



2020年湖南卫视《向往的生活4》网络传播 亮点总结及合作品牌效果提升分析 (4.20-7.26)

2020.7

《向往的生活》第四季发挥顶级流量优势，积极助农扶贫承担社会使命

1 总体排名，位居在播电视综艺榜单第一名

节目网络影响力综合指数81.3，超过同期综N代及新节目，位居上星频道同期在播电视综艺第一名。

2 网媒报道 17.4万条，获人民日报光明日报点赞

相关网媒报道17.4万条，在同期电视综艺中排名第一。人民日报评价节目【以“综艺+助农直播”模式，发挥文艺介入社会生活功能，拓展了综艺节目题材领域和价值空间。】

3 微信文章 17.8万篇，累计阅读量 2.15亿人次

超1300家微信公号刊发微信文章17.8万篇，在同期电视综艺中排名第一。累计阅读量2.15亿人次，点赞161.3万个。10万+爆款文章414篇，累计阅读4140万人次。文化类、情感类、文摘类公众号发布量较高且传播效果较好。

4 微博提及量 1378.7万条，官微互动超1100万次

《向往的生活4》微博平台提及1372.2万条。在同期电视综艺中排名第五。官微粉丝增长85.1万人；发文互动量超1100万次。

5 多平台热搜上榜 257次，34次位居榜首

《向往的生活4》播出以来，在微博、抖音等平台热搜上榜257次，其中有80次跻身TOP3，34次位居榜首；有42次在榜时长超过20小时。

6 微博话题309个，阅读284.4亿人次；抖音话题下播放78.4亿次

微博平台相关话题309个，累计增长阅读284.4亿人次，讨论1424.5万条。主话题#向往的生活#当前总阅读312.9亿人次，讨论2073.4万条。抖音平台热门话题130余个，累计播放78.4亿次。主话题#向往的生活#播放68.1亿次。

7 主流视频网站点击量 22.9亿次

《向往的生活4》视频点击22.9亿次，在同期电视综艺中排名第一。芒果TV上12期正片点击17.0亿次，占比超过74%。6分钟以下短视频340余条，累计点击8325.6万次。15条短视频点击量超百万次。

8 热门短视频播放 4.9亿次，抖音获赞6380.1万个

官微发布360余条短视频，累计播放2.65亿次。其中6条播放超千万次，38条播放超百万次。上百家微博大V关注，热门短视频累计播放量超2.1亿次，新浪综艺、微博综艺、新剧不能停传播效果较佳。抖音账号发布300余条短视频，累计获赞2727.9万个。3条点赞超百万。节目片段备受抖友青睐，热门短视频获赞3652.2万个。头条账号发布170条内容，播放627.1万次。好看账号发布近400条短视频，播放812.0万次。

《向往的生活4》首次在综艺节目中开启助农直播，彰显节目的社会责任

《向往的生活4》节目组开启助农直播，为当地果农和商户解决问题。

- ◆ 薇娅开启直播及七期助农直播累计观看超4088万人次
- ◆ 社交平台登上10次热搜，微博话题#向往的生活助农直播#阅读1.9亿人次，抖音话题播放超3000万次
- ◆ 直播累计售出滞销农产品近20万份，销售额超500万元
- ◆ 助农直播帮助到195个村庄的1750户村民

邀请薇娅参加节目开启助农直播



导演带领萌宠开启七期助农直播



官微、官抖在小店/橱窗上架云南特色农产品



平台	热搜上榜10次	排名
抖音热搜	薇娅在蘑菇屋直播	3
	薇娅是怎么直播的	8
	何炅化身薇娅小助理	23
	宋威龙以为开了直播	26
快手热榜	薇娅在蘑菇屋直播	1
	向往的生活助农直播	3
微博热搜	向往的生活助农直播	3
	向往的生活助农直播	6
	向往的生活助农直播	6
	薇娅在蘑菇屋直播	16

不同期数上榜

蘑菇屋卸下心防坦诚对话，“向往”牌鸡汤输出引共鸣

礼轻情意重，疫情下“我们在一起”

#蘑菇屋给武汉刘凯护士送红烧肉#
阅读1.7亿 讨论9.2万

豆丁der麻麻: 我就是武汉人而且还是医院护士，所以看了感触特别深，边看边哭！[泪]武汉人民感谢全国人民伸出援手！最难的时候挺过来了！[泪][泪][泪]
懒人呆瓜: 有你才有向往的生活。感谢那些默默奉献的人们[鲜花][鲜花][鲜花]

黄老师回忆当年带海清那一届学生去街上卖话剧票，有一回海清生病也坚持要登台表演，还写信求黄老师允许，称“愿意死在（舞台）上面”。

热爱职业
敬畏舞台



#黄磊何炅交友之道# 阅读2973.7万 讨论1.1万

朋友相处

“任嘉伦自曝被朋友疏远”

“彭昱畅许魏洲不愧是兄弟”

何炅金句输出

- ◆ 我从来没有一个奢望，要把任何一个人留一辈子，留在自己身边，因为这个很难。
- ◆ 还有一点很重要的，有的人他来他就是陪你一段。

黄磊金句输出

- ◆ 你尽量在面对友谊、爱情、婚姻的时候，要学会模糊一点，难得糊涂。
- ◆ 这个世界属于你，与他人毫无关系。
- ◆ 这世界上有两种人，是你自己选的。一个叫你的爱人是你自己选的，一个你的朋友是你自己选的。

#欧阳娜娜落泪#

#欧阳娜娜在何炅怀里大哭#

#00后女星在何炅怀里大哭#

压力 焦虑

萌夏呐: 大家在生活的压力下很少会哭 但是往往会因为一句关心的话或是一个暖心的动作潸然泪下

赵静: 娜娜哭的这段真的太心碎了💔 成长就是这样吧

HGYDDDD: 大多数当代年轻人的生活里没有简单二字，开心永远是奢侈的，压力和克服才是一直伴随的
[摊手][摊手]



欧阳娜娜哭着对张子枫说：我希望你永远不要不开心

张子枫与嘉宾互动看点十足，单人热搜上榜36次，话题阅读30亿人次

- 胡先煦张子枫徒手去毛、**嗑**到了胡先煦张子枫
- 微博话题阅读3.5亿人次



- 张子枫逐渐**彭化**、**彭昱畅**模仿张子枫恶人笑、彭昱畅张子枫学相声
- 微博话题阅读2733.5万人次，抖音话题播放2254.9万次



兄妹情、
搞笑互动



嗑CP

萌宠、
暖心

- 张子枫安慰小H好治愈、给小O按摩、应对小O闯祸、张子枫和小O说母亲节快乐
- 热搜7次，微博话题阅读5亿人次



性格
内向



- 热搜：张子枫加**周迅**微信、张子枫见周迅**紧张**
- 聚焦张子枫性格内向、紧张的微信文章转载百余次，朋友圈阅读超280万人次

岁月
静好



- 热搜：**谭松韵**帮张子枫扎头发、谭松韵张子枫**岁月静好**、谭松韵张子枫同框
- 微博话题阅读1.9亿人次，抖音话题播放1297.1万次

友情、
闺蜜相处



- 热搜14个，张子枫**欧阳娜娜**田园写真、**合唱**夏天的风/同桌的你/匆匆那年、欧阳娜娜给张子枫化妆、骑摩托
- 微博话题阅读11.1亿人次，抖音话题播放7972.8万次

青春
美好



- 张子枫**张婧仪**相处
- 微博话题阅读3.3亿人次

主流媒体评价《向往的生活4》“拓展了综艺节目题材领域和价值空间”

综艺节目应开拓价值空间



《向往的生活》第四季以“综艺+助农直播”模式，发挥文艺介入社会生活功能，拓展了综艺节目题材领域和价值空间。

作为“慢综艺”节目，《向往的生活》在第四季中带领嘉宾体验归园田居生活，传递“自力更生”“劳有所得”的中华传统美德，流露的质朴自然生活气息令人向往。

当节目不只呈现出一种“令人向往的生活”，而是努力“让别人过上向往的生活”，节目的意义就不再仅仅是给观众提供茶余饭后的消遣，而是以实际行动参与时代生活，带着观众一起为脱贫攻坚添砖加瓦。



《向往的生活》回归：平凡的每一天都值得向往

作为一档饱含生命力的常青综艺，《向往的生活》一如既往地平和温暖而富有力量，它在回归质朴生活的同时，娓娓道来那些被我们一度忽视、敷衍甚至是舍弃的平凡珍贵。



户外体验类“慢综艺”的文化表达

- ◆ 生活美学视角下的文化观念和价值表达
- ◆ 竞赛机制与慢速生活的平衡把控
- ◆ 泛主流时代的主流与娱乐并重

“阡陌交通，鸡犬相闻。黄发垂髫，并怡然自乐”就是《向往的生活》这档节目对新时代新农村的媒介呈现。



《向往的生活》第四季：保持生活“原味”



广电视听平台直播带货，激活助农扶贫“一池春水”

田园牧歌式慢生活俘获观众，有笑有泪温暖互动



慢节奏田园生活延续

- 一家四口打打闹闹的田园生活依然延续，温暖如初；
- 感受到西双版纳独特的人物风情

新老朋友来访，搞笑治愈

- 老朋友与常驻嘉宾会产生更多话题和反应，引发网友回忆，网络二次传播话题发酵；
- 有梗、气场融合的新朋友也会带给节目不一样的笑点和温暖

公益活动增加，正向引导观众

- 为一线抗疫护士千里送红烧肉，收获满满感动，中国加油；
- 邀请嘉宾为当地挤压食品直播带货；
- 嘉宾为弱势群体送物资，关心当地村民生活，引导观众关注需要帮助的群体

➤ 节目外，网友纷纷仿制黄老师同款美食，暖心暖胃



ZoeHBI
妈妈学黄老师做的葱油拌面
#向往的生活之美食# @天津



停滞不前的沙丁鱼
脑袋忽然闪过自己要复刻某个美食
可是怎么也想不到是什么了
可能是红烧肉吧

《向往的生活4》最后一集黄磊做的红烧肉真的好诱人，咽了一下口水

➤ 温暖治愈的慢综艺依然收获网友称赞，不舍收官



WinD燦燦
#向往的生活# 没想到我会看一个综艺从第一季追到第四季 每次看向往的生活 总觉得好像躁动不安的生活 突然变得平静美好 谢谢你们带我们去看了世界的美好 希望这个节目能够一直做下去



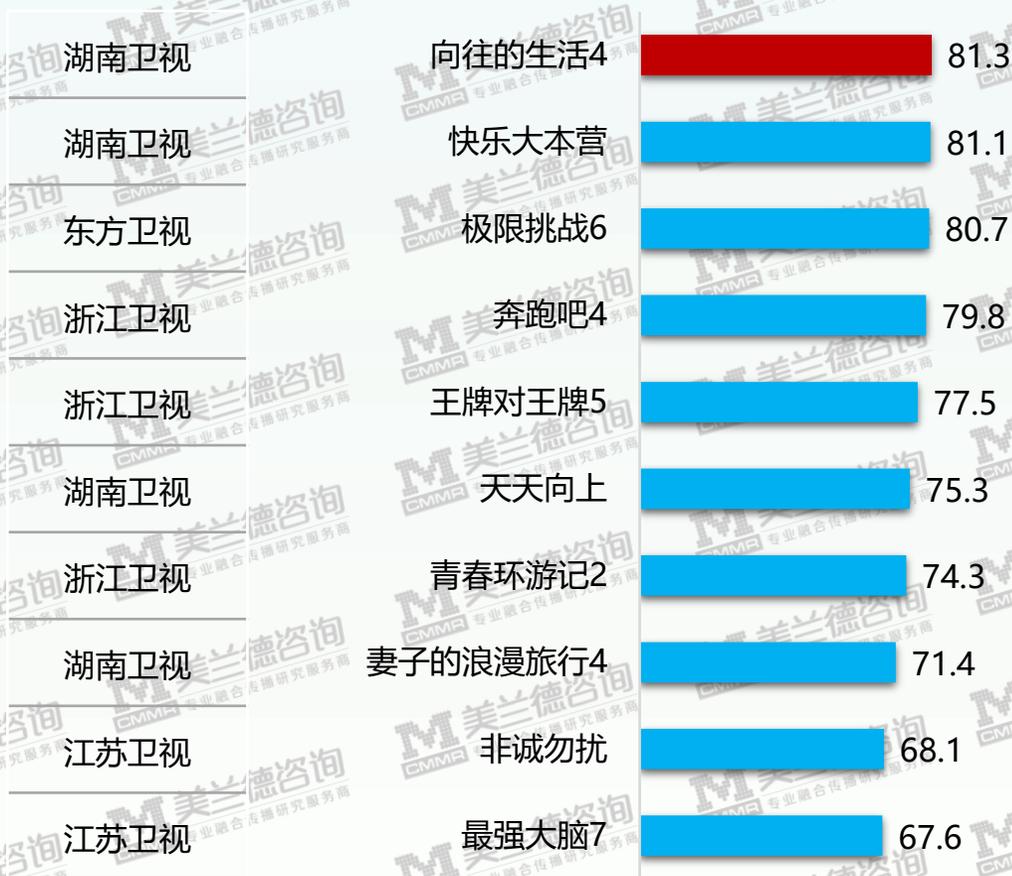
Nicobehappy
《向往的生活》第四季结束了
最爱的综艺了
轻松又快乐 还有太多的温馨和美好
啊啊啊 最后一期 被笑到肚子痛
朗朗上口 心火烧

1

《向往的生活4》网络传播亮点

湖南卫视王牌IP《向往的生活4》播出后稳居电视综艺榜首

2020年4月20日-7月26日全国上星频道在播综艺网络影响力综合指数TOP10

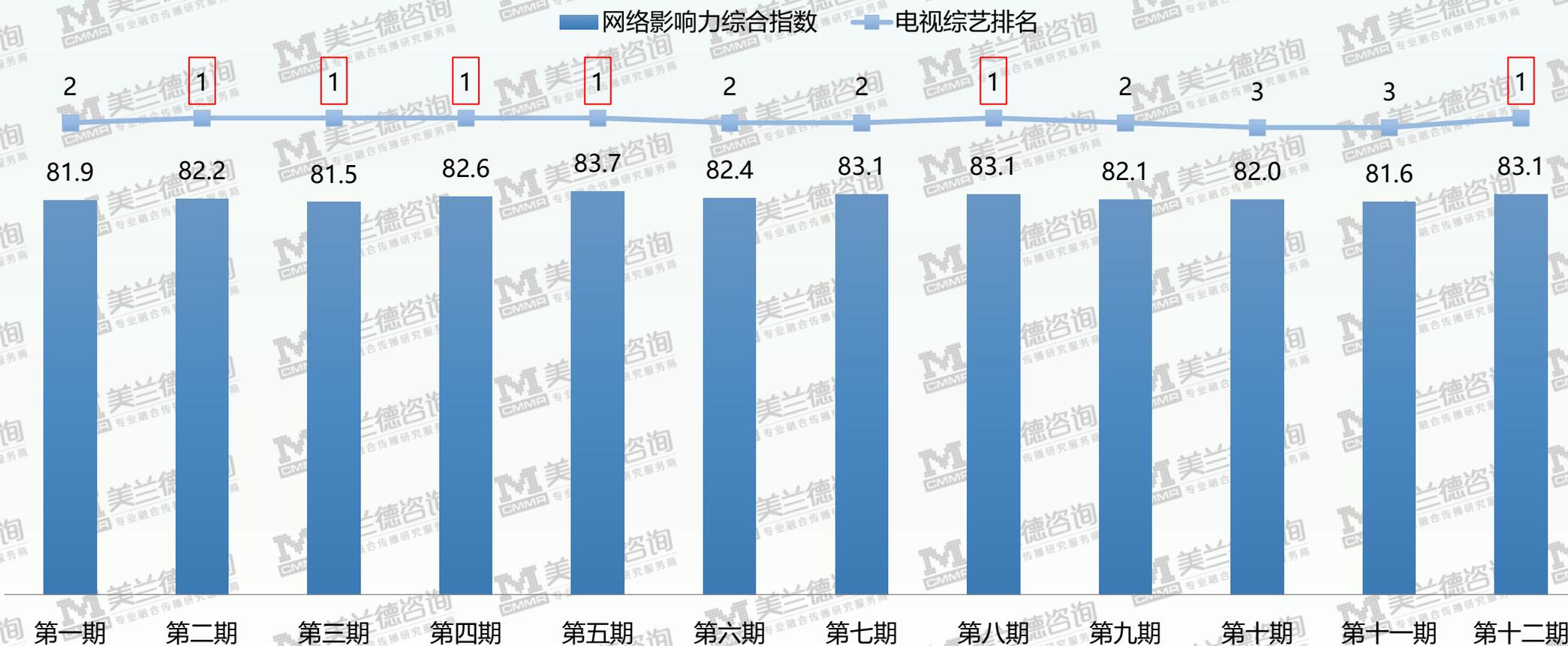


2020年4月20日至7月26日，各大卫视重点综艺齐上阵，在综N代《极限挑战6》《奔跑吧4》《最强大脑7》《经典咏流传3》《跨界歌王5》等，与新节目《天赐的声音》《我们的乐队》《婆婆和妈妈》《舞者》等的强势竞争下，《向往的生活4》彰显强势网络传播力，位居上星频道同期在播综艺第一。



《向往的生活4》播出以来有6期网络影响力综合指数位居电视综艺第一

《向往的生活4》网络影响力综合指数及排名周走势



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2020年4月20日-2020年7月26日

《向往的生活4》媒体关注与视频点击均在电视综艺中排名第一

《向往的生活4》播出以来，网媒报道17.4万条，微信文章刊发17.8万篇，持续位居同期电视综艺TOP1，且与第二名保持较大差距。《向往的生活4》视频点击量22.9亿次，也位居同期电视综艺第一名。

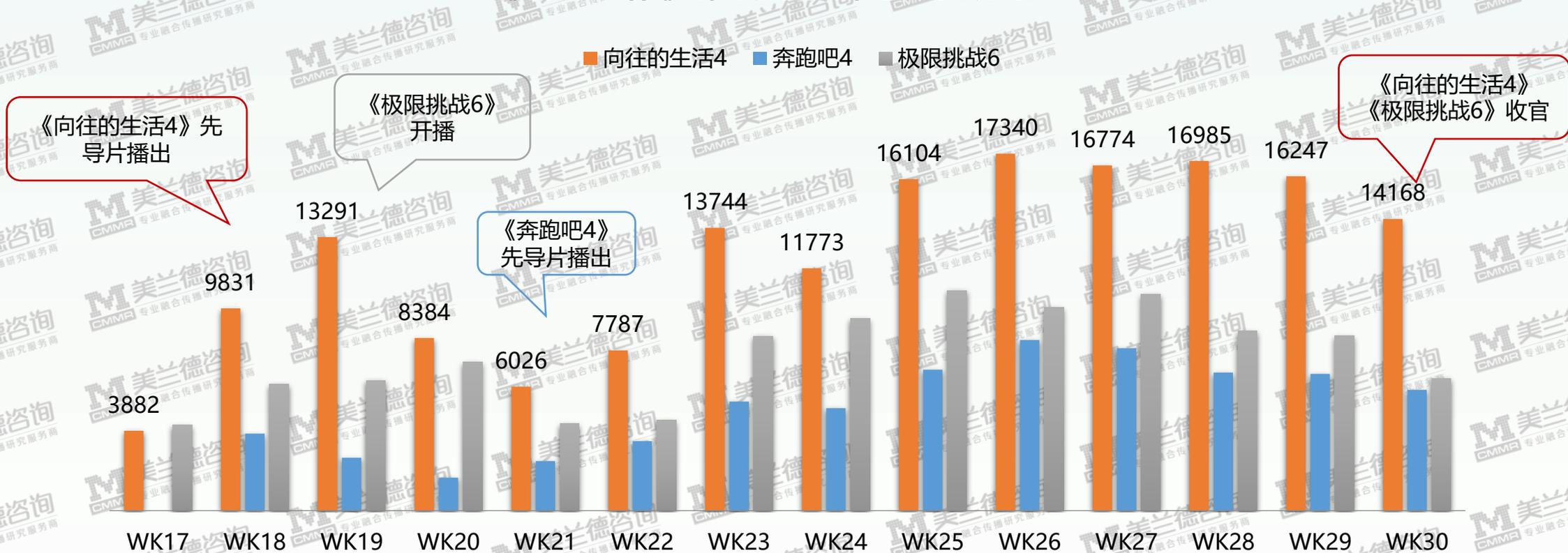
2020年4月20日-7月26日国上星频道在播综艺节目各维度传播榜单TOP10



《向往的生活4》相关网媒报道17.4万条，远超同期播出的竞品综艺

《向往的生活4》播出以来，相关网媒报道17.4万条，在同期电视综艺中的周排名持续位居前列。东方卫视《极限挑战6》WK19开播累计报道10.5万条。浙江卫视《奔跑吧4》WK21开始播出先导片，累计网媒报道6.6万条。周报道量持续低于《向往的生活4》。

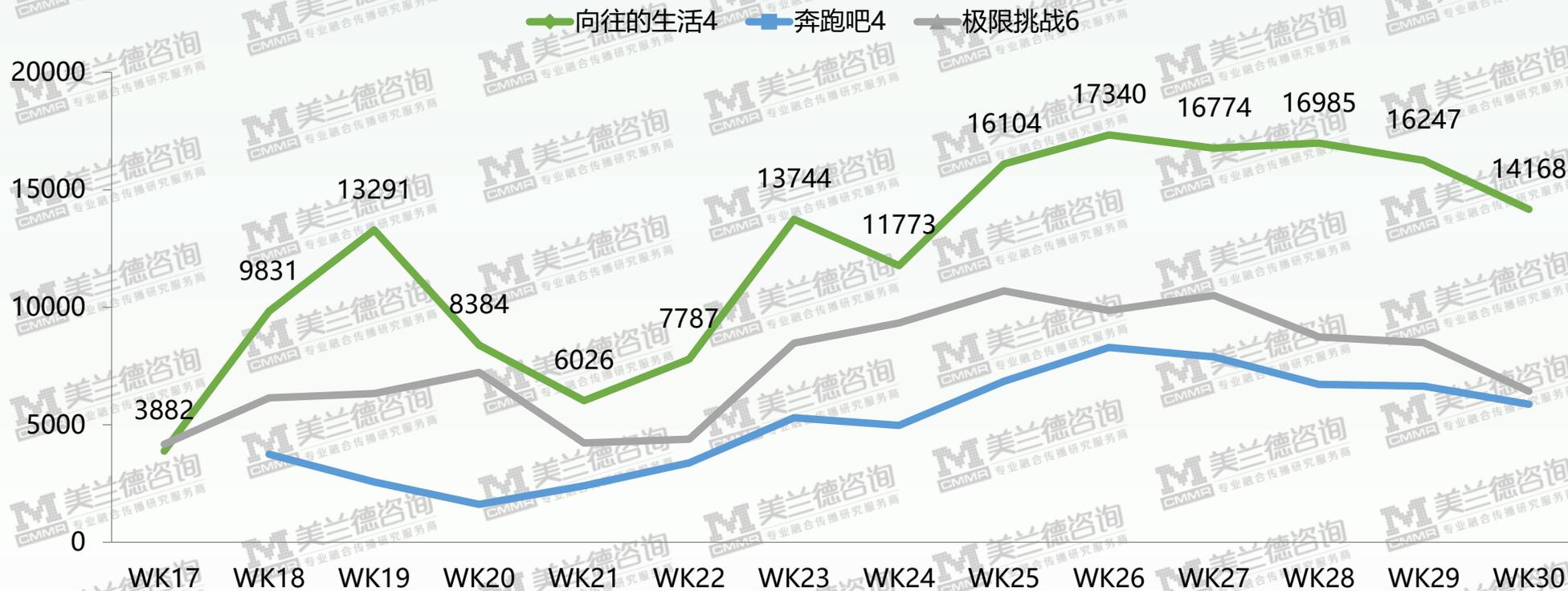
《向往的生活4》播出期间网媒报道量周走势对比



《向往的生活4》 微信文章刊发17.8万篇， 阅读超2亿人次

《向往的生活4》播出以来，微信文章刊发17.8万篇，在同期电视综艺中的周排名持续位居前列；累计阅读量2.15亿人次，点赞161.3万个。东方卫视《极限挑战6》微信文章8.4万篇。浙江卫视《奔跑吧4》微信文章3.0万篇。尤其是WK25以来，《向往的生活4》微信文章周刊发量远远高于竞品节目。

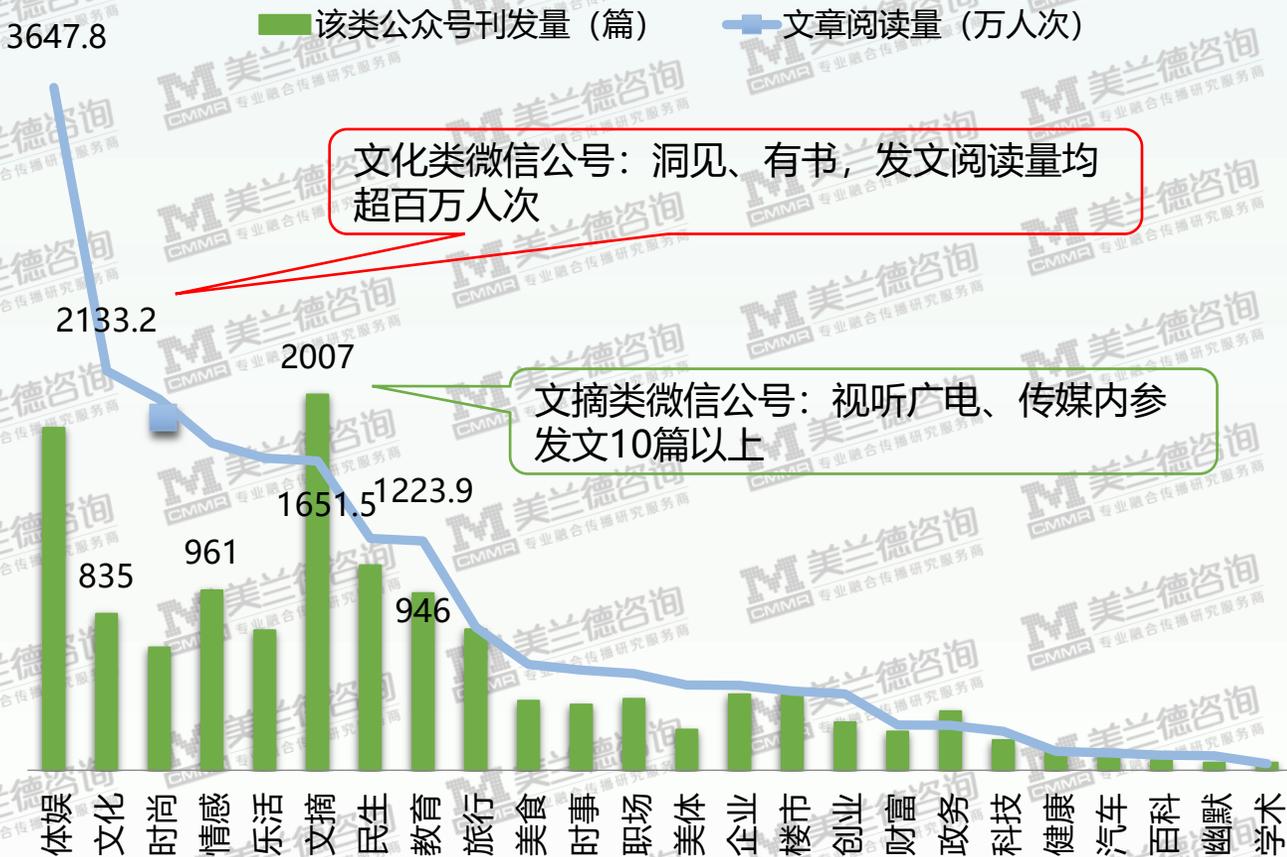
《向往的生活4》播出期间微信刊发量周走势对比



《向往的生活4》在朋友圈引热议，10万+爆款文章超400篇

《向往的生活4》微信文章中，10万+爆款文章414篇，累计阅读4140万人次。超1300家微信公号积极发文，文化类、情感类、文摘类公众号发布量较高且传播效果较好，洞见、有书，发文阅读量均超百万人次。

《向往的生活4》微信公号传播效果分布



《向往的生活4》热门微信文章传播效果分布

阅读量分布 (人次)	刊发量 (篇)	阅读量 (万人次)
10万+	414	4140.0
8-10万	151	1348.7
5-8万	461	2861.8
3-5万	731	2810.8
1-3万	3220	5389.3

《向往的生活4》微博提及1378.7万条，官微积极发文互动超1100万次

《向往的生活4》播出以来，微博平台提及1378.7万条。

- “向往的生活”官微粉丝增长85.1万人；发文超1100条，累计转发160.9万次，评论73.9万条，点赞941.4万个。
- 官微发起#向往的信箱#、#向往的时空胶囊#、#向往的生活插画大赛#等话题，调动观众的积极性，增加对节目的关注和热议。

蘑菇屋的美景



#蘑菇屋空镜像画一样#
阅读591.4万 讨论505



#你最爱的一张风景照#
阅读1816.3万 讨论1767



#生活原声带#
阅读1954.7万 讨论2009

蘑菇屋的美食



#小葵的厨房#
阅读1924.2万 讨论2642



#看向往的生活太饿了#
阅读1176.8万 讨论4671

蘑菇屋文艺展示



#向往的生活插画大赛#
阅读2275.6万 讨论1679



#蘑菇屋造句大赛#
阅读1765.6万 讨论5066



#向往的生活主题征文#
阅读2010.1万 讨论2606

蘑菇屋的陪伴



#向往的信箱#
阅读7408.1万 讨论8.8万



#向往的生活陪你四季#
阅读8502.4万 讨论1.2万



#向往的时光胶囊#
阅读639.2万 讨论2071

《向往的生活4》相关微博话题阅读284.4亿人次，抖音话题播放超78亿次

《向往的生活4》热门微博话题TOP15

微博话题TOP15	阅读量 (亿人次)	讨论 (万条)
#向往的生活#	增长122.7	增长727.5
#向往的生活预告#	10.3	32.1
#向往的生活隐藏细节#	8.2	14.1
#向往的生活收官#	7.8	22.7
#张子枫欧阳娜娜友情#	5.6	8.1
#向往的学霸生活#	5.4	6.5
#向往的生活定档#	5	19
#不愧是出过国超文集的男人#	4.9	9.7
#黄磊叫周迅姐姐#	4.9	6.5
#向往的生活宣传片#	4.9	12.5
#张子枫安慰小H好治愈#	4.8	20.7
#欧阳娜娜张子枫唱夏天的风#	4.7	6.5
#作业帮直播课 向往的生活#	4.1	5.3
#向往的生活第四季#	3.5	7.2
#嗑到了胡先煦张子枫#	3.4	3.1

《向往的生活4》在微信平台相关话题309个，累计阅读284.4亿人次，讨论1424.5万条。主话题#向往的生活#当前阅读量312.9亿人次，讨论2073.4万条。

抖音平台热门话题130余个，累计播放78.4亿次。主话题#向往的生活#下播放68.1亿次。

《向往的生活4》热门抖音话题播放 (万次) TOP12

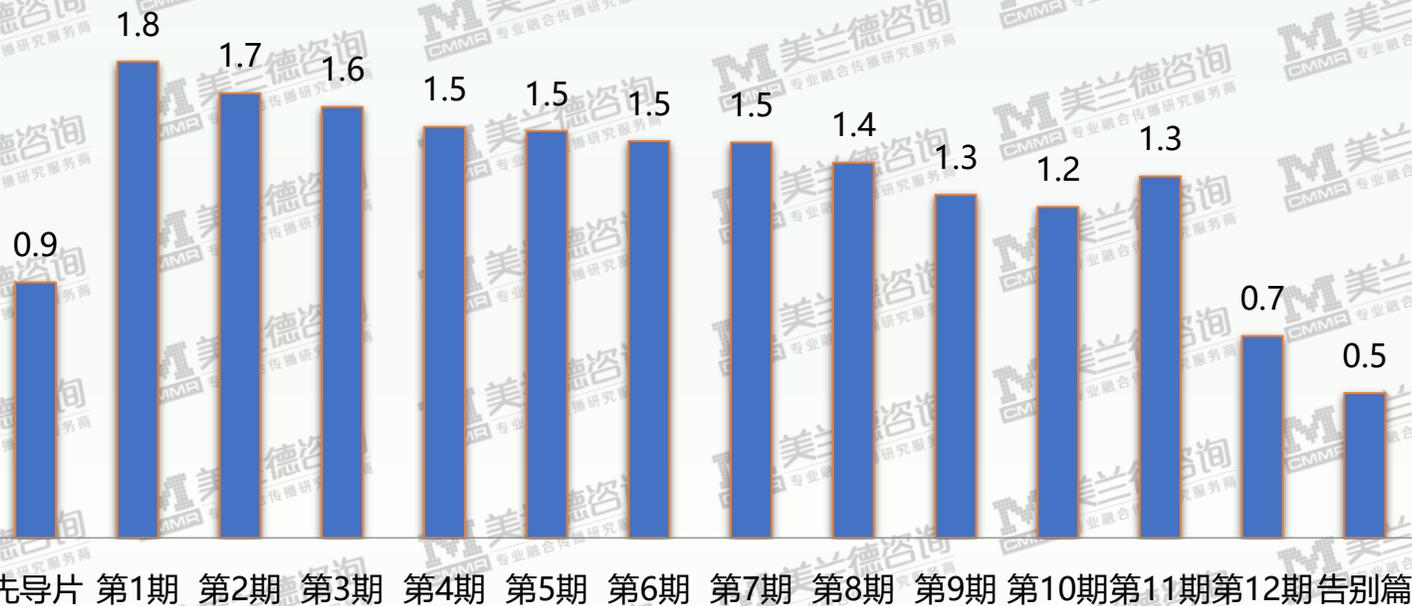


《向往的生活4》视频点击22.9亿次，正片平均点击1.42亿次

《向往的生活4》播出以来，累计视频点击22.9亿次。芒果TV上，12期正片点击17.0亿次，占比超过74%。此外还有先导片、告别篇、加长版、下饭版等不同系列的视频，充分满足“向往”系列忠实观众的喜爱。

《向往的生活4》播出以来正片点击量走势

■ 视频点击量 (亿次)



- 正片及先导片、告别篇点击量18.5亿次
- PLUS版点击量3.4亿次
- VIP加长版点击量1272.0万次
- 下饭版点击量155.5万次

芒果TV上《向往的生活4》短视频点击8325.6万次，15条播放超百万次

《向往的生活4》6分钟以下短视频340余条，累计点击8325.6万次。15条短视频点击量超百万次。最热门的是“沙溢带小欢喜“前妻”陶虹做客”，时长48秒，在芒果TV收获点击412.0万次。

芒果TV上《向往的生活4》热门短视频TOP6 (均超200万次)



沙溢带小欢喜“前妻”陶虹做客
观看411.8万次



任嘉伦谭松韵合体蘑菇屋
观看361.6万次



任嘉伦谭松韵合体参加泼水节
观看245.8万次



宋威龙汪苏泷被动物吓懵
观看239.5万次



胡先煦广场放电影遭遇状况
观看227.3万次



毛不易C位亮相蘑菇屋唱跳舞台
观看225.5万次

《向往的生活4》在微博平台获上百家微博大V关注，短视频播放4.75亿次

《向往的生活4》官微发布360余条短视频，累计播放2.65亿次。其中6条播放超千万次，38条播放超百万次。黄磊给武汉抗疫护士做红烧肉、张子枫欧阳娜娜姐妹相处，温馨情谊打动观众。《向往的生活4》播出期间获上百家微博大V关注，热门短视频累计播放量超2.1亿次，其中新浪综艺、微博综艺、新剧不能停传播效果较佳，发布节目短视频分别获得5340万次、4544万次和1799万次播放量。

微博短视频传播效果较佳的大V



新浪综艺
粉丝1124万

播放量：5340万次



微博综艺
粉丝1307万

播放量：4543.5万次

DRAMA
CANT STOP

新剧不能停
粉丝1515万

播放量：1798.6万次

热门短视频TOP3



向往的生活嘉宾阵容
BY新浪综艺，播放947万次



欧阳娜娜张子枫夏天的风
BY微博综艺，播放923万次



向往的生活首期预告
BY新剧不能停，播放723万次



《向往的生活4》官微热门短视频TOP6 (播放均超千万次)

视频标题	发布时间	播放量 (万次)
#张子枫欧阳娜娜友情#当娜娜说要给她寄生日礼物，她就在家等快递。	7月17日	1332
#向往的信箱#收到了来自武汉抗疫护士刘凯的来信，蘑菇屋家人们与她连线#黄磊给武汉抗疫护士做红烧肉#	5月29日	1314
#张子枫撸狗#用温柔的一段，祝大家晚安#向往的生活#	5月16日	1286
#向往的生活陪你四季#春夏秋冬，一年四季，一年四季，彼此陪伴度过了很多美好光景感谢大家!	7月24日	1044
#黄晓明减肥的样子是我本人#为了“帮助”彭彭，只好再吃一口了! 没办法，嘴巴有自己的想法#向往的生活#	5月29日	1030
#黄磊叫周迅姐姐#叫了这么久的姐姐，敢情这根本不是迅姐@i周迅 的小名! #周迅气质#	5月8日	1014

节目账号、频道账号、抖音KOL齐发力，热门短视频获赞6380.1万个



- ◆ 湖南卫视发布的《向往的生活4》合集累计播放量15.5亿次，点赞量3211.1万个，单条视频获赞最高达618.4万个，互动最高669.2万。其他账号发布的热门短视频累计获赞441.1万个。

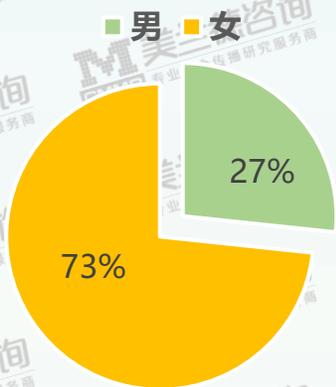
✓ 《向往的生活4》官抖发布合集



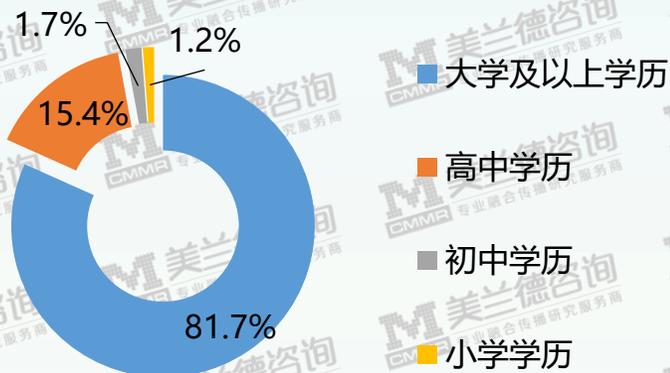
- ◆ 抖音账号发布300余条短视频，累计获赞2727.9万个。3条点赞超百万，12条点赞超50万个。
- ◆ 抖音账号建立的四个视频合集下短视频播放近2.05亿次。
- ◆ 头条账号发布170条内容，播放627.1万次，播放超10万的有19条。
- ◆ 好看账号发布近400条短视频，播放812.0万次，播放超10万的有14条。最热门内容有“欧阳娜娜 称体重的我” & “小别离剧组重聚”。

《向往的生活4》主要吸引高知、青年，女性群体关注与热议

《向往的生活4》网络热议用户性别分布

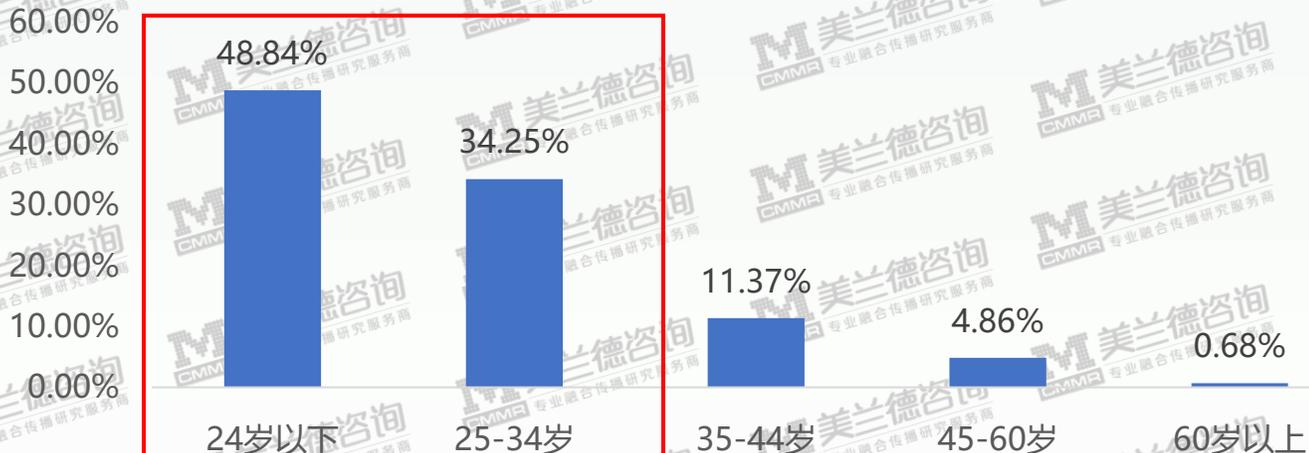


《向往的生活4》网络热议用户学历分布



《向往的生活4》的观众群体中，女性占比达到73%，大学及以上学历用户占比81.7%。从年龄分布上看，34岁以下的用户是热议主体。其中24岁以下岁的用户占比48.84%，25-34岁的用户占比34.25%。地域分布上看，广东和北京位列第一和第二，分别占比8.8%和8.68%。

《向往的生活4》网络热议用户年龄分布



《向往的生活4》网络热议用户地域分布TOP5

地域	用户占比
广东	8.8%
北京	8.68%
山东	4.91%
江苏	4.79%
上海	4.56%

2

《向往的生活4》广告效果提升

品牌与剧情深度结合，花样广告植入极大提升品牌传播度和认知度

节目与赞助商老朋友**深度绑定**，**营销矩阵花式植入**，将品牌理念传播给节目的新老观众，加深品牌认知度，占领心智空间



同时为新赞助商伙伴量身制定了多种场景营销，帮助品牌快速**建立与观众的沟通桥梁**，**拓展新品牌网络传播半径**



向往IP节目强大的品牌营销能力，引发全网关注讨论，品牌与节目亮点同步二次传播发酵

#向往植入小剧场#
1007讨论 903.9万阅读

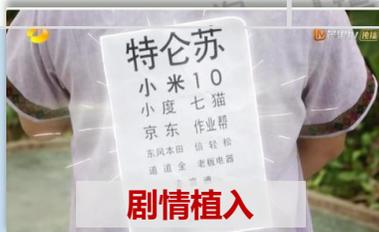
#向往的生活 逆天植入#
2386讨论 1406.9万阅读

热门文章

《向往的生活》植入神操作！升降机进入蘑菇屋，空投街头小广告

《向往的生活》把广告植入玩出话题性，奇葩操作实现二次传播

ShakingCHOIE5
向往的生活真的好治愈，而且第一次觉得广告植入也很好看
07月29日 12:53 来自 iPhone客户端



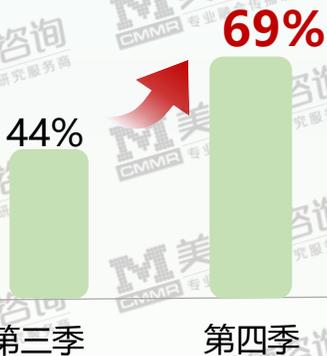
特仑苏再度冠名向往IP，深度绑定共创优质内容，助力品牌占领用户心智空间



- 将特仑苏通过慢生活的各种场景进行**沉浸式营销**，使品牌价值观与节目质朴天然的生活进行自然融入式传播；
- 两季连续冠名，更懂品牌，使观众提高了对特仑苏所强调的品牌理念的熟悉度和接受度；
- 节目常驻MC担任品牌代言人，持续加深了“始终如一”品牌调性，提升了品牌好感度

《向往的生活4》播出后
特仑苏品牌网络影响力持续
大幅提升：

节目播出后，特仑苏网媒曝光量增幅



直播节目营销组合

场景植入

剧情道具

公益活动

为特仑苏量身定制营销矩阵

嘉宾背景

场景植入

品牌播报

点播节目营销组合

暂停广告

进度条广告

“奶枫”特仑苏不离手，持续渗透品牌理念，破屏传播提高用户购买欲望

节目嘉宾的粉丝效应延续到节目外，吸引粉丝深入互动和转化

+165%
特仑苏微博热议



#特仑苏向往生活游#
特仑苏向往生活游旅行基金大奖正
阅读7000万 讨论1.2万



#张子枫代言特仑苏#
4.8万讨论 1744.5万阅读

节目教你做特仑苏料理

产品营销与节目剧情深度结合，将“更好生活”的品牌理念传递给消费者，加深与用户的情感关联



特仑苏与节目的关联度较播出前大幅度提升：

+9倍
关联的网媒报道量

+403倍
关联的微博提及量

+7倍
关联的微信文章刊发量

小米系列好物科技助力，多元化场景营销直接渗透影响观众被种草和转化

网络热度攀升

节目深度定制化场景植入，吸引大批潜在用户

小米10与节目的关联度较播出前大幅度提升：

+22倍

关联的网媒报道量

+116倍

关联的微博提及量

+15倍

关联的微信文章刊发量



小米10手机

品牌露出+口播



剧情植入-合影留念



剧情植入-日常拍照



场景组合营销

角标广告



米家自动洗手手机



米家体脂秤



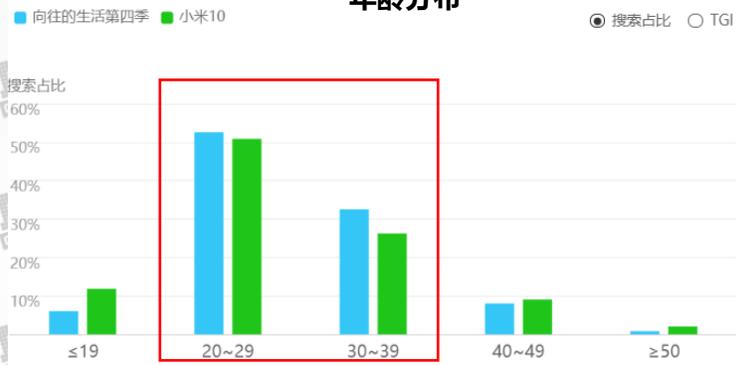
米家照片打印机



米家好物

▶ 节目网络传播受众与小米10潜在用户调性高度契合

年龄分布



兴趣分布



小度“场控”式精准定位，感官互动的情感营销持续打动观众

“小度小度，帮我定下明天8点的闹钟”

“小度小度，几点了？”

“小度” AI科技实力抢镜，稳固提升品牌认知度好感度

老朋友“小度”连续两季强势入驻蘑菇屋，“定闹钟”“查菜谱”“点歌”“陪聊”等超强功能成为蘑菇屋最亮眼的“隐形MC”，凭实力疯狂吸粉“看完向往的生活，马上下单一台小度音箱”“节目里喊小度小度，把家里的小度也同步反应，太好玩了”

节目播出后品牌网络热度增量

+23倍

小度音箱微博热议度

+100%

小度音箱网媒热议度

+72%

小度音箱微信朋友圈热议度

节目关联品牌网络热度增量

+101倍

小度与节目微博关联度增量

+100%

小度与节目网媒关联度

+500%

小度与节目微信文章关联度增量

“小度小度，今天天气怎么样？”

“小度小度，放首毛不易《平凡的一天》”

“小度小度，包烧的做法”
“在呢，马上为您播放”

#小度向往的生活

13.2万讨论 2600.2万阅读

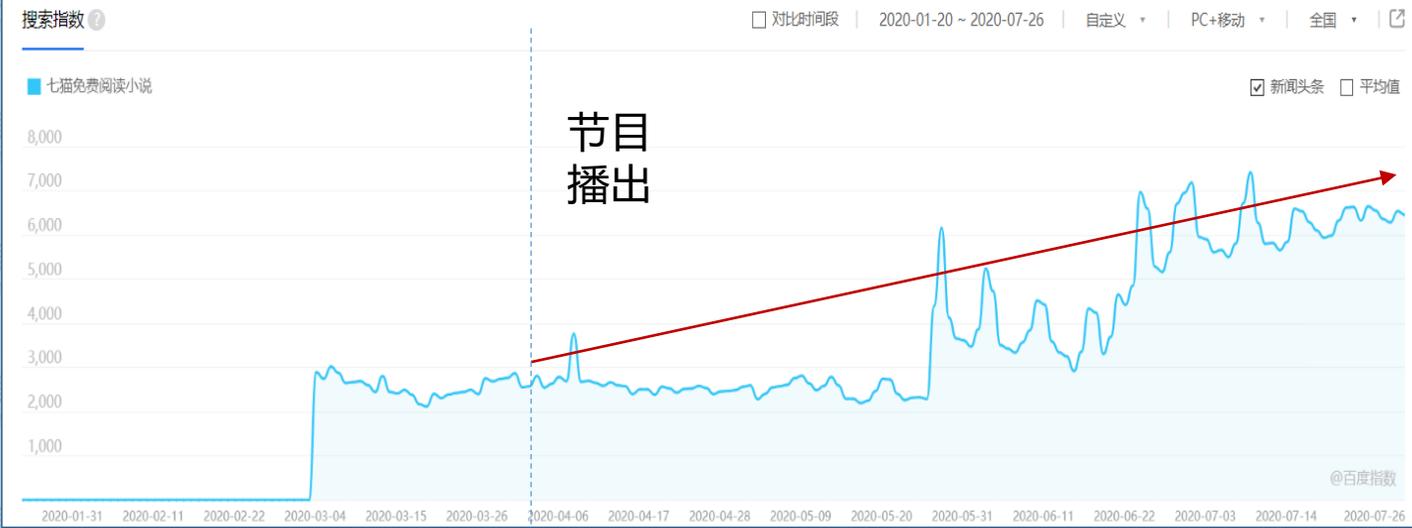


#有小度才是向往的生活#

1349讨论 25.6万阅读

“曝光+场景+内容” 营销模式助力新品牌七猫迅速打开知名度

节目营销组合拳
助力新品牌最大
曝光和记忆度同
步提升!



+19倍

七猫与节目微博关联度增量

+27倍

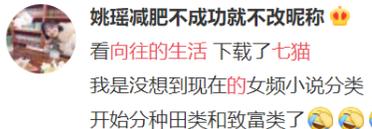
七猫与节目微信关联度增量

+121%

七猫百度指数提升

+7倍

七猫与节目网媒关联度增量



跨平台联合营销京东5G生活，借势爆款节目推动消费者转化



品牌借势节目热度，联名活动火爆社交、电商平台
平台网络热度与节目关联度均明显提升，相关联动话题累计
阅读超**3.4亿**人次



京东全面开启向往的5G好物盛典

向往的生活联合京东星娱乐超级IP日
打造东东农场



品牌的 网络影响力提升	网媒曝光热度	+378%
	微博讨论热度	+714%
节目与品牌的 关联度提升	微信朋友圈热度	+246%
	网媒文章关联度	+2倍
	微博关联度	+5倍
	微信文章关联度	+5倍

作业帮直播课与蘑菇屋家庭属性完美契合，沉浸式内容营销提升品牌认知度

品牌融合节目全网传播，提升网络影响力

网媒文章关联度



微博关联度



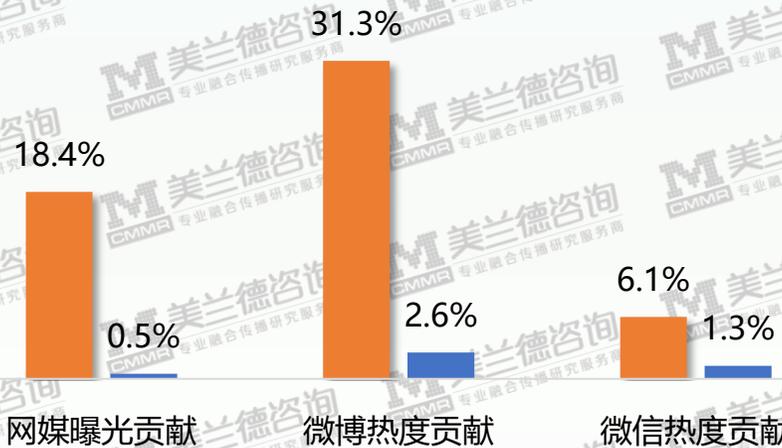
微信文章关联度



《向往的生活4》家庭属性的慢综艺营销内容，更适合作业帮品牌价值传播和认知度提升

“作业帮直播课”赞助节目在播期间品牌网络声量贡献对比

■ 向往的生活4 ■ 奔跑吧4



#向往的生活隐藏细节#

原来《向往的生活》里隐藏着这么多细节！快来和作业帮直播课一起

阅读**8.3亿** 讨论**14.1万**



#作业帮直播课 向往的生活#

每周五晚22:00, 和作业帮直播课一起看《向往的生活》

阅读**4.1亿** 讨论**5.3万**

场景植入

公益内容植入

口播+品牌露出



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2020年4月20日-2020年7月26日

节目再度携手东风本田，高端SUV强势出境，瞄准中青年男性群体需求

UR-V作为必不可少的驾驶工具，沉浸植入节目剧情关键环节，让观众突破屏幕感受高端SUV的舒适驾驶体验

节目中强势出境



节目外借势发声



+159%

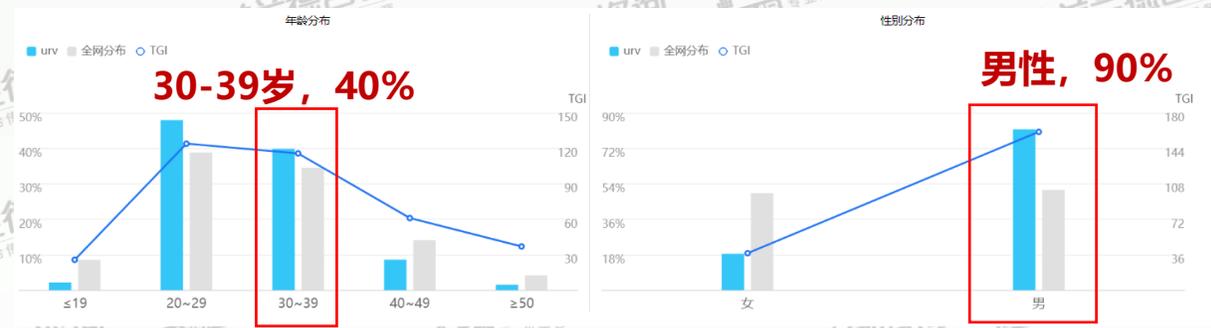
网媒曝光热度增量



+208%

微博讨论热度增量

节目播出期间，UR-V网络搜索覆盖人群分布偏向中青年有强烈购车需求的男性群体



萌宠H0倾情出镜，成功转化消费者，麦富迪开启萌宠版向往的生活



↑ +352%

品牌网媒曝光热度增量

↑ +5%

品牌微博曝光热度增量

↑ +31%

品牌微信曝光热度增量



923biubiubiu 🏠
#有猫有狗就有麦富迪#

被向往的生活种草。买了一堆零食给臭猪。



三只小潘潘

一起向往的生活 🐶 第二张是小h吗？我们家阿狸去年就加入了麦富迪 🍗 开启向往的猫生活 🐱

📍上海

老板电器、道道全食用油实力出镜借势传播，品牌影响力大幅提升

老板电器出镜黄小厨厨房重地，极大地增加了品牌出镜频次，代言人做客蘑菇屋，深度绑定品牌营销，引发粉丝效应

道道全食用油作为黄小厨的厨艺助手，做饭必出镜，精品健康好油助力蘑菇屋美食招待客人，将健康理念传播给更多消费者



ROBAM老板
创造中国新厨房

+352%
品牌网媒曝光热度增量



+31%
品牌微信曝光热度增量

向往的生活新知识GET

（呀，考考你，这是什么？）
榨菜油！
继续全...
植物油（2）鞋...
压榨菜籽油，压榨的？
压榨的温度三点水，
这个字念shu，备鞋！

道道全植物甾醇压榨菜籽油

甾醇是个好东西，能降血脂，
对身体心脑血管非常棒！
所以咱们用皂，
保障咱们的健康。

何老师，这是什么？
榨菜油！
原来大家都不知道！
道道全植物甾醇压榨菜籽油，
对身体心脑血管都非常好。

+74%
品牌网媒曝光热度增量

+18倍
品牌微博曝光热度增量

+58%
品牌微信曝光热度增量



家居好物融入蘑菇屋轻松闲适情景，吸引节目受众 热门IP助力品牌同步提高网络关注度，打造品牌认知度

雷达电蚊香



+41倍 品牌网媒曝光热度增量

+17倍 品牌微博曝光热度增量

+20倍 品牌微信曝光热度增量

雷达电蚊香守护蘑菇屋炎炎夏季的宁静夜晚

石头扫地机器人



+77% 品牌网媒曝光热度增量

石头扫地机器人轻松维护蘑菇屋清洁，解放家人双手

万和



+586% 品牌网媒曝光热度增量

+360% 品牌微博曝光热度增量

+1810% 品牌微信曝光热度增量

万和家电既打造蘑菇屋清凉舒适环境，也是是黄小厨的得力厨房助手

THANKS

大数据技术创新驱动的
领先传媒咨询公司



官方微信



蓝鹰大众版