•2015 年中央电视台黄金档剧场合作企业

【节目看点】

- CCTV-1 晚间《黄金档剧场》是中国最有价值的电视剧场。中央电视台在电视剧播出上遵循“CCTV-1 优先”原则，CCTV-1 又以《黄金档剧场》为重中之重，这是一个大题材、大制作、大阵容电视剧的集成平台，是中国最黄金的电视剧播出平台。2014 年 1-8 月，共有四部大剧全国网平均收视率过 2%，其中《毛泽东》2.1%、《父母爱情》2.43%、《湄公河大案》2.16%、《历史转折中的邓小平》2%，播出期间牢牢占据同期全国网、中心城市组双网收视第一。
- CCTV-8《黄金强档》自开播以来，一直坚持以首播、独播大剧为主， 2015 年，也将是全国上星频道中唯一的“黄金时间，四集连播”剧场，稀缺价值，潜力不可估量。今年开年大剧《舞乐传奇》领跑新年收视，平均收视率 1.18%，平均收视份额 3.30%，共有 3.89 亿观众收看，独具匠心的剧本故事、极具异域特色的服装造型、环环相扣的悬念设置为《舞乐传奇》赢得了几乎“零差评”的好口碑；二季度起，《黄金强档》开始坚持以主题季播打动观众，从《养女》开始，到《野鸭子 2》、《美丽谎言》和《左手亲情右手爱》，一批风格相似，情节感人的青春情感题材好剧累积收视效应。收视表现格外突出，全天收视排名全国第 3，较去年提升 8%，收视份额较去年提升 10%。最高单日收视份额达 4.77%，排名全国第 2 位（5 月 11 日）。《野鸭子 2》最高收视率过 2.5%，《左手亲情右手爱》最高收视率近 3%。众多年轻观众热衷的题材，让《黄金强档》的收视表现愈发出众，更加年轻而富有活力，堪称电视剧频道明星剧场。
- 2015 年，中央电视台黄金档剧场为全国电视观众精心准备了数十部精彩剧目，这里有一线明星大腕，这里有青春偶像云集，这里有经典佳作的改编，这里也有鸿篇巨制的首播。这里是全国亿万电视观众瞩目的电视剧场，这就是中央电视台黄金档电视剧场，由 CCTV-1、CCTV-8 为您联合呈现。

【广告亮点】

- 享有“中央电视台黄金档剧场合作企业”称号及使用授权。
- 整合 CCTV-1、CCTV-8 两大黄金档剧场资源，强强联合，权益全面升级，回报全新呈现。
- 打通 CCTV-1 全天各档剧场，更响亮的品牌声音，更强大的传播效果，助企业实现传播大战略的布局。
- 电视剧是家庭收视的灵魂和主体，拥有最广泛的观众构成，本方案体现了电视剧类广告产品的优势，全面覆盖最广大受众群，一举通达各类目标客户。

【节目播出安排】 CCTV-1 《黄金档剧场》 周一至周五约 20:00-21:50，2 集/天。
CCTV-8 《黄金强档》 周一至周日约 19:00-22:31，4 集/天；

【广告投放周期】 **上半年/下半年，各 3 家（白酒类各 2 家）**

【广告回报】

一、 授予企业“中央电视台黄金档剧场合作企业”称号

1. 称号的使用范围
   企业的产品包装和商业活动中可使用称号，须经中央电视台广告经营管理中心审定并备案。
2. 称号的使用期限

上半年：2015 年 1 月 1 日至 2015 年 6 月 30 日。

下半年：2015 年 7 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日。

二、 CCTV-1《黄金档剧场》广告回报

- 10 秒合作企业共同标版+每家企业 15 秒广告

制作 10 秒合作企业共同标版，画面出现“中央电视台黄金档剧场合作企业”字样及每家企业名称和标识（每家企业不少于 3 秒），配音：“中央电视台黄金档剧场合作企业***、***、***（企业名称）邀您共赏好剧”。

10 秒合作企业共同标版+每家企业 15 秒广告，周一到周五，在 CCTV-1 黄金档剧场第一集电视剧“前情提要”前（约 20:05）播出，1 次/集。每家企业上半年共计不少于 114 次，下半年共计不少于 117 次。（注：本回报不承诺 2015 年春节除夕和正月十五的播出。）

- 15 秒黄金档剧场集间广告

CCTV-1 黄金档剧场集间（约 20:54），每家企业 15 秒广告隔日播出，每家上半年共计不少于 85 次，下半年共计不少于 85 次。（注：本回报不承诺 2015 年春节除夕和正月十五的播出。）

三、 CCTV-8《黄金强档》广告回报

- 10 秒合作企业共同标版+每家企业 15 秒广告

10 秒合作企业共同标版+每家企业 15 秒广告，在 CCTV-8 黄金强档第一集本集提要前（约 18:57）正一位置播出，1 次/集。每家企业上半年共计 181 次，下半年共计 184 次。

- 15 秒“下集预告前”广告

企业 15 秒广告，在 CCTV-8 黄金强档第三集下集预告前（每日约 21:36）播出。每家企业上半年共计 181 次，下半年共计 184 次。

四、 CCTV-1《第一精选剧场》广告回报

企业 15 秒广告在 CCTV-1《第一精选剧场》第一集前（约 9:23）播出，每家企业上半年共计不少于 165 次，下半年共计不少于 165 次。

五、 CCTV-1《第一情感剧场》广告回报

企业 15 秒广告在 CCTV-1《第一情感剧场》第一集前（周一至周五约 13:13、周六约 13:35、周日约 14:36）播出，每家企业上半年共计不少于 165 次，下半年共计不少于 165 次。

六、 CCTV-1 其他广告回报

- 10 秒合作企业共同标版+每家企业 15 秒广告

10 秒合作企业共同标版+每家企业 15 秒广告，在 CCTV-1 下午 14:00-18:00 之间播出，2 次/天，上半年共计不少于 330 次，下半年共计不少于 330 次。

七、 CCTV 黄金档剧场合作企业联合宣传片回报

形式： 15 秒，内容为黄金档剧场剧目宣传片，画面遮幅或字幕：“黄金档剧场合作企业***、***,***（企业名称）提示您收看 CCTV-1 精彩大剧“（内容可协商确定）。

联合宣传片播出安排如下：

频道	播出栏目/时段	播出时间	广告形式	上半年频次	下半年频次
CCTV-8	佳人剧场第一集贴片	13:52	15 秒联合宣传片	181 次	184 次
CCTV-8	家庭剧场后	18:43	15 秒联合宣传片	181 次	184 次
CCTV-8	海外剧场集间	23:27	15 秒联合宣传片	181 次	184 次
CCTV-11	白天电视剧第一集贴片	11:13	15 秒联合宣传片	181 次	184 次

八、新媒体回报

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	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	下拉幕（1/4 轮）	5
				企业标版	180
		电视剧频道	首页	下拉幕（1/4 轮）	60
				对联（1/4 轮）	60
			底层页	对联（1/4 轮）	60
				中部通栏（1/4 轮）	60
				长通栏（1/4 轮）	60
		黄金档剧场	首页	对联（1/4 轮）	180
				中部通栏（1/4 轮）	180
				底部通栏（1/4 轮）	180
		视频底层页通发	视频底层页	15s 视频前贴片（1/4 轮）	120
移动端	央视影音 PAD	点播	视频播放页	15s 视频前贴片（1/4 轮）	30
	央视影音手机	点播	视频播放页	15s 视频前贴片（1/4 轮）	30

【广告价格】 **上半年：6480 万元/家**

下半年：6580 万元/家

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。
5. 宣传片回报未计价，不退款，不补播。

2015 年 CCTV-1 大剧特别呈现

【节目看点】

- CCTV-1 晚间《黄金档剧场》是中国最有价值的电视剧场。中央电视台在电视剧播出上遵循“CCTV-1 优先”原则，CCTV-1 又以《黄金档剧场》为重中之重，这是一个大题材、大制作、大阵容电视剧的集成平台，是中国最黄金的电视剧播出平台。2014 年 1-8 月，共有四部大剧全国网平均收视率过 2%，其中《毛泽东》2.1%、《父母爱情》2.43%、《湄公河大案》2.16%、《历史转折中的邓小平》2%，播出期间牢牢占据同期全国网、中心城市组双网收视第一。
- 2015 年，多部备播大剧，虚位以待，由您的品牌特别呈现！

【广告亮点】

- 大剧特别呈现广告方案涵盖大剧贴片广告和跨频道宣传片回报，其中跨频道宣传片在 3 周的时间内播出 183 次，超高的频次，灵活的排期，短期集中优势火力，借助大剧热播的东风，匹配企业销售旺季。让企业品牌伴随热播大剧一起腾飞。

【剧目播出安排】 CCTV-1 黄金档剧场周一到周五约 20:01-22:00，每天 2 集。

【投放单元】 本方案按一部首播大剧为投放单元，投放周期约 3 周；全年共可销售约 10 部。

【广告回报】

10 秒宣传片+	形式：	宣传片时长 10 秒，画面出现企业名称或标识，后紧跟 15 秒企业广告。
15 秒企业广告	字幕配音：	电视剧《***（剧目名称）》，由***（企业名称）特别呈现。
	位置频次：	此大剧播出期间 CCTV-1 周一至周五约 20:58 黄金档剧场第二集贴片播出，共 15 次。

10 秒定制宣传片还安排在 CCTV-1、CCTV-3、CCTV-8、CCTV-11 频道播出各 21 次，具体见广告播出安排：

【广告播出安排】

频道	广告回报	广告段位	播出时间	频次
CCTV-1	15 秒广告	黄金档剧场第二集贴片	约 20:58	15 次
	10 秒宣传片	黄金档剧场第二集贴片	约 20:58	15 次
	10 秒宣传片	第一精选剧场第二集贴片	约 10:12	21 次
	10 秒宣传片	第一情感剧场第二集贴片	约 14:50	21 次
CCTV-3	10 秒宣传片	12 点 30 档时段	约 12:30	21 次
	10 秒宣传片	18 点档时段	约 18:00	21 次
CCTV-8	10 秒宣传片	魅力剧场第四集贴片	约 11:01	21 次
	10 秒宣传片	黄金强档前	约 18:47	21 次
CCTV-11	10 秒宣传片	白天电视剧第一集贴片	约 11:13	21 次
	10 秒宣传片	晚间电视剧第三集贴片	约 18:47	21 次

【广告价格】 **一部大剧：460 万元**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播
   补播不能实现时给予退款。

2015 年 CCTV-1、CCTV-8《星推荐》独家冠名广告方案

【节目看点】

- 5 分钟，最一线的明星为你揭秘最精彩的剧集！
- 一线明星为观众推荐最新剧目、揭秘剧情（只说悬念，不准剧透）、“快问快答”（就近期热门争议话题“拷问”明星），同时分享成长中与电视剧相关的故事、拍摄趣事。节目风格时尚、唯美，快速剪辑。
- CCTV-8 全天高频滚动播出，每天 6 次，其中晚间 2 次、白天 4 次，覆盖全天剧场，直达各类人群。

【广告亮点】

- 众多一线明星推荐央视黄金档大剧，企业品牌与明星相伴随行。
- 精选全天优质时段，重点把握午间、晚间收视高点，企业广告与节目高频次播出。
- 独家冠名项目为节目内唯一广告，资源稀缺，段位专属，效果绝佳。
- 冠名片头、角标、宣传片、背景板植入，企业品牌无处不在。
- 2015 年，尊享升级：CCTV-1、CCTV-8 晚间最黄金时间增加宣传片和 15 秒广告，CCTV-8 全天六档剧场中新增提示收看字幕，让《星推荐》独家冠名真正升级为电视剧黄金资源。

【节目播出安排】 CCTV-8 每日约 8:20、11:49、13:42、16:28、18:49、22:33 各播 1 期，约 5 分钟/期；CCTV-1 每周六、日约 20:00 在精彩一刻版块播出《星推荐》冠名宣传片，约 30 秒/期。

【广告投放周期】 2015 年全年

【广告回报】

30 秒宣传片+15 秒广告	形式：	在 CCTV-1 每逢周六日 20:00 档不播出电视剧时，于精彩一刻版块内播出 30 秒冠名宣传片，画面出现企业名称或标识，后紧跟 15 秒广告。
30 秒宣传片+15 秒广告	形式：	在 CCTV-8 每天 20:41 黄金强档第二集下集预告前（或邻近等价段位）播出 30 秒冠名宣传片，画面出现企业名称或标识，后紧跟 15 秒广告。
节目背景板 Logo	形式：	星推荐节目背景板出现企业 Logo。
5 秒冠名标版	标版形式：	时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，后紧跟 15 秒广告。
	字幕及配音：	本节目由***（企业名称）独家冠名播出。
	位置：	节目内中插第一个广告段正一位置。
15 秒中插广告	位置：	紧跟 5 秒冠名标版播出。
冠名片头	形式：	节目片头出现由企业名称和节目名称组成的联合 logo。
冠名角标	形式：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标，即“***星推荐”，出现时长不低于节目净时长 30%。
提示字幕	形式：	CCTV-8 全天剧场节目中安排“***星推荐稍后播出”提示字幕，在早间剧场第三集、魅力剧场第四集、午间剧场第二集、佳人剧场第三集、家庭剧场第二集、黄金强档第四集播出，约 6 次/天，全年约 2190 次。

提示字幕播出安排

播出频道	回报	播出栏目及位置	播出时间	频次
CCTV-8	提示字幕	早间剧场第三集内	约 8:00	1 次/天
CCTV-8	提示字幕	魅力剧场第四集内	约 11:30	1 次/天
CCTV-8	提示字幕	午间剧场第二集内	约 13:00	1 次/天
CCTV-8	提示字幕	佳人剧场第三集内	约 16:00	1 次/天
CCTV-8	提示字幕	家庭剧场第二集内	约 18:30	1 次/天
CCTV-8	提示字幕	黄金强档第四集内	约 21:50	1 次/天

广告具体播出安排如下：

播出时间	广告回报与形式	频次
CCTV-1 约 20:00	逢周六日不播出电视剧时，精彩一刻版块播出 30 秒星推荐冠名宣传片+15 秒企业广告	82
CCTV-8 约 20:41	黄金强档第二集下集预告前正一位置播出 30 秒星推荐冠名宣传片+15 秒广告	365
CCTV-8 约 8:20	本集精彩提要+5 秒冠名标版+15 秒中插广告+冠名片头+节目（含角标）	365
CCTV-8 约 11:49	本集精彩提要+5 秒冠名标版+15 秒中插广告+冠名片头+节目（含角标）	365
CCTV-8 约 13:42	本集精彩提要+5 秒冠名标版+15 秒中插广告+冠名片头+节目（含角标）	365
CCTV-8 约 16:28	本集精彩提要+5 秒冠名标版+15 秒中插广告+冠名片头+节目（含角标）	365
CCTV-8 约 18:49	本集精彩提要+5 秒冠名标版+15 秒中插广告+冠名片头+节目（含角标）	365
CCTV-8 约 22:33	本集精彩提要+5 秒冠名标版+15 秒中插广告+冠名片头+节目（含角标）	365

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	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	下拉幕（1/4 轮）	15
		电视剧频道	首页	焦点图一帧	90
				下拉幕（1/4 轮）	90
				对联（1/4 轮）	90
		星推荐专区	首页	独占冠名包装	360
				（独占）对联	360
				（独占）中部通栏	360
				（独占）底部通栏	360
		视频底层页通发	视频底层页	15s 视频前贴片(1/4 轮）	60
移动端	央视影音 PAD	点播	视频播放页	15s 视频前贴片正一位置（1/4 轮）	60
	央视影音手机	点播	视频播放页	15s 视频前贴片正一位置（1/4 轮）	60

【广告价格】 **7580 万元**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为15 秒。

2015 年 CCTV-8 新媒体互动独家合作伙伴广告方案

【广告亮点】

- 打通全天剧场内提示字幕、电视剧节目内二维码、片尾后正一位置紧跟宣传短片，多回报连续播出，形成电视端立体传播攻势。
- 借力“CCTV 电视剧”官方微信、微博平台使互动延伸至社交网络，利用二维码精准定位频道移动端用户，广告回报更加多元，堪称 CCTV-8 进行深度台网融合的全媒体创新方案。

【名额】 **按季度售卖，每季度独家。**

【广告回报】

提示字幕	形式：	电视剧临近片尾处出现提示字幕“***（企业名称）提示您，欢迎关注‘CCTV 电视剧’官方微信/微博参与互动。“此处亦提供有奖互动机会，企业可为观众提供奖品，字幕中给予适当体现。
二维码	形式：	在 CCTV-8 各剧场剧中的屏幕右下角展示二维码，电视观众可通过扫描二维码进入频道的移动终端页面（H5 页面），获取频道节目资讯、参与节目内容讨论、进行品牌推广互动，赢取相应的积分或奖品等。（电视上呈现的二维码图不含企业元素，在扫码后登陆移动端页面可融入首页头图企业品牌冠名、banner 广告、移动端页面模块包装、互动奖品提供等广告形式。）
	频次及时长：	在全天 19 集电视剧中出现，不少于 3 次/集，呈现总时长不少于电视剧节目总时长的 20%。
30 秒宣传片	形式：	制作互动宣传片，宣传片中带冠名企业标识，二维码，字幕及配音：“***（企业名称）提示您，欢迎拿起手机，扫描二维码，或关注‘CCTV 电视剧’官方微信/微博参与互动。“此处亦提供有奖互动机会，企业可为观众提供奖品，给予适当体现。

【播出安排】

提示字幕

播出频道	回报	播出栏目及位置	播出时间	频次	每季度频次
CCTV-8	提示字幕	魅力剧场第一集临近片尾处	约 9:04	1 次/天	一季度：540 次； 二季度：546 次； 三季度：552 次； 四季度：552 次。
CCTV-8	提示字幕	午间剧场第一集临近片尾处	约 12:38	1 次/天	
CCTV-8	提示字幕	佳人剧场第一集临近片尾处	约 14:31	1 次/天	
CCTV-8	提示字幕	家庭剧场第一集临近片尾处	约 17:39	1 次/天	
CCTV-8	提示字幕	黄金强档第一集临近片尾处	约 19:37	1 次/天	
CCTV-8	提示字幕	海外剧场第一集临近片尾处	约 23:17	1 次/天	

二维码

播出频道	回报	播出栏目及位置	开始时间	频次
CCTV-8	二维码	早间剧场第三集内	约 7:27	3 次/集
CCTV-8	二维码	魅力剧场第一集内	约 8:22	3 次/集

CCTV-8	二维码	魅力剧场第二集内	约 9:13	3 次/集
CCTV-8	二维码	魅力剧场第三集内	约 10:05	3 次/集
CCTV-8	二维码	魅力剧场第四集内	约 10:57	3 次/集
CCTV-8	二维码	午间剧场第一集内	约 11:58	3 次/集
CCTV-8	二维码	午间剧场第二集内	约 12:52	3 次/集
CCTV-8	二维码	佳人剧场第一集内	约 13:51	3 次/集
CCTV-8	二维码	佳人剧场第二集内	约 14:45	3 次/集
CCTV-8	二维码	佳人剧场第三集内	约 15:40	3 次/集
CCTV-8	二维码	家庭剧场第一集内	约 17:01	3 次/集
CCTV-8	二维码	家庭剧场第二集内	约 17:55	3 次/集
CCTV-8	二维码	黄金强档第一集内	约 19:00	3 次/集
CCTV-8	二维码	黄金强档第二集内	约 19:56	3 次/集
CCTV-8	二维码	黄金强档第三集内	约 20:53	3 次/集
CCTV-8	二维码	黄金强档第四集内	约 21:43	3 次/集
CCTV-8	二维码	海外剧场第一集内	约 22:37	3 次/集
CCTV-8	二维码	海外剧场第二集内	约 23:26	3 次/集
CCTV-8	二维码	原声影视内	约 0:14	3 次/集

宣传片

播出频道	回报	播出栏目及位置	播出时间	频次	每季度频次
CCTV-8	30 秒宣传片	魅力剧场一二集间 正一	约 9:14	1 次/天	一季度：540 次； 二季度：546 次； 三季度：552 次； 四季度：552 次。
CCTV-8	30 秒宣传片	午间剧场集间 正一	约 12:48	1 次/天	
CCTV-8	30 秒宣传片	佳人剧场一二集间 正一	约 14:41	1 次/天	
CCTV-8	30 秒宣传片	家庭剧场集间 正一	约 17:49	1 次/天	
CCTV-8	30 秒宣传片	黄金强档一二集间 正一	约 19:47	1 次/天	
CCTV-8	30 秒宣传片	海外剧场集间 正一	约 23:27	1 次/天	

【广告价格】	**第一季度**	**第二季度**	**第三季度**	**第四季度**
	1239 万	**1253 万**	**1267 万**	**1267 万**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 企业如为获奖观众提供奖品，不含在此方案广告价格内。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年精彩剧目独家推荐广告方案

【广告亮点】

- 紧随精彩剧目宣传片播出标版和广告，超高频次打通全天。
- 作为频道合作级的特殊项目广告方案，稀缺席位，仅此一家。

【广告形式】 制作标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，并配音："央视好剧连台，***为您独家推荐"（***为企业或品牌名称），紧跟导视宣传片播出（导视宣传片由频道安排播出，时长不固定，以 CCTV-1 黄金档剧场、CCTV-8 黄金强档、海外剧场拟播剧目宣传片为主）

【投放期】 **全年**

【名额】 **独家**

【播出安排】

具体播出安排如下：

频道	播出段位	播出时间	回报形式	位置	总频次
CCTV-8	魅力剧场第三集贴片	10:09	导视宣传片（节目）+5 秒标版+15 秒广告	正一	365
CCTV-8	午间剧场第二集贴片	12:53	导视宣传片（节目）+5 秒标版+15 秒广告	正一	365
CCTV-8	佳人剧场第三集贴片	15:39	导视宣传片（节目）+5 秒标版+15 秒广告	正一	365
CCTV-8	家庭剧场第二集贴片	17:54	导视宣传片（节目）+5 秒标版+15 秒广告	正一	365
CCTV-8	黄金强档第二集本集提要前	19:51	导视宣传片（节目）+5 秒标版+15 秒广告	正一	365
CCTV-8	海外剧场第二集贴片	23:28	导视宣传片（节目）+5 秒标版+15 秒广告	正一	365

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段。

【广告价格】 **3998 万元**

【特别优惠】 **购买本方案的客户可 5 折惠购《2015 年 CCTV-1 大剧特别呈现广告方案》一期，投放大剧的选择以付款顺序优先，且需与频道协商。**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-1《第一精选剧场》独家冠名

【节目看点】

- CCTV-1《第一精选剧场》——有温度的剧场。精选高收视经典剧目，传递正能量，如《活佛济公》惩恶扬善、《父母爱情》平淡中见真情、《野鸭子 2》传递真善美、《一代枭雄》展智慧人生……此外还有丰富多彩的类型剧如《花木兰传奇》《养女》《秀秀的男人》《封神英雄榜》《新洛神》《战雷》《人鱼传奇》等，牢牢占据全国电视频道上午档收视率王者地位。
- 今年以来，《第一精选剧场》收视表现亮眼，平均收视份额保持在 6.3%以上，比去年同期上扬 13%。蝉联全国第一。《穆桂英挂帅》《活佛济公》收视份额均近 7%。
- 2015 年《第一精选剧场》，经典剧目权威推荐，精选故事为您呈现！

【广告亮点】

- 独家冠名项目集合《第一精选剧场》最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，彰显企业独一无二之地位。
- 整合 CCTV-1 全天三档剧场，企业广告在下午《第一情感剧场》及晚间《黄金档剧场》均有播出，全面覆盖电视剧广大受众群。

【节目播出安排】 CCTV-1 《第一精选剧场》 周一至周日约 9:23-11:53，3 集/天。

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **独家**

【广告回报】

5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识
	字幕及配音：	《第一精选剧场》由***（企业名称）独家冠名播出。
	位置及频次：	《第一精选剧场》第一集前（约 9:23）倒一位置播出，1 次/集，全年共计 365 次； 《第一精选剧场》第二集前（约 10:13）倒一位置播出，1 次/集，全年共计 365 次。 《第一精选剧场》第三集前（约 11:03）倒一位置播出，1 次/集，全年共计 365 次。
15 秒企业广告	位置及频次：	《第一精选剧场》第一集前（约 9:23）紧跟 5 秒冠名标版播出，1 次/集，全年共计 365 次； 《第一精选剧场》第二集前（约 10:13）紧跟 5 秒冠名标版播出，1 次/集，全年共计 365 次； 《第一精选剧场》第三集前（约 11:03）紧跟 5 秒冠名标版播出，1 次/集，全年共计 365 次； 《第一情感剧场》第一集前（周一至周五约 13:13、周六约 13:35、周日约 14:36）正常位置播出，1 次/集，全年共计 365 次； 《第一情感剧场》第二集前（周一至周五约 14:03、周六约 14:25、周日约 15:26）正常位置播出，1 次/集，全年共计 365 次； 黄金档剧场第二集贴片(约 20:58)正常位置单日播出(不含周六日)，1 次/集，不少于 127 次。(注：本回报不承诺 2015 年春节除夕至正

月十五的播出。）

冠名角标　　形式：　　节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。不低于节目净时长 30%。

时长：

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	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	下拉幕（1/4 轮）	7
		电视剧频道	首页	下拉幕（1/4 轮）	30
				长通栏（1/4 轮）	30
		第一精选剧场专题页	首页	独占冠名包装	360
				（独占）对联	360
				（独占）中部通栏	360
				（独占）底部通栏	360
		视频底层页通发	视频底层页	15s 视频前贴片（1/4 轮）	60

【广告价格】　　全年：6050 万元

【特别优惠】　　全年购买客户可 5 折惠购《2015 年 CCTV-8 剧场合家欢晚间套装》。

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。

2015 年 CCTV-1《第一情感剧场》独家冠名

【节目看点】	● 2014 年，CCTV-1《第一情感剧场》继续定位女性观众、主打家庭、情感排，播出了系列精彩好剧，包括都市爱情剧《咱们结婚吧》《爱情面前谁怕谁》《大男当婚》，台湾偶像剧《因为爱情有晴天》《因为爱情有多美》《真爱惹麻烦》，现代家庭剧《假如生活欺骗了你》《辣妈正传》《小爸爸》《小儿难养》，精品年代剧《爱在春天》《叶问》《射天狼》，古装奇侠剧《妈祖》《薛平贵与王宝钏》《画皮之真爱无悔》《笑傲江湖》，热播港台剧《珠光宝气》《公主嫁到》等，广泛吸引白天时段收视人群，拥有极高的忠实度。 ● 今年以来，《第一情感剧场》打造主题韩剧季，播出了《唐突的女人》《顺英的选择》《原来是美男》《女人心》《时尚王》《天赐我爱》《爱在何方》等一系列在韩国本土收视影响俱佳的剧集，收视傲人，收视率比去年同期上升 20%，市场份额上扬 24%。其中《顺英的选择》播出期间市场份额达到 12%，《天赐我爱》《走出迷茫》《因为爱情有多美》市场份额均破 8%。 ● 2015 年《第一情感剧场》，看情感故事，品五味人生！
【广告亮点】	● 独家冠名项目集合《第一情感剧场》最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，彰显企业独一无二之地位。 ● 整合 CCTV-1 全天三档剧场，企业广告在上午《第一精选剧场》及晚间《黄金档剧场》均有播出，全面覆盖电视剧广大受众群。
【节目播出安排】	CCTV-1 《第一情感剧场》 周一至周五约 13:13-16:30，4 集/天。 周六约 13:35-16:05，3 集/天。 周日约 14:36-16:12，2 集/天。
【广告投放周期】	**全年**
【名额】	**独家**
【广告回报】	
5 秒冠名标版	形式：冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识 字幕及配音：《第一情感剧场》由***（企业名称）独家冠名播出。 位置及频次：《第一情感剧场》第一集前（周一至周五约 13:13、周六约 13:35、周日约 14:36）倒一位置播出，1 次/集，全年共计 365 次； 《第一情感剧场》第二集前（周一至周五约 14:03、周六约 14:25、周日约 15:26）倒一位置播出，1 次/集，全年共计 365 次。
15 秒企业广告	位置及频次：《第一情感剧场》第一集前（周一至周五约 13:13、周六约 13:35、周日约 14:36）紧跟 5 秒冠名标版播出，1 次/集，全年共计 365 次； 《第一情感剧场》第二集前（周一至周五约 14:03、周六约

14:25、周日约 15:26）紧跟 5 秒冠名标版播出，1 次/集，全年共计 365 次。

《第一精选剧场》第一集前（约 9:23）正常位置播出，1 次/集，全年共计 365 次；

《第一精选剧场》第二集前（约 10:13）正常位置播出，1 次/集，全年共计 365 次；

黄金档剧场第二集贴片（约 20:58）正常位置双日播出（不含周六日），1 次/集，不少于 122 次。（注：本回报不承诺 2015 年春节除夕至正月十五的播出。）

冠名角标　　形式：　节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。

时长：　不低于节目净时长 30%。

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	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	下拉幕（1/4 轮）	7
		电视剧频道	首页	下拉幕（1/4 轮）	30
				长通栏（1/4 轮）	30
		第一情感剧场专题页	首页	独占冠名包装	360
				（独占）对联	360
				（独占）中部通栏	360
				（独占）底部通栏	360
		视频底层页通发	视频底层页	15s 视频前贴片（1/4 轮）	60

【广告价格】　全年：6330 万元

【特别优惠】　全年购买客户可 5 折惠购《2015 年 CCTV-8 剧场合家欢晚间套装》。

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。

2015 年 CCTV-8《黄金强档》联合冠名

【节目看点】

- CCTV-8《黄金强档》定位于家庭收视剧场。自开播以来，一直坚持以首播、独播大剧为主， 2015 年，也将是全国上星频道中唯一的“黄金时间，四集连播”剧场，稀缺价值，潜力不可估量。
- 今年开年大剧《舞乐传奇》领跑新年收视，平均收视率 1.18%，平均收视份额 3.30%，共有 3.89 亿观众收看，独具匠心的剧本故事、极具异域特色的服装造型、环环相扣的悬念设置为《舞乐传奇》赢得了几乎“零差评”的好口碑；二季度起，《黄金强档》开始坚持以主题季播打动观众，从《养女》开始，到《野鸭子 2》、《美丽谎言》和《左手亲情右手爱》，一批风格相似，情节感人的青春情感题材好剧累积收视效应。收视表现格外突出，全天收视排名全国第 3，较去年提升 8%，收视份额较去年提升 10%。最高单日收视份额达 4.77%，排名全国第 2 位（5 月 11 日）。《野鸭子 2》最高收视率过 2.5%，《左手亲情右手爱》最高收视率近 3%。众多年轻观众热衷的题材，让《黄金强档》的收视表现愈发出众，更加年轻而富有活力，堪称电视剧频道的明星剧场。
- 2015 年 CCTV-8《黄金强档》，四集连播，再次起航！

【广告亮点】

- 最黄金的剧场，最黄金的播出时间，最黄金的广告位置，堪称 CCTV-8 品牌传播的至高点，稀缺资源，仅此一席！
- 企业标版及广告在晚间黄金时间播出，包揽《黄金强档》贴片广告的倒一位置，传播效果显著。
- 冠名片头、角标、标版、广告以及全天高频播出的电视剧冠名宣传片，企业品牌无处不在。

【节目播出安排】 CCTV-8 《黄金强档》 周一到周日约 19:00-22:33，4 集/天；

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **两家联合（行业排他，每行业限一家）/全年独家**

【广告回报】

联合冠名片头	形式：	剧场片头出现节目名称和两家企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入由***（A 企业名称）和***（B 企业名称）联合冠名的黄金强档。
	位置：	黄金强档第一集本集提要前(约 18:55)倒三位置。
	频次：	1 次/天，全年共计 365 次。
5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识。
	字幕及配音：	黄金强档由***（A 企业名称）冠名播出。
	位置及频次：	黄金强档第一集贴片(约 19:00)倒一位置，1 次/天；黄金强档第二集贴片(约 19:53)倒一位置，1 次/天，全年共计 730 次；
	字幕及配音：	黄金强档由***（B 企业名称）冠名播出。
	位置及频次：	黄金强档第三集贴片(约 20:49)倒一位置，1 次/天；黄金强档第四集贴片(约 21:44)倒一位置，1 次/天，全年共计 730 次。

15 秒广告	位置及频次：	A 企业 15 秒广告在黄金强档第一集贴片、第二集贴片紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 730 次； B 企业 15 秒广告在黄金强档第三集贴片、第四集贴片紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 730 次。
冠名角标	形式：	第一二集播出时，屏幕右下角出现由 A 企业名称和节目名称组成的角标。第三四集播出时，屏幕右下角出现由 B 企业名称和节目名称组成的角标。
	时长：	不低于节目净时长 30%。

【增值回报】

线下回报	形式：	在 CCTV-8 首播剧目发布会现场植入联合冠名企业元素，如易拉宝、背景板、主持人及嘉宾话筒、主持人口播、现场物料等。
	频次：	全年不少于 12 场次。
剧目冠名宣传片	逢首播剧制作宣传片中带冠名企业标识，安排在各频道空闲时段垫播，频次以实际播出为准。	

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	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	下拉幕（1/4 轮）	7
		电视剧频道	首页	下拉幕（1/4 轮）	30
				15s 视频前贴片（1/4 轮）	180
		CCTV-8	首页	联合冠名包装	360
				对联（2/4 轮）	360
				中部通栏（2/4 轮）	360
				底部通栏（2/4 轮）	360

【广告价格】 **A 企业（前两集）：4380 万元**

B 企业（后两集）：4880 万元

独家冠名（全年四集）：8900 万元

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。
5. 宣传片回报未计价，不退款，不补播。

2015 年 CCTV-8《黄金强档》本集提要冠名

【节目看点】	● 《黄金强档》每集电视剧正剧播出前，制作 30 秒 “本集提要”，浓缩本集精彩内容，吸引眼球，让人意犹未尽，愈加期待。	
【广告亮点】	● 最精华的提要，最吸睛的亮点。 ● 本项目集合《黄金强档》每天 4 次本集提要，把握“最吸睛”的亮点。 ● 企业广告享有本集提要前倒一位置，抢占最黄金点位，传播效果佳。	
【节目播出安排】	CCTV-8《黄金强档》： 第一集本集提要约 18:57 第二集本集提要约 19:53 第三集本集提要约 20:48 第四集本集提要约 21:44	
【广告投放周期】	**上半年/下半年**	
【名额】	**各一家，共两家**	
【广告回报】		
5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识。
	字幕及配音：	***（企业名称）邀您进入本集精彩提要。
	位置及频次：	黄金强档第一集本集提要前（约 18:55）倒一位置， 1 次/集；黄金强档第二集本集提要前（约 19:51）倒一位置，1 次/集；黄金强档第三集本集提要前（约 20:46）倒一位置， 1 次/集；黄金强档第四集本集提要前（约 21:42）倒一位置，1 次/集。上半年共计 724 次；下半年共计 736 次。
15 秒企业广告	位置及频次：	黄金强档第一集本集提要前（18:55）倒二位置，单日播出，1 次/集；黄金强档第二集本集提要前（19:51）倒二位置，双日播出，1 次/集；黄金强档第三集本集提要前（20:46）倒二位置，单日播出，1 次/集；黄金强档第四集本集提要前（21:42）倒二位置，双日播出，1 次/集。上半年共计 362 次；下半年共计 368 次。
冠名角标	形式：	本集提要播出时，屏幕右下角出现由企业名称组成的角标。
	频次：	1 次/集，约 30 秒，上半年共计 724 次，下半年共计 736 次。
【广告顺序】	本集提要前 15 秒广告+5 秒冠名标版+冠名角标	
【广告价格】	**上半年：2380 万元** **下半年：2420 万元**	
【特别优惠】	**全年投放客户可 5 折惠购《2015 年 CCTV-1 大剧特别呈现广告方案》一期，投放大剧的选择以付款顺序优先，且需与频道协商。**	

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。

2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-8《黄金强档》下集预告冠名

【节目看点】	● 《黄金强档》每集电视剧正剧播出后，制作“下集预告”版块，浓缩下集精彩内容，吸引眼球，让人意犹未尽，愈加期待。	
【广告亮点】	● 下集精彩，先睹为快！ ● 本项目集合《黄金强档》每天 4 次下集精彩预告，把握“最吸睛”的亮点。 ● 新增三次“四集连播，稍后继续收看”的提示字幕，在剧中画面出现，大幅升级传播效果。 ● 企业广告抢占最黄金点位，全方位贴合下集预告版块，传播效果佳。	
【节目播出安排】	CCTV-8《黄金强档》： 第一集下集预告前约 19:45 第二集下集预告前约 20:41 第三集下集预告前约 21:36 第四集下集预告前约 22:31	
【广告投放周期】	**上半年/下半年**	
【名额】	**各一家，共两家**	
【广告回报】		
5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识。
	字幕及配音：	***（企业名称）为您带来精彩预告。
	位置及频次：	黄金强档第一集下集预告前（约 19:45）倒一位置， 1 次/集；黄金强档第二集下集预告前（约 20:41）倒一位置，1 次/集；黄金强档第三集下集预告前（约 21:36）倒一位置， 1 次/集；黄金强档第四集下集预告前（约 22:31）倒一位置，1 次/集。上半年共计 724 次；下半年共计 736 次。 注：因频道不保证每部剧最后一集下集预告播出，如临时无下集预告，则标版不播出。
15 秒企业广告	位置及频次：	黄金强档第一集下集预告前（约 19:45）倒二位置，双日播出，1 次/集；黄金强档第二集下集预告前（约 20:41）倒二位置，单日播出，1 次/集；黄金强档第三集下集预告前（约 21:36）倒二位置，双日播出，1 次/集；黄金强档第四集下集预告前（约 22:31）倒二位置，单日播出，1 次/集。上半年共计 362 次；下半年共计 368 次。 注：因频道不保证每部剧最后一集下集预告播出，如临时无下集预告， 15 秒广告带入临近最优段位，不承诺位置。
提示字幕	形式：	黄金强档第一、二、三集每集临近末尾时，屏幕播出提示字幕“黄金强档四集连播，***（企业名称）邀您稍后继续收看”。
	频次：	1 次/集，约 10 秒/次，上半年共计 543 次，下半年共计 552

	次。
【广告顺序】	本集末尾提示字幕+下集预告前 5 秒冠名标版+15 秒广告+下集预告
【广告价格】	**上半年：2380 万元** **下半年：2420 万元**
【特别优惠】	**全年投放客户可 5 折惠购《2015 年 CCTV-1 大剧特别呈现广告方案》一期，投放大剧的选择以付款顺序优先，且需与频道协商。**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-8《海外剧场》独家冠名

【节目看点】

- 《海外剧场》——央视电视剧剧场中的世界之窗。这里有似无尽苍穹般深邃诡秘的魔幻传说，有如深沉大地般生机盎然的情感讲述，还有像波罗的海般轨辙多变的阴谋诡计…这里汇聚了七大洋的万千故事，这里蕴藏着五大洲的无尽传奇，可谓集万般异域风情于一身，使观众足不出户而坐知千里。
- 《海外剧场》自开播已 15 年，仍历久弥新，匠心独运，时刻站在潮流前沿。作为全国首屈一指的海外引进剧电视首播平台，剧场全年不间断放送来自全世界的热播电视剧。高质量、高数量得向中国电视观众传递着全世界的电视剧佳作。
- 2014 年，《海外剧场》播出了《破晓之爱》（泰国）、《孤男寡女》（新加坡）、《唐顿庄园》（英国）、《战争与和平》（意大利/俄罗斯）、《侠盗罗宾汉》（英国）、《时尚王》（韩国）、《浮华饭店》（西班牙）、《错位青春》（美国）、《伊娃》（委内瑞拉）等剧目，题材丰富，包罗万象，在优质收视人群中获得显著肯定。
- 2015 年，更多来自世界各地的好剧、热剧、潮剧将陆续登陆《海外剧场》，在紧锁电视观众眼球的同时，不断提升世界之窗的迷人魅力…….

【广告亮点】

- 2015 年《海外剧场》仍将接档《黄金强档》，借力黄金时间收视人群基础，增强《海外剧场》粘性，培养观众收视习惯，资源价值不断提升。
- 企业标版及广告在剧场第一集和第二集前播出，每天两次，包揽《海外剧场》贴片广告的倒一位置，抢占最佳点位，实现一小时内双重曝光，传播效果倍增！
- 冠名片头、角标、标版、广告以及全天高频播出的电视剧冠名宣传片，多维立体全面覆盖，企业品牌全方位曝光。

【节目播出安排】 2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周日约 22:41-00:16 播出，2 集/天。

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **独家**

【广告回报】

5 秒冠名片头	形式：	剧场片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入***（企业名称）海外剧场。
	位置及频次：	海外剧场第一集贴片（约 22：38）正一位置； 1 次/天，全年共计 365 次。
5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识。
	字幕及配音：	海外剧场由***（企业名称）独家冠名播出。
	位置及频次：	海外剧场第一集贴片（约 22:38）倒一位置； 海外剧场第二集贴片（约 23:28）倒一位置； 各 1 次/天，全年共计 730 次。

15 秒广告	位置及频次：	紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 730 次。
冠名角标	形式：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。
	时长：	不低于节目净时长 30%。

【增值回报】

官微有奖互动	提供有奖互动机会，企业可提供奖品，与 CCTV-8 海外剧场合作官微互动活动。
活动形式	在 CCTV-电视剧官方微博/微信中发起“CCTV-8 海外剧场观剧有礼！转发微博/微信，@海外剧场，赢取***(企业名称)特别提供的奖品。（信息中含企业元素）
电视宣传短片	制作有奖互动的 10 秒电视宣传短片，宣传片中带冠名企业标识，口播+字幕：“参与‘海外剧场’官方微信/微博互动，就有机会赢取由***（企业名称）提供的奖品。”
短片播出安排	海外剧场第一集贴片（约 22:38）正二位置，允许 1 次/天，最多播出 365 次；海外剧场第二集贴片（约 23:28）倒二位置，允许 1 次/天，最多播出 365 次；家庭剧场后（约 18:43）倒一位置，允许 1 次/天，最多播出 365 次。
剧目冠名宣传片	逢首播剧制作宣传片中带冠名企业标识，安排在各频道空闲时段垫播，频次以实际播出为准。

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	资源名称	资源位置	广告形式	投放时长（天）
PC 端	央视网	电视剧频道	首页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60
			底层页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60

【广告价格】 3040 万元

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 企业如为获奖观众提供奖品，不含在此方案广告价格内。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。
6. 增值回报部分未计价，不退款，不补播。

2015 年 CCTV-8《家庭剧场》独家冠名

【节目看点】	● CCTV-8《家庭剧场》——央视电视剧剧场中的情感纽带。精选青少年喜欢、亦适合家庭收视的优质剧目，在晚餐时间，与其他上星频道新闻类节目差异化编排，锁定家庭最温馨时间，2014 年本剧场收视率依旧保持强有力势头牢牢占据同时段收视前列，上半年多部剧目收视率过 0.8%，平均收视份额超过 3%。其中《天赐我爱》收视率达 1.51%，收视份额高达 6.7%。 ● 《家庭剧场》，陪伴家庭，快乐成长！
【广告亮点】	● 剧场名称可结合企业名称全新命名，彰显企业品牌个性，强化品牌认知。 ● 本剧场采用独特的“家庭”定位，提供“正能量”品牌联想，剧场名称可结合企业名称全新命名，彰显企业品牌个性，强化品牌认知，有效提升冠名企业品牌影响力和美誉度。 ● 尤其适合目标消费者为青少年及家长的企业品牌。 ● 独家冠名项目集合《家庭剧场》最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，第一时间抵达目标受众，彰显企业独一无二之地位。 ● 冠名片头、角标、标版、广告，企业品牌多维立体全面覆盖，全方位曝光。
【节目播出安排】	2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周日约 17:03-18:43 播出，2 集/天；
【广告投放周期】	**全年**
【名额】	**独家**
【广告回报】	

5 秒冠名片头	形式：	剧场片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入***（企业名称）家庭剧场。
	位置及频次：	家庭剧场第一集贴片（约 17:00）正一位置； 1 次/天，全年共计 365 次。
5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识，后紧跟 15 秒企业广告。
	字幕及配音：	家庭剧场由***（企业名称）独家冠名播出。
	位置及频次：	家庭剧场第一集贴片（约 17:00）倒一位置； 家庭剧场第二集贴片（约 17:54）倒一位置； 各 1 次/天，全年共计 730 次。
15 秒广告	位置及频次：	紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 730 次。
冠名角标	形式：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。
	时长：	不低于节目净时长 30%。

【增值回报】

官微有奖互动	提供有奖互动机会，企业可指定销售旺季并提供奖品，与 CCTV-8 合作执行一次官微有奖互动，活动宣传周期持续约 3 周。
活动形式	在 CCTV-电视剧官方微博/微信中发起“CCTV-8 家庭剧场观剧有礼！转发微博/微信，#说出对妈妈的爱#，赢取***(企业名称)特别提供的奖品。（信息中含企业元素）
电视宣传短片	制作有奖互动的 10 秒电视宣传短片，宣传片中带冠名企业标识，口播+字幕：“参与‘CCTV 电视剧’官方微信/微博互动，#说出对妈妈的爱#，就有机会赢取由***（企业名称）提供的奖品。”
短片播出安排	家庭剧场第一集贴片（约 17:00）正二位置，紧跟冠名片头播出，1 次/天，共 21 次； 家庭剧场第二集贴片（约 17:54）倒二位置，1 次/天，共 21 次； 家庭剧场后（约 18:43）正一位置，1 次/天，共 21 次。
剧目冠名宣传片	逢首播剧制作宣传片中带冠名企业标识，安排在各频道空闲时段垫播，频次以实际播出为准。

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	资源名称	资源位置	广告形式	投放时长（天）
PC 端	央视网	电视剧频道	首页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60
			底层页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60

【广告价格】　　2322 万元

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 企业如为获奖观众提供奖品，不含在此方案广告价格内。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。
6. 冠名宣传片回报未计价，不退款，不补播。

2015 年 CCTV-8《早间剧场》独家冠名

【节目看点】

- 清晨第一档剧场，陪伴早间时光，拥有稳定的收视人群，超高的收视份额。

【广告亮点】

- 剧场名称可结合企业名称全新命名，彰显企业品牌个性，强化品牌认知。
- 目标受众精准传播，瞄准细分人群。
- 独家冠名项目独享本剧场最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，第一时间抵达目标受众，彰显企业独一无二之地位。
- 冠名片头、角标、标版、广告，打通电视、PC、手机三屏，企业品牌多维立体全面覆盖，全方位曝光。
- 小成本撬动大市场，成长型品牌的明智之选。

【节目播出安排】 2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周日约 6:00-8:20 播出，3 集/天。

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **独家**

【广告回报】

5 秒冠名片头	形式：	剧场片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入早间剧场。
	位置及频次：	早间剧场第三集贴片（约 7:32）正一位置，1 次/天，全年共计 365 次。
5 秒冠名标版	形式：	标版时长 5 秒，画面出现企业名称及标识。
	字幕及配音：	《早间剧场》由***（企业名称）独家冠名播出。
	位置及频次：	早间剧场第三集贴片（约 7:32）倒一位置，1 次/集，全年共计 365 次。
15 秒广告	位置及频次：	紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 365 次。
冠名角标	形式：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标，共 3 集/天。
	时长：	不低于节目净时长 30%。

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	资源名称	资源位置	广告形式	投放时长（天）
PC 端	央视网	电视剧频道	首页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60
			底层页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60

【广告价格】 **565 万元**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。

2015 年 CCTV-8《魅力剧场》独家冠名

【节目看点】

- 《魅力剧场》——央视电视剧剧场中别具一格的一页，一个在白天时段展现电视剧作品魅力的剧场。作为一个定位上午收视群体的节目，《魅力剧场》2014 年推出了诸多都市爱情、家庭伦理、精品年代等类型题材的剧目，例如：《白蛇传》、《隋唐英雄》、《战旗》、《零炮楼》等。2015 年，《魅力剧场》将借助权威数据分析，抓取上午电视观众的收视喜好，继续推出优质的精品电视剧佳作，让电视剧的魅力在神州大地恒久萦绕。

【广告亮点】

- 剧场名称可结合企业名称全新命名，彰显企业品牌个性，强化品牌认知。
- 精确锁定上午收视人群，企业广告诉求精准传播。
- 独家冠名项目集合《魅力剧场》最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，第一时间抵达目标受众，彰显企业独一无二之地位。
- 在上午时段多次高频回报的基础上，增加下午时段一次回报，强化巩固企业品牌记忆。冠名片头、角标、标版、广告，企业品牌多维立体全面覆盖，全方位曝光。
- 小成本撬动大市场，成长型品牌的明智之选。

【节目播出安排】 2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周日约 8:28-11:49 播出，4 集/天。

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **独家**

【广告回报】

5 秒冠名片头	形式：	剧场片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入***（企业名称）魅力剧场。
5 秒冠名标版	形式：	时长 5 秒，画面出现企业名称或标识。
	字幕及配音：	魅力剧场由***（企业名称）独家冠名播出。
15 秒广告	位置及频次：	紧跟 5 秒冠名标版播出，4 次/天，另安排在佳人剧场第三集贴片播出 1 次/天。
冠名角标	形式及时长：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标，不低于节目净时长 30%。

广告播出安排如下表：

频道	播出栏目/时段	播出时间	广告形式	位置	安排	总频次
CCTV-8	魅力剧场第一集贴片	约 8:25	5 秒冠名片头	正一	1 次/天	365
CCTV-8	魅力剧场第一集贴片	约 8:25	5 秒冠名标版+15 秒广告	倒一	1 次/天	365
CCTV-8	魅力剧场第二集贴片	约 9:17	5 秒冠名标版+15 秒广告	倒一	1 次/天	365
CCTV-8	魅力剧场第三集贴片	约 10:09	5 秒冠名标版+15 秒广告	倒一	1 次/天	365
CCTV-8	魅力剧场第四集贴片	约 11:01	5 秒冠名标版+15 秒广告	倒一	1 次/天	365

CCTV-8	佳人剧场第三集贴片	约 15:39	15 秒广告	正常	1 次/天	365

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	资源名称	资源位置	广告形式	投放时长（天）
PC 端	央视网	电视剧频道	首页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60
			底层页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60

【广告价格】　　1246 万元

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。

2015 年 CCTV-8《午间剧场》独家冠名

【节目看点】

- 《午间剧场》——央视电视剧剧场中的华美午餐。
- 午餐时间为您带来制作精良、华丽浪漫的港、台、内地及亚洲热门偶像剧。2014 年《午间剧场》推出了《少林寺传奇》系列、《夫妻》、《贤妻》等热播剧目，本剧场观众忠实度极高，凭借曾获得高收视的亚洲热门剧集，长期保持白天电视剧收视前列。

【广告亮点】

- 剧场名称可结合企业名称全新命名，彰显企业品牌个性，强化品牌认知。
- 紧握午间珍稀时段，助力品牌精准锁定时尚消费人群！
- 独家冠名项目集合《午间剧场》最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，第一时间抵达目标受众，彰显企业独一无二之地位。
- 冠名片头、角标、标版、广告，企业品牌多维立体全面覆盖，全方位曝光。
- 小成本撬动大市场，成长型品牌的明智之选。

【节目播出安排】 2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周日约 12:02-13:42 播出，2 集/天。

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **独家**

【广告回报】

5 秒冠名片头
- 形式：剧场片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
- 字幕及配音：欢迎进入***（企业名称）午间剧场。
- 位置及频次：午间剧场第一集贴片（约 12:00）正一位置；1 次/天，全年共计 365 次。

5 秒冠名标版
- 形式：冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识
- 字幕及配音：午间剧场由***（企业名称）独家冠名播出。
- 位置及频次：午间剧场第一集贴片（约 12:00）倒一位置；午间剧场第二集贴片（约 12:53）倒一位置；各 1 次/天，全年共计 730 次。

15 秒广告
- 位置及频次：紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 730 次。

冠名角标
- 形式：节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。
- 时长：不低于节目净时长 30%。

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	资源名称	资源位置	广告形式	投放时长（天）
PC 端	央视网	电视剧频道	首页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60
			底层页	中部通栏（1/4 轮）	60

				底部通栏（1/4 轮）	60

【广告价格】　　788 万元

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。

2015 年 CCTV-8《佳人剧场》独家冠名

【节目看点】

- CCTV-8《佳人剧场》——央视电视剧剧场中清新“下午茶“。在女性观众占绝对优势的下午时光，甄选她们爱看的浪漫、情感、励志、催泪大剧，三集连播，陪伴她度过整个下午时光，2015 年《佳人剧场》将继续陪伴美丽佳人的闲适时光。

【广告亮点】

- 剧场名称可结合企业名称全新命名，彰显企业品牌个性，强化品牌认知。
- 目标受众精准传播，尤其适合以女性为目标消费群的品牌选择。
- 独家冠名项目集合《佳人剧场》最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，第一时间抵达目标受众，彰显企业独一无二之地位。
- 冠名片头、角标、标版、广告，企业品牌多维立体全面覆盖，全方位曝光。
- 小成本撬动大市场，成长型品牌的明智之选。

【节目播出安排】 2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周日约 13:55-16:28 播出，3 集/天。

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **独家**

【广告回报】

5 秒冠名片头	形式：	剧场片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入***（企业名称）佳人剧场。
	位置：	佳人剧场第一集贴片（约 13:52）正一位置。
	频次：	1 次/天，全年共计 365 次。
5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识。
	字幕及配音：	佳人剧场由***（企业名称）独家冠名播出。
	位置及频次：	佳人剧场第一集贴片（约 13:52）倒一位置； 佳人剧场第二集贴片（约 14:45）倒一位置； 佳人剧场第三集贴片（约 15:39）倒一位置； 各 1 次/天，全年共计 1095 次。
15 秒广告	位置及频次：	紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 1095 次。另安排在魅力剧场第一集贴片（约 8:25）播出，1 次/天。
冠名角标	形式：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。
	时长：	不低于节目净时长 30%。

【新媒体回报】

1、央视网、央视影音 PC 端与移动端直播信号同步带入企业视频广告

2、新媒体其他回报

终端	媒体	资源名称	资源位置	广告形式	投放时长（天）

PC 端	央视网	电视剧频道	首页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60
			底层页	中部通栏（1/4 轮）	60
				底部通栏（1/4 轮）	60

【广告价格】　　1244 万元

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
4. 新媒体回报部分广告位具体投放日期由企业在执行期内自行选择，广告资源先签先选。视频贴片广告规格均为 15 秒。

2015 年 CCTV-8《影视同期声》+《影视俱乐部》独家冠名广告方案

【节目看点】	● 《影视同期声》是与 CCTV-8 同步诞生的中国第一档依托中国电视剧专业频道的强势资源，深入报道和关注中国电视剧行业动态，传播电视剧行业权威的声音的日播专业影视资讯、专题类栏目。 ● 《影视俱乐部》是中国第一档专业影视沙龙谈话节目，是中国娱乐访谈栏目的先驱，开播至今，一直致力于中国影视娱乐报道。 ● 两档节目同根同源，一卉双生，从剧中来，到剧中去。在传播前沿影视娱乐信息的同时与观众开展同步互动。2014 年，《影视同期声》和《影视俱乐部》对央视影视娱乐前沿信息进行了诸多报道，在为观众提供新鲜讯息的同时，为电视影视剧的宣传推广起到了不可忽视的作用。 ● 2015 年，两档节目将更加紧密配合，相辅相成，为观众提供更多前沿资讯。	
【广告亮点】	● 剧场名称可结合企业名称全新命名，彰显企业品牌个性，强化品牌认知。 ● 目标受众精准传播，瞄准细分人群。 ● 独家冠名项目独享本剧场最佳回报，企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，第一时间抵达目标受众，彰显企业独一无二之地位。 ● 冠名片头、角标、标版、广告，企业品牌多维立体全面覆盖，全方位曝光。	
【节目播出安排】	2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周六约 16:36-16:56 播出《影视同期声》，每周日 16:36-16:56 播出《影视俱乐部》。	
【广告投放周期】	**全年**	
【广告回报】		
5 秒冠名片头	形式：	节目片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入***（企业名称）节目名称。
	位置及频次：	《影视同期声》+《影视俱乐部》节目贴片广告段：影视同期声（周日为影视俱乐部）前约 16:33 正一位置；1 次/天，共 365 次。
5 秒冠名标版	形式：	冠名标版时长 5 秒，画面出现企业名称或标识
	字幕及配音：	影视同期声、影视俱乐部由***（企业名称）独家冠名播出。（可融入广告语，具体可协商确定）。
	位置及频次：	影视同期声前约 16:33 倒一位置，播出 1 次/天，共 365 次。
15 秒广告	位置及频次：	紧跟 5 秒冠名标版播出，各 1 次/天，全年共计 365 次。
冠名口播+字幕	形式：	节目中主持人口播 1 次，压屏或滚动字幕 1 次（形式可协商）。
	字幕及配音：	影视同期声、影视俱乐部由***（企业名称）独家冠名播出。（可融入广告语，具体可协商确定）。
品牌现场植入	形式：	企业可提供节目现场产品（如电视厂商可提供电视），镜头给予品牌适当体现；演播室背景板加入企业 logo。

冠名角标	形式：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。
	时长：	不低于节目净时长 30%。
片尾鸣谢	形式及频次：	节目结尾处出现冠名企业鸣谢信息，1 次/天，共 365 次。
节目宣传片	形式：	定制节目宣传片，时长不少于 15 秒，带冠名企业标识。
	位置及频次：	黄金强档第三集贴片约 20:49，播出 1 次/天，共 365 次。
【广告价格】	**956 万元**	

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-8《原声影视》独家冠名

【节目看点】

- 原声引进影视剧，原汁原味的影音体验，拥有高端且稳定的收视人群。

【广告亮点】

- 剧场名称可结合企业名称全新命名 ,彰显企业品牌个性 ,强化品牌认知。
- 目标受众精准传播，瞄准细分人群。
- 独家冠名项目独享本剧场最佳回报 ,企业标版及广告享有电视剧前倒一位置，第一时间抵达目标受众，彰显企业独一无二之地位。
- 冠名片头、角标、标版、广告，企业品牌多维立体全面覆盖，全方位曝光。
- 小成本撬动大市场，成长型品牌的明智之选。

【节目播出安排】 2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，CCTV-8 周一至周日约 0:17-1:06 播出

【广告投放周期】 **全年**

【名额】 **独家**

【广告回报】

5 秒冠名片头	形式：	剧场片头出现节目名称和企业名称组成的联合 logo。
	字幕及配音：	欢迎进入***（企业名称）原声影视。
	位置及频次：	原声影视贴片（约 0：17）正一位置，1 次/天，全年共计 365 次；
5 秒冠名标版	形式：	标版时长 5 秒，画面出现企业名称及标识
	字幕及配音：	《原声影视》由***（企业名称）独家冠名播出。
	位置及频次：	原声影视贴片（约 0：17）倒一位置，1 次/天，全年共计 365 次。
15 秒广告	位置及频次：	在原声影视贴片紧跟 5 秒冠名标版播出，1 次/天，共 365 次。 另安排企业 15 秒广告在 CCTV-8 黄金强档第四集贴片（约 21:44）播出四周，共计 28 次，周排期任选。
冠名角标	形式：	节目播出时，屏幕右下角出现由企业名称和节目名称组成的角标。
	时长：	不低于节目净时长 30%。
15 秒宣传片	位置及频次：	含企业元素的 15 秒原声影视宣传片在 CCTV-8 黄金强档第四集贴片（约 21:44）正常位置播出，1 次/天，全年共计 365 次。

【广告价格】 **990 万元**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
3. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-1、CCTV-8 剧场至尊套 A

【广告亮点】

- 至尊套装，强势资源，价格延续，更显超值。
- 全新剧场至尊系列，继续整合 CCTV-1、CCTV-8 电视剧顶级资源，“多点”并进，跨频道提取广告投放最优路径。
- 两大频道晚间黄金档“强强联合”的基础上，配合上、下午优质时点，进一步提升传播效率，实现更佳点成本，全面优化性价比，堪称剧场套装类产品的至尊之选。
- 三种套装组合，差异化定位目标受众群，堪称央视电视剧资源至尊配组解决方案。

【签约认购时长】 **120 秒**

【播出安排】

频道	播出段位	播出时间	播出频次
CCTV-1	黄金档剧场第一集贴片	周一到周五约 20:01	5 次/周
CCTV-8	魅力剧场第一集贴片	约 8:25	7 次/周
CCTV-8	佳人剧场前	约 13:47	7 次/周
CCTV-8	黄金强档第三集本集提要前	约 20:46	7 次/周

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段。

【广告投放周期】

频道	段位	半年隔周 (13 周)	上半年连续	下半年连续	全年单日	全年双日	全年
CCTV-1	黄金档剧场第一集贴片	65 次	117 次	132 次	128 次	121 次	249 次
CCTV-8	魅力剧场第一集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	佳人剧场前	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	黄金强档第三集本集提要前	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次

注：本方案不承诺 2015 年春节除夕至正月十五期间 CCTV-1 的广告播出。

【广告价格】

单位：万元

投放期	5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
半年隔周(13 周)	878	1318	1647	2965
上半年连续投放	1584	2376	2969	5345
下半年连续投放	1727	2590	3238	5828
全年单日投放	1688	2532	3165	5696
全年双日投放	1623	2434	3042	5476
全年连续投放	3136	4704	5880	10584

【特别优惠】	**本方案刊例投放额超过 5000 万的客户可 5 折惠购以下项目，任选其一，先到先得，售完为止：** **《2015 年 CCTV-8 早间剧场独家冠名》、《2015 年 CCTV-8 原声影视独家冠名》、《2015 年 CCTV-8 影视同期声/影视俱乐部独家冠名》。**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收；本方案不售卖正一、倒一位置。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-1、CCTV-8 剧场至尊套 B

【广告亮点】

- 至尊套装，强势升级，价格延续，更显超值。
- 全新剧场至尊系列，继续整合 CCTV-1、CCTV-8 电视剧顶级资源，“多点”并进，跨频道提取广告投放最优路径。
- 在两大频道晚间黄金档“强强联合”的基础上，新增八套傍晚优势段位回报，贯通全天多档时点，进一步提升传播效率，实现更佳点成本，全面优化性价比，堪称剧场套装类产品的至尊之选。
- 三种套装组合，差异化定位目标受众群，堪称央视电视剧资源至尊配组解决方案。

【签约认购时长】 **120 秒**

【播出安排】

频道	播出段位	播出时间	播出频次
CCTV-1	黄金档剧场第二集贴片	周一至周五约 20:58	约 5 次/周
CCTV-8	魅力剧场二三集间	约 10:05	7 次/周
CCTV-8	佳人剧场第一集贴片	约 13:52	7 次/周
CCTV-8	家庭剧场前	约 16:56	7 次/周
CCTV-8	黄金强档第四集本集提要前	约 21:42	7 次/周

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段。

【广告投放周期】

频道	段位	半年隔周 (13 周)	上半年连续	下半年连续	全年单日	全年双日	全年
CCTV-1	黄金档剧场第二集贴片	65 次	117 次	132 次	128 次	121 次	249 次
CCTV-8	魅力剧场二三集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	佳人剧场第一集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	家庭剧场前	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	黄金强档第四集本集提要前	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次

注：本方案不承诺 2015 年春节除夕至正月十五期间 CCTV-1 的广告播出。

【广告价格】

单位：万元

投放期	5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
半年隔周(13 周)	831	1246	1558	2804
上半年连续投放	1501	2251	2814	5065
下半年连续投放	1633	2450	3062	5512
全年单日投放	1598	2397	2996	5394
全年双日投放	1536	2304	2880	5184
全年连续投放	2969	4454	5567	10021

【特别优惠】	**本方案刊例投放额超过 5000 万的客户可 5 折惠购以下项目，任选其一，先到先得，售完为止：** **《2015 年 CCTV-8 早间剧场独家冠名》、《2015 年 CCTV-8 原声影视独家冠名》、《2015 年 CCTV-8 影视同期声/影视俱乐部独家冠名》。**

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收；本方案不售卖正一、倒一位置。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-1、CCTV-8 剧场至尊套 C

【广告亮点】

- 至尊套装，强势升级，价格延续，更显超值。
- 全新剧场至尊系列，继续整合 CCTV-1、CCTV-8 电视剧顶级资源，“多点”并进，跨频道提取广告投放最优路径。
- 在两大频道晚间黄金档“强强联合”的基础上，新增八套傍晚优势段位回报，贯通全天多档时点，进一步提升传播效率，实现更佳点成本，全面优化性价比，堪称剧场套装类产品的至尊之选。
- 三种套装组合，差异化定位目标受众群，堪称央视电视剧资源至尊配组解决方案。

【签约认购时长】 **90 秒**

【播出安排】

频道	播出段位	播出时间	播出频次
CCTV-1	黄金档剧场第一集下集预告前	周一至周五约 20:51	约 5 次/周
CCTV-8	魅力剧场一二集间	约 9:14	7 次/周
CCTV-8	佳人剧场一二集间	约 14:41	7 次/周
CCTV-8	影视同期声前	约 16:33	7 次/周
CCTV-8	黄金强档三四集间	约 21:38	7 次/周

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段。

【广告投放周期】

频道	段位	半年隔周 (13 周)	上半年连续	下半年连续	全年单日	全年双日	全年
CCTV-1	黄金档剧场第一集下集预告前	65 次	125 次	132 次	132 次	125 次	257 次
CCTV-8	魅力剧场一二集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	佳人剧场一二集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	影视同期声前	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	黄金强档三四集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次

注：本方案不承诺 2015 年春节除夕至正月初三、正月十五 CCTV-1 的广告播出。

【广告价格】

单位：万元

投放期	5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
半年隔周(13 周)	838	1256	1571	2827
上半年连续投放	1587	2381	2976	5358
下半年连续投放	1646	2470	3087	5557
全年单日投放	1652	2478	3098	5576

全年双日投放	1582	2373	2966	5339
全年连续投放	3064	4596	5745	10340

【特别优惠】 **本方案刊例投放额超过 5000 万的客户可 5 折惠购以下项目，任选其一，先到先得，售完为止：**

《2015 年 CCTV-8 早间剧场独家冠名》、《2015 年 CCTV-8 原声影视独家冠名》、《2015 年 CCTV-8 影视同期声/影视俱乐部独家冠名》。

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收；本方案不售卖正一、倒一位置。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。

2015 年 CCTV-8、 CCTV-11 剧场合家欢全天套

【广告亮点】

- 整合央视电视剧资源，剧场合家欢系列“跨频道“升级，焕然新生。
- 全天套精选 CCTV-8 早、中、晚共 6 档打通全天各档剧场，涵盖两个晚间黄金时间点，搭配 CCTV-11 全天共 2 档拥有稳定收视人群的电视剧资源，全年总频次大幅提升，借力”跨频道“覆盖，强化“高频次”优势，直达最广泛受众群。
- 年单 15 秒套装点成本低至 2 万元 ,兼具超强效果和更高性价比的全天剧场套装，堪称央视电视剧资源全天覆盖超值配组解决方案。

【签约认购时长】 **120 秒**

【播出安排】

频道	播出段位	播出时间	播出频次
CCTV-8	魅力剧场第二集贴片	约 9:17	7 次/周
CCTV-8	魅力剧场第四集贴片	约 11:01	7 次/周
CCTV-8	午间剧场第一集贴片	约 12:00	7 次/周
CCTV-8	佳人剧场第二集贴片	约 14:45	7 次/周
CCTV-8	家庭剧场集间	约 17:49	7 次/周
CCTV-8	黄金强档二三集间	约 20:43	7 次/周
CCTV-11	白天电视剧第二集贴片	约 12:03	7 次/周
CCTV-11	晚间电视剧第二集贴片	约 23:18	7 次/周

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段。

【广告投放周期】

频道	段位	半年隔周 (13 周)	上半年连续	下半年连续	全年单日	全年双日	全年
CCTV-8	魅力剧场第二集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	魅力剧场第四集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	午间剧场第一集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	佳人剧场第二集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	家庭剧场集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	黄金强档二三集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-11	白天电视剧第二集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-11	晚间电视剧第二集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次

【广告价格】

单位：万元

投放期	5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
半年隔周(13 周)	285	424	529	953
上半年连续投放	535	795	994	1789

下半年连续投放	544	808	1011	1819
全年单日投放	550	817	1021	1838
全年双日投放	530	786	982	1768
全年连续投放	981	1458	1822	3280

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收；本方案不售卖正一、倒一位置。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. CCTV-11 的资源属于增值可选回报，自愿签订，如发生漏播，给予补播不退款。

2015 年 CCTV-8、CCTV-11 剧场合家欢佳人套

【广告亮点】

- 整合央视电视剧资源，剧场合家欢系列“跨频道“升级，焕然新生。
- 佳人套借助权威收视数据，精确抓取女性收视习惯，甄选 CCTV-8 全天 6 档时点，2014 年方案中交替播出的黄金强档前/海外剧场第一集贴片段位强势升级至更黄金的黄金强档第一集贴片/第四集下集预告前，排期任选，更显灵活！
- 结合 CCTV-11 拥有稳定收视的 1 档电视剧资源，跨频道整合，全面锁定女性观众眼球，帮助品牌高效构建对女性受众的影响力。
- 全新佳人套目标人群点成本全面优化，精准投放，超值配组，不容错过！

【签约认购时长】 **90 秒**

【播出安排】

频道	播出段位	播出时间	播出频次
CCTV-8	魅力剧场第三集贴片	约 10:09	7 次/周
CCTV-8	午间剧场前	约 11:54	7 次/周
CCTV-8	午间剧场第二集贴片	约 12:53	7 次/周
CCTV-8	佳人剧场第三集贴片	约 15:39	7 次/周
CCTV-8	家庭剧场后	约 18:43	7 次/周
CCTV-8	黄金强档第一集贴片/黄金强档第四集下集预告前交替、任选播出	约 19:00 或 22:31	共 7 次/周
CCTV-11	白天电视剧第三集贴片	约 12:54	7 次/周

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段，具体如下：

【广告投放周期】

频道	段位	半年隔周 (13 周)	上半年连续	下半年连续	全年单日	全年双日	全年
CCTV-8	魅力剧场第三集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	午间剧场前	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	午间剧场第二集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	佳人剧场第三集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	家庭剧场后	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	黄金强档第一集贴片 与黄金强档第四集下集预告前合计	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-11	白天电视剧第三集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次

【广告价格】

单位：万元

投放期	5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
半年隔周(13 周)	272	408	509	917

上半年连续投放	509	764	955	1720
下半年连续投放	518	777	972	1749
全年单日投放	524	786	982	1768
全年双日投放	504	756	945	1700
全年连续投放	934	1401	1752	3153

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收；本方案不售卖正一、倒一位置。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. CCTV-11 的资源属于增值可选回报，自愿签订，如发生漏播，给予补播不退款。

2015 年 CCTV-8、 CCTV-11 剧场合家欢晚间套

【广告亮点】

- 整合央视电视剧资源，剧场合家欢系列“跨频道“升级，焕然新生，央视电视剧资源“一线品牌俱乐部”全面升级。
- 晚间套集中 CCTV-8 晚间 5 档最强时点，打透黄金强档，兼顾海外剧场和原声影视的高端年轻观众，结合 CCTV-11 晚间 1 档拥有稳定收视的电视剧资源，借力”跨频道“覆盖，精准定位目标受众群，抢占品牌传播至高点。。
- 奢享全晚间资源，一天不足十万元，点成本低至 3 万，以更低价格，收获黄金时间更优回报，综合优势显著。

【签约认购时长】 **120 秒**

【播出安排】

频道	播出段位	播出时间	播出频次
CCTV-8	黄金强档前	约 18:47	7 次/周
CCTV-8	黄金强档第二集贴片	约 19:53	7 次/周
CCTV-8	黄金强档第三集贴片	约 20:49	7 次/周
CCTV-8	海外剧场第一集贴片	约 22:38	7 次/周
CCTV-8	原声影视贴片	约 0:16	7 次/周
CCTV-11	晚间电视剧第一集贴片	约 22:26	7 次/周

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段。

【广告投放周期】

频道	段位	半年隔周 (13 周)	上半年 连续	下半年 连续	全年 单日	全年 双日	全年
CCTV-8	黄金强档前	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	黄金强档第二集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	黄金强档第三集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	海外剧场第一集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	原声影视贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-11	晚间电视剧第一集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次

【广告价格】

单位：万元

投放期	5 秒	10 秒	15 秒	30 秒
半年隔周(13 周)	535	803	1004	1806

上半年连续投放	1004	1506	1882	3388
下半年连续投放	1021	1531	1914	3445
全年单日投放	1032	1547	1934	3481
全年双日投放	993	1490	1862	3352
全年连续投放	1738	2607	3259	5866
【特别优惠】	**本方案刊例投放额超过 2500 万的客户可 5 折惠购《2015 年 CCTV-1 大剧特别呈现广告方案》一期，投放大剧的选择以付款顺序优先，且需与频道协商。**			

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收；本方案不售卖正一、倒一位置。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. CCTV-11 的资源属于增值可选回报，自愿签订，如发生漏播，给予补播不退款。

2015 年 CCTV-1、CCTV-8、CCTV-11 剧场合家欢白天套

【广告亮点】

- 整合央视电视剧资源，剧场合家欢系列“跨频道“升级，焕然新生。
- 白天套精选 CCTV-8 白天共 5 档优质时点，其中早间剧场、午间剧场、家庭剧场均是同时段收视领先剧场。
- 额外增加 CCTV-1 周末下午高收视时间点，搭配 CCTV-11 白天 1 档拥有稳定收视的电视剧资源，借力”跨频道“组合覆盖不同人群，让打通白天的套装也能产生强大的立体传播效果。
- 高频次助力品牌触及有闲人群，点成本仅万余元，堪称剧场套装的超值之选。

【签约认购时长】 **120 秒**

【播出安排】

频道	播出段位	播出时间	播出频次
CCTV-1	第一情感剧场第二集贴片	周六、周日约 14:50	约 2 次/周
CCTV-8	早间剧场第三集贴片	约 7:32	7 次/周
CCTV-8	魅力剧场三四集间	约 10:57	7 次/周
CCTV-8	午间剧场集间	约 12:48	7 次/周
CCTV-8	佳人剧场二三集间	约 15:34	7 次/周
CCTV-8	家庭剧场第二集贴片	约 17:54	7 次/周
CCTV-11	白天电视剧第一集贴片	约 11:13	7 次/周

注：上述时段在时间不够的情况下，将调整为邻近等价时段。不保证 2015 年除夕至十五的 CCTV-1 广告播出。

【广告投放周期】

频道	段位	半年隔周 (13 周)	上半年连续	下半年连续	全年单日	全年双日	全年
CCTV-1	第一情感剧场第二集贴片	24 次	48 次	48 次	48 次	48 次	96 次
CCTV-8	早间剧场第三集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	魅力剧场三四集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	午间剧场集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	佳人剧场二三集间	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-8	家庭剧场第二集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次
CCTV-11	白天电视剧第一集贴片	91 次	181 次	184 次	186 次	179 次	365 次

【广告价格】

单位：万元

投放期	5 秒	10 秒	15 秒	30 秒

半年隔周(13 周)	139	208	260	468
上半年连续投放	262	393	492	885
下半年连续投放	228	342	427	769
全年单日投放	269	403	504	906
全年双日投放	221	332	415	748
全年连续投放	488	731	914	1645

说明：

1. 节目具体播出时间以《中国电视报》预告为准。
2. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收；本方案不售卖正一、倒一位置。
3. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
4. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。
5. CCTV-11 的资源属于增值可选回报，自愿签订，如发生漏播，给予补播不退款。

2015 年 CCTV-8 自由组合套装

【广告亮点】

- **自由组合，个性十足。**
- **全天时段任君选择，满足企业个性化需求。**

【投放有效期】 **2015 年全年**

【广告段位及价格】

单位：元/次

栏目名称	播出时间	5 秒	10 秒	15 秒	20 秒	25 秒	30 秒
早间剧场第三集贴片	约 7:32	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
魅力剧场第一集贴片	约 8:25	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
魅力剧场一二集间	约 9:14	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
魅力剧场第二集贴片	约 9:17	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
魅力剧场二三集间	约 10:05	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
魅力剧场第三集贴片	约 10:09	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
魅力剧场三四集间	约 10:57	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
魅力剧场第四集贴片	约 11:01	5,300	8,000	10,000	13,600	16,000	18,000
午间剧场前	约 11:54	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
午间剧场第一集贴片	约 12:00	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
午间剧场集间	约 12:48	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
午间剧场第二集贴片	约 12:53	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
佳人剧场前	约 13:47	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
佳人剧场第一集贴片	约 13:52	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
佳人剧场一二集间	约 14:41	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
佳人剧场第二集贴片	约 14:45	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
佳人剧场二三集间	约 15:34	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
佳人剧场第三集贴片	约 15:39	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
影视同期声前	约 16:33	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
家庭剧场前	约 16:56	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
家庭剧场第一集贴片	约 17:00	6,400	9,600	12,000	16,300	19,200	21,600
家庭剧场集间	约 17:49	23,500	35,200	44,000	59,800	70,400	79,200
家庭剧场第二集贴片	约 17:54	23,500	35,200	44,000	59,800	70,400	79,200
家庭剧场后	约 18:43	35,200	52,800	66,000	89,800	105,600	118,800
黄金强档前	约 18:47	35,200	52,800	66,000	89,800	105,600	118,800
黄金强档第一集本集提要前	约 18:55	46,900	70,400	88,000	119,700	140,800	158,400
黄金强档第一集贴片	约 19:00	46,900	70,400	88,000	119,700	140,800	158,400
黄金强档第一集下集预告前	约 19:45	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档一二集间	约 19:47	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第二集本集提要前	约 19:51	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第二集贴片	约 19:53	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000

黄金强档第二集下集预告前	约 20:41	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档二三集间	约 20:43	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第三集本集提要前	约 20:46	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第三集贴片	约 20:49	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第三集下集预告前	约 21:36	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档三四集间	约 21:38	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第四集本集提要前	约 21:42	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第四集贴片	约 21:44	64,000	96,000	120,000	163,200	192,000	216,000
黄金强档第四集下集预告前	约 22:31	46,900	70,400	88,000	119,700	140,800	158,400
海外剧场第一集贴片	约 22:38	35,200	52,800	66,000	89,800	105,600	118,800
海外剧场集间	约 23:27	23,500	35,200	44,000	59,800	70,400	79,200
海外剧场第二集贴片	约 23:29	23,500	35,200	44,000	59,800	70,400	79,200
原声影视贴片	约 0:17	11,700	17,600	22,000	29,900	35,200	39,600

【组合规则】

1. 日均频次不少于 3 次/天。
2. 若周六日频次累计占比超过总频次的 2/7，所有周六日广告价格加收 10%。

说明：

1. 签约认购期间，本方案最小投放周期为 8 周，执行优惠折扣政策：投放量累计在 8 周（含）以上的，在刊例总价上享受 5 折优惠；投放量累计在 13 周（含）以上的，在刊例总价上享受 4 折优惠；投放量累计在 26 周（含）以上的，在刊例总价上享受 3 折优惠。
2. 签约认购期后，本方案最小投放周期为 1 周，执行折扣政策：投放量累计在 4 周（含）以上的，在刊例总价上享受 6 折优惠；投放量累计在 13 周（含）以上的，在刊例总价上享受 5 折优惠；投放量累计在 26 周（含）以上的，在刊例总价上享受 4 折优惠；一次性实际投放金额在 2000 万元（含）以上的，在刊例总价上享受 3 折优惠。
3. 投放期覆盖春节期间（2015.2.18—2015.3.5）且投放量累计 13 周以下的，在春节期间执行“春节价格”，即上涨 20%；投放期覆盖春节期间（2015.2.18—2015.3.5）且投放量累计 13 周以上（含 13 周）的，在春节期间仍按原价执行，不涨价。
4. 如指定播出位置，则按照中央电视台广告经营管理中心相关加价规定进行加收，剩余可签位置情况请接洽频道经营部频道经营一科。
5. 如因特殊原因导致节目未能播出，广告将安排在当日同等时段或节目内播出；如广告未播出，将按照价值对等原则安排补播；补播不能实现时给予退款。
6. 本方案广告段名称仅供参考，以最终合同为准。