**2014年CCTV**

**春晚独家网络直播合作伙伴**

2014年新春，CCTV携手企业品牌，打通《春节联欢晚会》及《元宵晚会》两大顶级传播平台，为全国观众及网民送上新春贺礼。

《春节联欢晚会》，全世界收视率最高的电视节目之一。2013年，春晚直点播观众累计超过10亿；2014年，春晚牵手大牌导演，人气指数将再创新高！

正月十五闹元宵，央视《元宵晚会》将形成另一个收视高峰。2013年央视元宵晚会收看人数超过3.8亿，2014年元宵晚会将为企业延续新春营销热度！

**授予“CCTV网络直播合作伙伴“权益,** **联合主流视频网站实现品牌无缝曝光**

* 企业在其商业宣传中可使用“2014年CCTV春晚网络直播合作伙伴”字样。权益使用周期：自正式签约之日起到2014年2月28日
* 企业品牌通过《春节联欢晚会》、《元宵晚会》与10亿观众实时沟通
* 图文、富媒体资源全聚焦，为品牌活动提前预热
* PC、移动端联动出击，充分配合企业线下推广

**【广告回报期】**

签约之日起至2014年2月28日

**【具体广告回报】**

**1、企业权益**

企业专享“2014年CCTV春晚网络直播合作伙伴”称号，权益使用周期：自正式签约之日起到2014年2月28日止。

**2、PC端回报**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **终端类型** | **媒体类型** | **资源名称** | **资源位置** | **广告形式** | **投放时长（天）** |
| PC端 | 央视网 | 央视网 | 首页 | （独占）跨栏 | 10 |
| （独占）通栏02 | 20 |
| 企业标版 | 60 |
| 综艺频道 | 首页 | （独占）对联 | 30 |
| 中国网络电视台 | 底层页 | 点播前贴片（1/4轮） | 45 |
| 春晚专题页面 | 首页 | 通栏01（2/4轮） | 45 |
| 视频直播页 | 直播前贴片（2/4轮） | 1 |
| 视频点播页 | 点播前贴片（2/4轮） | 30 |
| 元宵晚会专题页面 | 首页 | 通栏01（2/4轮） | 15 |
| 视频直播页 | 直播前贴片（2/4轮） | 1 |
| 视频点播页 | 点播前贴片（2/4轮） | 15 |
| 直播中国 | 春晚元宵晚会 | 直播前贴片（2/4轮） | 2 |
| （独占）对联 | 2 |

**3、手机端回报**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **终端类型** | **媒体类型** | **资源名称** | **资源位置** | **广告形式** | **投放时长（天）** |
| 移动端 | CNTV移动端 | banner（1/4） | 移动端频道页，栏目页 | 屏幕中的固定位置展示的广告画面，文件格式为图片或flash | 30 |
| 启动图企业LOGO（1/4） | 程序打开页面 | 程序启动画面，出现企业LOGO | 45 |
| 春晚专题 | 首页 | 点播前贴片（1/4轮） | 30 |
| 元宵晚会专题 | 首页 | 点播前贴片（1/4轮） | 30 |

备注：PC及移动端视频贴片广告时长均为15秒

**【名额】**

**独家**

 **中央电视台广告经营管理中心**

**2013年12月24日**