“搭子文化”打爆京东生鲜吃货嘉年华IP

- **品牌名称：**京东生鲜
- **所属行业：**食品/饮料类
- **执行时间：**2023.05.08-05.23
- **参选类别：**数字媒体整合类

项目背景

- 我国生鲜电商活跃用户以生活在一线及新一线城市、25-35岁的年轻人为主，配送因素、服务因素、价格因素是其消费过程中优先关注的重点因素。
- 京东生鲜平台优势明显，以高质量生鲜食品、全品类产品、丰富渠道融合和稳定的物流保障不断为用户提供高品质购买服务。但其渗透率仍处较低水平，在培养用户消费习惯、形成长期用户粘性方面仍需用力。

现状与挑战

- 用户对京东生鲜已有包邮信息认知固化；
- 快消行业玩梗现象繁多，如何根据品类作出差异化营销；
- 如何将营销传播与转化结合，提高京东生鲜的认知度；

项目目标

- 拔高吃货嘉年华活动热度，提升京东生鲜品牌吸引力，并进一步优化品牌用户关系，活化用户的品牌化感知。
- 透传“517吃货嘉年华”与“生鲜+万物可跨品包邮服务”两大利益点，增强转化机会，带动生鲜全品类销量提升，打造营销大事件。
- 展现对多样消费场景与差异化个人喜好的包容性，结合消费者关注重点进行social传播。

核心创意

核心主题：“包邮随心凑 鲜味任你搭”

紧跟流行社交文化，以时下热点【搭子文化】为核心贯穿活动，为京东生鲜打造全民最佳“干饭搭子”的身份，引发群体共鸣，多元化阐述、演绎活动信息与“包邮随心凑 鲜味任你搭”活动主题，进行全网爆发式营销。

核心策略

- 结合social用户语言，软化“生鲜”印象，吸引更多用户前来寻找“搭子”；
- 延伸社媒营销传播，以创意视觉+痛点文案刷新用户认知，击穿用户屏障；
- 推出跨品让利方案，进一步推动用户决策行为，强化价值转化；

京东生鲜：任何口味任选任搭；不同品类随心包邮 ＋ 搭子文化：万物皆可搭，细分领域需求的全面满足 ＝ 打造全民最佳“干饭搭子”，邀请用户“包邮随心凑”

京东生鲜吃货嘉年华＋搭子文化＝“包邮随心凑 鲜味任你搭”

1 微博平台打造专属活动双话题阵地，紧跟淄博烧烤热点，发起热点话题冲榜

官博、品牌、523位KOL+KOC矩阵联动造势，打造专属活动双话题阵地，迅速为活动曝光；围绕“干饭搭子”核心创意，紧跟淄博烧烤热点，发起热点话题冲榜，在官方流量曝光加持下，将生鲜517活动信息软植入露出；多元化刷屏投放，触达更多细分圈层，发酵活动热度。

京东官博首发造势

建立双话题专属活动阵地话题

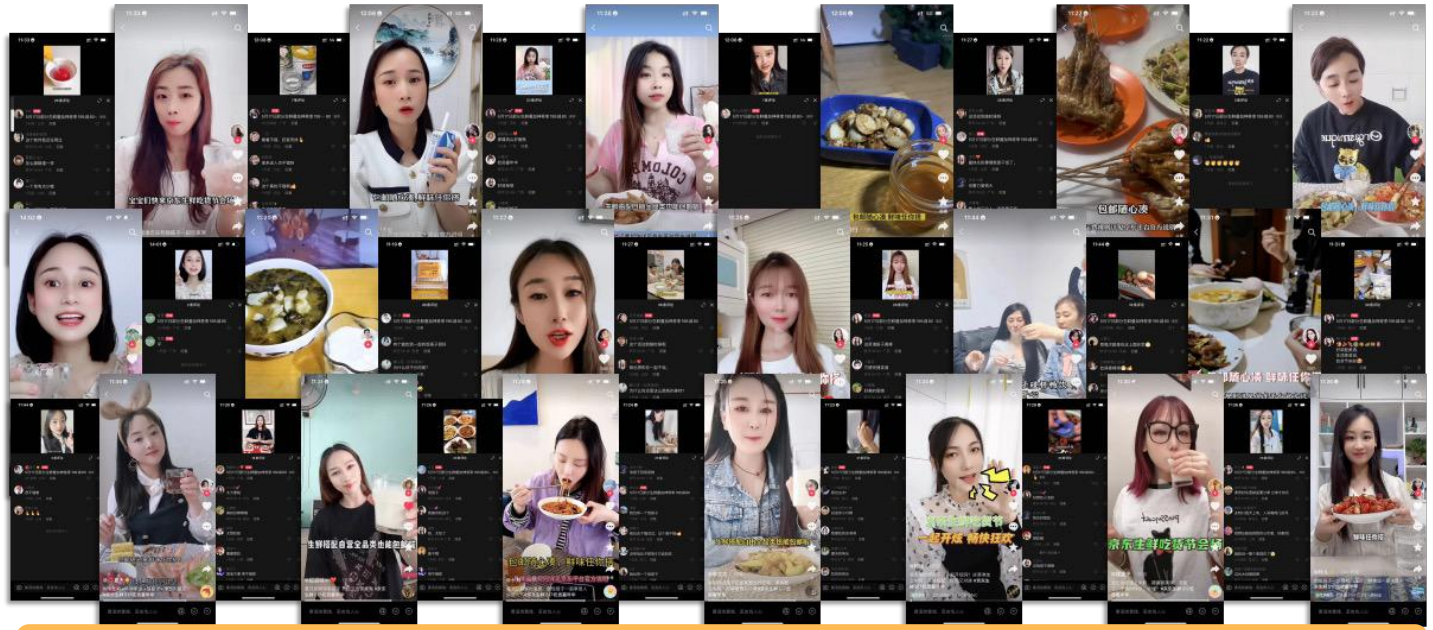
23位百万级KOL集体宣发物料，引发广泛关注

500位KOC联动造势，持续吸引用户关注，趣味传播生鲜“跨品包邮”心智

2 抖音平台发起“饭搭子干杯”互动，引发人群围观，打造节日氛围

垂类红人站台，围绕KA品牌主推品，以趣味剧情+好物安利+活动植入的形式，定制化打造品牌视频，具象化传播活动信息。借助海量KOC力量进行“饭搭子干杯”趣味互动，触达不同层级用户，深入打造吃货氛围，吸引更多潜在人群围观活动，完成产品深度种草。

抖音达人投放截图



20位抖音KOC共同发力，借助“饭搭子干杯”的趣味互动，深入打造吃货氛围，吸引更多潜在人群围观活动

3 小红书平台铺排种草内容，精美物料为用户提供活动信息，引导用户加入节日狂欢

KOL+KOC矩阵深度种草，全面铺排图文内容，多元化深度种草生鲜及跨品主推品，软植入活动信息，巧妙在文案中融入活动利益点，并在内容评论区加强互动与引导，撬动粉丝用户前来站内参与，持续沉淀为品类导购曝光。

部分KOL+KOC投放截图

4 微信私域同步释放活动内容，利用粘性用户，活化社群资源

垂直社群、朋友圈同步宣发，传播517饭搭子清单、蛋仔魔性表情包，透出活动关键信息及福利，网罗更多潜在用户。社群及朋友圈累计触达50000+人群，增加活动影响力。

部分朋友圈投放截图

部分社群投放截图

5 京东站外阐释活动福利产品吸引用户，京东站内承接流量完成转化，整合平台资源集中爆发

站外产品物料在活动中按节奏分波释放，多元化阐述、演绎活动信息与利益点，营造吃货嘉年华氛围，多样化用户消费体验，穿透用户心智同时提振用户购买欲。站内会场跨品类共建“搭子”场景，整合生鲜、母婴、酒水、休食货品优势，打造一站式跨品包邮会场，作为活动转化主阵地，承接站外流量。

饭搭子吃货清单

搭子产品海报

站内黄金资源位强势曝光活动会场

6 丰富的大脑洞视觉物料诠释“跨品类包邮”活动信息，为用户进行魔性洗脑

紧抓配送、服务、价格因素的在决策中的重要影响地位，着重“跨品类包邮”升级服务，以“包邮随心凑 鲜味任你搭”活动主题为核心，借鉴网络社交语言体系，形成系列大脑洞魔性物料——魔改不同的场景生活片段生成“就要这么搭”趣味GIF图片，洗脑用户“搭搭搭”；组合趣味文案延展IP表情包，邀请吃货搭子们共同狂欢；全面呈现“万物皆可搭”的视觉概念。

活动主KV

趣味GIF

创意表情包

京东生鲜517吃货嘉年华

跨品共建，集中导购；全面铺排，精准营销

- 京东：整合生鲜、母婴、酒水、休食等货品优势，打造一站式跨品包邮会场，站内会场UV达**43w+，ROI≥7**
- 微博：活动相关微博话题总曝光量达**5.7亿+，登微博热议话题榜TOP5、微博实时上升热点榜、微博同城TOP2**等；话题曝光达成比**475%**；
- 抖音：打造“饭搭子干杯”趣味互动视频，深入打造吃货氛围，视频总播放达**293w+**，视频播放量达成比**146.5%**，互动**4.5w+**；
- 小红书：美食、母婴、生活类小红书KOL+KOC矩阵深度种草，全面铺排图文内容，累计曝光量达**20w+**，达成比**200%**；
- 微信：30+垂直社群、朋友圈同步宣发，累计触达**50000+**人群。

屡获佳奖，专业认可

- 项目荣获第十二届ADMEN国际大奖年度十大案例，TMA移动营销大奖等多个行业奖项认可。