

京东超市9.9周年庆 “省上加省快乐加倍”

- **品牌名称:** 京东超市
- **所属行业:** 线上零售/电商
- **执行时间:** 2023.09.01-09.10
- **参选类别:** 视频内容营销类

案例视频

《陈明昊快乐的秘密》

<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4943085101056015>

- **看行业：**2023年以来，综合电商恢复温和增长，直播电商快速增长，618期间直播电商同比27.6%，挤占货架电商市场份额。平台电商大促的低价玩法更加简单直接，促销力度加码、规则简化成为趋势，天猫超市推出购物返“超市卡”玩法不断提升购频。
- **看自身：**承接京东母品牌的“低价”战略，京东超市全年以透传低价心智、给用户低价的消费体验为核心策略。9.9周年庆作为京东超市全年最重磅的心智沟通与促销节点，与618和双11相比缺少用户的认知度和认可度，亟需打出有差异化的低价抓手打造一年一度的用户回馈盛会，提升9.9周年庆的认知度，强化京东超市的低价心智。
- **看消费者：**疫情结束后，受到就业形势严峻、行业发展紧缩的影响，消费者的消费行为趋于理性，在快速消费品的购买方面，“有品质的低价”和“省钱”是被追求的主题。
- **挑战：**用户对于京东超市9.9周年庆这一节点的认知度和对其力度的认可度不及618与双11，同时，天猫超市在“超市卡”产品能力和促销机制上有先发优势，如何在缺少用户认知的情况下将京东超市卡作为9.9周年庆的核心玩法，同时实现京东超市卡玩法的冷启动和传播声量爆发，是此次最主要的挑战。

- 目标：
 - 结合超市卡玩法提升消费者对京东超市9.9周年庆低价的认知；
 - 通过优质内容打造周年庆出圈事件，提升品牌影响力。

- **用户洞察：**当下用户消费行为趋于理性，不仅追求绝对的低价，也在乎相对省钱，不再迷信“好货不便宜”，“可以买贵的，不能买贵了”越来越成为消费者共识。对于逐渐成为家庭日常消费品采购主理人的年轻一代来说，大家不再热衷攀比谁买的东西更贵，而是在乎谁买得更划算。
- **创意推导：**用户对于“省钱”这件事热衷的背后，除了经济环境影响以外，还有着消费心理方面情绪价值的驱动。随着互联网对消费行为的改变，寻找“薅羊毛”的省钱方法不再难以启齿，甚至还是一种乐趣。省钱能够让消费者感到快乐，省钱是一件快乐的事情，加倍省钱就能带来加倍的快乐，此次京东超市9.9周年庆在传统大促力度的基础上叠加购物返超市卡的省钱机智，让“省上加省，快乐加倍”。
- **核心策略：**聚焦26~35岁的家庭用户，以“省上加省，快乐加倍”为主题，打造演技派明星的演绎传递加倍快乐的话题事件，围绕“爆款享低价，再返超市卡”的核心促销抓手沟通京东超市9.9周年庆省上加省的心智，助力周年庆大促期间的声量和销售爆发。
- **创意亮点：**化抽象为具体，将“爆款享低价，再返超市卡”的抽象利益点转化为两重促销“省上加省”带来的“加倍快乐”，核心创意采用“通感”的首发，通过引入实力演绎派将层层递进的快乐演绎出来，让具体的快乐与省上加省的促销画等号，植入进用户的认知。

1、“省上加省”的心智大片：携手宝藏艺人陈明昊打造质感大片，以加倍快乐诠释省上加省

将省上加省的力度与快乐加倍的情绪进行联系，需要一位实力超群、感染力强的大咖传递快乐。基于此，京东超市携手国家一级话剧演员陈明昊共创《陈明昊快乐的秘密》系列短片，以“不光省钱，还能返钱”的故事线索贯穿京东超市10大品类，通过层次丰富的快乐情绪的演绎透传超市卡带来的省上加省的心智。短片聚焦抖音topview、信息流、微博分发的方式进行投放，精准触达26~35岁家庭用户。



视频链接：<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4943085101056015>

1、“省上加省”的心智大片：携手宝藏艺人陈明昊打造质感大片，以加倍快乐诠释省上加省

短片聚焦抖音topview、抖音信息流、微博达人分发的方式进行投放，精准触达26~35岁家庭用户。



2、“省上加省”的话题发酵：掀起多圈层用户讨论京东超市卡热潮

结合代言人陈明昊短片物料，以超市卡带来的省上加省促销体验为抓手，发起#假如省钱有段位#微博话题运营挑战赛，引导用户围绕省钱段位讨论。

(1) 铺设明星娱乐类微博官方大账号及KOL资源，种草内容强绑定明星，借助明星效应扩大话题影响力，增加用户对京东超市卡返卡玩法认可度。



The image displays a comprehensive overview of the campaign's media performance. On the left, a video player shows a short film with actor Chen Minghao, accompanied by the text '省上加省 快乐加倍' and '视频累计播放量 404.2万次+'. To the right, a series of Weibo posts and search results are shown, illustrating the spread of the #假如省钱有段位# challenge and the '省上加省' theme across various user circles and search engines.

2、“省上加省”的话题发酵：掀起多圈层用户讨论京东超市卡热潮

(2) 联动4大垂类官方大账号助推内容破圈，在美食、娱乐、种草、星座领域发起#假如省钱有段位#讨论，助力话题破圈触达更多用户。



(3) 多类型资源整合，预埋40位KOL围绕超市返卡货品及陈明昊质感大片深度种草京东超市卡。



3、“省上加省”的货品种草：布局头部、中部抖音达人内容创作，以货品种草带动超市卡植入

在心智透传和话题造势的基础上，通过达人原创内容种草的形式降低超市卡玩法的理解门槛，同时以货品种草的方式实现爆品流量与销售的收割。预埋17个抖音达人创作内容种草享低价+购返卡的百大爆品，透传京东超市周年庆货品返卡心智，深度植入购物返超市卡及爆品核心卖点等业务信息，强化周年庆爆品优质优价的认知。



1、宝藏代言人带动质感大片出圈，用户粉丝反馈强烈，3天为抖音官号增粉2万

与国家一级话剧演员陈明昊共创《陈明昊快乐的秘密》系列短片，通过快乐情绪的演绎透传超市卡“不光省钱，还能返钱”带来的省上加省的心智。视频精准投放26~35岁家庭用户，全周期曝光9100万+，投放CPM低于行业均值，媒体溢出率18%。带动艺人粉丝自来水传播“京东超市周年庆”，并破圈带动消费者自发转发评论，topview互动量近20万，3天直接带来京东超市官方抖音账号涨粉2万+，大量UGC用户表示“广告有质感/有创意”、“京东超市平台值得信赖”、“省钱很快乐”。

用户好评如潮，对京东超市平台好、广告品质创意、艺人陈明昊均给出正面反馈



2、social话题掀起多圈层用户讨论京东超市卡热潮，声量达成预期2倍

联动美食、娱乐、种草、星座4大垂类账号分发TVC、百大爆品物料助推内容破圈，预埋省钱方式分享、超市卡羊毛攻略等话题跨圈层引发对京东超市卡省上加省的热议，渗透京东超市周年庆低价认知，#假如省钱有段位#话题阅读量破4.6亿，达成预期2倍，讨论量超18.2万，互动量超106.2万。

3、达人种草触达亿级用户，京东超市关键词热度提升，孵化3条千万爆款

17个原创种草视频浏览量均破50万，其中3个达人内容出爆浏览量均1000万+，视频累计触达用户1亿，互动量280万+，CMP17低于抖音均值。

4、超市卡认知度与使用率提升，充分带动销售转化提升

在健康度提升的前提下，超市卡整体规模提升，返卡订单增加3倍以上；销售贡献同比提升81%，周年庆期间使用购物返卡用户的购物频次环比增幅较未返卡用户提升2倍以上。