

京东3C数码追光超级直播：2025去追第一缕光

- **品牌名称：**京东-3C数码
- **所属行业：**互联网电商
- **执行时间：**2024.12.08-2025.01.03
- **参选类别：**直播营销类

追光先导片视频

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.xinpianchang.com/a13252469?searchKw=2025%E5%8E%BB%E8%BF%BD%E7%AC%AC%E4%B8%80%E7%BC%95%E5%85%89&from=search_post

品牌需求

扩
声量

围绕年轻人的跨年仪式感
打造出圈营销事件，扩大声量

强
认知

借助跨年事件的热度
提升3C品类认知

促
销售

跨年事件释放以旧换新权益
刺激用户消费，促进销售转化

营销议题：将3C产品与跨年场景紧密结合，为年轻人打造2025跨年仪式感，让更多用户关注到3C产品。

营销困境

这个卡在周三，既不能连着周末又不好请假的特殊元旦

一味的商业化营销反而容易令用户反感

所以我们要在品牌方的需求和用户在这个特殊元旦的情绪痛点之间

找到一个平衡点和情感链接点

品牌要声量

用户要仪式感



打造一个出圈又有仪式感的跨年大事件

策略目标

用户洞察

从年轻人跨年仪式感的需求切入
打造跨年大事件，触动情绪及关注

元旦跨年作为年轻人【辞旧迎新】的限时狂欢
用户希望用仪式感的体验，告别2024，开启新年

回归业务

强调“升级追光潮电装备逛京东”
及年货节优惠，刺激用户需求

传递京东价值及年货节优惠，提升好感
引流站内，促进用户增长

京东3C数码 X 小红书
#2025去追第一缕光#

跨年超级直播

为年轻人打造2024跨年仪式感

以“**2025去追第一缕光**”作为核心概念传递给消费者，选取日常生活中动人的追光瞬间作为创意主线核心，发起一场**追光**之旅，并联合小红书话题达人和硬核摄影大佬，在**祖国最东端抚远**举办一场跨年追光超级直播，给予用户跨年仪式感，提升品牌好感度。

营销目标：借元旦跨年热度，打造京东3C数码话题事件曝光，提升用户认知及好感度

创意亮点

抓住年轻人**对跨年仪式感和氛围感的刚需痛点**
结合TA们最爱的跨年仪式感和3C产品
让大家在新的一年里记录更多美好的发光瞬间，赋予美好寓意
带着用户心愿**打造追光超级直播**

线上：由一支追光先导片《欢迎「光」临2025》和一组LIVE动态追光海报开启追光之旅，预告追光直播大事件

追光先导片： 《欢迎「光」临2025》

从生活中常见的「欢迎光临」招牌引入，由不发光的“光”字引出生活中各种与光有关但又容易错过的的美好瞬间，巧妙结合3C追光装备，呈现3C品类与追光之旅的深度关联。



LIVE动态追光海报：

用3C产品将生活中不经意的发光瞬间记录定格，让更多人关注到追光直播。



创意亮点

抓住年轻人**对跨年仪式感和氛围感的刚需痛点**
 结合TA们最爱的跨年仪式感和3C产品
 让大家在新的一年里记录更多美好的发光瞬间，赋予美好寓意
 带着用户心愿**打造追光超级直播**

线下：跨年夜远赴祖国东极抚远，打造一场充满浪漫仪式感的跨年追光超级直播

跨年夜在祖国东极抚远直播追光
 迎接2025第一个日出

房车即装置，追光直播即事件



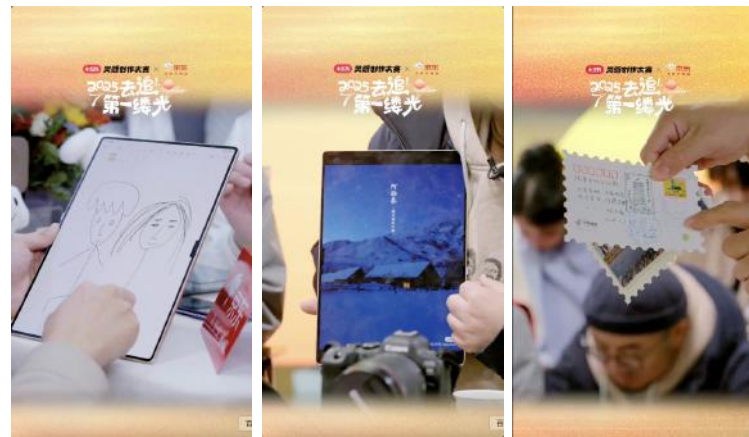
与年轻人超爱磕的卓晴cp一起许下新年心愿
 国家地理摄影师压箱底教学拍摄追光人生照片

卓晴CP+国家地理摄影师8H不间断直播追光



巧妙带出3C品类
 送来自祖国最东方的新年祝福

京东采销讲解3C产品，将粉丝愿望写在明信片从最东邮局寄出



直播前——互动征集，为跨年夜追光直播蓄水造势

话题启动，线上发起用户创意追光内容征集

并通过旅行摄影、生活分享类达人笔记吸引用户关注，掀起追光仪式感热潮，上线直播预告海报及预约邀请函资源为直播造势。

媒介组合：

官方社媒矩阵



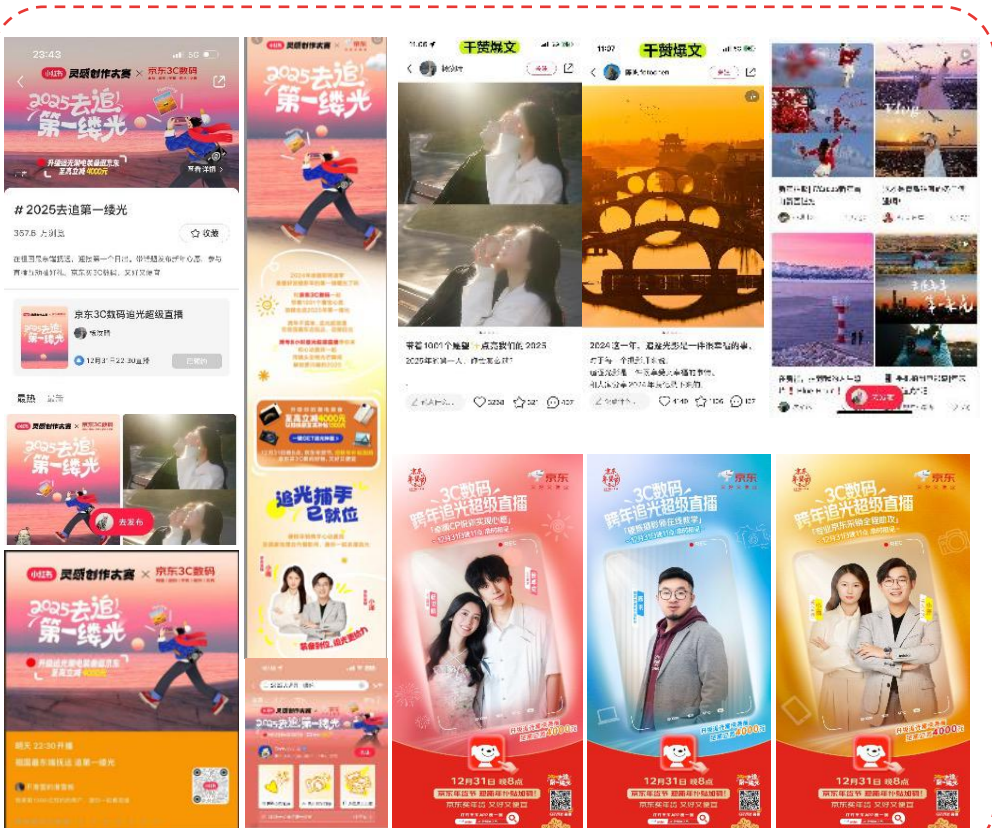
话题达人+垂类达人



多圈层KOL扩散

旅行摄影、生活分享类等

KOC&素人参与



直播BIGDAY——祖国最东端抚远追光直播引爆声量，点亮跨年仪式感

3C追光神器live海报及【欢迎光临2025】追光创意视频上线，预告直播；

小红书开屏、火焰话题等王牌资源引流，全面拦截目标用户，跨年夜抚远8小时不间断直播，打造追光仪式感。



媒介组合：

官方社媒矩阵



三大平台同步直播

京站内+小红书+微信视频号

王牌资源引流

小红书开屏、火焰话题、信息流等

多圈层KOL扩散

数码科技类、旅行摄影、生活类等

直播后——高光片段二次传播提升事件影响，展望闪光新生活

精彩卡段及直播达人追光vlog等二次传播

用户UGC产出延续话题热度，多家网媒报道，提升事件影响力。

媒介组合：

官方社媒矩阵

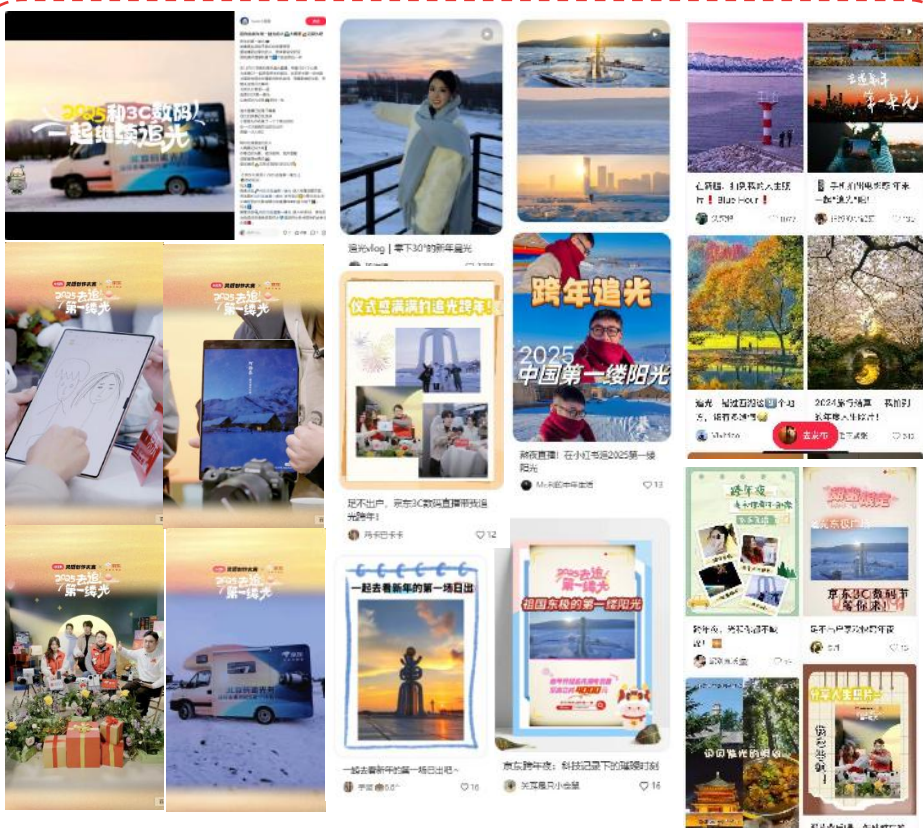


全网UGC卷入

网媒报道：



行业案例收录：



传播效果

项目总曝光**破亿**，超出预估**40%**
话题总浏览量**破千万**，超出预估**12%**

传播效果超预期，追光先导片视频以商业版本上榜营销榜单

非流量明星直播带来超预期用户参与&互动
直播BIGDAY话题互动增长助力京东3C品类热度大幅提升

追光先导片视频播放量**破千万**

上榜新片场互联网周榜**TOP2**，广告片周榜**TOP5**
被数英、广告门等收录首页并推荐

TOP2
新片场互联网周榜



TOP5
广告片周榜



话题词#2025去追第一缕光#

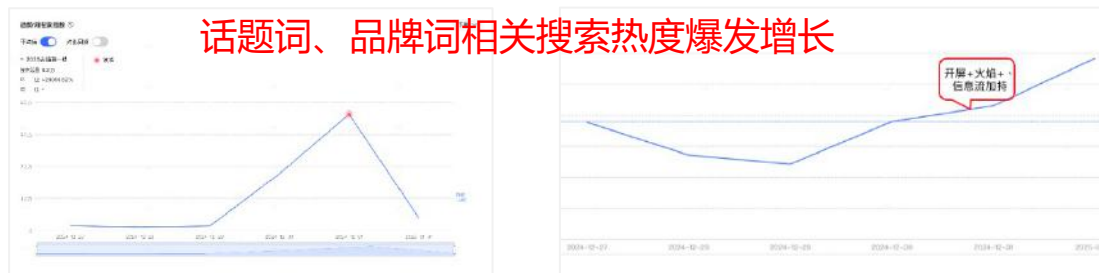
搜索量BIGDAY单日最高爆发较活动前单日增长**225倍**

品牌词#京东3C数码#

搜索量BIGDAY单日最高爆发较活动前单日增长**2.3倍**

同时，UGC大量卷入带动此次话题声量裂变扩散，提升活动热度，引发大批用户关注。

话题词、品牌词相关搜索热度爆发增长



*数据周期维度为2024.12.27-2025.01.14

数据来源为品牌方提供，*趋势词搜索指数：支持自定义关键词查看该主题下搜索趋势