

“播客”

音译于Podcast，是以音频为载体的一种内容形式，相当于移动互联网时代的“广播”，是一种音频+互联网的内容载体，听众可以随时随地通过在线音频软件进行收听。



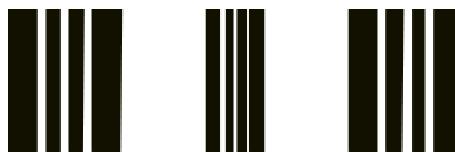


bp 播客对我而言，更像是一个对话的邀请，我是在独白，但我想邀请听的人陪我一起思考。

bp 如果说图文模式是最准确的，视频是最丰富的，那音频是最有温度的。



bp 品牌终将走向声音世界。





播客市场不断壮大与变革，日谈公园向新声代逐步转型

2016-2021年，日谈公园续6年获苹果播客的年度精选

2016年9月

日谈公园播客成立

2018年

日谈公园成为第一
家获得融资的播客
公司，投资方为头
头是道。

2019年

自有电商日
光集市上线

2021年

日谈公园成立播客联盟日
光派对，致力于将中国最
有创造力的播客联合起来。

2000~2005
萌芽期

2005~2010
探索期

2010~2015
井喷期

2015~2019
低谷期

2019~
新纪元

UGC播客
开始出现

专业性网站、评选以
及服务商陆续探索。

苹果podcast 懒人听
书、喜马拉雅、荔枝
FM等多家平台上线，
播客阵容持续增长。

平台转型去 FM化，知
识付费时代，播客进入
低谷。

各播客公司成立播客机构，共同组建行业沙
龙与大型线下活动，平台纷纷发力播客，布
局音频行业。

日谈公园简介

播客MCN 日光派对

IP电商 日光集市

合作介绍与案例

以声音为媒介的整合营销平台

声音 × 内容 × 播客矩阵 × 创意活动



我们用声音记录 分享世界的点滴





中文第一谈话播客自媒体

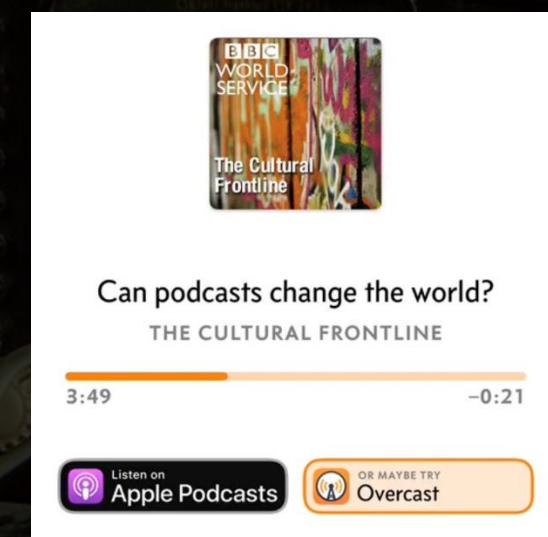
现已成为百万新中产的灵魂治愈所

- ◆ 国内第一家获得专业投资的独立播客
- ◆ 蝉联五年 斩获苹果最佳播客电台
- ◆ 收获上百万新中产的关注与喜爱
- ◆ 常年霸屏APPLE WATCH 广告C位
- ◆ BBC认证：最流行的中文播客

BBC:

like the most popular the
BBC Park, they have a
huge number of
listeners...

BBC 报道





第一影响力

400+期节目

每周更新1-2期

70min + / 每期

11个主流音频平台深度合作



总播放量

1,000,000,000+

单期最高播放量

10,000,000+

单期平均播放量

2,500,000+

全平台粉丝总量

3,000,000+

30+ 500人 活跃微信群

2+ 2000人 QQ群

500条 消息/天/群



名人趣士带你谈天说地

美食

人文

喜剧

生活

旅行

音乐

二次元

奇案

有文化

原创深度内容

有态度

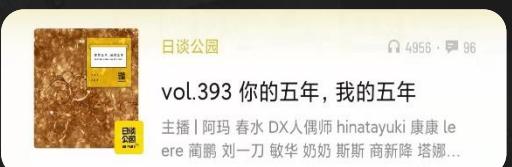
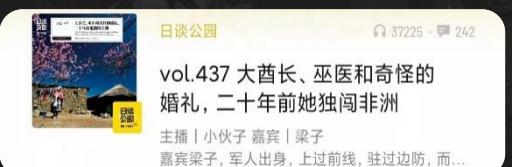
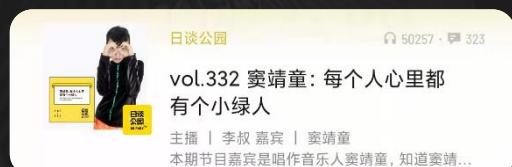
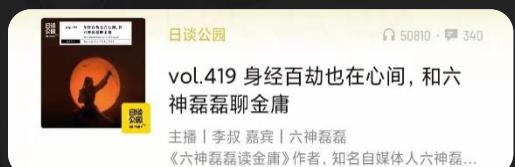
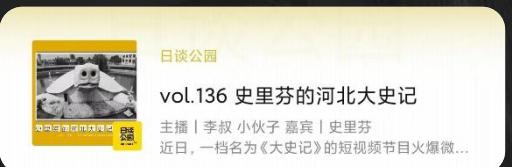
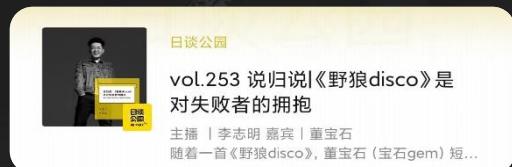
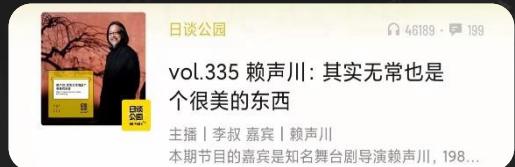
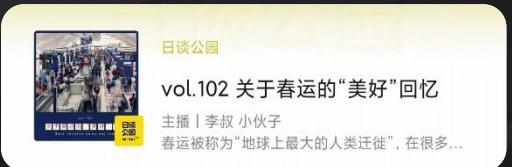
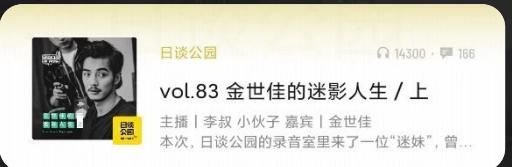
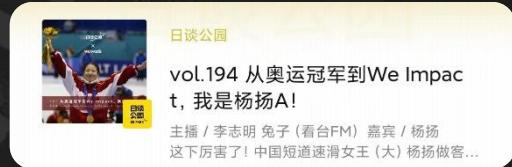
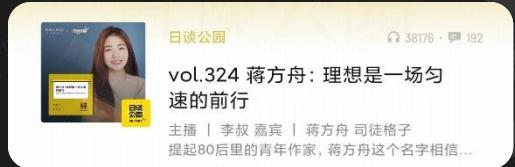
坚持价值理念

有故事

持续挖掘故事

有互动

与听众共创内容



日谈矩阵

天地无用

资深漫画编辑、动画影视制片 3000 主持内容涵盖动漫游戏、小说电影、兴趣爱好等。



日谈物语

知名日本罪案文化专家李森和日谈公园联合创始人冯广健共同主持聚焦日本罪案、奇幻故事、旅游美食等。



关雅荻的大航海日记

日谈联合关雅荻共同出品环球大航海同步连载系列播客节目，主播关雅荻将在环球航海的过程中同步记录下自己的所见所闻。



万物排名

主播乐乐、小时，用提名与排名的形式，记录组成我们生活、丰盈我们生命的事与物，纪念每一个平凡又珍贵的日常。

说归说

资深媒体人李志明主持的名人访谈节目
追求更真实的情感和更深刻的思考。

日知录

资源经济博士柯紫主持，带你走近不同领域的科研工作者。观察他们的研究内容和生活，换个视角认识世界。

啤酒事务局

精酿啤酒爱好者Tian和Qi邀请啤酒行业从业者、资深啤酒爱好者漫谈关于啤酒的一切。

蜜獾吃书

日谈公园出品，晴总、北冥两位主播将从书籍出发，和大家一起聊聊书里书外的故事，一起拓宽生命的广度，见证更广阔的世界。

用内容陪伴百万青年的当家主播



李叔（李志明）

日谈公园创始人

《新京报》创刊记者
饭否网、美团网创始员工
「POGO看演出」APP创始人
汪峰、曹方、朱哲琴音乐企划
林肯公园、艾薇儿巡演主管

文化

音乐

生活

职场

美食

.....



小伙子（冯广健）

日谈公园联合创始人

被称为“中国地下丝绒”的传奇
乐队「青年小伙子」主创 / 主唱
太合麦田签约艺人
《乐队的夏天》参演选手
独立发行十余张专辑

文化

音乐

生活

影视

美食

.....

定向圈粉的客座主播



金承志

彩虹合唱团指挥、乐坛鬼才作曲家
团队为《炙热的我们》总冠军
微博粉丝96w+

音乐

文化

生活



石老板

单立人喜剧创始人
中国喜剧界领军人物
2016年中国脱口秀喜剧节冠军

脱口秀

喜剧

生活



李淼

日本罪案研究专家
出版《李淼罪案故事·如坠深渊》
微博粉丝115.6w+

文化

故事

社会



史里芬

知名Vlogger
短视频节目《大史记》主讲人
微博粉丝324.9万+

文化

建筑

搞笑



青年谢丹青

青年小伙子乐队
视频平台动漫频道主编
《乐队的夏天》参赛选手

音乐

动漫

文化



3000

前《24格》主编
前优酷网高管
2017法国昂西动画节中国区评委

动漫

文化

社会



武束衣

资深编剧、作家
创作院线电影《带我去远方》等
出版奇幻小说《秘典危机》等

影视

文化

出版



潘采夫

专栏作家
大米和小米副总裁
《锵锵三人行》、《圆桌派》评论嘉宾

职场

文化

出版

自带头部流量与文化属性的明星嘉宾网



梁文道

文化名流
看理想创始人



大杨扬

奥运冠军
国际奥组委委员



金世佳

演员
代表作《爱情公寓》
《一个勺子》等



六神磊磊

自媒体原创作者
专栏六神磊磊读金庸
著有《你我皆凡人》



南派三叔

作家、编剧、企业家
《盗墓笔记》作者



蒋方舟

作家
代表作《东京一年》



王小帅

导演
代表作《地久天长》



李雪琴

知名视频博主
脱口秀演员



小鹿

单口喜剧演员
奇葩说第七季亚军



曹方

中国内地女歌手
代表作《遇见我》



宝石老舅

嘻哈歌手
代表作《野狼disco》



龚琳娜

歌手
代表作《忐忑》



窦靖童

知名唱作音乐人
代表作《GSG》、
《See you again》



河森堡

知名科普作家
国家博物馆讲解员
著有《进击的智人》



陈鸿宇

民谣男歌手
代表作《理想三旬》



赖声川

导演、剧作家
《暗恋桃花源》



胡德夫

民谣歌手
台湾民歌运动先驱者



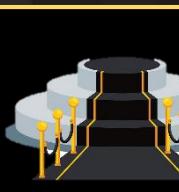
刘天池

中国影视女演员
代表作《活着》



谢春花

民谣女歌手
代表作《知否》



更多嘉宾

他们侧耳倾听 遇见更美的世界



日谈公园粉丝画像：热爱生活与文化的有为青年



新视野：明日新星和社会中坚

20-25岁	19.02%
26-30岁	31.12%
31-35岁	29.11%



高收入：现在及未来的都市白领

公司白领	16.71%
专业人士	28%
学生	20.53%



高消费：一线、新一线城市主力

北上广深	42.2%
新一线及省会城市	38.1%
海外	8%



高粘性：用户习惯并热爱听播客

每周听10小时以上播客	32.28%
每周听6~10小时播客	26.51%
每周听3~6小时播客	32.56%

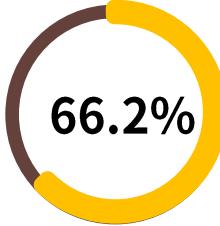
校园的弄潮青年

城市的新新人类

社会的中流砥柱

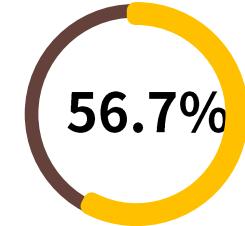
日谈公园粉丝画像：粉丝粘性大，对广告接受度高

他们是一群用实际行动爱着日谈公园的“吃安利”狂人



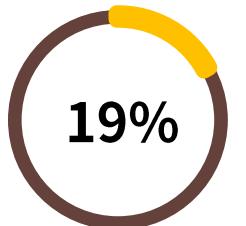
66.2%

喜欢精彩有趣的定制节目
节目好听，谈话中提升品牌好感度



56.7%

任何形式的广告都喜欢
日谈恰饭我吃土，真香



19%

喜欢存在感低的中插软广
你的漫不经心，我的格外注意



14.5%

喜欢简单粗暴的贴片硬广
直接点，掏空钱包的方式直接点



我们与播客合作 触达世界的角落



日光派对

BB PARTY

致力于联合中国最有创造力播客的MCN机构
手握三十多家头部、腰部播客资源



Fitgirl weekly chat



BYM



日光派对覆盖多垂类内容，精准投放直接触达受众



津津乐道

各领域达人联手制作的多档高质量播客，分享经验、传播体验。

喜马拉雅播放6711万+

小宇宙订阅量3万+

社会 职场 文化



无聊斋

两个单口喜剧演员刘旸教主、六兽的清谈节目。

喜马拉雅播放7901万+

小宇宙订阅量15万+

喜剧 生活 文化



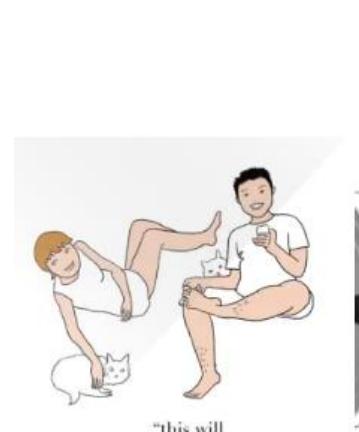
Fit4life

两位全平台百万粉丝女性运动和健康生活方式博主；每周关于女生健康，运动，饮食及健康生活方式的私聊。

喜马拉雅播放1863万+

小宇宙订阅量4万+

女性 生活 购物



Blow Your Mind

简里里、brofeng主创，探讨社会、女性、科技的一档播客节目。

喜马拉雅播放1387万+

小宇宙订阅量10万+

社会 女性 科技



木有娱乐

文娱媒体多年从业人员未来欣、锅锅共同主持的脱口秀节目，有关文娱的一切，都是我们想聊的。

小宇宙订阅量2万+

文化 娱乐



谐星聊天会

谐星聊天会是一档单口喜剧演员与听众一同线下录制的音频节目，用幽默开解生活中的沉杂琐事！

喜马拉雅播放5248万+

小宇宙订阅量20万+

脱口秀 生活

日光派对细分播客矩阵，荡起品牌个性化之声

运动+生活+冒险+城市



女性+生活+文化

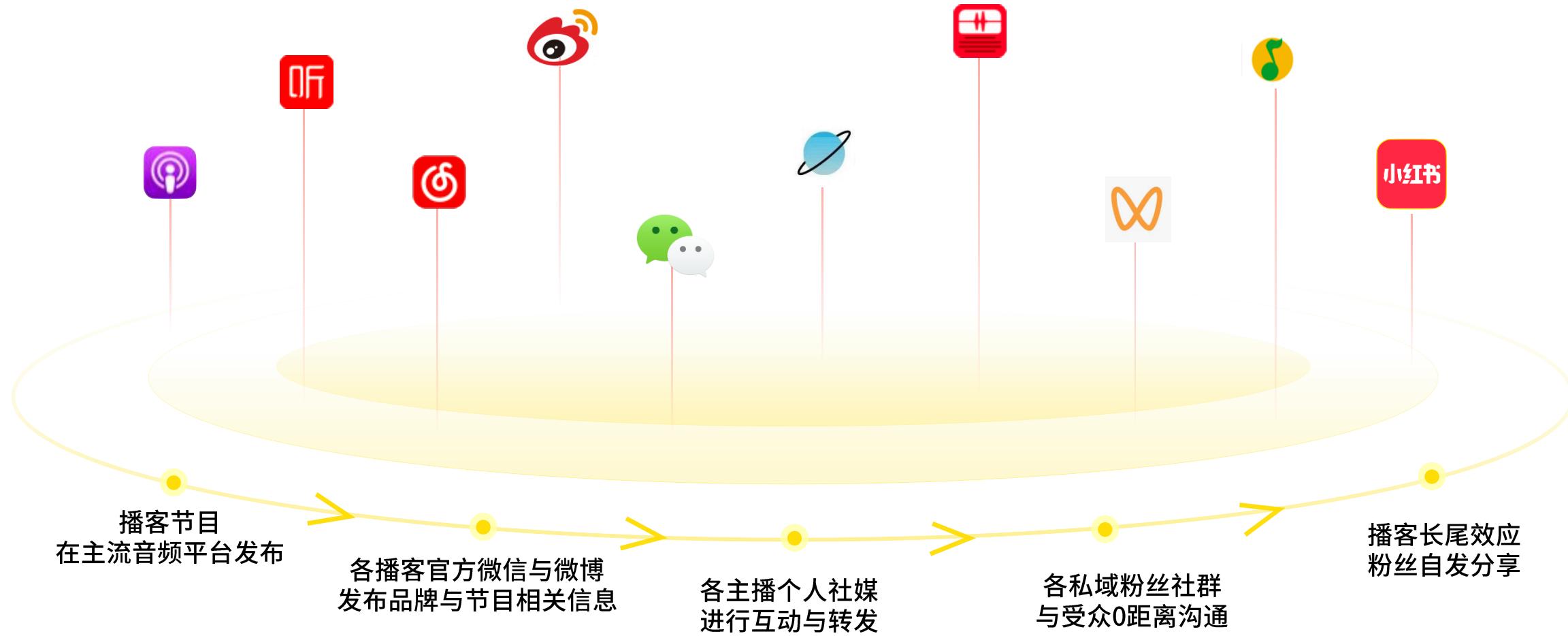


喜剧+新消费+文化杂谈



日光派对
BB PARTY

日光派对传播再加码，播客联盟×社媒打破信息壁垒



日光派对商务一站式服务，懂播客更懂品牌



BRAND NEEDS 品牌需求拆解

- 品牌定位
- 品牌主张
- 品牌调性
- 品牌口号
- 传播主题
- 投放目标
- 核心人群
- 功能利益点
- 情感利益点
- 产品信息

AUDIENCE 细分人群划分

- 年龄
- 性别
- 收听时间
- 文化
- 生活
- 喜剧
- 艺术
-

PODCAST 整合播客资源



PROPAGANDA 传播声入人心

- 造事
- 制造话题，激发讨论
- 造势
- 播客×社媒，扩大影响
- 造市
- 打造品牌，助力销售



在中文精品播客做营销
一个日光派对就够了

我们不止于声音 探索世界的广阔



日谈公园IP联名合作，探索更多可能性



虚拟IP：将电波和情感具象化的李小日（深海小怪兽）



核心IP：**日谈公园**

自有商城日光集市，聚焦品牌商业价值



IP联名

以品质生活与格调设计为起点，日谈已和捌比特咖啡、在地拾用等潮牌联名发布新品。



自主研发

结合节目内容与用户画像，不限制于周边，研发衣物、饮品、饰品等新设计产品。



选品分销

从粉丝兴趣入手，涵盖食品、饮品、用具、书籍等品类。



IP联名+自主研发+选品分销，为用户提供优质消费品，为品牌增加文化价值与青年属性，为产品提供精准销售渠道。

一年N度线下主题活动，让声音创意具象化

BB PARK 日谈公园



我们拓宽营销的边界 助品牌迈进声音世界



合作品牌涵盖各个领域



为什么是 日谈公园

匠心巨制 才有内容穿透力

主创团队
不跟风热点 更制造热点

国内顶尖内容团队

团队成员分别来自知名电视台、一线自媒体、知名文化厂牌
平均从业年龄8年+
他们对制造精品内容有经验、有洞察、有观点

营销团队
不粉饰表面 更注重品效

一线营销团队

以内容营销为基础，从前期的brief解读，到细分矩阵、确定传播策略、组织整合营销，始终站在品牌的角度思考问题。

匠心巨制
一期节目 10+步流程

- step 1 选题
- step 2 素材整理
- step 3 录音大纲
- step 4 录音
- step 5 音频粗剪
- step 6 音频精剪
- step 7 配乐
- step 8 设计
- step 9 微信内容
- step 10 标题设计
- step 11 内测

多种合作模式，助品牌迈进声音世界



冠名贴片：单集节目冠名，有声量更有品牌力

○ 合作方式

在节目开篇强势**露出口播信息**，进行顶级曝光，并依合作目标与节目内容，适当软植入品牌信息。

○ 品牌权益

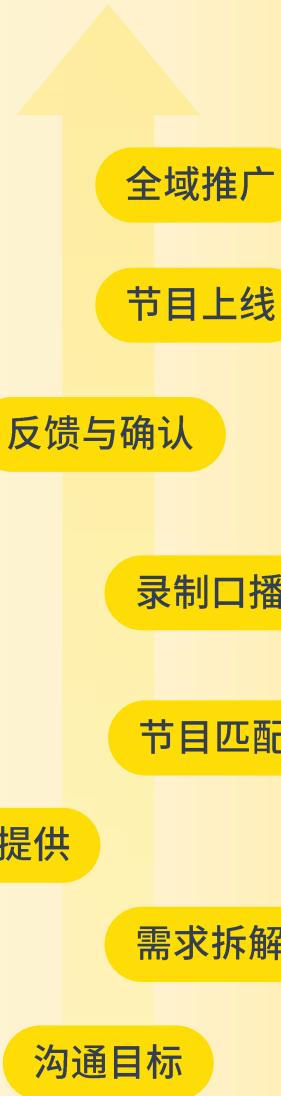
内容力：贴合有趣的内容选题

曝光力：60s超长创意前置贴片

渗透力：软性口播植入品牌信息

传播力：社交全媒体推广

粉丝力：全面打透私域流量



SAMSUNG

- ✓ 热点话题：《星球大战9-天行者崛起》全球上映
- ✓ 品牌调性：想象性、创造性、科技性
- ✓ 内容契合：三星在全球范围内和星战保持紧密合作
- ✓ 合作效果：协助三星秒速完成电影看片会的招募



节目定制：深度定制单集内容，沉淀品牌资产

○ 合作方式

结合品牌需求**深度定制一期节目**内容,可进行话题征集、活动配合或渠道曝光。

○ 品牌权益

深度内容：**60min以上**的节目内容定制

强势曝光：**60s超长创意前置贴片**+封面

图品牌logo露出

无形渗透：软性口播植入品牌信息

全域推广：**社交媒体**推广品牌与内容

优质粉丝：全面打透私域流量，自发进行二次扩散

用户自发扩散

全域推广

节目上线

反馈与确认

互动机制

嘉宾建议

内容方向

主题方案

信息提供

需求拆解

沟通目标

1.推荐并确定与品牌调性、品牌理念契合的嘉宾蒋方舟，其个人经历与品牌倡导的理性美学不谋而合。

2.避开老生常谈的“年少成名”，让嘉宾在愉悦的状态下敞开心扉，聊聊她的文学理想、人生理想以及文学创作。

3.引入品牌的“理享”概念，从嘉宾对理想的追求中，找到她抵达理享生活的路径。



节目定制·合作案例



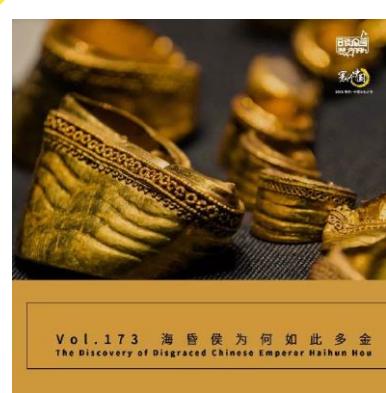
人间攻略之飞跃迷雾

- Keep办公室放松课程软广定制
- 在日谈互动节目中植入相关问题
- 由主播自身经验带出Keep课程
- 不动声色的软植入
- 突出课程易上手等特点



彩虹合唱团B面金曲大联播

- 与京东白条、彩虹合唱团三方合作
- 为京东白条“一点当典行”活动推广
- 在节目中播放彩虹合唱团“一点当典行”改编的歌曲
- 在节目中为活动硬广



海昏侯为何如此多金

- 别克“寰行中国”项目定制内容
- 线下参与出席“寰行中国”活动
- 结合活动行程设计节目内容
- 植入大量行程细节，突出项目特点
- 软植入别克品牌调性



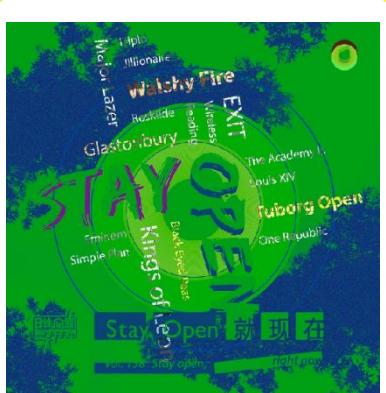
关于春运的“美好”回忆

- 士力架“饱你回家”活动定制内容
- 前期征集春运记忆
- 结合春运制作「读者来信」节目
- 植入大量活动细节
- 强化士力架与春运的契合场景



为人父之苦与乐

- 联合喜马拉雅，为宝马定制内容
- 应品牌要求，仅在喜马拉雅单平台上线
- 从家庭作业引到宝马车主
- 深度植入品牌推广车型



stay open! 就现在!

- 乐堡“stay open”理念定制内容
- 前期征集“stay open”的故事
- 录制并点评网友经历
- 传播“stay open! 就现在!”的品牌理念

播客联合营销：多台联动打破圈层，增强品牌力场



○ 合作方式

根据品牌需求确定合作电台，
多台联合为品牌定制专属节目。

○ 品牌权益

多内容：**多台节目**，全权制作。
多渠道：各电台节目全平台发布
多曝光：社交全媒体推广+微信、
QQ粉丝群全平台发布

用户自发扩散

全域推广

节目上线

内容样片

互动机制

嘉宾建议

内容选题

电台矩阵

需求拆解

反馈与确认

沟通目标

打造“有趣灵魂指南”特别系列节目
新式同居、极限运动、田园牧歌、
职场攻略、冒险旅行、美食健康
6大领域诠释有趣灵魂内涵
全方位社媒传播

全网**3,000,000+**播放

微博话题 **#有趣灵魂指南# 5000万** 阅读



品牌播客定制：精品内容+声音创意助品牌强势出圈

合作方式

6~12期专属定制节目，日谈内容团队逐集制作，打造品牌自有播客，占领声音渠道，并在日谈矩阵下各大平台上线节目。

品牌权益

系列内容：**6~12期品牌节目**全权制作
 品牌资产：**沉淀精品内容**，储备优质用户
 强势曝光：**独立专辑**，优选流量平台发布
 全域推广：社交全媒体推广
 优质粉丝：全面打透私域流量，自发进行二次扩散

用户自发扩散

全域推广

节目上线

主题样片

声音创意

传播方案

活动方案

内容方案

需求拆解

沟通目标



联合一汽·大众高尔夫打造「无限游园会」品牌播客

日谈主播团轮番上阵

与各领域嘉宾灵魂对谈

多风格、多角度诠释品牌“无限”精神

收获粉丝热烈好评，喜马拉雅播放量**250W+**

让第八代高尔夫的创新和开拓精神深入人心



整合营销传播：“声音+”传播模式，解锁营销新场景



○ 合作方式

根据品牌需求确定线上传播主题与合作电台，根据品牌方传播规划，筹备线下主题活动。

○ 品牌权益

全线品牌权益：声音创意+精品内容+强势曝光+**主题活动**+全域推广+粉丝互动+品牌体验

全域流量引爆：社媒+音媒+私域

用户自发扩散

全域推广

节目上线

内容样片

活动方案

传播方案

内容选题

创意方案

需求拆解

沟通目标

反馈与确认



声音+共创

联合发起：日光派对联合喜马拉雅、天仪研究院和中国移动打造的“外太空概念电台”。

创意主题：让每一个微而足道的声音，回响全宇宙，实现你与星辰的零距离对话。

五大发声主题FM：喜悦暴击、人生遗憾、未来情书、宇宙flag、灵魂拷问

互动创意：征集用户原创音频内容，选取100条优质声音将搭载卫星发向宇宙。

整合营销传播：“声音+”传播模式，解锁营销新场景



联合发起：由日光派对和中央广播电视台总台音频客户端云听联合出品，在云听独家播出。

创意主题：**18家播客**每天一场直播，用视频和声音两种不同方式全方位畅聊奥运硬核知识和奥运文化边角料，同时收录进音频专辑《奥运奇妙夜》中。



声音+共创+活动



整合策划：线上预热+线下录制+共创节目。

创意活动：在“超时空录音室”里，李叔、小伙子邀请你一起录音，共创制作日谈的特别线上长节目。

最新合作刊例



微信公众号投放

类型	权益	权益描述	平台	曝光预估	时长	单价
官方微信定制	官方微信文章 深度定制	1、结合品牌需求，进行深度撰写文章 2、可进行插画类配图等定制	日谈公园微信 20w优质中产粉丝 常年输出人物特写	1w+	1次	30,000
内容推广 <small>(赠送)</small>	粉丝群推广	30个近500人微信粉丝群推广， 2个2000人QQ群	日谈公园粉丝群	1w+	1次	5,000
折后合计						30,000

*以上价格为刊例定价，可依据具体项目再谈。

冠名贴片

类型	权益	权益描述	平台	播放及曝光预估	时长	单价
内容合作	品牌硬广冠名	1、依据品牌要求，定制60s口播，于节目开篇播放 2、李叔、小伙子至少一人参与录制 3、在节目片尾再次曝光出现	Podcast、网易云音乐、喜马拉雅、蜻蜓FM、荔枝FM、新浪音乐人、懒人听书、界面新闻	150w+	60min+	150,000
节目推广 (赠送)	官方微信定制	结合品牌信息，定制深度微信文一篇	日谈公园微信	1w+	1次	30,000
	官方微博直发	直发节目相关信息 (可露出品牌关键信息)	日谈公园微博	30w+	1次	10,000
	粉丝群推广	30个近500人微信粉丝群推广， 2个2000人QQ群	日谈公园粉丝群	1万+	1次	5,000
折后合计						150,000

*以上价格为刊例定价，可依据具体项目再谈。

节目定制

类型	权益	权益描述	平台	播放及曝光预估	内容规格	单价
内容合作	单期节目定制	1、依据品牌要求，进行从主题到内容的全面定制 2、李叔、小伙子至少一人参与录制 3、节目中露出品牌关键信息3次 4、节目文字介绍中，露出品牌关键信息	Podcast、网易云音乐、喜马拉雅、蜻蜓FM、荔枝FM、新浪音乐人、懒人听书、界面新闻	250w+	60min+	300,000
节目推广 (赠送)	官方微信直发	直发节目相关信息 (可露出品牌关键信息)	日谈公园微信	1w+	1次	30,000
	官方微博直发	直发节目相关信息 (可露出品牌关键信息)	日谈公园微博	30w+	1次	10,000
	粉丝群推广	30个近500人微信粉丝群推广，2个2000人QQ群	日谈公园粉丝群	1万+	1次	5,000
折后合计						300,000

*以上价格为刊例定价，可依据具体项目再谈。

播客联合营销（日光派对投放）

播客名	播客内容类型	平均单期播放量（全网）
日谈物语	日本罪案、 旅游美食、奇幻故事	100W
天地无用	影视、动漫 日本文化	30W
啤酒事务局	精酿啤酒、酒类文化	8W
日知录	趣谈科普	15W
无聊斋	文化娱乐、 生活方式、脱口秀	60w
跑题大会	文化、互联网	50w
Blow Your Mind	女性、心理 科技、创业	40w
壮游者	人文、旅行	10w
fit4life	女性、健身	30w

播客名	播客内容类型	平均单期播放量（全网）
津津乐道	科技、互联网 旅行、教育	80w
世界莫名其妙物语	历史、地理 人文、美食	20w
谐星聊天会	脱口秀	100w
跟宇宙结婚	怀旧、搞笑、生活 文化、影视、动漫、旅游	20w
美西螈与 东方巨龙	泛性别与 流行文化议题	10w
大俗小雅	海外生活、城市文化、艺术八卦、居家日常、旅行游记	10w
木有娱乐	泛文娱， 覆盖影视综、二次元、 音乐、营销向内容	12w
红楼慢炖	红楼梦人物解析 生活美学与古典文化	10w
姐姐说	女性生活方式与流行文化	10w

*日光派对签约30+精品播客，完整播客列表介绍及报价详询商务。

品牌播客定制

类型	权益	权益描述	平台	播放及曝光预估	内容规格	单价
内容定制	系列节目定制 (6~12期)	1、依据品牌要求，进行从主题到内容的全面策划 2、节目中露出品牌关键信息，渗透品牌文化内涵 3.节目制作：录音、剪辑、后期、封面等 4.节目发行：平台上传、推荐位申请等	Podcast、网易云音乐、喜马拉雅、蜻蜓FM、荔枝FM、新浪音乐人、懒人听书、界面新闻等	300w+	30min+	待议
节目推广	官方微信直发	直发节目相关信息 (可露出品牌关键信息)	日谈公园微信	1w+	1次	
	官方微博直发	直发节目相关信息 (可露出品牌关键信息)	日谈公园微博	30w+	1次	
	粉丝群推广	30个近500人微信粉丝群推广，2个2000人QQ群	日谈公园粉丝群	1万+	1次	

品牌定制需求、体量各异，需依据具体项目商议





诚意合作 未来可期