

2022 SEASON II



京东《一年一度喜剧大赛2》
结案报告



星联互动
STARLINE



th



PART 1

二喜进化表现



1

:

J



爱奇艺热度峰值9313，2022年度最火综艺



播出期间始终占据爱奇艺热播榜TOP1

热播榜 取消榜 必看榜 更多榜单

一年一度喜剧大赛第2季 用心说话，快乐对话！
我们这歌第4季 上瘾的次元壁之后
嗨放派第2季 向辣女郎体验类真人秀
中国好声音2022 中国好声音2022
中国说唱巅峰对决 说力rapper巅峰对决

综艺·风云榜

热播榜 取消榜 必看榜 更多榜单
一年一度喜剧大赛第2季 用心说话，快乐对话！
奔跑吧共富篇 奔跑吧脱贫攻坚战
元音大冒险 极限挑战第四季
一年一度喜剧大赛 喜剧新赛道
萌探探探案2 萌探探探案第二季

对比爱奇艺全年综艺，热度峰值领衔第一





全季播放量11.4亿，Q4全网综艺霸主



纵观全网权威数据榜单，二喜从日榜/周榜/月榜均持续第一，牢占综艺 NO.1





狂揽全网热搜2482，微博524+，火遍全网



热搜体质期期上榜，榜1榜2榜3高位刷屏，自来水讨论热度持高不下

The image shows a screenshot of the Weibo Hot Search interface. On the left, there's a yellow banner with the text '微博热搜' (Weibo Hot Search) and '最热榜·进阶版·还有料' (Hot List · Advanced Edition · More Content). Below the banner is a list of trending topics. The main area displays two columns of hot search terms, each with a thumbnail, title, and interaction counts.

话题	阅读	讨论	发布								
菜某某太强了	40000000+	1000000+	2023-05-11 10:00:00								
少爷和我	30000000+	800000+	2023-05-11 10:00:00								
少爷和我吸血鬼篇	30000000+	600000+	2023-05-11 10:00:00								
嘉丽大赛2终极双雄	20000000+	500000+	2023-05-11 10:00:00								
嘉丽大赛2谁你过双十一	20000000+	400000+	2023-05-11 10:00:00								
遇人不疑	20000000+	300000+	2023-05-11 10:00:00								
恋爱里谁先表白谁就输了吗	10000000+	200000+	2023-05-11 10:00:00								
梨涡恋恋把进世锦赛当成宝	10000000+	180000+	2023-05-11 10:00:00								
没有学习的人不伤心请我藏起来	10000000+	150000+	2023-05-11 10:00:00								
少爷和我之暮光之虹	10000000+	150000+	2023-05-11 10:00:00								
舒淇于和伟互相wink	10000000+	120000+	2023-05-11 10:00:00								
你会因为没有进步而降低能力吗	10000000+	120000+	2023-05-11 10:00:00								
辣达人 进化论	10000000+	100000+	2023-05-11 10:00:00								
舒淇加盟嘉丽大赛 2	9000000+	100000+	2023-05-11 10:00:00								
你期待谁来嘉丽大赛2嘉宾合作赛	8000000+	80000+	2023-05-11 10:00:00								
推特	推荐	热搜	文娱	要闻	视频	同城	榜单	话题	讨论	发布	更多
刘波打电话吵架是真实事件改编	10000000+	1000000+	2023-05-11 10:00:00								
少爷和我壁橱篇	10000000+	800000+	2023-05-11 10:00:00								
当一个女人决定追释	10000000+	600000+	2023-05-11 10:00:00								
刘进er	10000000+	500000+	2023-05-11 10:00:00								
嘉丽大赛pk赛最后一期	10000000+	400000+	2023-05-11 10:00:00								
遇见喜欢的人告白有多难	10000000+	300000+	2023-05-11 10:00:00								
舒淇也没逃过刘进	10000000+	200000+	2023-05-11 10:00:00								
脑子一点不转啊	10000000+	180000+	2023-05-11 10:00:00								
刘进上升起点	10000000+	150000+	2023-05-11 10:00:00								
嘉丽大赛2下厨搞内耗	10000000+	120000+	2023-05-11 10:00:00								
辣达人 完美之笔	10000000+	100000+	2023-05-11 10:00:00								
少爷和我二郎腿替身	10000000+	80000+	2023-05-11 10:00:00								
一言一策进大师	10000000+	60000+	2023-05-11 10:00:00								
嘉丽大赛2豪华阵容	10000000+	50000+	2023-05-11 10:00:00								
嘉丽大赛2豪华卡司	10000000+	40000+	2023-05-11 10:00:00								





席卷短视频社交平台，全网都在看二喜



抖音热榜 161个,快手热榜 132个

#一年一度喜剧大赛 抖音主话题播放量49.2亿

抖音热榜

热门 / 新鲜 / 多元

热点榜 娱乐榜 社会榜 挑战榜 地域榜

- 1. 二喜一夜爆红大喜乐
- 2. 快乐源泉大喜乐
- 3. 少爷和我吸血鬼篇
- 4. 少爷和我太上头了
- 5. 黄渤暖心探班喜剧大赛
- 6. 二喜一夜爆红大喜乐
- 7. 少爷和我吸血鬼篇
- 8. 少爷和我太上头了
- 9. 二喜一夜爆红大喜乐
- 10. 少爷和我吸血鬼篇
- 11. 少爷和我太上头了
- 12. 二喜一夜爆红大喜乐
- 13. 少爷和我吸血鬼篇
- 14. 少爷和我太上头了
- 15. 二喜一夜爆红大喜乐
- 16. 少爷和我吸血鬼篇
- 17. 少爷和我太上头了
- 18. 二喜一夜爆红大喜乐
- 19. 少爷和我吸血鬼篇
- 20. 少爷和我太上头了

快手热榜

热搜 文艺榜 社会榜 娱乐榜 地域榜

- 18. 少爷和我吸血鬼篇 799.0w
- 19. 少爷和我太上头了 622.3w
- 47. 黄渤暖心探班喜剧大赛 731.2w
- 51. 二喜一夜爆红大喜乐 621.0w
- 52. 二喜一夜爆红大喜乐 617.0w
- 53. 二喜一夜爆红大喜乐 616.0w
- 54. 二喜一夜爆红大喜乐 615.0w
- 55. 二喜一夜爆红大喜乐 614.0w
- 56. 二喜一夜爆红大喜乐 613.0w
- 57. 二喜一夜爆红大喜乐 612.0w
- 58. 二喜一夜爆红大喜乐 611.0w
- 59. 二喜一夜爆红大喜乐 610.0w
- 60. 二喜一夜爆红大喜乐 609.0w
- 61. 二喜一夜爆红大喜乐 608.0w
- 62. 二喜一夜爆红大喜乐 607.0w
- 63. 二喜一夜爆红大喜乐 606.0w
- 64. 二喜一夜爆红大喜乐 605.0w
- 65. 二喜一夜爆红大喜乐 604.0w
- 66. 二喜一夜爆红大喜乐 603.0w
- 67. 二喜一夜爆红大喜乐 602.0w
- 68. 二喜一夜爆红大喜乐 601.0w
- 69. 二喜一夜爆红大喜乐 600.0w
- 70. 二喜一夜爆红大喜乐 599.0w

飙升热榜

微博微博实时热榜

- 8. 二喜一夜爆红大喜乐第一季 4.0w
- 18. 二喜一夜爆红大喜乐 3.8w
- 34. 二喜一夜爆红大喜乐 3.6w
- 35. 二喜一夜爆红大喜乐 3.4w
- 36. 二喜一夜爆红大喜乐 3.2w
- 37. 二喜一夜爆红大喜乐 3.0w
- 38. 二喜一夜爆红大喜乐 2.8w
- 39. 二喜一夜爆红大喜乐 2.6w
- 40. 二喜一夜爆红大喜乐 2.4w
- 41. 二喜一夜爆红大喜乐 2.2w
- 42. 二喜一夜爆红大喜乐 2.0w
- 43. 二喜一夜爆红大喜乐 1.8w
- 44. 二喜一夜爆红大喜乐 1.6w
- 45. 二喜一夜爆红大喜乐 1.4w
- 46. 二喜一夜爆红大喜乐 1.2w
- 47. 二喜一夜爆红大喜乐 1.0w
- 48. 二喜一夜爆红大喜乐 0.8w
- 49. 二喜一夜爆红大喜乐 0.6w
- 50. 二喜一夜爆红大喜乐 0.4w
- 51. 二喜一夜爆红大喜乐 0.2w
- 52. 二喜一夜爆红大喜乐 0.0w

bilibili热搜

豆瓣热榜 34 个

国内口碑综艺榜

- 1. 二喜一夜爆红大喜乐
- 2. 二喜一夜爆红大喜乐
- 3. 二喜一夜爆红大喜乐
- 4. 二喜一夜爆红大喜乐
- 5. 二喜一夜爆红大喜乐
- 6. 二喜一夜爆红大喜乐
- 7. 二喜一夜爆红大喜乐
- 8. 二喜一夜爆红大喜乐
- 9. 二喜一夜爆红大喜乐
- 10. 二喜一夜爆红大喜乐
- 11. 二喜一夜爆红大喜乐
- 12. 二喜一夜爆红大喜乐
- 13. 二喜一夜爆红大喜乐
- 14. 二喜一夜爆红大喜乐
- 15. 二喜一夜爆红大喜乐
- 16. 二喜一夜爆红大喜乐
- 17. 二喜一夜爆红大喜乐
- 18. 二喜一夜爆红大喜乐
- 19. 二喜一夜爆红大喜乐
- 20. 二喜一夜爆红大喜乐
- 21. 二喜一夜爆红大喜乐
- 22. 二喜一夜爆红大喜乐
- 23. 二喜一夜爆红大喜乐
- 24. 二喜一夜爆红大喜乐
- 25. 二喜一夜爆红大喜乐
- 26. 二喜一夜爆红大喜乐
- 27. 二喜一夜爆红大喜乐
- 28. 二喜一夜爆红大喜乐
- 29. 二喜一夜爆红大喜乐
- 30. 二喜一夜爆红大喜乐
- 31. 二喜一夜爆红大喜乐
- 32. 二喜一夜爆红大喜乐
- 33. 二喜一夜爆红大喜乐
- 34. 二喜一夜爆红大喜乐



超高口碑全网称赞，带动喜剧生态发展

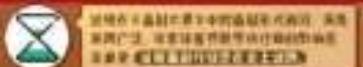


微博：年度十大品质综艺&年度十大人气综艺



全网关注，口碑热度双丰收

微博开分9.6分，今年综艺节目最高分



微博在手喜剧大赛中的高评分节目，赢得
家用户广泛好评，成为综艺节目行业新的风向标。

更多



豆瓣开分8.8
同类综艺TOP 1



一年一度喜剧大赛第二季，一批喜剧有才华的选手引起热议

高话题喜剧行人是怎样炼成的





好看的节目接连不断，深陷喜剧世界 爽极了！



《老张再见》二喜收官之作封神
赚足眼泪，人民网评高度赞扬
全网热评相关话题阅读量3亿



黄新淳先生 12-23
《再见老张》也太好看了
给大家推荐喜剧大赛某某某的《再见老张》太好了，真的！

张云龙mmc 12-18 18:00 黑布才北三



人物台词有梗有料



2

th

//

PART 2

京东&二喜名场面





以喜剧的方式做植入，用喜剧的语言与观众进行沟通，用
Ta所爱构建剧情场景，完成品牌沉浸式传播。

观众更爱看，传播更自然，效果更好！





100%

从数据结果看
执行効力名场面

”





权益有的放矢，精准高效释放京东利益点

- 紧跟节目排播变化，权益布局及时调整优化，实现对11.11/bigday/双旦营销活动利益点的集中释放；
- 本季溢出1期合作赛段+1次minitalk+5次优惠口令+4次作品情节植入+3次花式互动+72次Jingle~音效+N个包装权益，从权益数量及类型上全面增强合作效果，充分完成合作目标。

播出节奏	9月23日	9月30日	10月7日	10月14日	10月28日	11月4日	11月10日	11月11日	11月25日	12月9日	12月16日	12月17日
回报位置	第1期	第2期	第3期	第4期	第5期	第6期	第7期	第8期	第9期	第10期	第11期	第12期
创意短片					京东新百货		京东新百货	京东bigday		京东bigday		京东新百货
赛段合作							京东新百货· 我们的故事主题赛		京东新百货· 师哥师姐帮帮赛			
深度植入+tips					京东新百货		卖在1.11					京东新百货
产品使用+tips	京东新百货	运动		服饰	居家	美妆				京东bigday 京东热爱信赖		美妆
花口/minitalk	京东新百货				美妆口红	我好中意你	京东新百货	京东新百货祝 贺李诞生日		京东热爱信赖		京东新百货
固定环节	“逛京东新百货，总能选到中意的。下面是京东新百货，结果公布时刻”											
爆梗口令		用真心			财神敲门		东北话		哈是芒种 冷酸柠智取王世昌			
作品植入				京东	京东新百货*2							京东新百货
jingo音效	jingo音效贯穿节目内容/商务											
	双十一						bigday			双旦		



京东权益持续高频深度渗入内容，高溢出高回报

- 京东《一年一度喜剧大赛2》总权益完成率**919%**，共植入**23367秒**（不含角标）；
- 过程中**持续保持完成率溢出**，并且在第1/3/9/12期实现权益完成率超过**1000%**，实现品牌高频曝光。

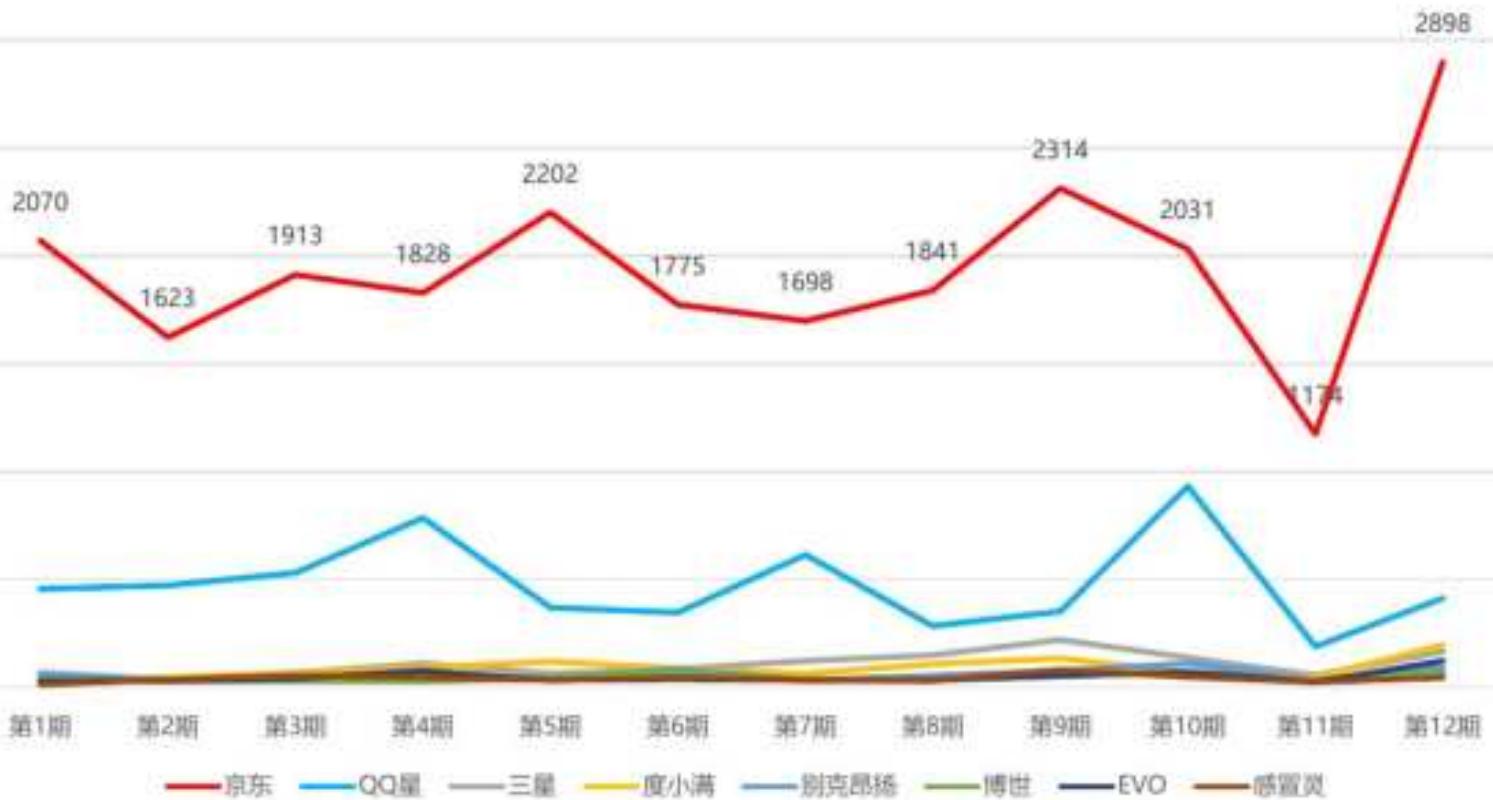
权益/时长(秒)	第一期	第二期	第三期	第四期	第五期	第六期	第七期	第八期	第九期	第十期	第十一期	第十二期	合计
内容植入	200	190	89	134	779	200	389	407	220	335	90	370	3403
包装植入	77	133	132	85	102	138	66	93	62	138	82	120	1228
舞美/露出总时长	1793	1300	1692	1609	1321	1437	1243	1341	2032	1558	1002	2408	18736
实际完成总时长(不含角标)	2070	1623	1913	1828	2202	1775	1698	1841	2314	2031	1174	2898	23367
权益完成率(不含角标)	1062%	832%	1023%	937%	925%	915%	682%	815%	1244%	875%	631%	1173%	919%





京东独家冠名地位不可动摇，全面压制其他身份

第1-12期各品牌权益对比 (单位: 秒, 不含角标)



赞助身份	合作品牌	权益秒数
独家冠名	京东	23367
联合赞助	QQ星	5749
首席特约赞助	三星	1284
联合特约	度小满	1068
行业赞助	别克昂扬	728
特别赞助	英特尔EVO	585
指定产品	博世	526
指定产品	999感冒灵	495





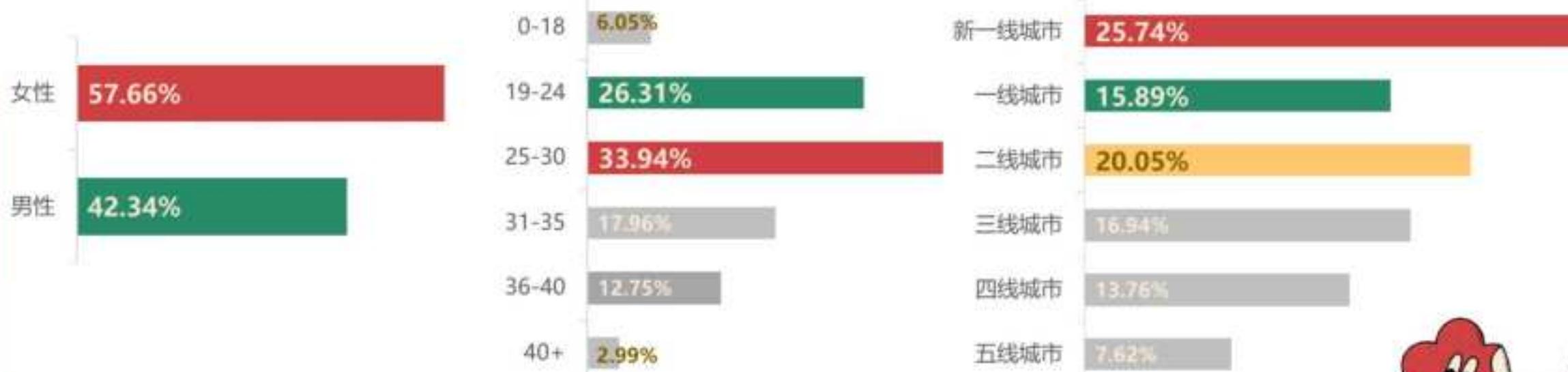
营销精准到位，锁定目标消费者沟通

观众群体年轻化/城市化/女性化，与京东及京东新百货目标年轻消费者高度契合

性别占比

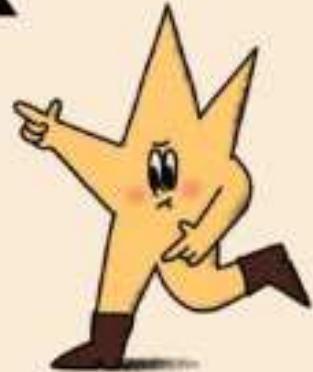
年龄占比

城市占比





”
把控执行过程
全面放大合作效果





舞美/露出构建京东主场，全程陪伴从未缺席

- ▶ 全季舞美/露出**18736秒**，完成率**1201%**，高频露出，强势夺目！
- ▶ 京东元素全面占据节目各个空间，灯箱/路牌/大屏/立牌/抱枕等等形式因地制宜融入节目现场，曝光效果不断强化！





包装权益样式繁多，品牌信息全面释放

全季花字75次，完成率268%，结合节目内容与商务植入，全面释放品牌信息。



全季特别包装20个，结合高分高光时刻显眼释放！





包装权益样式繁多，品牌信息全面释放



- 全季剧目**74次**，完成率247%，抢占喜剧节目开场，传播效果杠杠的
- 全季转场**21次**，完成率175%，醒目传神，直击观众眼球；
- 全季角标**29870秒**，完成率166%，跟随节目内容持续曝光。
- 溢出本期精彩包装，全季**408秒**，占据节目开场显著位置。



创新音乐植入，Jingle声声入耳，强化记忆效果

- > Jingle~音效与节目内容、商务植入强强结合，全季共溢出**72次**，持续高频释放京东声音；
- > 软性融入节目内容/商务权益，形成京东**固定声音时刻**，在台词、包装之外，以音乐的方式加深观众印象，强化商务权益效果。



内容结合：规则小片/内场转场/下半期跳转提示
商务结合：花口/minitalk/创意中插/深度植入/
产品使用/主持人口播/转场/标版





热爱与信赖，用喜剧的方式诠释到心坎里



靠谱的购物平台京东，用热爱回报热爱，
以实在的价格、商品、服务不负每一份热爱！



酷萌花式表白，靠谱的京东赢得
喜剧人的喜爱，值得万千信赖！





实在11.11，实在很精彩，全面引导站内加购

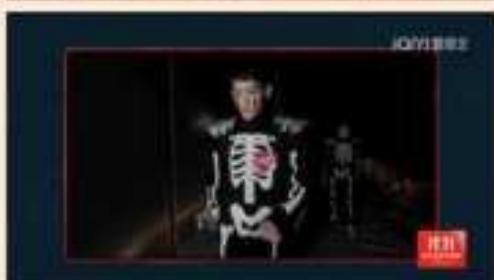
锁定**11.11**营销期第5678期，从预热到全面爆发，全链路宣传11.11活动利益点。



**11.11利益点逐一释放
一步步引导加购**



**深度植入打造《天台告白》番外篇
实在11.11，实在不容错过**

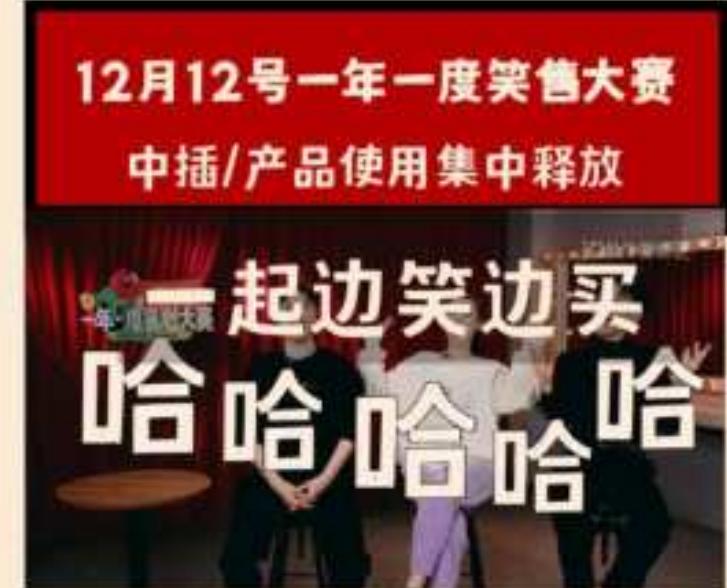


**11.11icon全面应用到角标/花字/tips等包装
反复提醒增强记忆**



1212号bidday，喜剧人喊你来看直播抢好货

12.12魔性曝光，反复引导观众双十二期间打开京东购物，洗脑式完成利益点曝光。





软性互动直接告白，京东京东就是好~



京东就是好~
喜欢京东~
只在京东买~





联动节目其他品牌，京东电商平台力满满





京东新百货目标回顾



“逛京东新百货 总能选到中意的”
全面曝光扎根观众脑海



持续认知教育

深刻理解为什么

“逛京东新百货 总能选到中意的”

直接引流站内

完成消费者加购行动，实现站内购买转化





京东新百货21993秒，彻底融入节目内容

京东新百货植入权益完成率**751%**，曝光时长超越QQ星**近3倍**；
京东新百货借助3次中插+2个深植+6个产品使用+5个口令，全面解决【认知诠释与站内引流】。



认知建立

京东新百货全面露出，持续吸引眼球

7/8/9/11期，京东新百货立牌全面占据导师位



京东新百货立牌包揽导师采访间，溢出二现场摆放



超级符号广泛应用节目包装及露出，激发观众记忆





认知建立

19个剧目融入京东新百货元素,亮相巧妙精彩





认知建立

京东新百货化身喜剧情节，猝不及防记住了



《警察和我之蛇我其谁》
决赛出圈作品巧妙融入

—你懂的时尚，就是你到底是谁?
—九点下班哈，是京东新百货，你得接
总能选到中意的！



—不愧是在京东新百货买的
—质量也好棒呀！

第12期 少爷和我作品《《警察和我之蛇我其谁》》

第5期 《一个聚会》《小猪归归归》



认知诠释

73次口播贯穿全季 疯狂诠释品牌slogan

“逛京东新百货 总能选到中意的”

全面融入主持人口播/中插/产品使用/固定环节等等，反复口播洗脑，植入观众脑海！





认知诠释

将中意进行到底，京东新百货 我好“中意”你

围绕品牌理念“中意”关键词，设计软性互动/包装植入/道具互动，击穿用户心智，强化新百货与“中意”的关联感。





认知诠释

京东新百货主题赛段，由表及里灌输品牌理念

主题赛段minitalk
京东新百货中意好物带来中意好生活



22次京东新百货报幕，
高频强化观众记忆



小组选队/主题赛包装/无聊露出显眼夺目





认知诠释

花式互动笑进脑海里，深刻认知京东新百货

开篇诠释**京东新百货**
涵盖5大品类打好认知基础



李诞生日 爆笑调侃互动
借机带来**京东新百货**



决赛收官结合礼遇季
再次诠释**京东新百货**





认知诠释

创意中插构建消费场景，观众拍手叫好

构建京东新百货 Shopping Mall

少爷和我倾情演绎，精彩幽默引发弹幕狂欢感谢



5番短平快节奏演绎京东新百货5大品类新奇特爆款

以产品诠释诠释京东新百货





认知诠释

深度植入带来品类好物，直接选到中意的

11.11深植搭建京东新百货大楼场景
5大品类好物轮番上阵

双旦礼遇季，限定好礼总有中意的





认知诠释

选大牌正品美妆，逛京东新百货



导师唇印盲猜互动
大牌美妆大放光彩



某某某/少爷和我演绎美妆产品使用，大牌美妆接连出镜



678期集中释放美妆利益点
主持人口播+口播提示条高
频提及



认知诠释

选大牌正品美妆，逛京东新百货

大牌护肤美妆轮番植入，护肤彩妆应有尽有，引导观众站内加购！



2支中插 第1期产品使用 第5/12期深度植入



认知诠释

选家居家装，享省心服务，逛京东新百货

第5期打造居家专场，产品使用+主持人口播+口播提示条集中释放居家利益点



第5期口播提升条



第11期口播提升条

第5期口播

第11期口播



认知诠释

选家居家装，享省心服务，逛京东新百货



打造居家“导师休息间”
跟随明星导师，沙发/灯等产
品全面露出！



围绕居家场景及爆品，全面融
入2支中插，及第1期产品使用，
第5期/12期深度植入，输出品
类利益点！



认知诠释

新款冬装，科技保暖，逛京东新百货

第4期打造服饰专场，土豆吕严进化论后收好礼
马老师口播反复强调“换新冬装 逛京东新百货”



第3期口播



第4期口播



第4期口播提示条



认知诠释

新款冬装，科技保暖，逛京东新百货

精选服饰新奇特爆品，在2支中插/第1期产品使用/第5、12期深度植入中闪亮出现，艺人选手上身演绎，传递新款时尚概念！





认知诠释

玩专业运动装备，逛京东新百货

第2期围绕十一假期打造露营主题，整季通过专业运动装备植入中
插/深度植入/产品使用，全力塑造专业运动形象！





认知诠释

选奢品腕表，享正品保障！

主持人口播反复诠释，创意中插/深度植入/产品使用等真实产品出镜，
大牌奢品腕表，正品低价保障！





认知诠释

实时弹幕微博讨论热度好评双丰收

这个广告真有创意 ❤ 344

这段我来回看了十遍

感谢金主

这种广子才好评啊[doge] ❤ 275

广告可以哈哈哈 ❤ 361

这段我可以看好几遍 ❤ 141

感谢金主爸爸 ❤ 43

一上来就是咱们鑫华！感谢金主爸爸！

感谢广告爸爸的大力支持 ❤ 1541

我爱小剧场 ❤ 131

你怎么知道我会认真看他们的广子 ❤ 44

牛蛙这个箱子

你要放这个那我不得全程看完

爱尔威是吧，安利到我了

是懂流量的 ❤ 160

土豆拍skii笑死了 ❤ 233

广告还挺好笑哈哈哈 ❤

12月09日 20:35 来自 iPhone客户端

iPhone客户端

这个周五，还好有京东的少爷和我广告

度喜剧大赛，别人给发了@我是鑫仔
不知悔改 鲍鑫和折花@张哲华1649 的京东广告，看得俺津津
有味...
可恶，我明明对广告过敏的，怎么今天却~

10月28日 23:40 来自 iPhone客户端

少爷和我给京东新百货拍的广告真不错啊，贴人设、贴剧情、调性统一、运镜成熟。

10月10日 13:05 来自 novale_3200W客户端

妈呀，嘉跟人的广告都这么搞笑吗？少爷和我的京东广告看的太乐呵了哈哈哈，希望双
人商务多来点

10月30日 19:33 来自 iPhone客户端

少爷和我的广告都好好看

10月11日 12:00 来自 iPhone客户端

看《再见老婆》觉得蛮逗了。
太喜欢一年一度喜剧大赛了！
每个小队都很好！
赵薇想感谢京东！

10月28日 23:07 来自 vivo X27

这期最佳我选少爷和我给京东拍的广告

看着人家金主爸爸！！！

拍的这个好！！！

一分多钟秒杀全部节目

10月13日 21:40 来自 iPhone客户端
感谢广告小时的一年一度喜剧大赛看完，又笑又哭，又哭又笑，情
于激动，看泪流满面。
笑的作品都挺深刻，实至名归第一。
和我是成功的CP，实至名归并列第一名。
热天放，永远奔真永远好兄弟。
实至名归并列第一名。
一年一度喜剧大赛
不负每一分热爱的京东



引流加购

喜剧爆梗成专属优惠口令，玩转喜剧互动

锁定高分喜剧节目中的爆梗，既有记忆度又有传播热度，将其直接变成京东新百货优惠口令，引导观众站内领取超大优惠，加购京东新百货产品。

第2期 用真心

锁定高分喜剧节目中的爆梗，将其直接变成京东新百货优惠口令，引导观众站内领取超大优惠，加购京东新百货产品。

搜索口令：用真心这个口令哦

第5期 财神敲门

锁定高分喜剧节目中的爆梗，将其直接变成京东新百货优惠口令，引导观众站内领取超大优惠，加购京东新百货产品。

搜索口令：搜索财神敲门

第7期 东北话

锁定高分喜剧节目中的爆梗，将其直接变成京东新百货优惠口令，引导观众站内领取超大优惠，加购京东新百货产品。

搜索口令：搜索东北话

第9期 啥是芒种

锁定高分喜剧节目中的爆梗，将其直接变成京东新百货优惠口令，引导观众站内领取超大优惠，加购京东新百货产品。

搜索口令：搜索啥是芒种

第9期 冷酸柠智取王世昌

锁定高分喜剧节目中的爆梗，将其直接变成京东新百货优惠口令，引导观众站内领取超大优惠，加购京东新百货产品。

打开京东APP *
搜“冷酸柠智取王世昌”
优惠福利等你来拿



引流加购

满减优惠利益点，超直给引导观众加购

结合站内营销活动利益点，口播/包装/植入**反复高频提及**，
一次次加深印象，引导打开京东APP加购中意好物。





引流加购

中意笑售福利官引导观众边买边笑

在收官之际，利用京东新百货颁奖时刻，邀请冠军小队成为“**中意笑售福利官**”，带领观众边笑边买，赚足眼球的同时，持续吸引观众点击京东新百货！





引流加购

由品牌到京东新百货，中意好物直观导购

京东新百货合作品牌，以产品使用/深度植入/中插/剧目道具/演员服饰等多方式
进入到节目内容中，直观引导观众购买站内同款好物！

波司登
畅销全球72国

ARROW
箭牌卫浴

CASIO

SK-II

UNDER ARMOUR

MOBI GARDEN

ANTA

SPALDING

Kkeep

Full of Hope
希望树

富安娜
FUANNA

ARROW 箭牌

九牧
JOMOO

朱炳仁·铜
百年铜艺世家

OLAY

HAZZYS
EST. 1928

蕉内

KALA•Y
卡拉羊

SWAROVSKI

ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

LANCÔME
PARIS

Kiehl's

L'ORÉAL
PARIS
巴黎欧莱雅

乌丫
UOOYAA

CHUU
ONLY.

 **TANGSHI** 唐狮

JACK&JONES

abyb
CHARMING


Dickies



3th

PART 3

其他品牌合作梳理



J



主打精英概念，DHA纯牛奶原生营养

- 全季权益时长**5749秒**，围绕QQ星DHA纯牛奶进行宣传，定制QQ星嘉宾帮帮赛，集中宣传利益点**【精英】**；
- 创意中插拍一播三，第3/4/10期播出，由某某某组合进行演绎，将QQ星与**“精英”**紧密联合在一起；
- 深度植入强调QQ星牛奶的核心元素**“DHA”**





主打精英概念，DHA纯牛奶原生营养



- 导师席桌摆固定两个席位露出，第二现场有大量桌摆露出；
- 包装权益核心在花字、下期预告以及选手上场时的特殊包装体现；
- 口播配合产品饮用，发挥实体产品优势。

手机随心折，快乐不打折，折叠屏手机开拓者三星



创意中插由少爷和我&小婉管乐，肢体动作体现折叠特性



产品使用



深度植入



特别催场环节



露出



桌摆



花字



生意资金要周转，靠谱就找度小满



中插



深度植入



产品使用



特别催场环节



露出



花字



标板



双屏互联，畅爽体验的都市SUV别克昂扬



深度植入



花字

候采间桌摆

口播

口播提示条



加速进化的超能轻薄本英特尔EVO



BOSCH



博世

让生活自在，说不定代替屋里所有人



花字



候采间桌摆



口播



口播提示条



植入



片尾彩蛋

999 感冒灵

暖暖就有好心情，感冒就用感冒灵



桌摆



花字



口播提示条



口播



产品使用



产品



4th

II
PART 4

星联星级服务



全程跟踪服务，实时沟通优化效果

节目拍摄						
录制日期	录制赛段	主题赛制	明星嘉宾	播出期数	上线时间	服务内容
8月13、14日	第一赛段	初舞台	马东/黄渤/于和伟/李诞/那英	EP01、02、03	9月23日、9月30日、10月7日	
9月8、9日	第二赛段	有你没我1V1PK赛	马东/黄渤/于和伟/李诞/舒淇	EP04、05、06	10月14日、10月28日、11月4日	
10月3日	第三赛段	京东新百货 我们的故事主题赛	马东/黄渤/于和伟/李诞/马丽	EP07、08	11月10日、11月11日	①物料设计制作采购，持续新增优化
10月4、5日	中插拍摄					
11月5日	第四赛段	师哥师姐合作赛	马东/黄渤/李诞/ 蔡明/大张伟	宋木子/蒋龙/王皓/史策/ 孙天宇/蒋诗萌	EP09	11月25日
		QQ星嘉宾帮帮赛		锤娜丽莎/张远/臧鸿飞/ 董宝石/谢楠/烧饼	EP10	12月9日
11月10日	饭局真人秀		马东		EP11	12月16日
11月29日	第五赛段	决赛+颁奖典礼	马东/黄渤/于和伟/李诞/徐峥/陈正道/宁浩		EP12	12月17日



全程不间断物料设计制作，100+种物料强化植入效果

- 提供**100+物料形式** 满足露出摆放/作品植入/商务拍摄/后期包装等多种曝光方式，并且结合露出场景实时更新，全方位强化植入露出效果；
- 与节目组沟通，争取露出效果最大化，大量新百货相关物料露出，加深观众印象。

节目露出&作品植入物料



包装物料



商务拍摄物料





以高溢出为标准，全面优化植入效果



1-产品使用



4期服饰



5期美妆



6期居家



10期



11期

权益谈判与争取 溢出合作赛段/minitalk

针对节目排播等变化，力争权益谈判，
溢出第9期合作赛段及minitalk

舞美露出全面强化 额外争取露出空间和机会

溢出二现场摆放
创意中意折扇，深得导师喜爱
紧盯新百货释放区上线效果，不断要求增加镜头

深化植入脚本 时长超高溢出

产品使用堪比深度植入，创意中插超2倍溢出



充分记录录制情况，实时跟进权益完成状态

- 录制过程中全程记录拍摄情况包括作品简介、爆梗，每次录制均有场记输出，引导后续权益释放；
- 记录权益拍摄情况，实时核对权益信息，保证权益的释放。

0813第一次录制

序号	作品名称	作品类别	时长	导演	场记	备注
1	作品A	喜剧	100	张伟	0813-01	作品A场记
2	作品B	喜剧	100	王强	0813-02	作品B场记
3	作品C	喜剧	100	李雷	0813-03	作品C场记
4	作品D	喜剧	100	宋丹丹	0813-04	作品D场记

0908第二次录制

1003第三次录制

序号	作品名称	作品类别	时长	导演	场记	备注
1	作品E	喜剧	100	张伟	1003-01	作品E场记
2	作品F	喜剧	100	王强	1003-02	作品F场记
3	作品G	喜剧	100	李雷	1003-03	作品G场记
4	作品H	喜剧	100	宋丹丹	1003-04	作品H场记

1105第四次录制

1129第五次录制

- 《一年一度喜剧大赛2》第一次录制场记0817.pptx
- 《一年一度喜剧大赛2》第二次录制场记.pptx
- 《一年一度喜剧大赛2》第三次录制报告及中插拍摄场记.pdf
- 《一年一度喜剧大赛2》第四次录制场记.pptx
- 《一年一度喜剧大赛2》第五次录制场记.pptx





及时跟进商务权益，全程保障京东权益

- 脚本创意阶段持续沟通增加植入深度，对拍摄所需物料进行整理，后期阶段实时跟进修改意见，保证商务权益的最优化；
- 中插拍摄过程进行跟拍，实时反馈记录拍摄状况。

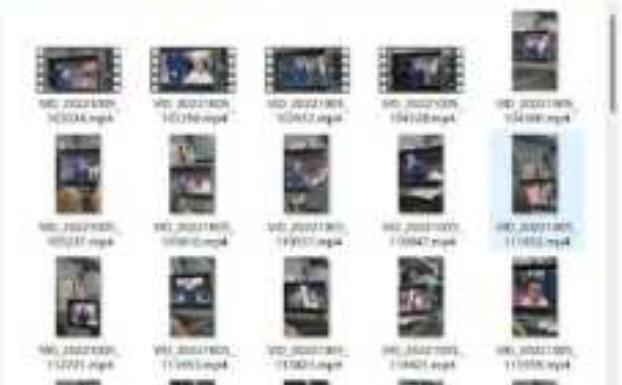
一年一度喜剧大赛	京东产品使用图
场景设置：采访间	拍摄时间：第一次拿到剧本
拍摄对象：制作组（搜狐）	京东产品品类：家电
京东客服送礼盒产品：厨房灯、野餐垫、飞盘	商务节点及样片审核
商务节点及样片审核	
PD1：选手们很想感谢你们，大家在京东新视觉上给你们送了一张礼盒 制作组听后很感动，打开的时候被感动到流泪（鞠躬致谢后退） 打开礼盒，里面是一些漂亮的餐具和一张美丽的卡片	【卡片内容】：感谢你的支持，感谢你的帮助。我们非常期待和你合作 感谢你！希望你继续支持我们。祝福你！祝你幸福快乐！ 制作组：“感谢你们可以来上这次比赛非常感谢” 制作组：“感谢你们可以来上这次比赛非常感谢” 感谢你们从礼盒中拿出餐具：“确实很开心” 感谢你们：“玩有奖励的嘛，喜欢乐极智，还能去到中意的”

一年一度喜剧大赛	京东产品使用图
拍摄时间：第一次拿到剧本	商务节点及样片审核
拍摄对象：制作组（搜狐）	京东产品品类：家电
京东客服送礼盒产品：厨房灯、野餐垫、飞盘	商务节点及样片审核
商务节点及样片审核	
PD1：选手们很想感谢你们，大家在京东新视觉上给你们送了一张礼盒 制作组听后很感动，打开的时候被感动到流泪（鞠躬致谢后退） 打开礼盒，里面是一些漂亮的餐具和一张美丽的卡片	【卡片内容】：感谢你的支持，感谢你的帮助。我们非常期待和你合作 感谢你！希望你继续支持我们。祝福你！祝你幸福快乐！ 制作组：“感谢你们可以来上这次比赛非常感谢” 制作组：“感谢你们可以来上这次比赛非常感谢” 感谢你们从礼盒中拿出餐具：“确实很开心” 感谢你们：“玩有奖励的嘛，喜欢乐极智，还能去到中意的”



深悟反馈：	小蜜蜂
深悟反馈	
1. 想翻那句：“找	
2. 这次植入产品作	
品而礼盒	
3. 保留怀头盒、手	
4. 需要加一个所有	
5. 红色群句话：“这	
6. 日限定礼盒、私人	
7. 实惠新年礼。让你	

深悟反馈：	小蜜蜂
深悟反馈	
1. 想翻那句：“找	
2. 这次植入产品作	
品而礼盒	
3. 保留怀头盒、手	
4. 需要加一个所有	
5. 红色群句话：“这	
6. 日限定礼盒、私人	
7. 实惠新年礼。让你	



分镜对应实际拍摄



分镜对应实际拍摄



节目上线实时监播，监督上线效果完成情况

- 12期监播报告从节目表现、京东权益梳理以及其他品牌权益等三个方面，具体细致监播各品牌权益情况，实时反馈权益完成情况，实现权益释放的最大化；
- 对其他品牌关注及拦截，防止出现权益倒挂的现象；**针对第4期权益上线敞口，争取替片保证京东权益效果。**

EP01 2022/

EP02 2022/

EP03 2022/

EP04 2022/

EP05 2022/

EP05 Image

EP05 Screen

京东《一年一度喜剧大赛2》第5期监播.pptx

京东EP05-京东喜剧2 权益秒数 1028.xlsx

EP04京东客户问题反馈1017(2)(f).docx

W

针对第4期权益上线敞口。节目组研判的答复=辛苦大家看秀~

第五期监播方案

其他客户权益梳理



做好产品管家，全程呵护新百货合作产品

- 从前期植入产品盘品，产品寄出收货核对，到拍摄前前期整理摆放，到后期收回寄出，全程跟踪服务妥善保管。

提前盘品/摆放露出



物料回寄



次次拍摄整理盘品，保证产品安全

类别	名称	状态	操作
家居	家居用品	已审核	查看详情
美妆	美妆用品	已审核	查看详情
服饰	服饰用品	已审核	查看详情
其他	其他用品	已审核	查看详情
家居	家居用品	已审核	查看详情
美妆	美妆用品	已审核	查看详情
服饰	服饰用品	已审核	查看详情
其他	其他用品	已审核	查看详情



做好产品管家，全程呵护新百货合作产品

- 针对服装赞助品牌，整理上线穿戴效果反馈
品牌方，并对产品进行寄送。



京东新百货合作作品类产品

京东新百货合作品牌产品

京东新百货合作作品类产品

京东新百货合作品牌产品

商品 评价 售后 活动

京东&喜剧 开花&结果

深扎喜剧土壤， 沉淀京东喜剧力量

- ✓ 通过二季深度合作，将京东植入打造成一个个喜剧内容，含喜剧浓度爆表！
- ✓ 搭载喜剧基因，持续沟通Z世代年轻群体，转化新用户，深化老用户，沉淀内容资产！



突破与创新， 全面升级娱乐营销效果

- ✓ 突破平台对招商品牌限制，口播/包装/露出全面呈现，京娱计划充分落地
- ✓ 创新立体营销体系，从理念到产品到引流，全面拦截消费者，全面提升平台打开与加购频次！





谢谢！

