

京都念慈菴



前方到站·喜剧之王



快乐靠山

护嗓实力派
大笑更畅快

“喉”赛雷

京都念慈菴×爱奇艺《喜剧之王单口季》项目合作



项目背景&目标



京都念慈菴



品牌销售旺季
深耕年轻消费群体
借助年轻人喜爱的内容热点，进行品牌旺季营销推广，
完成品牌的**大曝光&销售促进**

合作契机



丰富经验基础

脱口秀老友京都念慈菴，熟悉的配合

TA受众契合

脱口秀受众，庞大的年轻群体精准触达

内容场景匹配

脱口秀高频用嗓，京都念慈菴专业护嗓

营销节点吻合

Q3Q4节目热播，京都念慈菴销售旺季

传播策略

如何借助爱奇艺《喜剧之王单口季》完成品牌旺季推广目标

快乐靠山

护嗓实力派，大笑更畅快



手段一

创造品牌“笑料”占领用户心智

手段二

认证“实力舞台”强化主题理念

手段三

搭建情景演绎讲述产品卖点

手段四

节目语境高频次提及&露出

手段一

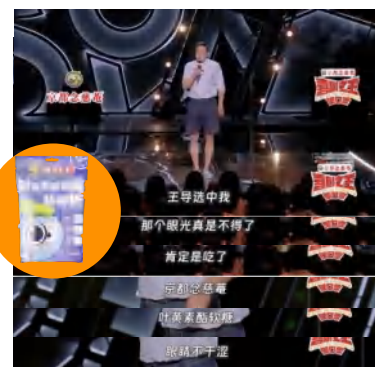
创造品牌“笑料”占领用户心智

京都念慈菴同选手快乐营业，
不断创造品牌“笑料”，趣味性传播品牌要点



1、段子植入

存在感满满的京都念慈菴！平均每期一次的超有梗段子商务
让观众在欢声笑语中高效接收品牌，品牌记忆度UPUPUP！



丰富产品线&品牌要点，在观影过程中，直击观众！

2、创意中插

脑洞大开，邀请人气选手爆笑演绎：品牌超有趣中插视频，引发大量观众对京都念慈菴的热烈关注和讨论，收获满屏点赞！

#一声老师一生老师# 教师节点

京都念慈菴教师节特别篇，祝福老师教师节快乐



紧跟“抽象”热点，创新尝试新中插风格

魔性连番三番！洗脑上头，让观众忍不住二刷！N刷！



手段二

认证“实力舞台”强化主题理念

捆绑实力选手&舞台，与观众共聚高光时刻，
借势将“护嗓实力派，大笑更畅快”等主题理念
深植入人心！



1、固定环节

护嗓实力派，深度捆绑每期TOP1选手
京都念慈菴为其庆祝加冕，借势加深观众对品牌主题理念的了解&记忆！

THE KING——【菴选之人】，荣获让观众笑到嗓子疼奖！



笑到嗓子疼不用担心，我们有快乐靠山，京都念慈菴！



2、品牌花字

超高频次的品牌花字，
持续聚焦舞台“欢呼”时刻，认证实力舞台，与用户情绪共振



手段三

搭建情景演绎讲述产品卖点

还原产品使用的真实场景，通过人气选手趣味演绎，将品牌&产品核心卖点充分展示，培养用户生活需求与产品功能的关联意识



1、深度植入

结合选手/明星嘉宾热点，具有故事性的品牌小剧场演绎
成功让品牌&产品信息深植于观众心中！

吴镇宇×毛冬【港片风植入】
“威胁感”满满的送礼祝福



浮夸的演技，哈哈哈 ❤️ 86

柠檬草口味超好吃

哇，厉害厉害，一下有港片那味了

好港片啊刚刚那一下哈哈哈 ❤️ 246

唐香玉×付航【香玉商务愿望实现】
付航搞笑中插模仿秀



唐香玉呼声导演组听到了，哈哈

哈哈哈哈哈，这个商务唐姐自己争取回来的

念慈菴都出棒棒糖了

终于如愿接了商务了 ❤️ 94

2、产品使用

从产品使用需求出发

人气选手&明星嘉宾场景化演绎，充分展现产品信息，种草力满满！

付航×刘旸



漆漆×王越



小北×刘仁城



是对手也是搭档，PK组合合体演绎积热清小剧场
【上火不怕，有京都念慈菴积热清】

于祥宇×周奇墨-来点念慈菴蜜炼川贝枇杷膏 润喉护嗓



小鹿×刘仁城-嗓子不舒服 吃点京都念慈菴润喉糖



手段四

节目语境高频次提及&露出

京都念慈菴一路陪伴，在节目内反复被提及&露出，拉满存在感，提升品牌记忆度



1、品牌口播

主持人&选手高频口播，品牌核心要点反复洗脑，不断强化观众印象

“京都念慈菴” “护嗓实力派，大笑更畅快” 整季被完整提及超30次

主持人口播

常规口播



主持人花式口播
生动解读品牌理念&产品信息



选手口播

人气选手片尾主题口播



2、品牌露出

无处不在的京都念慈菴，
丰富冠名权益，十足的 brand 存在感，高密度实现品牌曝光

片头



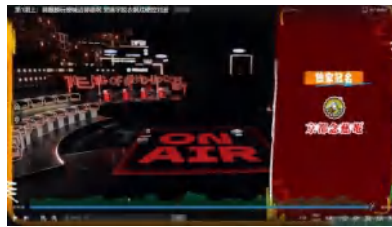
冠名标版



口播提示条



片尾鸣谢



舞美+品牌摆放



转场



人名条



前情提要



角标 (三种形式)





合作亮点

燃炸全场，快乐精彩纷呈！



重新回归，万众瞩目

有了京都念慈菴，轻舟已过万重山！
历经风雨，京都念慈菴带着《喜单》重磅回归，重新盘活脱口秀市场，获得行业内外满满的关注&好评！

白月光杀回来了！



念慈菴又回来了！

兜兜转转还是京都念慈菴啊

感谢念慈菴冠名！

念慈菴老盆友

京都念慈菴真是不离不弃 爱了！

还是京都念慈菴赞助，熟悉的味道

念慈菴！好久不见！

念慈菴是脱口秀真粉呀

看到念慈菴 有种今夕是何年的感觉

喜单精彩回顾 | 全程笑料不间断，快乐靠京都念慈菴陪你一起Passion!

有了快乐靠京都念慈菴清润草本润肺护嗓好嗓子好心态，欢笑自然来助力喜单爆梗再攀高峰：联动56+跨域大V爆梗持续破圈拿下超45亿微博话题阅读量更是登上487个双榜热搜
喜单药盘 27天前

8-6 作家

爱奇艺脱口秀节目是京都念慈菴赞助!!! 老天爷这咋又回来赞助脱口秀了，又想起那只大猩猩了哈哈哈哈哈

轻舟已过万重山！第一次听出泪目的感觉😭
👍👍👍

山月笑我甜饮
物是人非，只有念慈菴还是那个念慈菴😭
8-19- 浙江 回复 36

10月05日 18:24 来自 vivo X80 Pro

脱口秀是不是要给京都念慈菴磕一个

时隔八年，不忘初心
京都念慈菴再度押中脱口秀爆款综艺
与《喜剧之王单口季》一同成为2024最闪耀的存在！

完美布局，一路护喉

整季品牌营销策略布局完整优秀，多产品线×丰富植入创意高度匹配，完美呈现品牌&产品核心信息



主题口播

品牌定调



固定环节



段子植入



创意中插



深度植入



产品使用



多产品线，各大卖点清晰传递

一路护“猴”，成就喜剧之王

品牌有效押宝，整季深度捆绑猴王付航，助力其勇得冠军，
品牌借势捕获大量关注&好感！



想到一个搞笑的，念慈的吉祥物是只猩猩，然后猴当冠军了

京都念慈安 润猴护猴

京都念慈庵，润猴护猴，没毛病！✓

快乐靠山，实力护喉，更护“猴”



品牌植入，爆梗出圈

整季超超超丰富有趣的广告植入创意，让品牌实力出圈，
社媒声量&互动量再攀高峰！



点赞转发量超10万+视频x3，互动增长13倍+



视频最高点赞量过万，互动增长32倍+



视频二传播放量上千，商品链接超1万+人种草



视频点赞量上千，互动增长3.2倍+

网友锐评：

“最会玩的
百年护嗓品牌”



群星闪耀，实力打CALL

整季成功集结众多人气选手&明星嘉宾配合品牌商务，持续为京都念慈菴聚拢人气，品牌热情全面点燃！

整季**超20位**选手&明星嘉宾深度配合京都念慈菴商务





合作效果

京都念慈菴喜剧之王“喉”赛雷啊！

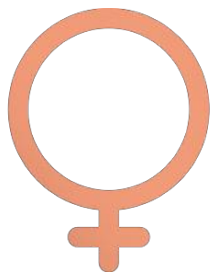


品牌表现

1、品牌目标TA精准覆盖：

节目受众集中在19-35岁消费新势力中，与品牌深耕年轻消费群体的目标匹配度高

性别



女性占比
57.62%

年龄



19-35岁占
79.61%

婚姻



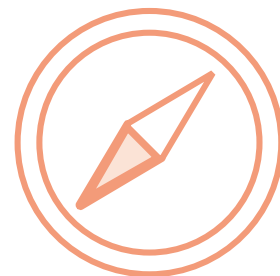
已婚有小孩
家庭人群占比**72.3%**

月收入



万元以上收入占比
45%

地区



一二线城市占比
62.92%

品牌表现

2、品牌收获超强流量曝光：
京都念慈菴借助节目，成功在销售旺季实现超亿级大曝光，让更多的人看到并记住品牌！

品牌伴随《喜剧之王单口季》
总曝光量超4亿+
品牌深入节目观众心中！



品牌站内外相关弹幕/讨论数千条，将近100%好评

我佩服念慈庵

京都念慈庵功德+1

好的 京都念慈庵我去买

明天就去买念慈庵枇杷糖

确实 没有念慈庵他俩嗓子就废了

念慈菴：不错不错 加钱！

必须要有念慈菴

哈哈哈，付航确实需要润喉糖

10月23日 09:50 来自 荣耀70 Pro 5G
看什么美团喜人奇妙夜，看什么京都念慈菴喜剧之王单口季，昨天感冒喉咙不舒服，用美团买了念慈菴喉糖.....

念慈菴赢麻了 确实得多吃点京都念慈菴

10月23日 23:36 来自 iPhone客户端
嗓子哑了 不乐
脑子里跳喜单广告：京都念慈菴

就单口季这个节目对赞助商的口播强度欢乐度之大，我都要被京都念慈菴冠名对这个赞助充满了感恩之心。（其实第一期看完之后我就买了这个润喉糖）

谢谢京都念慈庵
谢谢《喜剧之王单口季》

天冷，我因为嗓子痛，真的正在吃着念慈菴

10月18日 18:03 来自 vivo X100 Pro
看了十集喜剧之王，终于喝上了京都念慈菴

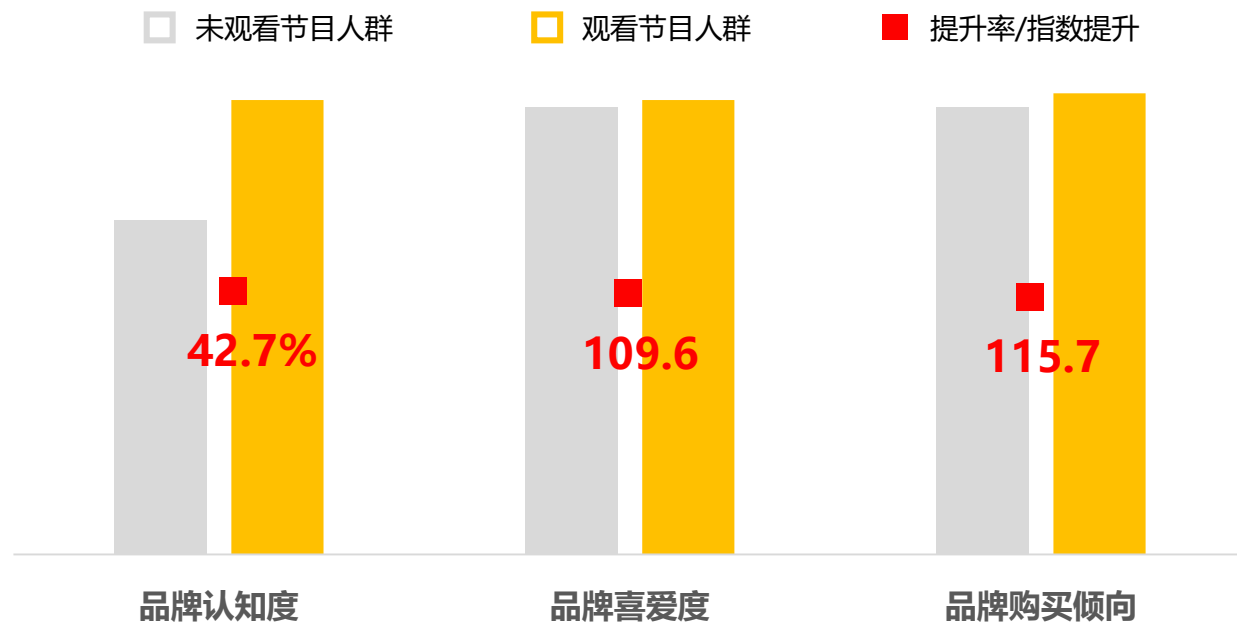
怎么能说广告植入没用呢
#喜剧之王单口季##京都念慈菴#

京都念慈庵 庞博的老朋友

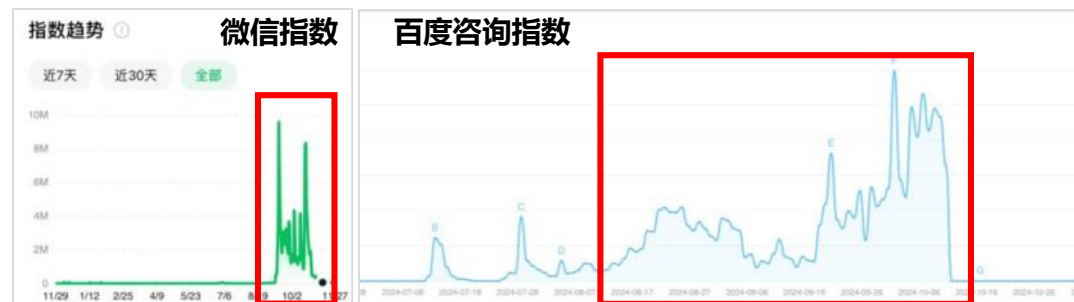
品牌表现

3、品牌合作效益全方位显著突出： 借助节目，品牌热度、认知度、喜爱度、购买倾向均得到全面提升！

品牌收益超过同类节目赞助品牌均值水平



节目热播期，品牌热度得到明显涨幅



京都念慈菴百度搜索指数均值 远超同期同类节目冠名商



数据来源：Miaozen SEI数据库资料

数据时间：2024.08.13-2024.10.21

备注：①品牌认知度提升为被访者观看节目前后对于品牌认知度的变化。②喜爱度/购买倾向提升指数为被访者观看节目前后对于品牌喜爱度/购买倾向的变化，并且考虑认知度变化的影响，再与均值比较而得。

节目播放表现

《喜剧之王单口季》横空出世即登顶封神！
热播期多榜单单位列榜首，强势领跑2024喜综赛道！

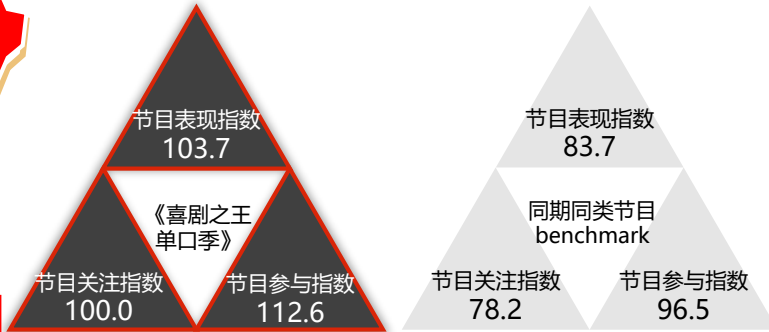
爱奇艺热度峰值**9460**
2024站内综艺热度峰值**TOP1**

2024云合上新综艺
年榜**TOP5**



排名	剧名	题材	当前播出平台
1	哈哈哈哈哈第4季	真人秀	
2	大侦探第九季	真人秀	
3	乘风2024	音乐	
4	种地吧第2季	真人秀	
5	喜剧之王单口季	真人秀	

- 云合霸屏榜**TOP1** x49次
连续十周登顶云合霸屏榜**TOP1**
- 艺恩综艺榜**TOP1** x36次
连续六周登顶艺恩综艺榜**TOP1**
- 猫眼综艺总榜**TOP1** x11次
- Vlinkage网综榜**TOP1** x11次
- 骨朵综艺总榜**TOP1** x10次
- 灯塔全网播放市占**TOP1** x6次



**第一！
第一！
第一！**

扛起喜综节目大旗



数据来源：Miaozhen SEI数据库资料、云合数据，数据时间：2024.08.13-2024.10.21
备注：①节目关注指数：通过调研获得节目的观看率，衡量人群覆盖的广度和喜爱度，指数越高代表覆盖人群越多。②节目参与指数：衡量观众对节目的讨论量级和搜索意愿，指数越高代表节目讨论声量越高、搜索热度越高。

节目热度表现

节目金句爆梗刷屏出圈，持续席卷全网热搜浪潮



抖音相关视频播放量**超百亿**，成为抖音S+爆款综艺

#喜剧之王单口季#主话题阅读量破11亿
微博热搜热榜 1917个

#喜剧之王单口季#小红书总曝光量超83.95亿
成为小红书2024年热度最高的喜剧类综艺

微博热搜

1	杨笠最后一次参加脱口秀比赛类综艺
1	傅首尔 老刘已经有张硕了 综艺 1
2	付航喜剧之王单口季总决赛冠军 综艺 1
2	虞书欣 他又缺了吧 综艺 75311
5	小鹿 整容脸是天道酬勤 综艺 3941

文娱热搜

1	吴镇宇 为什么吐槽一个开玩笑的人
1	唐香玉晒与王嘉尔合照 355085
2	庞博 没关系会过去的 692573
2	小鹿 结婚真的很伤感情 352340
4	阎鹤祥 现挂 338166

小红书

喜剧之王单口季

3万+ 篇笔记

《喜剧之王单口季》

抖音爆款综艺

相关视频播放量破**100亿**

抖音搜索 喜剧之王单口季

节目口碑表现

坚守喜综内核，《喜单》好评不断，口碑高热攀升

豆瓣评分**8.2**、微博评分**8.5**，2024喜综口碑**TOP1**
荣获**微博2024年度品质作品**

爆款实力获权威主流媒体追综报道



节目&艺人影响力表现

喜单演员全员上桌，喜剧群像IP又被爱奇艺盘活了！

从小人物到喜剧之王

44组喜单演员全平台涨粉**627万**，全网相关热搜热榜**1508个**

选手商业价值飙升，合作商务**超50+**

 付航 人生充满PASSION的“灵长类”吗？ 全网热搜热榜总数 699 个 微博热搜热榜共 280 个 微博相关话题阅读量超 18.1 亿	 唐香玉 “人尽克夫”的“傻野”博士 全网热搜热榜总数 118 个 微博热搜热榜共 76 个 微博相关话题阅读量超 1.9 亿	 刘仁琦 宿舍真经野生代言人 全网热搜热榜总数 19 个 微博热搜热榜共 16 个 微博相关话题阅读量超 3217.4 万
 小鹿 开局穿婚纱炸场的单口喜剧！ 全网热搜热榜总数 113 个 微博热搜热榜共 66 个 微博相关话题阅读量超 3 亿	 阎鹤祥 跨界“现卦王” 全网热搜热榜总数 93 个 微博热搜热榜共 51 个 微博相关话题阅读量超 1.6 亿	 刘哏 喜单最强“卷王” 全网热搜热榜总数 59 个 微博热搜热榜共 41 个 微博相关话题阅读量超 4730.8 万
 于祥宇 哲学赛道神坛的清澈应届生 全网热搜热榜总数 83 个 微博热搜热榜共 46 个 微博相关话题阅读量超 3.7 亿	 门腔 打工最强嘴替 全网热搜热榜总数 44 个 微博热搜热榜共 30 个 微博相关话题阅读量超 6559.7 万	 墨灯 “地狱笑话”集大成者 全网热搜热榜总数 56 个 微博热搜热榜共 46 个 微博相关话题阅读量超 6120.3 万





从小人物到喜剧之王

劇終
THE END

京都念慈菴
喜剧之王
THE KING OF COMEDY
脱口秀

iQIYI 爱奇艺

iQIYI 爱奇艺