

## 晚安电台——从晚安到心安，每一夜好梦都有慕思陪伴

- ◆ 品牌名称：慕思集团
- ◆ 所属行业：家居
- ◆ 执行时间：2024.03.05-04.30
- ◆ 参选类别：家居类

# 线下快闪活动视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

[https://m.weibo.cn/status/5014680243800766?sourceType=weixin&from=10E9195060&wm=9006\\_2001&s\\_channel=4&s\\_trans=1892070062\\_5014680243800766](https://m.weibo.cn/status/5014680243800766?sourceType=weixin&from=10E9195060&wm=9006_2001&s_channel=4&s_trans=1892070062_5014680243800766)

## ● 背景&目标

# 失眠成为国民级健康难题

## 其中「情绪」成为影响睡眠的重要因素

焦虑

报复性熬夜

emo

精神内耗

情绪稳定

心累

破防

45%

存在[睡眠问题]  
的用户占比

57%

认为[情绪困扰]造成的最大影响  
就是[睡眠变差]的用户占比

86%

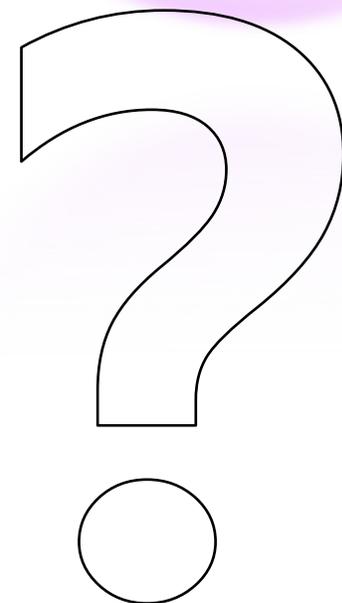
认为睡眠与情绪相互影响  
的用户占比

## ● 背景&目标

床垫市场**同质化竞争**愈发严重

慕思如何聚焦**情绪助眠**打造**差异化传播**

切实地走进**消费者日常生活**，改善睡眠问题



## ● 背景&目标



### 消费者满意

让慕思走进消费者的日常生活，建立高频且持续的品牌沟通，通过满足用户的情绪需求，改善睡眠质量；



### 全平台声量

整合跨平台资源，不止局限于单一媒体，号召更多消费者关注“情绪睡眠”，打造全网传播声量；



### 精准化触达

精准渗透慕思目标用户的睡前场景，强化慕思高端品牌调性和情绪助眠心智；

● 洞察&策略

# 慕思晚安电台

从晚安到心安的旅程

*Good Night*

DeRUCCI 慕思  喜马拉雅

慕思集团  
硬件助眠

慕思集团携手喜马拉雅，通过[硬件+内容]联动  
共创[晚安电台]，打造情绪助眠新场景

喜马拉雅  
内容助眠

● 洞察&策略

# 慕思晚安电台

从晚安到心安的旅程

*Good Night*



[慕思·晚安电台]——一档聚焦情绪助眠的睡前陪伴电台

情绪助眠听单 | 精选喜马拉雅头部IP组建3大内容听单

情绪助眠课程 | 联合睡眠大使定制助眠节目

3.05(电台上线)

3.11(白皮书发布)

3.15(北京线下快闪)

3.20(品牌发布会)

长线传播

长线流量引入

喜马拉雅助眠频道+搜索品牌专区

行业权威背书

睡眠白皮书发布

品牌发布会官宣

节点活动运营

北京SKP快闪活动

睡眠日平台运营活动

全网资源宣发

微信&微博&小红书&主流媒体PR&户外资源

# 媒介&执行 [晚安电台]内容构成

## 3.5上线[晚安电台]专区，定制情绪助眠听单

### 基于用户睡前收听数据，定制三大内容类别满足情绪需求

#### 人文助眠

在文化乐园里，找寻好梦良方

#### 心灵疗愈

揽世间温柔，酣然入梦

#### 空灵舒眠

聆听天籁，把大自然搬到枕边

《钱文忠讲佛教十三经》



《张双南·物理与宇宙》

《梁文道读书》



《蒋勋：中国文学之美》

《抖森读诗》



《3D大自然睡前曲》



《3D大自然音效》



获得感

治愈感

松弛感



# 媒介&执行 [晚安电台]内容构成

## 精选头部内容植入慕思晚安问候，陪伴每一晚睡前时光

### 基于三大内容分类动态更新热门节目，植入慕思晚安问候彰显品牌关怀



点击试听  
晚安电台  
抖森读诗片段

# 媒介&执行 [晚安电台]内容构成

## 联合[睡眠大师]定制情绪助眠课程——《睡觉》

### 邀请喜马头部睡眠专家梁冬，定制节目分享情绪助眠的技巧

中药西药，我就是相信睡觉，道教佛教，我还是相信睡觉

修行的“定”与“观”

用现在改变过去

从天地间寻找改善“入睡难”和“早醒”的良方

梦与生命的潜意识

人生本苦，不健康才是常态

## 用国学里的人生智慧，解答中国式睡前焦虑

### ——[慕思·晚安电台]重磅定制节目《睡觉》



# 媒介&执行 [晚安电台]长期入口

## 绑定喜马拉雅助眠频道开通固定入口，打造沉浸式睡前场景围栏

### 以喜马拉雅助眠频道作为流量池，开设[晚安电台]专属引流位长线触达助眠用户



全方位品牌元素植入助眠频道，营造沉浸式助眠体验



# 3.11联合艾瑞重磅发布情绪助眠白皮书，为电台提供理论依据

## 基于国民健康睡眠大数据，三方联合发布《2024情绪与健康睡眠白皮书》

围绕“情绪助眠”提出音频为用户提供**获得感**、**松弛感**、**治愈感**3大情绪价值，与[晚安电台]内容构成相呼应，提供专业的理论依据和数据支撑；



### 助眠、舒缓的轻音乐，愉悦、放松的流行歌曲深受大家喜爱

在有睡眠困扰的用户中，大家最常听的音频是舒缓、放松的音乐类，占比达87%；受访者表示轻音乐、雨声等自然音能让自己静下心来，睡得更安稳。

**你入睡前听的音频内容类型是？**

音乐类 (流行音乐、轻音乐等)	故事听书类 (小说、童话等)
87%	48%
人文哲思类 (哲学、文化等)	相声评书类 (流行音乐、轻音乐等)
28%	19%

### 喜马拉雅APP2023年音乐类内容夜间播放TOP10

1	总有这样的歌只想一个人听
2	《夜色钢琴曲》
3	持更   生活中好听的自然音
4	今夜不失眠的催眠曲【催眠曲拥有婴儿睡眠】安眠到天亮
5	50首钢琴摇篮曲 摇篮曲月亮摇篮曲河
6	重度失眠 一听就困 8小时深睡
7	雨声催眠 大自然的声音 自然声音 白噪音
8	枕边助眠音乐   睡得饱饱的 起得早早的
9	3D大自然环境音效   超高清的采耳体验 身临其境的绝佳体验
10	大自然治愈纯音乐   深度放松 助眠减压 清除负能量

看视频、听音乐给用户提供了哪些“情绪价值”？

**情绪价值**

- 陪伴感：支持、安心、排解寂寞
- 放松感：舒缓、愉悦、缓解焦虑

喜马拉雅

- 2023年，喜马拉雅APP睡前场景活跃用户日均收听时长达1.32小时，同比2022年增长3.9%。
- 以喜马拉雅为代表的音频类APP通过多元化内容，逐渐成为当代国民解压疗愈的“精神栖息地”，照见每个时节的睡眠情绪。
- 在居家休息、夜间失眠等场景，满足人们在睡前的三大核心情绪诉求：**获得感、治愈感、放松感。**

来源：艾瑞咨询2024年2月线上用户调研 N有睡眠困扰的用户=1455；2023国民收听趋势白皮书

## ● 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

### 3.15搭建[晚安电台]北京SKP快闪，打造睡眠主题网红打卡点

通过创意搭建形式和互动体验，强化用户对电台情绪助眠的心智，形成线下联动



# 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

## 联合喜马拉雅&小红书达人，参与快闪线下打卡助力全网发酵



喜马拉雅围绕活动和情绪助眠定制节目



打通主播微博平台社交传播



跨界联动小红书达人资源线下打卡



## ● 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

### 3.20喜马高层出席慕思品牌发布会，分享[晚安电台]的价值和意义

宣传【晚安电台】，讲述电台价值和意义



战略合作官宣，强化情绪和助眠的关联



# 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

## 3.21上线睡眠日主题活动，发起互动话题线上长期发酵

喜马拉雅站内发起节点活动为[晚安电台]引流，号召主播和用户参与睡眠话题



# 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

## 电台打通[喜马拉雅+微信]双端传播，跨生态联动开拓更多收听场景

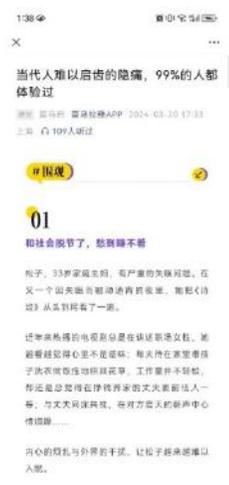


# 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

## 依托[喜马拉雅核心硬广+社媒资源+主流媒体PR]全平台发声



喜马拉雅核心硬广资源引流



喜马拉雅官方社媒资源传播

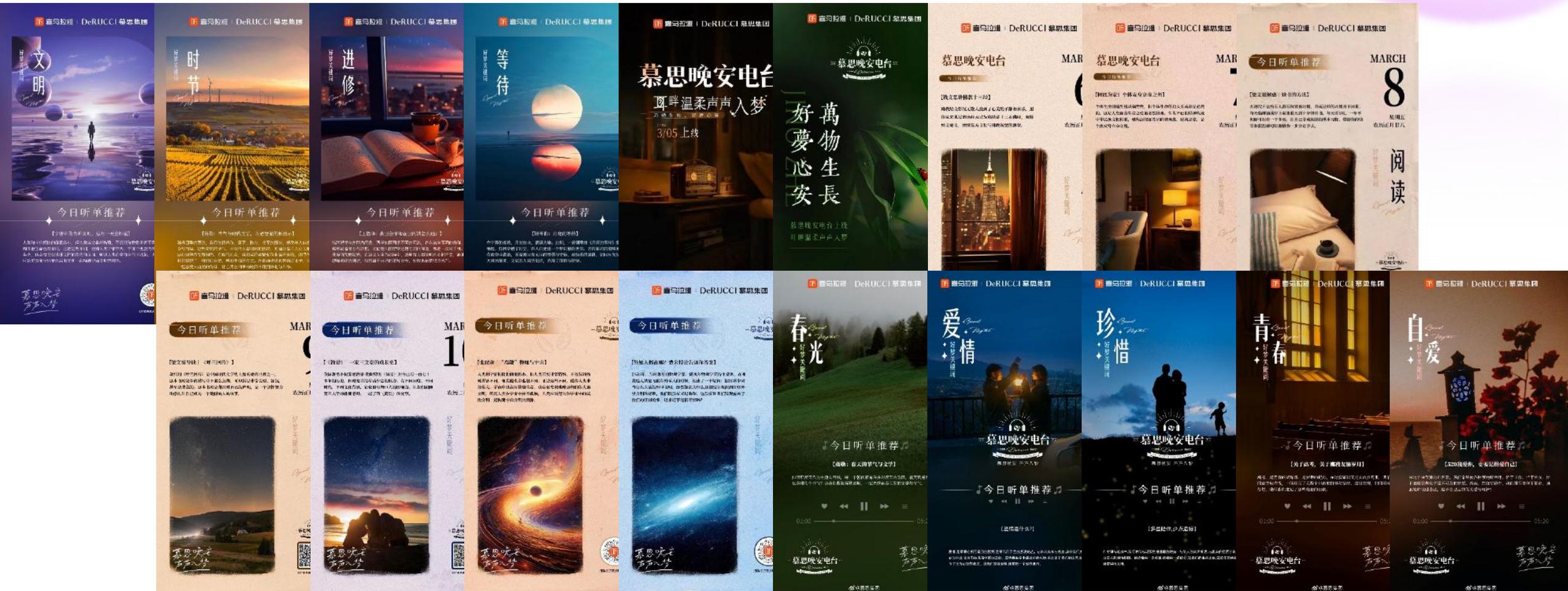


全网主流媒体PR传播



# 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

## 结合[晚安电台]内容设计系列调性海报，社交平台持续物料宣发



# 媒介&执行 [晚安电台]传播执行

## 晚安电台[搜索品专+机场资源]组合传播

基于喜马拉雅助眠用户自然搜索行为，联动户外资源立体化传播

### 助眠相关搜索词绑定：

- <晚安>
- <晚安电台>
- <慕思>
- <慕思晚安>
- <慕思晚安电台>



北京首都机场T2航站楼国内、国际到达出口



### 晚安电台品牌专区

慕思晚安电台  
从晚安到心安

慕思晚安电台  
从晚安，到心安

立即查看

慕思晚安电台品牌听单 (2024)  
美梦启程，从晚安到心安  
No.3 情感生活 新品榜 > 已订阅  
▷ 104.3万 广告

续播 【前贴】旅... 已播21%

### 晚安电台专辑页面

最佳匹配

慕思晚安电台品牌听单 (2024)  
美梦启程，从晚安到心安

## ● 效果&反馈 数据统计时间 (3.5-4.30)

### 消费者满意

**290万+**  
[晚安电台]累计播放次数

**48,000小时+**  
[晚安电台]累计收听时长

**≈7.7次**  
[晚安电台]人均有效播放次数

**TOP2 & TOP6**  
位列情感新品榜&人文国学新品榜

### 精准化渗透

**82%**  
23:00-01:00时段收听占比

**78%**  
24-49岁收听用户占比

**60%**  
一二线城市收听用户占比

**29%**  
有车用户BBA占比

### 全平台声量

**5,200万+**  
喜马拉雅站内资源曝光

**3,000万+**  
[微信+微博+小红书]全网曝光

**168%↑**  
喜马站内搜索次数增长

**132万+**  
机场户外大屏触达人数

# 效果&反馈 数据统计时间 (3.5-4.30)

### [晚安电台]上新传播跻身 微博热搜榜 TOP18

我的 热搜 文娱 吉林 要闻 更多

- 12 林俊杰衣服 演出 704618
- 13 梅州 646634
- 14 邯郸被害男孩父亲怀疑另有帮凶 634...
- 15 假球 602076
- 16 女生称曾遭百万网红妹妹校园霸凌 485624
- 17 全村为邯郸遇害初中生送行 469905
- 18 听晚安电台睡着了 381391**
- 19 微信如何查看自己加了多少群 378435
- 20 邯郸杀人案嫌犯被带走时神态平静
- 21 花20万买走女朋友的不开心 372813
- 22 大爷连开16个双黄蛋不敢吃了 352760
- 23 贾静雯带三个女儿现身机场 327444
- 24 无限超越班 李菲儿 综艺 317879
- 25 当爷爷知道我的猫4000一只 279599

### [晚安电台]情绪助眠听单 喜马拉雅情感新品榜 TOP2

## 排行榜

全站 情感生活 热点 娱乐 人文国学 历史

热门 60天内上线的新专辑, 根据完播量综合排序

- 1 姐妹来信 | 两性深度情感杂谈, 顾襄&托塔... 婚恋燕窝 | 博古通今谈感情 姐妹来信
- 2 慕思晚安电台品牌听单 (2024) 美梦启程, 从晚安到心安 喜马拉雅品牌听单**
- 3 当代正念冥想入门 | 喜马拉雅年度治愈主播宣萱... 安抚内心, 开启一段无与... 宣萱心伴
- 4 李诞 李诞首档个人播客 Lidan诞
- 5 30岁的女人: 真实口述婚内外经历 | 午夜睡... 真实女人的情感经历 | 女性... 薇莱Violet
- 6 女人秘密2: 失足女性

### [晚安电台]情绪助眠课程 喜马拉雅人文国学新品榜 TOP6

## 喜马拉雅排行榜

儿童 有声图书 人文国学 历史 悬疑 娱乐

热门 60天内上线的新专辑, 每日根据完播量综合排序

- 1 八分半 《八分半》, 延续《八分... 梁文道
- 2 老梁观世界第一季 放大镜中观世界, 一语点... 老梁故事会
- 3 曲黎敏品读《西游记》· 第一季 | 参悟人生... 曲黎敏带你读透《西游记... 曲黎敏
- 4 (自己听) 掌柜说历史-明朝-锦衣卫 (自己听) 掌柜说历史-明... 掌柜小粉丝
- 5 老梁说天下之魅力国学 纵览华夏瑰宝, 解密国学... 老梁故事会
- 6 睡觉· 晚安者心安 | 梁冬独家睡眠电台 为你在复杂世界送去一枕... 梁冬**

# ● 效果&反馈 整体价值总结

基于消费者真实需求，制定系统化解决方案  
在项目执行过程中，把品牌传播以最适合的方式进行融合

