

2024京东超级品牌日

- **品牌名称：**京东集团
- **所属行业：**电商
- **执行时间：**2024.01.10-2025.12.28
- **参选类别：**电商营销类

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.youku.com/v_show/id_XNjQ1NzMxNjEyOA==.html?spm=a2hcb.profile.app.5~5!2~5~5!3~5!2~5~5~A&playMode=pugv

https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ1NzMxMDIzNg==.html?spm=a2hcb.profile.app.5~5!2~5~5!3~5!2~5~5!2~A&playMode=pugv

https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ0OTgzNTcwNA==.html?spm=a2hcb.profile.app.5~5!2~5~5!3~5!2~5~5!3~A&playMode=pugv

项目背景：

作为众多品牌云集、海量新品登场的全年项目，京东超级品牌日每个月都保持3-4场的上新频率，面临节奏密集、时间紧、营销连贯性差的困境，易产生京东超品日品牌资产无法集中沉淀的问题，急需破局。

传播目标：

2024年京东超级品牌日项目，需要联合品牌共建营销，强化超品日IP影响力。通过建立营销公式、物料sop化的打法，整体贯穿项目长期支持，在项目场次比较多且密集的情况下，达到以小搏大的效果。

营销策略：

将品牌登场的主要阵地视觉符号化

精准选择最能代表新品上新的舞台

且消费者最为“眼熟”的地标——“京东大楼”

作为贯穿全年项目的标志性符号。

同时打造以爆品为主角的平面物料

形成统一化的信息模版，更加精确明了地传递新品促销信息。



核心物料：

运用CG技术制造视觉奇观

结合各品牌不同的上新主题与风格

让新品空降标志性地标：京东大楼

并产生趣味互动

让品牌上新更具吸睛感与话题度，拉满“排面”



核心物料：

精准提炼超品日关键利益点，打造年度slogan“爆款超值，就在今天”

强调低价仅此一天的紧迫感

以此为核心信息构建统一的视觉模版，打造爆品海报及爆品长图

在消费者心中形成记忆点的同时

突出新品吸引力及价格优惠力度

营造京东超品日的上新大促氛围



传播媒介:

线上线下同步发力扩散传播声量

线上占据最主流传播渠道, 以视频号、朋友圈、微博为主要阵地

实现高流量高曝光的效果

线下以各大城市知名地标LED屏为主要投放渠道

形成聚集围观效应, 掀起打卡风潮

同时选取目标用户的日常生活场景进行高频曝光

如新潮梯媒、机场LED大屏, 实现消费人群的广泛覆盖



传播数据:

1.打造微博话题#京东超级品牌日#

涵盖全年各大品牌上新信息

阅读量达111.5亿+, 讨论量达7065w+

聚集消费者互动与参与, 持续扩散京东超品日知名度



传播数据：

1.核心物料发布微博，热度持续居高

视频总播放量达25W+，互动量10W+

2.核心物料发布视频号

吸引海量转发扩散与自来水讨论，互动量达6W+

