**京东丰收节助力乡村振兴新发展**

**广 告 主**：京东

**所属行业**：电商

**执行时间**：2022.09.21-09.24

**参选类别**：社会化营销类

**营销背景**

1.**京东农特产购物节**是依托国家**乡村振兴政策**导向，打造的节日IP，自启动“**奔富计划**”至今，已**带动农村实现产值超6200亿元**，推动了**农业创业**热潮，催生了一批乡村振兴的主力军。

2.京东借势第五届**中国农民丰收节**，邀请演员黄渤拍摄广告短片，展现了京东主动**赋能新农人助力乡村经济**的**企业态度**。

3.京东利用自身科技力量发展**智慧农业**。通过“品牌、服务、投入升级”，推出**扶农助农**、全程

专业指导等帮扶举措，打造高品质地标农产品，推动**农业产业高质量发展**。

4.京东通过“**科技助农**”不仅推动**农业产业链**的**价值再造与提升**，而且正在打开**农业产业更大的**

**未来空间**。探索让电商通道发挥更大的作用，让中国的**优质农产品向世界辐射**。



**营销目标**

1.借助黄渤明星热度，进一步提升目标用户的**品牌认知渗透**，展现京东的**企业社会责任**。

2.传递品牌的**精神内核**，强化京东在消费者心中的**信赖感**，通过搭建线上渠道**将农民和消费者联接起来**，助力优质农产品走向世界，**建设**“买地标特色农特产来京东”的**用户心智**。

**策略与创意**

**案例视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV1Cd4y1j7NG/?spm_id_from=333.999.0.0>

**京东《挣个面子》TVC：**<https://www.bilibili.com/video/BV1cG411g72T/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=3a0e412b6307e0c55fabf40eb6967aac>

**1.营销创意**

以宿迁霸王蟹作为故事切入点，以**一村一县农特产品承载着全村人民的脸面**为核心创意，以一支TVC**传递助农态度，**体现现代**新农人的专业性**以及**地标农产品的高品质**、以及京东主动赋能新农人助力乡村经济的企业态度，塑造京东作为**连接农民与消费者**的**供应链桥梁**角色。



**2.营销策略**

**（1）刷新品牌认知印象：**借势“丰收节”热点刷新大众对品牌认知印象。

**（2）传递品牌精神内核：**将品牌与“不负洒下种子的人，不负拿起筷子的人”的**内核价值**相关联，强化京东在消费者心中的**信赖感**。

**（3）实现品牌资产沉淀：**破圈渗透，建立**情感共鸣**最大化吸引用户关注，传播“京东农特产购物节”，提升用户认知。

**执行过程/媒体表现**

**1.【先声夺人 焕新品牌认知】**

搭建品牌丰收节主话题**#一起给家乡挣个面子#**，新浪新闻联合权威媒体背书，通过**趣味问答**科普农业知识，@头条新闻携手农业专家**线上连麦，**共庆丰收节日盛会，用户纷纷晒出了属于家乡特产。



**2.【话题破圈 传递品牌精神】**

（1）京东首发TVC献礼丰收节，**15+权威媒体、39+泛知识官微矩阵、10余圈层大V**，联合**星粉**等多方势能**联动扩散**引发用户共鸣。**泛知识IP**持续引流话题。调动用户参与话题讨论。



1. 媒介资源覆盖用户浏览路径，强势引爆TVC热度。



**3.【口碑提升 沉淀品牌资产】**

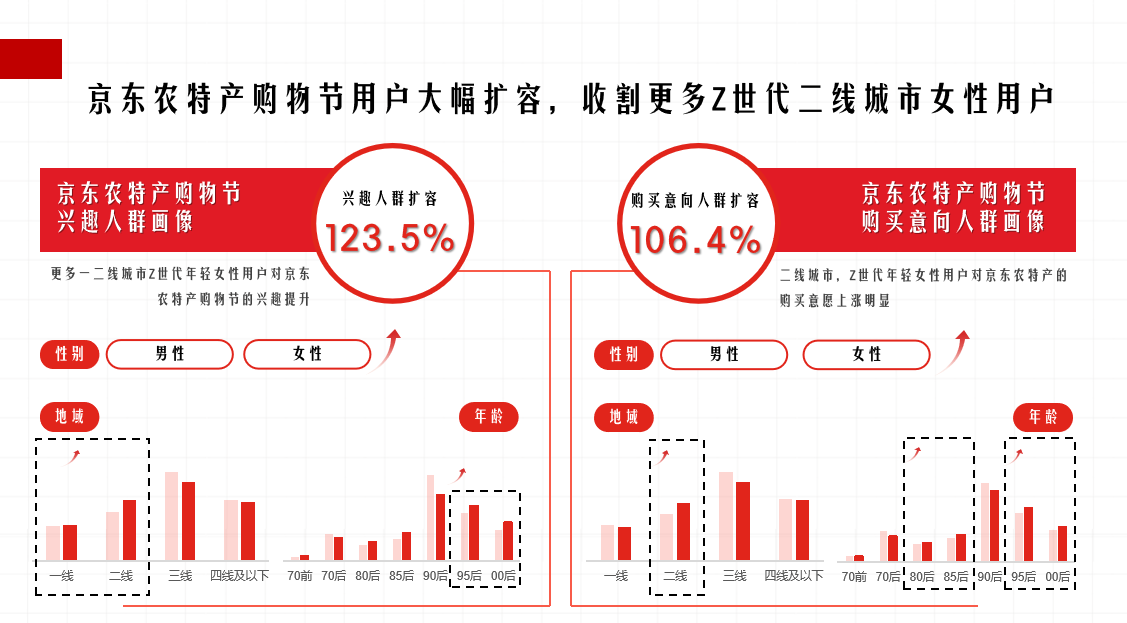
**话题大赛**#一起给家乡挣个面子#中奖翻牌，**大账号带话题**持续**保持热度**，为品牌**沉淀优质优质口碑。**成功**传递品牌价值观**，用户对京东**品牌好感度**直线上升。

**营销效果与市场反馈**

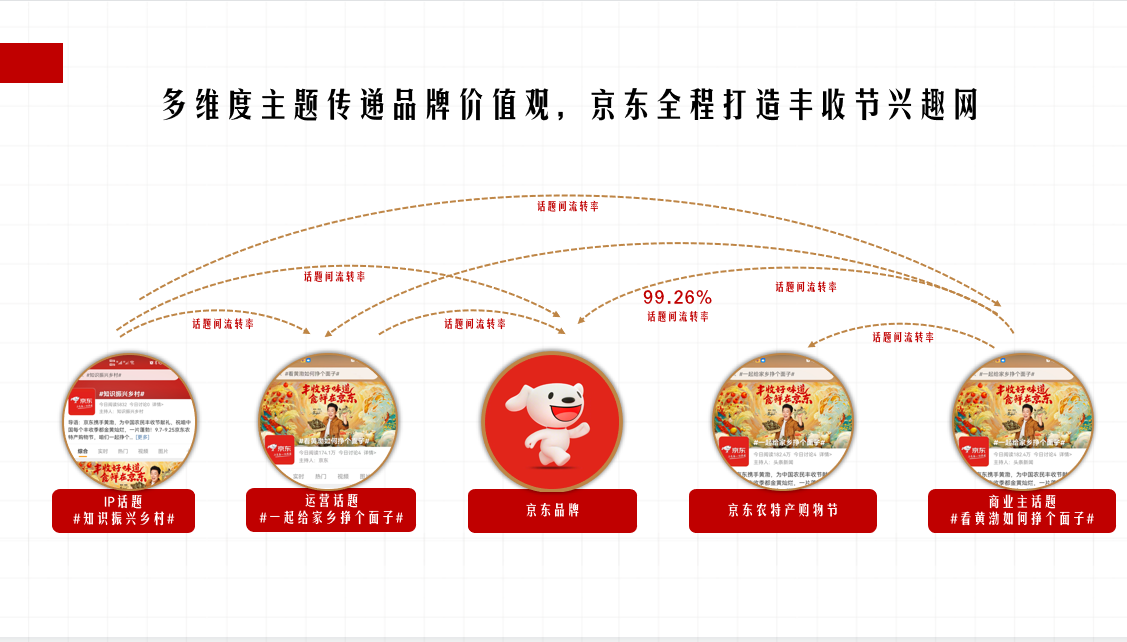
**1.【声量引爆】**核心物料黄渤**tvc播放量2亿+**、双话题**阅读量7.5亿+**、双话题**讨论量20.1+**，#京东农特产购物节#单日阅读量是活动前峰值的**18倍**。



**2.【人群扩容】**兴趣人群扩容**123.5%**，购买意向人群扩容**106.4%**。



**3.【人群流转】**主话题#看黄渤如何挣个面子#到品牌的**人群流转高达99.26%**。



4.**【口碑提升】**品牌正向舆情与话题正向舆情高达99.99%，用户集中于“农民、丰收、喜悦”等热议点，成功传播京东“**科技助农**”的**正面品牌形象**，建设“买地标特色农特产来京东”的用户心智。