

“新爱的小尾巴” - 京东萌宠IP营销

- **品牌名称：**京东
- **所属行业：**网络平台及服务类
- **执行时间：**2024.03-11
- **参选类别：**IP营销类

新爱的小尾巴

京东萌宠线下市集



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://pan.baidu.com/s/1WbGl-GIs4YH5jJUAXt6UCw?pwd=rk2q>

提取码: rk2q

“新爱的小尾巴” 京东萌宠IP营销

项目介绍

【新爱的小尾巴】线下萌宠IP营销项目洞察用户购买活体场景，即【一见钟情-考虑犹豫-下单转化】，锁定线下活体交易场景，旨在提升活体业务销售效率、同时为品牌提供【第一口粮需求】，通过派发试吃装的形式，积攒潜在用户、透传京东售卖活体宠物的心智、线下场景增加京东超市宠物业务曝光露出。并通过多场景的互动交流，多样化的活动形式，与消费者建立深度的情感链接。

2024年，“新爱的小尾巴”以多场次线下大集，以及参与国际宠物赛事的形式，先后落地北京，上海，广州等核心地标商圈。通过打造IP事件，以丰富，有趣，可爱的方式与大家互动交流，并通过线上话题，线下粉丝见面会，异宠融入、IP联名等形式得到消费者一致好评。

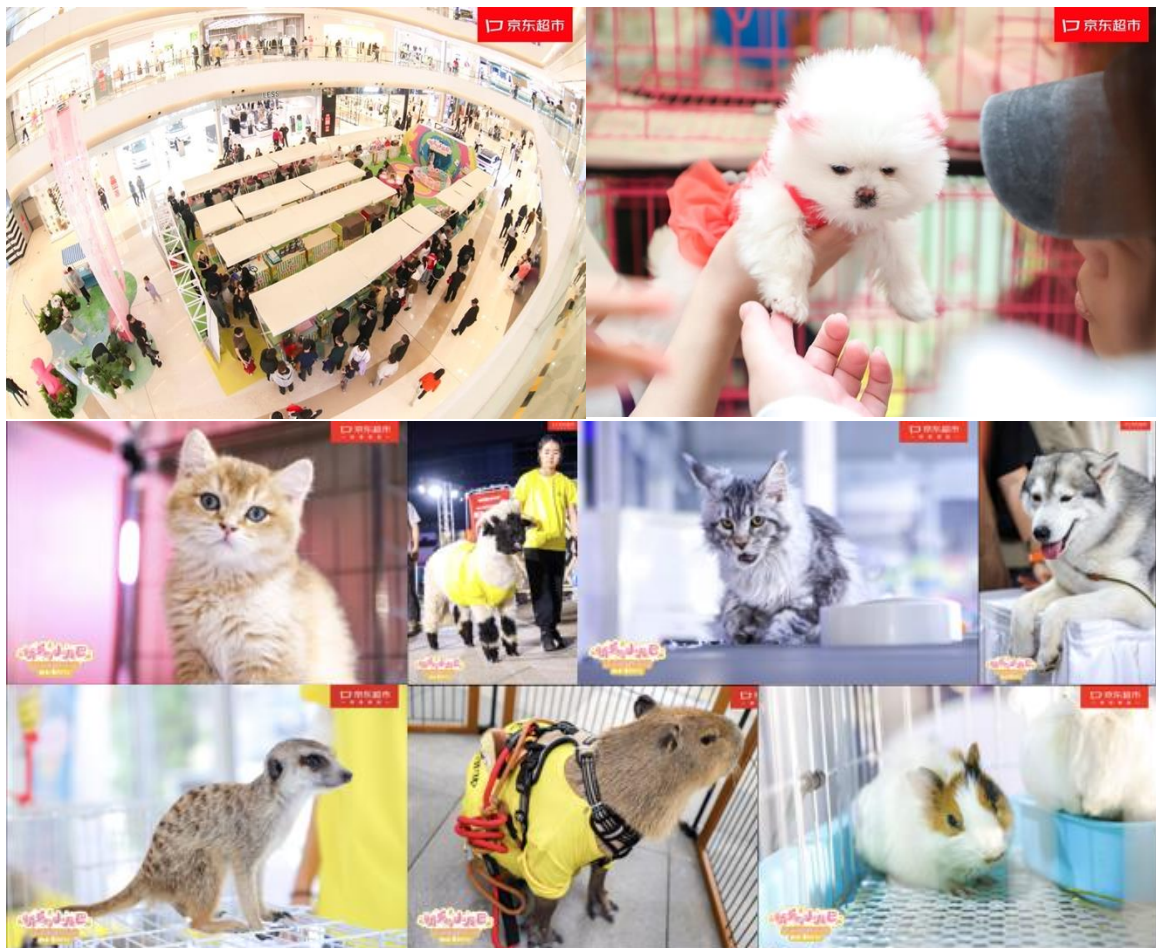




项目亮点及成就

“新爱的小尾巴”京东萌宠IP营销项目历经八个月，覆盖北、上、广三城市核心商圈六场活动。

- 赛事合作- 联合FIFE（中国猫赛）共同打造萌宠线下盛典
- 品牌联合- 联合65个宠物品牌商家，46个活体商家共同参与
- 传播爆破- 线上及线下传播覆盖数亿次
- 直播互动- 直播间观看人数合计达300万人次
- IP联合- 与“吾皇”联合传播，打造奇趣的宠物空间
- 跨品类联合- 联动七鲜、户外露营品牌、Smart、华为联合传播
- 热搜话题- 打造话题“原来小狗也有自己的社交圈”登上微博热搜38位，“年轻人扎堆市集为给宠物找搭子”登上微博实时热点，话题总浏览量1.4亿次，视频播放116万次
-



北京站

📍 北京·龙湖天街

🕒 2024.3.23-24

活动亮点及媒体表现

- 现场丰富的宠物展示，除常规猫狗外，增加异宠，如：卡皮巴拉、肖恩羊、豚鼠、狐獴、侏儒兔等
- 以明星宠物猫和宠物狗表演引流，吸引现场消费者驻足
- 传播矩阵核心联动七鲜线上社群50+及线下点位、天街商场大屏、品牌官号及社群点位71个，累计传播内容60+。短信定向LBS邀请。曝光人群约20万人
- 联动七鲜超市门店，集中曝光活动。龙湖天街商场大屏点位轮播萌宠市集+超品日主KV同步对活动进行引流



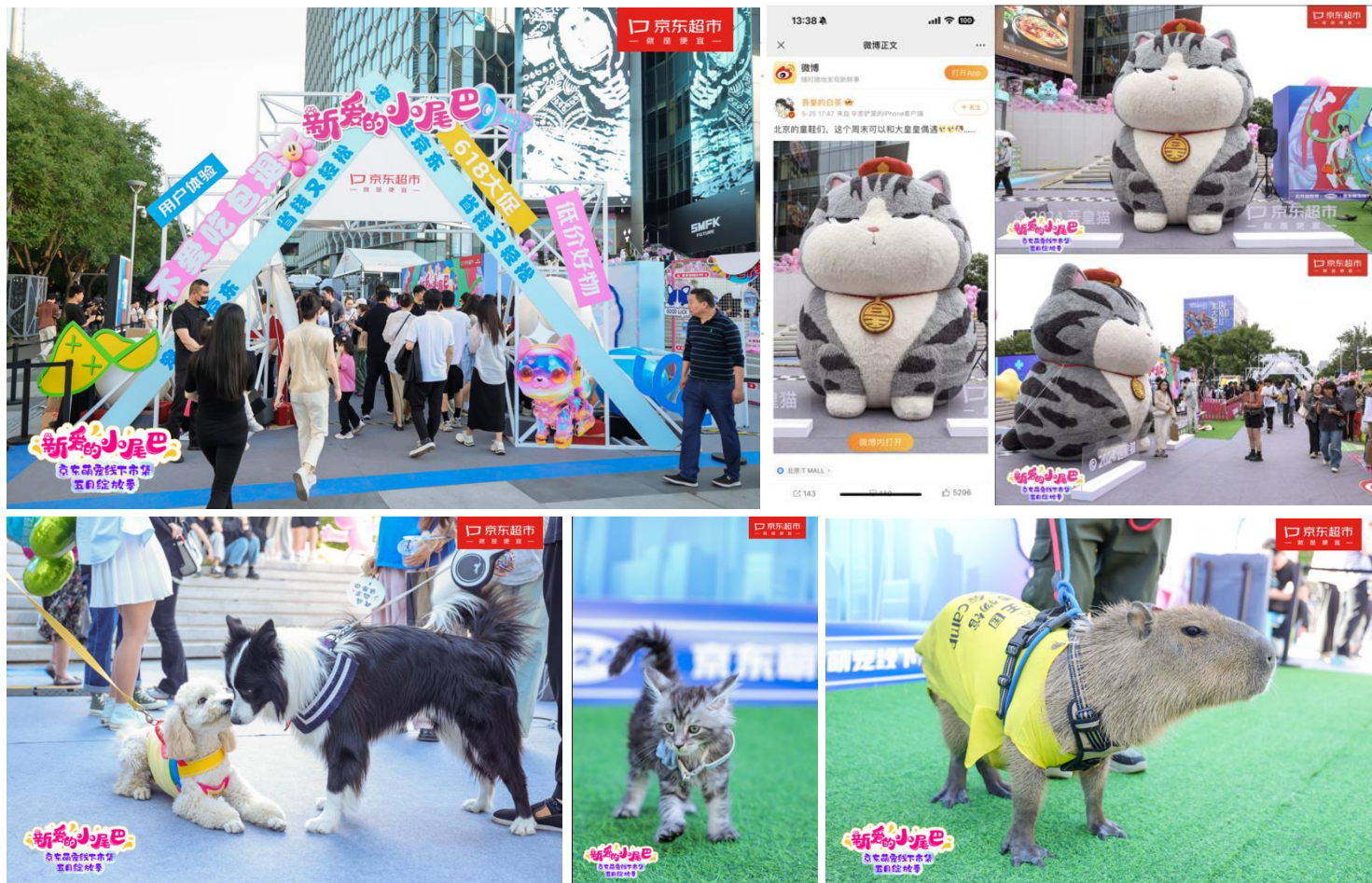
北京站

📍 北京·大族广场

🕒 2024.4.19-23

活动亮点及媒体表现

- 联动户外和汽车，并融合宠物运动会、萌宠活体销售、互动套圈、小羊肖恩走秀、狐獴等网红异宠互动等，提倡宠物新生活方式“找搭子”场景玩法
- #原来小狗也有自己的社交圈#登上微博总榜第38位，在榜时长1.4小时，#年轻人扎堆市集为给宠物找搭子#登上微博实时热点榜，相关话题的总浏览量达1.4亿次，视频播放116万次，小红书UGC京东宠物大集内容483篇，品牌联合发布200+篇官方矩阵账号内容，现场人流超4万
- 现场提供宠物免费体检及宠物走秀活动，吸引消费者踊跃前往参与活动



北京站

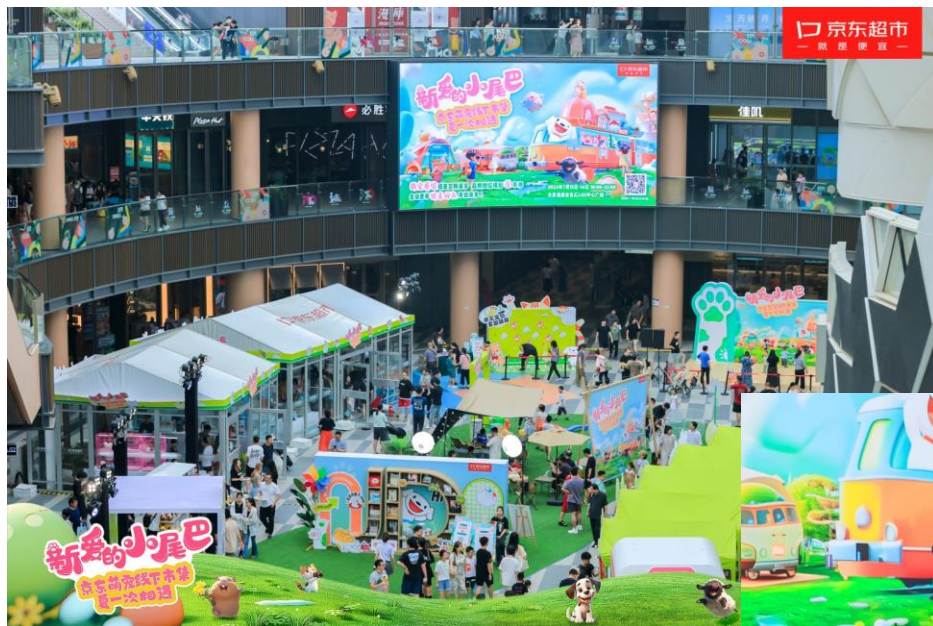
📍 北京·三里屯通盈中心北广场

🕒 2024.5.24-26

活动亮点及媒体表现

- 落地三里屯核心区域
- IP联名吾皇万岁，形成传播爆破，现场置换4m高气模，形成引流核心地标
- 打造线下社群粉丝见面会，邀请用户线下见面访谈，京东采销现场直聊，帮助品牌走近用户，链接用户情感
- 设置爆品专区和新品专区，赋予合作品牌更多价值和曝光渠道





北京站

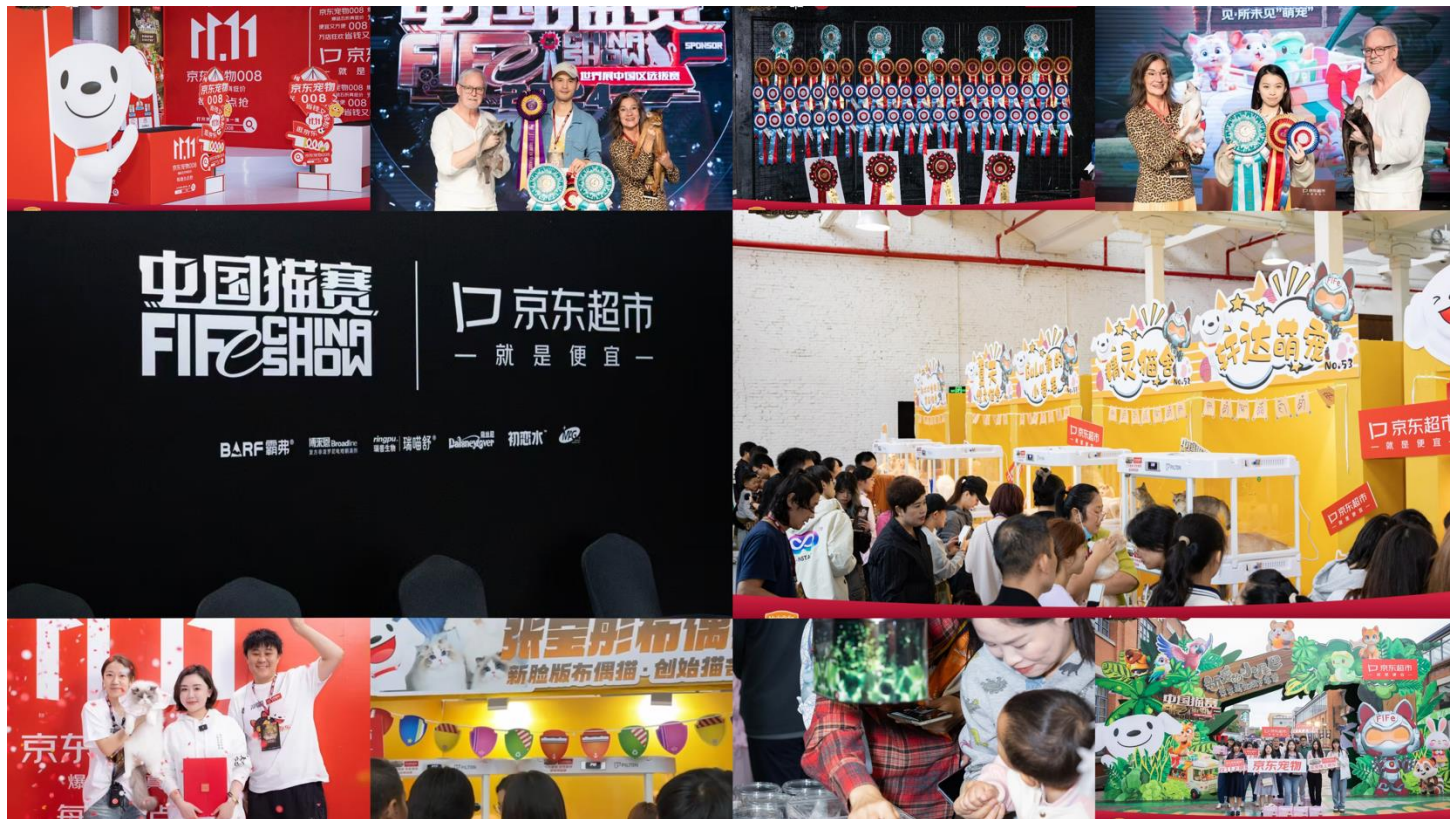
📍 北京·超级合生汇

🕒 2024.7.13-14

活动亮点及媒体表现

- 宠物线下走秀、宠物运动会打造线下宠物盛典
- 宠物妆造馆，为爱宠定制写真
- 明星宠物表演赛，卡皮巴拉、宠物家庭大作战等现场丰富活动
- 联动商场，会员触达6w用户，基于京东自有传播渠道，累计触达百万用户





上海站

📍 上海·时尚中心

🕒 2024.10.19-20

活动亮点及媒体表现

- 联合国内知名猫赛-FiFe中国猫赛，打造市集+猫赛新模式
- 整体传播针对上海信息流投放、KOL、KOC、联合商家宣传，累计曝光800w
- 累计招纳18位模特参加活动走秀活动
- FiFe猫赛为IP赋能背书，吸引95位活体繁育者参赛，外籍裁判为活动打call
- 仪式感的成交体验，融入宣誓、BGM更换、合影、签订合同等提升用户体验





广州站

📍 广州·京东Mall

🕒 2024.11.29-12.01

活动亮点及媒体表现

- 结合京东Mall线下体验中心联合打造活动
- 依托京东Mall线下资源强覆盖，并邀请KOL现场打卡传播
- 广州掀起“新爱的小尾巴”宠物活动热潮



- “新爱的小尾巴”京东萌宠IP营销项目，24年总曝光量**2亿+**（包括热搜曝光、线下曝光、品牌传播点位曝光、电子屏曝光、本地投放曝光、直播间曝光）成功引发消费者广泛关注，号召更多的爱心认识关爱宠物健康，参与宠物活动
- 本次IP营销项目，成功在消费者心目中塑造京东宠物的形象，帮助品牌搭建与消费者感情链接的纽带，成为2024年宠物行业的风向标。
- 截止2024年底，商业向善 京东超市宠物业务积极参与多项公益事业，作为宠物行业的第一大自营零售零售平台，京东超市宠物业务自2010年初创以来，在十三载春秋里，拥有了3000多个合作商家，近2000万产品，服务超千万的宠物主。相关数据显示，截至2024年7月，京东超市宠物业务“订单公益”个人捐赠金额46万、企业捐赠金额280万，累计参与人数超681万
- 京东宠物目前已有宠物食品“原料化透明”项目、宠物不爱吃包退、线上问诊24小时服务等多项服务，旨在关爱宠物健康，为宠物主们养宠减轻经济负担