

京东情人节：爱的闪光时刻，都值得被高高举起

- **品牌名称：**京东
- **所属行业：**电商
- **执行时间：**2024.01.15-02.30
- **参选类别：**视频内容营销类

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://v.qq.com/x/page/p3217782j62.html>

25年京东个护家电营销策略为#100个闪光时刻#，
核心是想通过场景化氛围，打造向往感，让更多人带入这份美好，感受个护家电产品在生活点滴中的价值。

这个情人节，如何贴合产品并精准地去描述用户内心这份不易察觉的小美好呢？

“情人节就是用来亲亲抱抱举高高的！”
一到情人节，就有很多“亲亲抱抱举高高”的时刻，“举高高”也成了情人节的限定词

但在悦己情绪的当下，我们觉得不止是过情人节，不管是爱人，还是爱自己，每个爱的闪光时刻，都值得被高高举起。
“高高举起”，即是我们举起产品（剃须刀、卷发棒、电动牙刷）的姿态，更是我们把自我内心感受放在第一位，在闪光时刻，自己给自己的仪式感。

举起产品，也举起自我，结合两者，我们将“高高举起”作为创意视觉符号，从单身悦己、情侣同居、夫妻送礼三大重点场景切入，刻画了3个年龄段的用户，在情人节为自己和爱人高高举起的幸福瞬间，细腻动人，营造向往，传递爱意！



情人节，举高高的同时，
也别忘了把自己高高举起

100moment
个护家电

京东
又好又便宜

100个闪光时刻

在以爱为名的节日里
高高兴兴地爱自己
也是一种主旋律



100 moments

14 Feb. 2025 5600K 0 dB F 5.6

爱的闪光时刻
都值得被高高举起

一键送礼 立享86折
国家补贴再减20%

打开京东APP搜一搜
京东 闪光时刻



100moment
个护家电

京东
又好又便宜

100个闪光时刻

我们之间最大的默契
就是你的需要
我都知道



100 moments

14 Feb. 2025 5600K 0 dB F 5.6

爱的闪光时刻
都值得被高高举起

一键送礼 立享86折
国家补贴再减20%

打开京东APP搜一搜
京东 闪光时刻



100moment
个护家电

京东
又好又便宜

100个闪光时刻

恋爱的“酸臭味”
是家里的一切
都要出双入对



100 moments

14 Feb. 2025 5600K 0 dB F 5.6

爱的闪光时刻
都值得被高高举起

一键送礼 立享86折
国家补贴再减20%

打开京东APP搜一搜
京东 闪光时刻



在传播上，建立“视频号发布+微博传播+小红书种草”全平台传播矩阵

STEP 1: 视频在官方矩阵首发，同步在京东站内上线

STEP 2: 联动 30家品牌联合发声，助推话题在全网高高举起

在视频号和微博官号首发后，多品牌如博朗、usmile、戴森自主转发；微博官号发文后30+品牌如松下、lena、飞科、洁碧、飞利浦、有色与官微共建互动，最大化ToB造势。

STEP 3: 在站外抖音、微博渠道铺排资源，重点传播；

STEP 4: 在小红书平台围绕#100moments 进行产品种草和站内搜索引导，

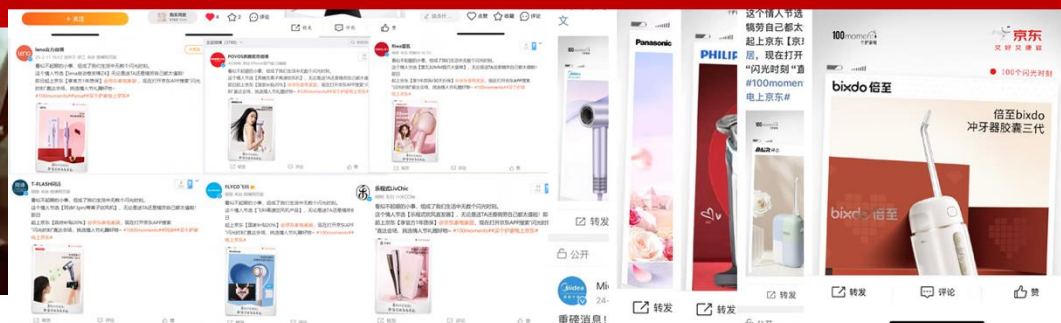
小红书搜索热点大词“情侣礼物、情人节走心礼物、情人节实用礼物”占位首屏；撬动欧乐B、usmile、博朗、倍轻松等KA品牌话题共建，实现话题量累计超千万！



抖音&微博开屏



30家品牌联动发声



话题量累计超千万

客户点评：“全年100个闪光时刻的第一枪，胜在洞察细腻，既能结合产品，又能契合用户内心”

用户：“这广告简直在拍独处时的自己，情人节取悦自己也是一种主旋律”