐子频道、娱乐资讯底层通达（不含娱乐图集底层） | 20000元/天/轮 | 流量高、位置醒目，高性价比，适合品牌营销； |
| 娱乐底层页右侧按钮1 | 336*280 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第一屏，两轮播；娱乐资讯图文+娱乐图集底层通达； | 15000元/天/轮 | 流量高，位置醒目，性价比高； |
| 娱乐底层页右侧按钮2 | 336*280 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第二屏独占；娱乐资讯底层通达 | 10000元/天 | 高流量、高性价比； |
| 娱乐频道首页通栏 | 960*90 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第二屏独占 | 8000元/天 | |
| 娱乐子频道聚合页通栏广告 | 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第二屏独占 | 每个子频道5000元/天 | |
| 娱乐底层页通栏广告 | 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 尾屏，独占娱乐资讯底层页通达 | 6000元/天 | |

一、品牌频道广告位招商

| 类别 | 广告位置 | 广告规格 | 播放机制 | 广告价格 |
|---------|-------------|--------------------------------------|---|----------------------------------|
| 页面图文类广告 | 频道首页按钮广告 | 225*165 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第一屏独占 | 7000元/天 |
| | 频道首页按钮广告 | 225*165 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 尾屏独占 | 4000元/天 |
| | 子频道按钮广告 | 225*165 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 尾屏独占 | 3000元/天 |
| | 内容分类聚合页按钮广告 | 200*150 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第一屏独占 | 6000元/天 |
| | 内容分类聚合页按钮广告 | 200*150 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 尾屏独占 | 3000元/天 |
| | 播放底层通栏广告 | 960*52 支持Jpg、gif、swf <20k、<8秒 | 第二屏两轮播 | 10000元/天/条 |
| 视频直播类广告 | 缓冲广告 | 640*480 flash、swf 时长3至5秒 | 两轮播 | 15000元/天/条 |
| | 插播广告 | 640*480 flash、swf | 5秒(独占) 10秒(独占) 15秒(独占) | 15000元/天 20000元/天 30000元/天 |
| | 角标广告 | flash 约占全屏幕1/8 或1/10 | 独占, 以小时为单位 可按全天或分时段投 放, 用户可自由选择 关闭; | 40000元/天 |
| | 画中画互动浮层广告 | flash 约占全屏幕1/8 或1/10 | 独占, 以小时为单位 可按全天或分时段投 放, 用户可自由选择 关闭; | 50000元/天 |
| 视频点播类广告 | 视频前贴广告 | 尺寸是640*480px flash、swf 时长3至5秒 | 两轮播 | 20000元/天/条 |
| | 视频播放器背景广告 | 1420*425 中间留白718*425 GIF/JPG | 两轮播 | 30000元/天/条 |
| | 暂停广告 | 尺寸是640*480px flash、swf 时长3至5秒 | 根据用户暂停时长反 复轮播 | 15000元/天 |
| | 角标广告 | flash 约占全屏幕1/8 或1/10 | 独占, 以小时为单位 可按全天或分时段 投放, 用户可自由关 闭; 也可以在制作 Flash时制作成播放完 自动关闭 | 40000元/天 |

芒果TV

——最具竞争力的娱乐网络电视



频道介绍:

- 1、据国家统计局和互联网实验室2009年9月21日《中国视频网站排行榜》，金鹰网《芒果TV》居全国广电系统网络电视台第一；
- 2、H264全高清直播点播系统；
- 3、湖南卫视以及湖南广电所有频道全部实现在线直播、在线点播；
- 4、全部正版、优质视频内容，

二、富媒体广告招商



| 广告位置 | 广告规格 | 播放形式 | 广告价格 | 备注 |
|-------|---------------------------------|---|---------|--------------------------------|
| 震撼富媒体 | 画面尺寸640*480 素材大小>50K 视频8秒 | 用户打开网页，广告自动在页面播放形成震撼效果。用户关闭或播放完毕后，缩小为停靠条，点击或鼠标划过则展开重播 | 60元/CPM | 可按地域、时段、内容频道定向、定量投放；并可即时查询广告数据 |
| 飞扬视频 | 画面尺寸320*240 素材大小>50K 视频8秒 | 浮出视频或Flash形式广告，可嵌入声音和字幕。用户关闭或播放完毕后，缩小为停靠条，点击或鼠标划过则展开重播 | 50元/CPM | 可按地域、时段、内容频道定向、定量投放；并可即时查询广告数据 |
| 背投 | 画面尺寸320*240 素材大小>50K | 用户在进入网页时，从网页背后自动开启一个新的浏览器视窗；用户关掉内容页面时，可看到背投广告；对用户浏览不构成影响； | 30元/CPM | 可按地域、时段、内容频道定向、定量投放；并可即时查询广告数据 |
| 弹窗 | 画面尺寸320*240 素材大小>50K | 用户在进入网页时，自动开启一个新的浏览器视窗，以吸引读者直接到相关网址浏览； | 40元/CPM | 可按地域、时段、内容频道定向、定量投放；并可即时查询广告数据 |

相关说明：

- 1、富媒体广告可以有声音，但必须有声音控制按钮，标准音量<20%，音效默认“关闭”；
- 2、富媒体为不可配送资源；
- 3、广告主至少提前5个工作日提供素材，以便对广告进行调整和修改；

三、跨媒体互动冠名

2010《快乐男声》网络赛区冠名



广告投放优势：

- 1、金鹰网是2010年快乐男声独家官方承办机构；
- 2、金鹰网有全球最全面、数量最多的《快乐男声》、《超级女声》视频总库；
- 3、金鹰网是快乐男声最全面、最权威的资讯集成发布平台；
- 4、金鹰网是全球快男、超女粉丝的集中营；

广告价格：洽谈

基础回报：

A、图文广告

- 1、专题页面头屏海报体现企业LOGO；
- 2、专题首页通栏广告；
- 3、专题页面按钮广告；
- 4、企业网站入口链接；

B、视频广告

- 1、专题视频点播前贴片
- 2、视频播放角标广告；

C、访谈节目现场

- 1、活动访谈现场背景体现企业LOGO；
- 2、活动访谈节目插播企业广告；
- 3、活动访谈节目主持人口播；
- 4、活动访谈节目片尾字幕鸣谢；

D、定制回报

若企业想增加宣传力度，可为企业定制回报内容，具体需与企业另外洽谈，

《挑战麦克风》专题冠名



广告投放优势：

- 1、金鹰网将制作《挑战麦克风》网络专题，做资讯集成；
- 2、进行网络报名和海选，为湖南卫视输送《挑战麦克风》选手；
- 3、《挑战麦克风》网络视频直播、点播；

广告价格：洽谈

基础回报：

A、图文广告

- 1、专题页面头屏海报体现企业LOGO；
- 2、专题首页通栏广告；
- 3、专题页面按钮广告；
- 4、企业网站入口链接；

B、视频广告

- 1、专题视频点播前 贴片
- 2、视频播放角标广告；

C、其他回报

若企业想增加宣传力度，可为企业定制回报内容，具体需与企业另外洽谈。

《智勇大冲关》专题冠名



广告投放优势：

- 1、金鹰网将制作《智勇大冲关》网络专题，做资讯集成；
- 2、进行网络报名，为湖南卫视输送《智勇大冲关》选手；
- 3、《智勇大冲关》网络视频直播、点播；

广告价格：洽谈

基础回报：

A、图文广告

- 1、专题页面头屏海报体现企业LOGO；
- 2、专题首页通栏广告；
- 3、专题页面按钮广告；
- 4、企业网站入口链接；

B、视频广告

- 1、专题视频点播前 贴片
- 2、视频播放角标广告；

C、其他回报

若企业想增加宣传力度，可为企业定制回报内容，具体需与企业另外洽谈。

三、跨媒体互动冠名



《快乐大本营》专题冠名



广告投放优势:

- 1、金鹰网将制作《快乐大本营》网络专题，做资讯集成；
- 2、进行网络互动，进行粉丝抢票活动；
- 3、《快乐大本营》网络视频直播、点播；

广告价格：洽谈

基础回报:

A、图文广告

- 1、专题页面头屏海报体现企业LOGO；
- 2、专题首页通栏广告；
- 3、专题页面按钮广告；
- 4、企业网站入口链接；

B、视频广告

- 1、专题视频点播前 贴片
- 2、视频播放角标广告；

C、其他回报

若企业想增加宣传力度，可为企业定制回报内容，具体需与企业另外洽谈，

《天天向上》专题冠名



广告投放优势:

- 1、金鹰网将制作《天天向上》网络专题，做资讯集成；
- 2、进行网络互动，进行粉丝抢票活动；
- 3、《天天向上》网络视频直播、点播；

广告价格：洽谈

基础回报:

A、图文广告

- 1、专题页面头屏海报体现企业LOGO；
- 2、专题首页通栏广告；
- 3、专题页面按钮广告；
- 4、企业网站入口链接；

B、视频广告

- 1、专题视频点播前 贴片
- 2、视频播放角标广告；

C、其他回报

若企业想增加宣传力度，可为企业定制回报内容，具体需与企业另外洽谈，

