

細蚊仔傾吓偈

手工藝創作有限公司製作

Title Sponsorship Package



節目框架



《細蚊仔傾吓偈》是一檔以兒童為主導的教育資訊類綜藝節目。每集開頭，節目會先讓幾個小朋友「開會」討論與他們升學相關的教育議題；再訪問家長的意見，和小朋友的想法進行對比；接著，主持人會帶著由本集引出的議題，去探訪相關的學校，再請出校長介紹該校的升學資訊；最後，節目將會請來教育專家，為小朋友的升學提供建議。



節目將會和小朋友討論各種各樣的教育話題

補習是必然嗎？

疫情下的網課一代

興趣班的選擇

男校？女校？男女校？

Happy school or Traditional school?

拒絕校園欺凌

我的志願

全中？全英？普教中？

疫情下的網課一代



節目簡介

形式：訪問+探校 **集數：**13集 **每集時長：**20分鐘 **上架平台：**myTV GOLD **預計上架日期：**3月25號 (首集免費)

內容：

本節目將去13間不同類型的小學進行「實地考察」，並請來小學的校長，為家長提供升學資訊，亦會從小朋友的角度出發，讓他們和自己的父母“傾吓計”，從而讓父母傾聽他們的真實心聲。此外，更會請來兒童專家帶來實用的育兒貼士，對參與的家長及小朋友進行觀察，讓他們通過這個節目更加了解自己和彼此。



細蚊仔傾吓偈

13 間考察學校名單



培僑小學



仁濟醫院羅陳楚思小學



福建中學附屬學校



荃灣商會學校



聖公會聖安德烈小學



鳳溪第一小學



高主教書院小學部



啟思小學



德萃學校小學部



宣道國際學校



林村公立黃福鑾紀念學校



西貢崇真
天主教學校小學部



通德學校



細蚊仔傾吓偈

預告片



出演藝人

TVB藝員/KOL/主持/演員

1997-1999年為《閃電傳真機》主持

2000-2004年為《至NET小人類》主持

2005年為《放學ICU》主持

2021年至今為《Hands Up》主持



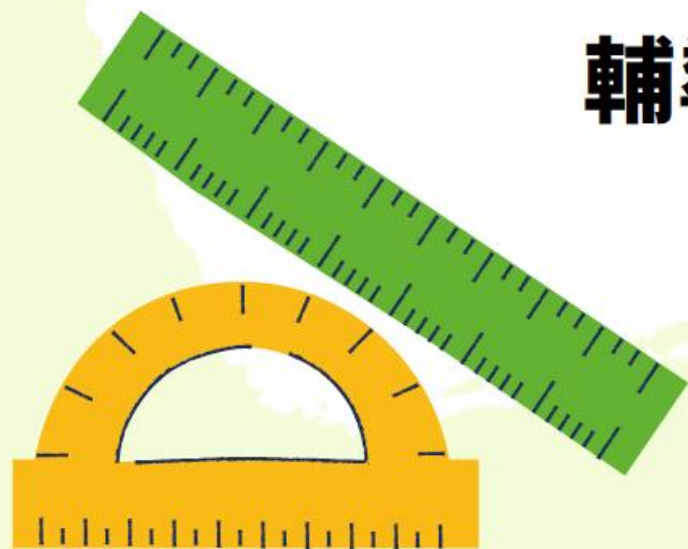
伍文生

升學及心理教育顧問



正向家長學院聯合創辦人及營運總監

為250+所學校成立家長學堂並開辦家長講座和工作坊，學員遍佈世界各地，學員人數超過33,000+人，累積逾千個輔導個案。



梁辰民先生



製作週期

2022年6月至7月中

拍攝

拍攝內容：
小朋友討論各種話題
家長訪問
探訪學校
校長/專家意見

2022年 7 月中至 8 月底

後期

2022年 9 月

物料交付

細蚊仔傾吓偈

myTV SUPER Entitlements
客戶所得

25%
OFF

Total Package Cost: \$ 150,000 (Gross)

~~Package Value: \$200,000 (Gross)~~

Platform 平台	Ad Format 廣告型式	No. of weeks 展示時間	Total Impression 曝光次數#
Connected TV, Web & App (聯網電視, 網頁版及手機應用程式)	Dedicated Poster with naming right (with client's logo) 海報冠名贊助（帶有客戶標誌）	14 Weeks	100%
	In-Stream (Pre-roll) (max 30-sec) 視頻廣告	14 Weeks	102,000
	In-Stream (Mid-roll) (max 30-sec) 視頻廣告	14 Weeks	131,200
東張plus & Facebook	Advertorial (Feature article) 廣告軟文	1 time	--
myTV SUPER	Station Promotion with client identity (5-Sec billboard) 節目宣傳廣告(5秒標板)	1 version	--
	Social Media Post (Programme Highlight) 社交媒體貼文	14 Weeks (1 post/wk)	--
	myTV SUPER Triple Banner 大型橫額廣告	14 Weeks	1,420,000
Google	Google Display AD – LREC 方形標板廣告	14 Weeks	220,000
Facebook	Facebook Post AD Facebook 貼文廣告	14 Weeks	250,000

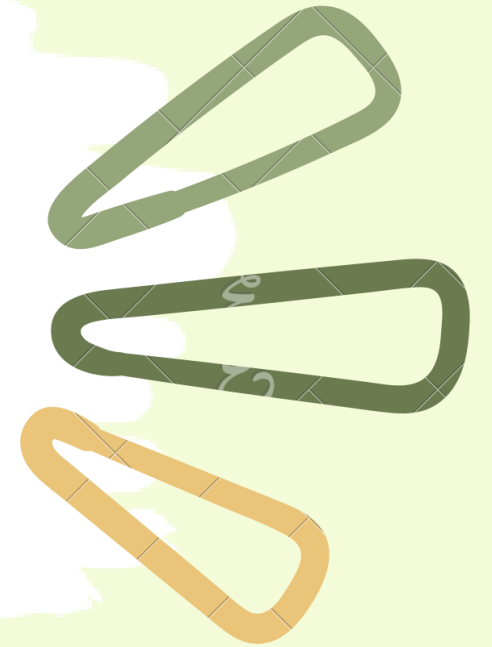
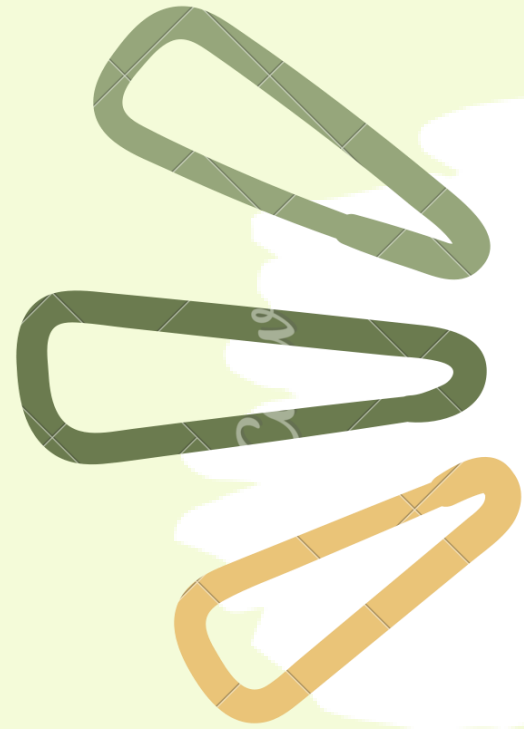
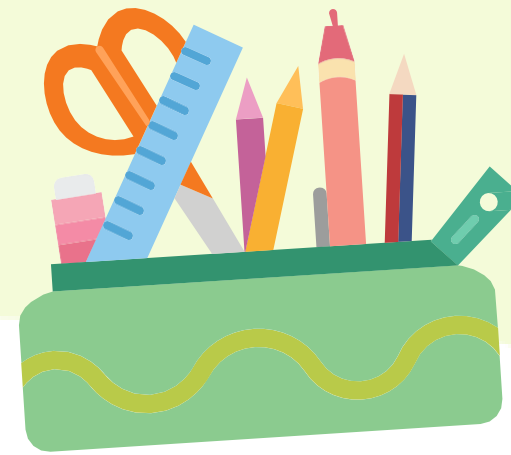


Bridging Digital Channels

- Reinforce synergy between Programme & Brand
- Create awareness, engagement & nurture consideration
 - Retarget potential customers

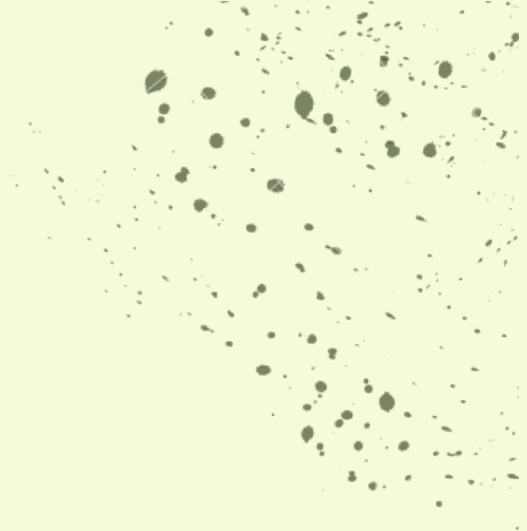


Appendix





myTV SUPER AD Reference



In Stream (Pre, Mid Roll)

視頻廣告_

(Device: Connected TV, Web, App)



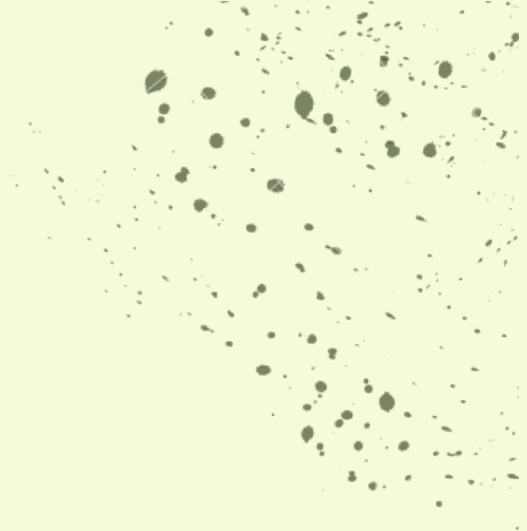
Social Media Post

社交媒體貼文





myTV SUPER AD Reference



Triple Banner 大型橫額廣告 (Device: App)



FB Post 貼文廣告



Google Display AD - LREC 方形標板廣告





Scoop+ Advertorial & Social Buzz 「東張+」廣告軟文及社媒熱度





Scoop+ Advertorial & Social Buzz Package

「東張+」廣告軟文及社媒熱度套裝

Overview 概覽

- **Scoop+ Advertorial & Social Buzz Package** offers a **feature advertorial on Scoop+ platform & additional social engagement** of myTV SUPER social media fanbase in association with the advertiser' s branding/ product messaging
- 「東張+」廣告軟文及社媒熱度套裝包括了1篇在「東張+」平台上的廣告軟文，亦為**品牌/產品**提供了與**myTV SUPER 社交媒體活躍用戶**的額外互動機會
- The advertorial format achieves great **synergy between the Scoop branding & soft-sell approach of the advertiser' s brand & product**
- 透過活用廣告軟文的行銷模式，實現了「東張西望」節目品牌和客戶品牌/產品的軟性推銷之間的協同效應
- The social feature post on myTV SUPER furthers the advertorial messaging to the core and engaging fanbase and beyond
- 而 myTV SUPER社交媒體上的社交帖文更能進一步擴大廣告軟文與品牌/產品信息的觸及



Advertorial Meets Social Buzz

廣告軟文與社媒熱度



Advertorial (Feature Article) 廣告軟文

- ◆ Scoop+ content team write-up service (max. 1,000 Chinese characters) 「東張+」內容製作團隊撰稿服務（最多1000字）
- ◆ The advertorial will be hosted under a relevant Scoop+ category 廣告軟文將在相關的「東張+」分類中上架
- ◆ Video/ key visual provided by the advertiser 使用廣告商提供的視頻/主視覺 (KV)
- ◆ Two rounds of feedback and amendment 合共2輪的反饋和修改



Advertorial Meets Social Buzz

廣告軟文與社媒熱度



Advertorial-Featured Facebook Post 刊登廣告軟文的 Facebook 社交帖文

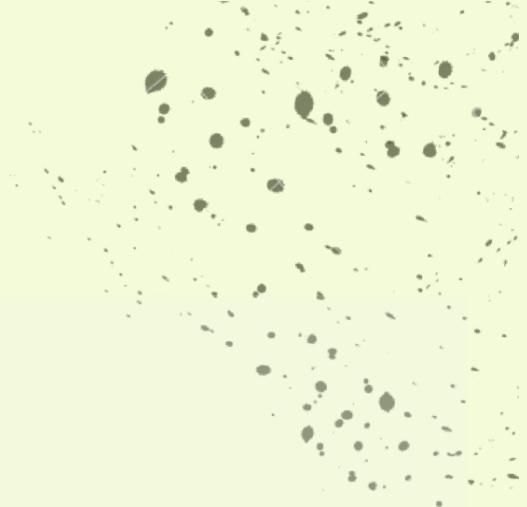
- ◆ A social post featuring the advertorial
1篇刊登「東張+」中廣告軟文的社交帖文
- ◆ Standard write-up post copy by Scoop+ content team
「東張+」內容製作團隊的標準帖文撰稿
- ◆ Max. 3x brand/ product-related hashtag
最多3個與品牌/產品相關的主題標籤
- ◆ Paid promotion to extend social buzz and reach to
engaging & relevant brand-/ product-related
social audience (7 days)
加強推廣帖文(7天)，擴大社媒熱度，提升品牌觸及



Terms & Conditions

1. All bookings are non-cancellable
2. Bookings will be accepted on a first-come-first served basis. Acceptance of bookings shall be at the entire discretion of myTV SUPER.
3. Above offers and bookings shall, upon acceptance by myTV SUPER, be subject to the General Terms and Conditions of Rate card : myTV SUPER 2023.
4. Full payment must be settled in the first broadcast month end.





Mass Reach, 24/7 Available,
Multiple Touchpoints via Connected TV, Web & Mobile
myTV SUPER 接觸層面最廣泛，任何時間適用，眾多接觸點(聯網電視、網頁和手機應用程式)

#170k

Total Subscribers
總訂閱人數

*3.3M

Monthly Active Audience
每月活躍觀眾

56%

Reach/Wk
每星期觸及率

4.3Days

Visit/Wk
每星期探訪日數



myTV SUPER

#1香港OTT 串流媒體平台



Source: 2022 Video Consumption Landscape Survey,
Nielsen

Base: HK citizens aged 15-64 who watched any online or
offline video in past 7 days (n=2,538)

Fieldwork period: 12 Jul – 5 Aug 2022

Data Source: Adobe Analytics

*Monthly Active Users data period: Feb 2023

Total Subscribers data period: As of Mar 14, 2023





細蚊仔傾吓偈

Thank You

