

# 京东快递-200斤免费送上楼

- **品牌名称:** 京东快递
- **所属行业:** 物流行业
- **执行时间:** 2023.05-06
- **参选类别:** 效果营销类

# 结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://www.douyin.com/video/7239904168415169849?modeFrom=>

# 200斤以内

# 免费送上楼



## 背景

在毕业季期间,大部分毕业生会选择通过邮寄的方式搬运学校行李,而京东快递作为物流行业的领军企业之一,一直致力于为用户提供快速便捷、可靠贴心的服务体验。如何在此节点,向学生群体宣传京东快递的寄递能力,抢占他们对于毕业物件的联想,并引导其使用京东快递寄递毕业行李,成为我们亟待解决的问题。聚焦校园毕业时令,让目标消费群对品牌产生关注与好感,为京东快递小程序引流拉新,是本次营销的重要目标。

## 创意

依据毕业生群体行李的不同类型,品牌提炼【日用品、生活用品、爱好用品】三类代表性行李的寄递场景,以快递员搬运200斤行李爬楼梯机为视觉符号,制作魔性洗脑的系列短视频,差异化且标志性的楼梯机道具、神情姿态轻松的快递员与其手上堆砌如山的重量级行李,为画面制造了强烈的视觉冲击。

## 超63家异业合作品牌



全网曝光量

2.2亿+

线上线下媒介

1200+

UV量

500万+

JDL社群沉淀

852个

所合作院校

超40所

清华大学

中国人民大学

上海交通大学

湖北经济学院

.....

校园业务增收

1.2亿+

同比增速

52%

同比提升

2000%

有效单量

300万+



## JDL Express 京东快递

- 在毕业季期间，大部分毕业生会选择通过邮寄的方式搬运学校行李，而京东快递作为物流行业的领军企业之一，一直致力于为用户提供快速便捷、可靠贴心的服务体验。
- 毕业季快递业务竞争极其激烈，同行友商各尽所能、争相角逐，毕业生拥有众多选择，因此，品牌需要在激烈的行业竞争中，以独特优势创造需求、实现突围。



- **抢占心智**

抢占毕业生们对毕业寄件的联想，引导其使用京东快递寄送毕业行李；

- **拉新引流**

于校园毕业旺季期间，为京东快递品牌争取足够多的流量至官方小程序；

毕业之际，目标消费群需要处理答辩论文、考公求职等事宜，

面对复杂的传播环境中，品牌需以锚定 **精准内容** 抢占心智、转化销售；



	重货上楼		「学生专享」重货折扣 <sup>①</sup>	首重费用 (同省市) <sup>②</sup>	续重费用 (同省市) <sup>②</sup>
	免费额度 <sup>①</sup>	收费标准 <sup>②</sup>			
京东快递	<b>100KG</b>		<b>7折</b>	<b>35元</b> (20KG内)	<b>1.8元/KG</b> (21-100KG)
顺丰速运	<b>60KG</b>	1、1票货物任意件≥60KG，按整票计费重量 * 1元/KG收费 2、1票货物所有件 < 60KG，且票重 ≥ 100KG，按整票计费重量 * 0.3元/KG收费	<b>8折</b>	<b>40元</b> (20KG内)	<b>2元/KG</b> (21-100KG)
圆通速递	无		-	<b>8元</b> (1KG内)	<b>2元/KG</b> (2-50KG)
中通快递	无		-	<b>8元</b> (1KG内)	<b>2元/KG</b> (2-50KG)
申通快递	无		-	<b>8元</b> (1KG内)	<b>2元/KG</b> (2-50KG)
韵达快运	<b>40KG</b>	40KG以内免费送货上楼，41-68KG收取小额上楼费	-	<b>50元</b> (53KG内)	<b>1元/KG</b> (54-9999KG内)
邮政速递	无		-	<b>12元</b> (1KG内)	<b>1元/KG</b> (2-40KG内)

① 来源于2022年毕业季期间，为官方公布数据

② 来源于日常时期，为官方微信小程序数据（以广州市海珠区-番禺区为例）；不同地区收费有 2-5 元差异，数据仅供参考。

	重货上楼		「学生专享」重货折扣 <sup>①</sup>	首重费用 (同省市) <sup>②</sup>	续重费用 (同省市) <sup>②</sup>
	免费额度 <sup>①</sup>	收费标准 <sup>②</sup>			
京东快递	100KG	◀ 相比于其他物流品牌复杂的优惠计算公式，京东快递毕业寄件服务拥有清晰、且区别于竞争品牌的独特制胜点： <b>200斤以内的包裹免费送货上门</b>	-	35元 (20KG内)	1.8元/KG (21-100KG)
顺丰速运	60KG		-	40元 (20KG内)	2元/KG (21-100KG)
圆通速递	无		-	8元 (1KG内)	2元/KG (2-50KG)
中通快递	无		-	8元 (1KG内)	2元/KG (2-50KG)
申通快递	无		-	8元 (1KG内)	2元/KG (2-50KG)
韵达快运	40KG	40KG以内免费送货上楼，41-68KG收取小额上楼费	-	50元 (53KG内)	1元/KG (54-9999KG内)
邮政速递	无		-	12元 (1KG内)	1元/KG (2-40KG内)

① 来源于2022年毕业季期间，为官方公布数据

② 来源于日常时期，为官方微信小程序数据（以广州市海珠区-番禺区为例）；不同地区收费有 2-5 元差异，数据仅供参考。



- 依据毕业生行李的不同类型，提炼**「生活用品」、「教辅书籍」、「爱好杂物」**三类代表性行李的寄递场景
- 以**快递员搬运200斤行李爬楼梯机为视觉符号**，制作**魔性洗脑的系列短视频**，差异化且标志性的楼梯机道具、神情姿态轻松的快递员与其手上堆砌如山的重量级行李，为画面制造了强烈的视觉冲击。



- 系列短视频视频在微博、视频号等**多渠道投放**，实现全域曝光；
- 同时以**一系列极具视觉辨识度的物料**，渗透到更多的高校传播接触点，结合不同场景输出产品利益点，引发目标消费群的情感共鸣；
- 品牌通过与元气森林、菲诺品牌的**异业合作**扩散影响力，配合**参与话题讨论赢取抽奖福利等活动机制**提高声量，进而收割流量转化销量。



配套创意海报



异业合作海报

- 毕业季期间，京东快递在全国合作院校**新增超40所**，校园业务**增收超2.2亿**，同比提升**2000%**，同比**增速52%**，有效单量**超300万件**；
- 同时卷入**异业合作品牌63家**，带动各合作品牌的产品销量及知名度提升，实现业务共赢。

- 在创意内容上，洞察目标消费群的寄件心理，结合贴合当下时兴的**“打直球”式表达**，以直述卖点的概念推动产品服务的直效营销，以区隔化、多元化的创意内容抢占目标消费群的毕业寄件心智。
- 在传播推广上，品牌在各大社交媒体平台上发布创意视频、海报、互动话题、KOL联动等传播矩阵，构建与目标消费群的情感共鸣，**打透品牌单个核心卖点**、全面释放品牌的影响力，击穿物流行业赛道。
- 这场**“线上+线下”强联动**、兼具传播性与参与性的营销活动，精准地聚焦并触达了目标消费群。从快速积累潜在客群，到增长并转化目标客户，实现了流量到销量的高效收割。