

# 京东健康-819医师节情感短片《纳兰的演讲》

- **品牌名称:** 京东健康
- **所属行业:** 医疗服务
- **执行时间:** 2024.08.12-08.20
- **参选类别:** 视频内容营销类

# 京东互联网医院挑战

CHALLENGE FOR US

认知度

低

大众对线上问诊认知度缺乏  
业务形态相对陌生

信任度

低

相比于线上问诊  
大众更相信线下当面问诊

服务场景

繁

服务场景多元、繁琐  
难以通过简单的海报或TVC传递

OBJECTIVE

# 目标

# 认知 + 情感

希望通过情感视频营销，提升大众对京东互联网医院服务能力的认知，提升用户对品牌的认知度与好感度

# 策略 STRATEGY

## “为真实赋予艺术”

以京东互联网医院的真实案例为故事原型，通过电影式拍摄手法艺术化影片，产出具备“故事性”+“艺术性”+“话题性”的高质量影片



**JDH 京东健康**  
看好医生 · 买好药

**819医师节**  
温情上映

# 纳兰的演讲

تعارف و كينونہ



IDEA

我们不希望通过一支歌颂医生的广告打动消费者，而是希望通过一个温暖的医患故事片，让观众自己了解医生24小时随时回应不放弃任何一个远在天边的患者，进而了解医生的伟大。

BACKGROUND

819医师节是一个不为人所熟知的节日，京东健康希望让更多人知道医师节的存在，看到医生在日常工作中的努力和付出，号召大家在这一天感谢医生，拉近医患双方的关系，并传达京东健康24小时在线问诊的业务。

ACHIVEMENT

2.1亿+	12 <sup>th</sup>	10+
话题阅读量	自然热搜排名	媒体、营销号收录

世界很大  
阳光总会洒向角落

NARAN'S SPEECH

## BACKGROUND

819医师节是一个不为人知的节日，京东希望让更多人得知这一节日的存在，看到医生在日常工作中的努力和付出，号召大家在这一天感谢医生，拉近医患双方的关系，并传达京东健康24小时在线问诊的业务。

## IDEA

脱离出歌颂型广告的方式，通过一个真实案例改编而成的医患短片，让观众了解到医生不会轻易放弃一位远在天边的患者，进而了解到京东在其中提供的帮助。



点击播放

<https://www.xinpianchang.com/a13153304>

# 传播 COMMUNICATION



在819医师节当天，通过微博硬广资源在微博平台首页大曝光，并在当天最热门话题#中国医师节#话题中进行置顶推广，同时配合医疗类、心理类、健康生活类等多类型达人进行扩散。

# 效果

视频被新闻媒体（北京日报、北京晚报）、时尚媒体（时尚芭莎APP）、营销领域头部网站及大号（广告门、数英网、文案与美术、4A广告创意等）进行收录报道，在B站、朋友圈等社媒渠道引发超4W+播放讨论。

## 2.1亿+

当日话题总曝光量

## 7000w+

全平台播放量

## 10+

获得10余个媒体、行业营销平台自行收录