

# “宝贝我来哄” 京东超市宝贝趴营销案例

- **品牌名称：**京东超市
- **所属行业：**电商
- **执行时间：**2023.04.03-04.14
- **参选类别：**社会化营销类

## 京东超市母婴，面临行业增长放缓、直播电商入局抢占市场、自身专业形象及价格竞争力感知弱3大挑战

### 市场环境

受出生率下滑和经济环境影响，母婴市场整体增长持续放缓

### 竞争现状

抖快等直播电商迅速布局，京东母婴线上优势逐渐缩小

### 自身分析

京东母婴专业/品质保障、价格竞争力用户感知弱

## 借助京东超市母婴宝贝趴营销活动，打造最值得宝妈宝爸信赖、省钱省心的母婴品类心智

### 心智培育

建立京东母婴**信赖感、低价心智**，传递**让育儿更轻松**理念

### 影响力破圈

打造**出圈营销事件**，塑造京东母婴行业影响力

### 生意增长

通过心智传播曝光持续引流，助力**用户拉新及销售转化**



京东超市宝贝趴，是京东母婴（京东超市重要子品类）全年最大S级营销项目，主要针对于母婴类目的产品；宝贝趴至今已连续举办至第8届，通过对此项目持续传递京东母婴“让育儿更轻松”的理念，建立和消费者的情感链接，抢占心智。（京东母婴涵盖业务：包括奶粉/尿裤/用品/孕产/喂养/儿童车床/辅食等相关业务）

通过打造营销事件，并配合深度种草及曝光引爆声量，助力转化



京东母婴6千万爸妈的信赖选择数据来源：2022年京东母婴品类成交用户数

## 联合所有母婴品牌/育儿专家/达人/用户，搞一场全民哄娃大赛

京东超市宝贝趴结合母婴品类场景，发起“宝贝我来哄”全民哄娃大赛，贡献哄娃妙招，并以“6千万妈妈的信赖选择”为背书保障，为用户推出大牌“哄娃”好物买贵双倍赔服务。

### Big idea

京东超市宝贝趴

# “宝贝 我来哄” 全民哄娃大赛

京东母婴，6千万妈妈的信赖选择 | 母婴好物 买贵双倍赔



脉冲-爆点事件



长线-内容种草

## 脉冲-爆点事件

**联动品牌伙伴、新浪育儿发起全民哄娃挑战，快速提升宝贝趴活动影响力**

## 发起话题#没点才艺不配哄娃了吗#迅速引发共鸣与热议

京东超市联合新浪圈子、母婴达人等发起#没点才艺都不配哄娃了吗#话题，为新生代父母发声，抛出诸多哄娃难题，迅速引发共鸣并形成热议。

话题热搜最高**No.39**

话题在榜时长**51min**

话题阅读量**1.9亿**

话题讨论量**7.2万**

#没点才艺都不配哄娃了吗# 🔍



10:03 微博热搜

39 没点才艺都不配哄娃了吗 719716

微博热搜榜



09:36 热议话题

在榜时长 **2670 min**

微博热议话题



20:01 #没点才艺都不配哄娃了吗#

今日阅读764 今日讨论1 详情>

7家媒体发布

综合 实时 热门 视频 图片

李雪爱与自由

晴天妈妈\_亲子咨询师

母婴育儿热议话题



10:39 热搜榜

最高 **No.1**

母婴育儿热议话题

母婴育儿热搜榜

## 延续热度，8幅#你行你来哄#最萌宝贝求哄悬疑海报全网亮相吸引专注

结合母婴品类场景发布8幅最萌宝贝求哄悬疑海报，@百大母婴品牌一起贡献哄娃妙招



## 延续热度，求哄萌娃打卡五大城市地标引关注

4月8日-4月14日，萌娃海报惊现北京、上海、广州、成都、重庆五大城市地标大屏，吸引线下人群关注宝贝趴活动，线上线下双向导流



## 联合新浪育儿，正式发起#宝贝我来哄#全民哄娃挑战赛，引爆声量

联合新浪育儿微博发起#宝贝我来哄#全民哄娃挑战话题活动，分享哄娃妙招，赢取最高5千元哄娃大礼包

### 挑战大赛发起

### 打Call榜话题大赛

### 打call互动参与

### 博文自动分享

### 基于排名赢取奖励



场景vlog视频

跳转京东站内

打call榜入口

优质博文展示



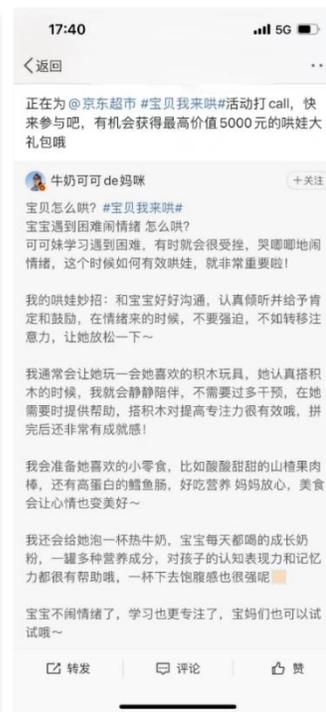
挑战大赛发起



打Call榜话题大赛



打call互动参与



博文自动分享



基于排名赢取奖励

## 128位育儿专家、母婴达人贡献哄娃妙招，号召全民参与互动

携手128位育儿专家、母婴达人贡献哄娃妙招（科学育儿知识、趣味哄娃招式、京东母婴大牌低价哄娃爆品清单），发起活动号召，引发网友评论产生UGC内容

### 科学育儿知识、趣味哄娃招式、哄娃好物推荐

### 哄娃爆款推荐清单





## 长线-内容种草

**联合小红书平台承接事件打造优质内容，深度塑造京东母婴信赖感与低价心智**

1个

官方话题

宝贝趴活动阵地

- 热点话题#宝贝我来哄
- 长线话题#京东母婴信赖选择
- 专属互动机制：互动板块/产品露出/货架专区等

N个

产品种草

小红书达人笔记

- 小红书哄娃小剧场
- 百余位KOL+KOC高质量笔记沉淀宝贝趴活动及母婴好物推荐

1系列

广告投放

投放策略优化

- 原生信息流+竞价信息流+竞价搜索
- 加热有爆款潜质的笔记

用户心智种草，放大品牌影响力，实时效果优化

# 1个品牌活动阵地：基于话题打造内容+互动+福利+种草四大专属互动模块吸引用户参与

打造#宝贝我来哄、#京东母婴信赖选择 双话题为活动导流，结合小红书平台特色打造专属互动模块，通过哄娃视频/图文展示、互动任务、惊喜盒子福利、母婴低价好物货架，吸引用户关注和参与

## 哄娃话题活动



## 活动号召



## 哄娃互动专区



## 惊喜盒子福利

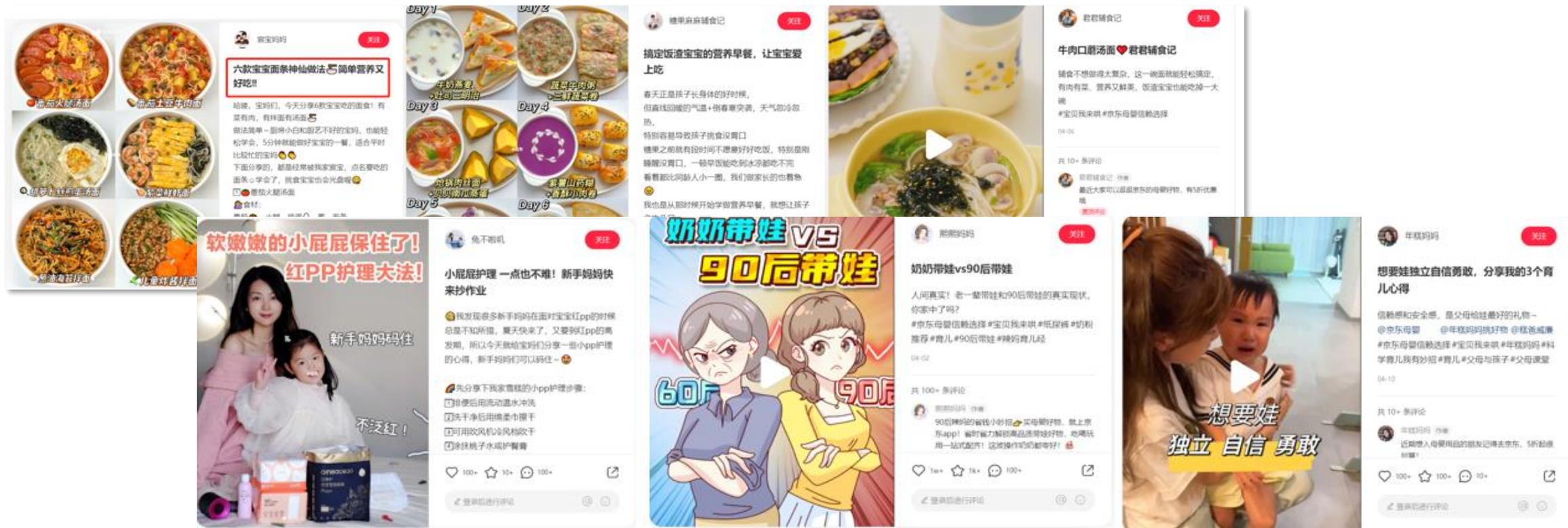


## 哄娃好物种草



## N个小红书达人笔记：沉淀优质内容干货，长线打造京东母婴信赖、低价心智

联合百余位母婴达人+KOC，通过哄娃短剧、干货分享、攻略清单等形式，分享育儿经验、哄娃妙招、产品测评、好物推荐笔记，透传京东母婴信赖选择、低价利益点，沉淀高质量内容，打造长线用户心智



## 1系列投放策略优化：扩大活动曝光度，让更多优质哄娃笔记被看到

通过原生信息流+竞价信息流+搜索优化等投放策略，精准触达更多目标用户，打造爆款笔记

活动海报

30支带娃原创短视频，分享日常哄娃妙招



母婴达人优质哄娃笔记，母婴好物种草



开屏硬广

+

竞价信息流

+

搜索优化

导流活动页



## 主站承接：京站内打造宝贝趴专属会场，承接用户需求促进转化

### 京东专属会场



### 买贵双倍赔专区



### 达人好物推荐



### 内容种草



### 哄娃盲盒互动



**“宝贝我来哄” 京东超市宝贝趴事件营销，以让育儿更轻松为核心理念  
重塑京东母婴信赖、低价心智，助力用户、销售双增长**

- **心智培育**：联合微博、小红书头部媒体及**140个**母婴/玩具品牌，发起#宝贝我来哄#全民哄娃大赛，京东母婴信赖感、低价心智得到有效传递。
- **影响力破圈**：短短1周内获得超过**10亿**人次曝光展现，**34万**互动，**3万+**用户参与贡献哄娃妙招，形成传播破圈。
- **生意增长**：助力新用户提升**10倍**，9大爆款产品**强势出圈**，4大趋势类目成交额同比增长超**50%**，

## 影响力破圈：打造“宝贝我来哄”出圈营销事件，塑造京东母婴行业影响力

联合新浪育儿，携手140个母婴品牌掀起#宝贝我来哄#全民哄娃大赛，迅速引爆，形成全民哄娃热潮

- #宝贝我来哄#话题登陆微博热搜 **榜3**，微博母婴育儿自然热搜 **榜1**
- 参与贡献哄娃妙招用户 **4000+**
- #宝贝我来哄#话题讨论次数 **34万**
- #宝贝我来哄#阅读量 **6亿+**



## 心智培育：小红书深度合作，建立京东母婴信赖感、低价长线用户心智

联合小红书，通过1个品牌活动阵地+N个达人种草+1系列投放优化三大动作长线种草，有效提升了京东母婴信赖、低价心智

- 小红书总曝光量超**2.2亿**
- #宝贝我来哄#、#京东母婴信赖选择#双话题曝光量**3000万+**
- 达人+UGC用户产出哄娃笔记数量**3万+**，曝光量**5000万+**
- 达人种草，以品质、低价优势，打造**69款**爆品



## 生意增长：通过事件曝光透传信赖/低价，助力用户及销售双增长

跨品类联动合力拉新用户提升10倍，打造母婴全品类9大爆款单品，助力4大高端趋势类目成交额增长超50%

Smile ~

### 联动七大品类,合力拉新 助力母婴新用户提升10倍

母婴联合玩具、童装童书、京东健康、美味生鲜等品类,满足有娃家庭一站式购物需求,通过场景化穿插、流量扩展、品牌联动等高效运营方法,强强联手实现母婴跨品类新用户提升10倍.



### 爆款单品 强势出圈

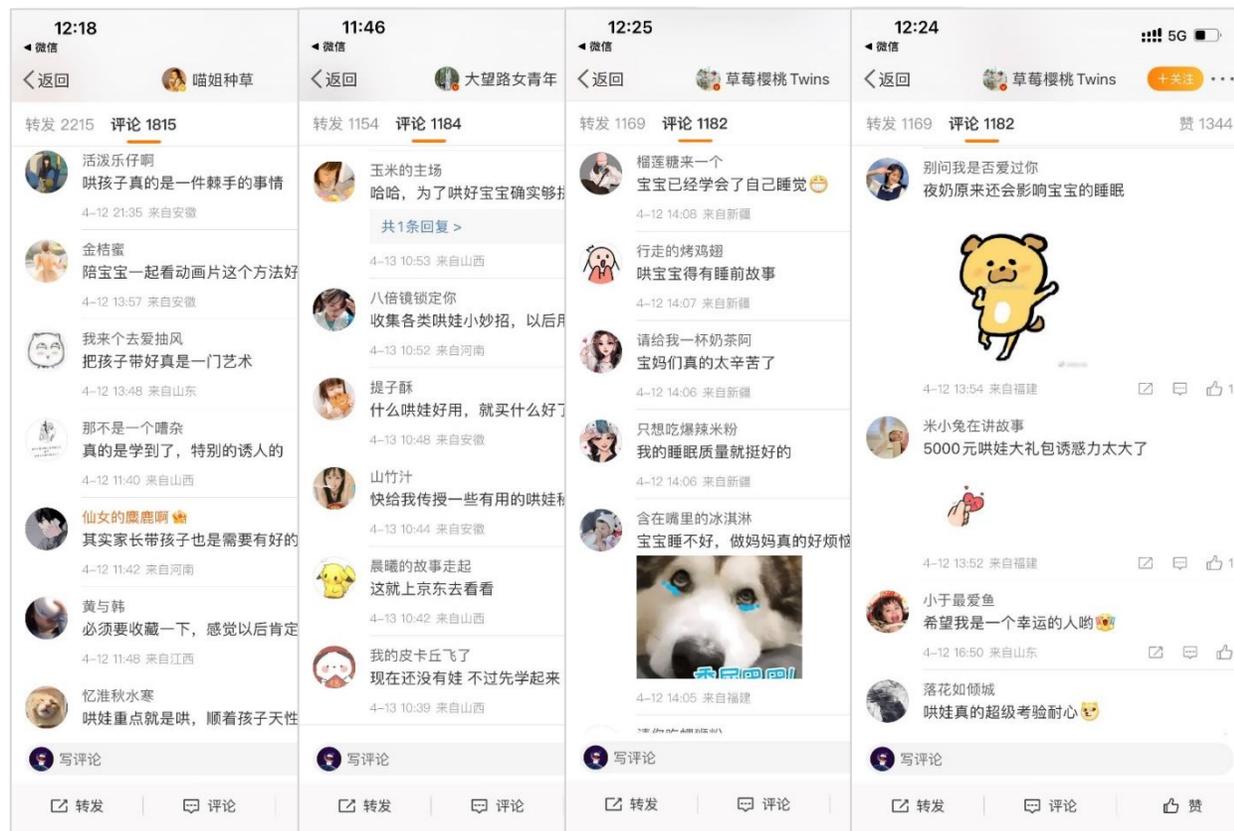
 美素佳儿皇家奶粉 3段800克 <b>奶粉</b>	 babycare拉拉裤xxl <b>尿裤</b>	 纽强婴儿润肤精华霜 <b>婴童洗护</b>
 世喜奶瓶 <b>喂养用品</b>	 小鹿蓝蓝鳕鱼肠 <b>宝宝零食</b>	 bebebus腰凳 <b>孕产专区</b>
 十月结晶隔尿垫 <b>婴童寝居</b>	 丸丫婴儿推车 <b>童车童床</b>	 bebebus安全座椅 <b>安全座椅</b>

### 趋势类目 引领增长

超高端奶粉全周期成交额同比增长 <b>52%</b>
婴幼儿零辅食全时期成交额同比增长 <b>87%</b>
出行用品全时期成交额同比增长 <b>120%</b>
儿童防护栏全时期成交额同比增长 <b>200%</b>

## 理念传递：一场“让育儿更轻松”，真正走进用户、感动用户的暖心事件

京东超市宝贝趴 #宝贝我来哄#活动，收获大量宝爸宝妈们的真情反馈，表达对活动的支持与喜爱



## 案例分析：

### 京东超市宝贝趴“宝贝我来哄”，为什么是一次成功的营销案例？

- 1、不回避“出生率下滑”社会议题及生意艰难挑战，关注用户最真实育儿痛点，寻求解决方案
- 2、创造独特的沟通方式，发动所有合作品牌、全民力量一起来提供“哄娃”妙招，形成破圈传播
- 3、站外传播+主站会场紧密联动，用户拉新、趋势打造、销售助力，远超预期目标
- 4、信赖感、低价心智外部感知大幅提升，“让育儿更轻松”理念有效传递，助力打造长效用户心智