

## 吕 Ryo 一路呵护《妻子的浪漫旅行》，甜化人心

广告主：吕 Ryo

所属行业：日化类

执行时间：2018.08.29-11.21

参选类别：视频内容营销类

### 营销背景

芒果 TV《妻子的浪漫旅行》刷屏啦，治愈力超强，带来无限温暖。整个节目没有一味的秀恩爱撒狗粮，真实的表现，走心的议论探讨，让大家看见婚姻中的苦，更发现婚姻的甜。

在国内离婚率逐年提高的大背景下，节目聚焦 4 对不同婚龄夫妻的婚恋现状，首创了夫妻隔空对话新模式。妻子团在旅行地释放自我，丈夫团则留守棚内观察，夫妻通过跨时空交流重新认识彼此。节目用不同夫妻的婚姻态度来反应社会不同类型婚姻状态，让观众找到与自身感情相契合的共鸣点，不仅传递了正确的婚恋观，也展现了新时代女性独立、强大的一面。

### 营销目标

《妻子的浪漫旅行》作为一档夫妻观察治愈节目，稀缺的节目资源搭配芒果 TV 优质平台为合作品牌提供最大营销加持力，吕 Ryo 以女性受众为主的天然契合，品牌营销传播浑然天成，品牌广告主也希望随着节目持续热播，获得更多认知和广告回报。

节目用大众喜闻乐见的形式讲述了不同夫妻之间的家长里短，精准戳中了女性受众内心的痛点和焦虑，似乎都可以在节目看到自己的日常身影。节目组希望通过节目，呈现给观众们，夫妻相处中遇到的各种问题以及解决办法，在日常生活中更具有现实意义、引人深思，从而使品牌跟随节目带来更多讨论和裂变，吕 Ryo 陪伴《妻子的浪漫旅行》一整期节目，借助优质平台和现象级内容，体现出品牌理念和增加用户粘度。

### 策略与创意

《妻子的浪漫旅行》采取的是户外+棚内观察的叙事语态，营造出一种朴实的治愈感，虽身处烟火气的生活中，美好的事情也正在平行时空发生着，妻子旅行丈夫观察的模式也为节目增添了更多看点。节目更多的是讨论夫妻的相处之道，而节目中四组家庭的妻子和丈夫，分别代表着不同的婚姻状态，以及拥有着各自的夫妻相处之道，颇具代表性。

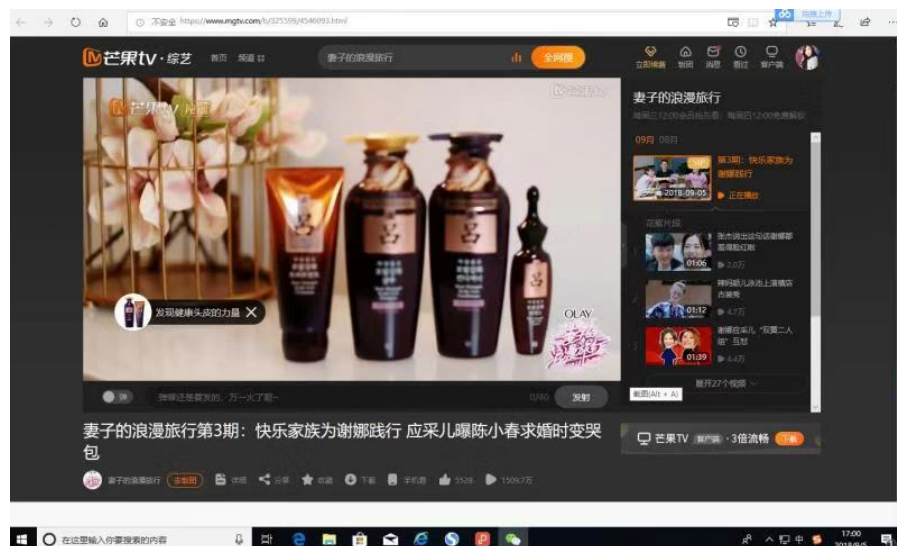
吕 Ryo 作为倾情支持的合作伙伴，一路和几位美丽优秀的妻子相随，给她们“强韧”的呵护，替老公为她们带去关怀，留下一个个无比美好的瞬间。搭配灵犀、原创贴等多元呈现显示让品牌与内容话题连接更加自然，诸多品牌交错平衡守护浪漫旅行，巧妙传递品牌调性，照顾用户观看体

验的同时，针对用户需求进行品牌植入，打通女性朋友化妆、洗发护发等物质需求和精神需求，让品牌与内容深度融合精准渗透目标群体。

## 执行过程/媒体表现

<https://www.mgtv.com/b/55617/5069885.html>

节目合作伙伴【紫吕】滋养韧发密集强韧系列，让妻子们在旅行中，收获更多美好，在节目中以各种各样的方式呵护妻子们。除了传统硬广呈现，在场景和内容植入上，节目充分考虑平衡各个合作品牌出镜的可能性，在妻子团休息酒店、丈夫团观察室、“懂事会”观察室等各种背景环境中放置吕 Ryo 等合作品牌产品，通过与场景融合的模式和合理的布局与设计，提高了产品和节目场景、内容的粘着性。



情景一：

节目拍摄奔波劳碌，终于到了入睡时间，镜头下的妻子们无论何时都颜值满分，紫吕深入滋养，呵护头皮健康，让妻子们秀发根根强韧，开心旅行。



情景二：

颖儿“教科书”式教程，盈亮秀发离不开健康头皮护理，强韧从头皮至发梢，焕活秀发丰盈强韧。



给头皮做个放松操，舒适清爽心旷神怡，健康头皮带给头发更加强韧的力量，让秀发柔顺飘逸



情景三：

论拍照的正确方式就看应采儿，丰盈秀发随时撩起，时尚大片一秒拗出，360度无死角的采儿没有最美只有更美，百拍不厌，拍照瞬间见证闺蜜情谊



闺蜜情友情爱情，欢笑互怼眼泪，人生之“吕”，如此滋味丰富，这一场吕 Ryo 陪伴妻子们的旅行，美好多到溢出了屏幕，只是看着就能暖一冬天。



## 营销效果与市场反馈

芒果TV夫妻观察治愈节目《妻子的浪漫旅行》收官之际，超高热度蔓延至暖冬，从数据上来看，《妻子的浪漫旅行》各项指标都是毫无争议的爆款，特别是在播放量、话题发酵、口碑、广告等方面，表现抢眼。#妻子的浪漫旅行# 微博话题阅读量突破**58.5亿**、讨论人数**326.8万**，平台总播放量破**20亿**，四对不同夫妻之间的婚姻爱情故事也牵动着亿万网友的心。

### -喜提热搜王-

总播放量破20亿；占骨朵 艺恩等各大网综播放量榜单 TOP1；喜提微博 抖音 头条 知乎 百度 各大榜单 60余次热搜；小红书网友产出1800+文章 网友狂推荐。

微博话题阅读量58亿+；微博讨论327万+；十次登顶热搜第一名；热搜40次+。



## 刷爆抖音，二次传播无限！

频上抖音热搜，抖音同名话题播放，超 6.1 亿

百度指数最高飙升到 148,990；近 7 天，百度指数整体环比增长 71745%。豆瓣口碑领跑同期其他综艺，豆瓣评分 7.2。



## 主流媒体加持 大V安利不断

节目一播出，立刻传递着社会正能量，大V纷纷发稿，安利不断；二次传播一片火热，人民网、新华网、传媒内参等，点名表扬，节目尽显和谐气氛。无数热门话题引爆网友大规模探讨，《光明日报》、《广州日报》等权威媒体点赞叫好，全网迎来“老地方”、“公开信大考”，可谓口碑与热度双丰收。