

快手×京东《京采源味·敢为人鲜》采销造星事件

- **品牌名称：**快手×京东
- **所属行业：**电商平台
- **执行时间：**2023.9-2024.6
- **参选类别：**大事件营销类

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://docs.qingque.cn/file/eZQDqUDBPCdH4FZCo5
T4ioy71?identityId=21HKXrd72qy](https://docs.qingque.cn/file/eZQDqUDBPCdH4FZCo5T4ioy71?identityId=21HKXrd72qy)

农特生鲜领域的消费者正在经受信任危机 期待一个可信赖的角色出现

农特生鲜用户消费终端与货品源头的距离之远
经过供应链、运送折损、销售链、超市货架等，形成巨大的消费鸿沟与高昂的定价

信息鸿沟

消费背刺

复杂挑选

京东超市精准洞察 用户痛点战略转型 采销角色 应运而生

京东超市依托自营及源头直发两大模式优势，做到“唯一真直采、源头真质检”
专业买手-采销角色应运而生，成为在源头产地和消费终端之间控品打价的中间人

京采源味 敢为人鲜

在快手，具象化一个信任符号
让京东采销角色从幕后到台前
启动一场「全民采销造星计划」



在快手，京东采销之星如何诞生？

明确采销形象

给采销立一个通俗易懂的人设
采销 = 消费者福利官

提炼采销能力

让这个入设的能力更立体化
采销 = 产业链掌控者

升华采销使命

让这份能力具有行业效应
采销 = 行业标准制定者





三场【敢为人鲜】节点营销事件，京东超市采销工种进阶成巨星

采销 = 消费者福利官

23年9月

采销 = 产业链掌控者

23年11月-2024年4月

采销 = 行业标准制定者

24年4月-6月

丰收节点首次登场
采销为用户「谋福利形象」铺陈

STEP1: 采销转变用户消费习惯
STEP2: 采销深入产业带谋福利
STEP3: 采销争取最优货品机制

时令单品热销节点
采销「控品打价能力」立体化

STEP1: 采销短片立体呈现控品打价能力
STEP2: 采销形象带动全民全年低价寻鲜
STEP3: 采销深入产业带反哺源地农业发展

京东战略官宣节点
采销定义「行业标准使命感」升华

STEP1: 采销针对榴莲爆品输出行业标准
STEP2: 采销联动行业大V乱象打假
STEP3: 采销推进行业AI数字人技术普惠

快手产品资源持续投放（硬广组合/快手热榜/侧边栏二号位/精选热门活动/精选推荐banner/侧边栏弹窗/直播广场/搜索结果页）

矩阵官媒+全媒体平台联合报道：快手官媒/行业媒体/社群发布

线下宣发权益：产业带刷墙+公交站台+户外大屏

丰收节点首次登场

采销为用户【谋福利形象】铺陈



【丰收节点】丰收月生鲜消费场，以货架电商用户偏爱的「福利官」角色切入

80%+



“真福利和真实惠”

- 据快手用户电商消费报告：80%以上的用户在消费场景更关注节点优惠、独家福利、性价比等关键词。
- 因此京东超市采销角色的首次登场，我们希望延续用户「货架电商」消费心智，绑定丰收节农特生鲜销售旺季，为京东采销匹配为用户「谋福利」形象，主攻溯源直播消费场景

原产地溯源优质产品

供销双端争取价格优惠

直播消费场传递多快好省

“跟着京东采销买，划算又放心”



京东生鲜 争霸赛

源头直发 我帮你挑



【丰收节点】采销角色开始转变用户消费心理，从自己挑到我帮你挑

京东超市采销携手快手带货大V天团 深入地域联动区域产业人，激发老铁信任基因



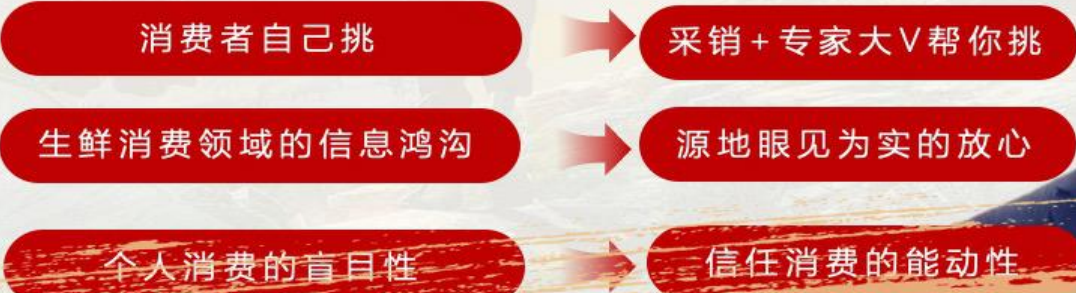
霸王蟹产业发展中心产业
发展部负责人

京东生鲜季
海产负责人

青岛大地工厂董事长

莱阳梨园赵园长

威海市海参协会秘
长刘尊鹏



```

graph LR
    A[消费者自己挑] --> B[采销+专家大V帮你挑]
    C[生鲜消费领域的信息鸿沟] --> D[源地眼见为实的放心]
    E[个人消费的盲目性] --> F[信任消费的能动性]
  
```

何为采销？采好销好

【丰收节点】采销角色深入原产地控品打价，展示多快好省源头直发

深入宿迁为代表的三地产业带控品打价 全面展示京东生鲜源头直发，多快好省



江苏宿迁

宿迁是中国大闸蟹之乡，拥有洪泽湖与骆马湖两大产区，也是全国第二大大闸蟹主产区，出口量连续17年位居江苏省第一位。
——养殖面积约40万亩，年产量约6万吨，出口量连续17年位居江苏省第一位。其中，“霸王蟹”核心养殖基地面积约6万亩，年产量1万吨，综合产值约20亿元。



京东采销x明星刘能宿迁大闸蟹
养殖基地下湖补蟹



山东莱阳

山东莱阳是胶东半岛重要腹地，素有“中国梨乡”之称，光是莱阳梨就已有400多年的种植历史。地理环境是全国最适合种植秋月梨的地方。秋月梨秋月梨对地理环境要求严格，半湿润性气候，光照充足，独特的沙土地让莱阳的秋月梨水分充足，果型更大，甜度更高。



京东采销x达人胖姐姐山东莱阳
带领老铁辨认真假秋月梨



山东威海

威海市拥有近1000公里的黄金海岸线，约占山东省的1/3，全国的1/18。千里海岸线，为威海的海参提供了天然优质的生活场所。威海市地处北纬37度黄金分割线，四季分明的暖温带季风区海洋性气候，孕育了威海海参的优良品质，其形体肥满，肉质鲜嫩，口感清爽，味道鲜美，营养丰富。



京东采销x达人胡桐桐山东威海
一线学习海参养殖的悠久历史文化

三大生鲜产业地首次迎来专业直播团队，源头好货直链消费者餐桌

挖掘地方特色基因及农特生鲜优势，为源地产业带来直接促产增收

时令单品热销节点 采销【控品打价能力】立体化



【时令节点】 时令刚需造噱头，采销短片立体呈现产业链控品打价能力

还原京东超市采销工作场景

冬
藏

阿克苏苹果

(新疆阿克苏)

采销品控坚守的心智渗透

- 秋冬季节主力水果之一
- 京东站内11-12月搜索排名top1
- 快手站内10-12月苹果为销售高峰期
- 苹果在快手站内消费画像与用户大盘画像契合

春
耕

云南蓝莓

(云南普者黑)

采销农补惠民的利益触达

- 全网莓果类生鲜单品消费top1
- 快手站内4-5月蓝莓为销售高峰期
- 低卡贵价水果代表，消费人群精致化，渗透高线生鲜核心消费人群



京东采销时令单品系列短片呈现采销产业链「控品打价能力」

阿克苏苹果：较真阿卡的品控坚守



- 《我的阿卡》讲述京东超市专业买手（采销）“阿卡”，深扎在阿克苏苹果源产地，经过不断拒绝次品，寻找优品，专业机器筛选，最终发掘出合格的100%冰糖心苹果，并把其从源头直接送达全国各地消费者餐桌的故事。故事以真实、较真和略显搞笑的方式演绎，以直接走进生鲜源产地的视角，向外展现京东采销参与生鲜选品的全流程，突出京东领先行业的品质坚守，强化消费者信任。

云南蓝莓：倒莓阿政的农补惠民



《倒莓日记》是一场跨越2千多公里追星囧途的故事，充满反转和温暖。恰逢“歌手霉霉”世界巡回演唱会上演，全篇以误会开场，幽默戏谑语态讲述采销向云南本地产业带为用户争取农补福利，和农场老板老吴从相识到相知到互相信任的感人经历。商户精心耕耘的“匠心”和京东采销从用户出发的“良心”一拍既合，由采销之口透传京东超市「百亿农补」的用户福利，细节之处凸显京东采销的为用户谋福利的品质初心。

【时令节点】采销形象深入人心，百城寻鲜计划号召用户全年低价寻鲜



接收—获益—共情—参与

品控专业的心智渗透

农补惠民的利益触达

采销号召用户全年低价寻鲜，用户花式输出消费体验，4站内容vvv已突破50亿+



第一站 云南蓝莓
老铁们的莓好瞬间



第二站 山东芍药
芍药花美学大赏



第三站 泰国榴莲
榴莲探味之旅



第四站 广东荔枝
贵妃都爱吃的荔枝



【时令节点】采销惠民深入6地产业带一线宣发，反哺源地农业发展



采销6地产业带刷村，深入一线源头贴脸宣发
“农村包围计划”趣味出圈



山东寿光蔬菜基地

菏泽曹县产业带

菏泽单县产业带

江苏宿迁产业带

甘肃永登产业带

云南永胜产业带

京东战略官宣节点

采销「定义行业标准使命感」升华



【战略节点】京东超市百亿农补官宣，双顶流选角烘托采销使命感

行业大Vx果圈网红双顶流联袂造星

行业大V-SuperB太

- 2023年3月19日，superB太被央视《新闻周刊》评选为周刊人物。自2022年12月起superB太走上了“打假”的道路，用短视频，在社交平台曝光了很多新老问题，泛滥的鬼秤、价值80块的“螃蟹皮筋”、缩水的披萨、偷换的海鲜.....成为名副其实的千万打假博主



百亿农补

- 2024年3月，京东超市“百亿农补”正式上线，预计三年内总计投入百亿补贴，在京东超市采销的助力下，消费者可以真正的“产地价”买到源头直发的当季时令生鲜果蔬



生鲜顶流-泰国榴莲

- 社交媒体热门水果，果圈顶流
- 生长环境要求高，“榴莲刺客”等热词体现品质参差不齐
- 榴莲价格大跌为时下热点
- 快手站内5月榴莲为销售高峰期

京东采销x行业大V打假乱象，输出行业标准



真良心 打假 冲在前面
控品质
促产增收 谋福利
真得很敢 不畏黑幕 拒绝潜规则
诚意满满 和黑白商家斗争
专业度
真实在压价

京东超市采销形象开始和控品打假的行业知名形象产生符号关联
形成全网声量扩圈



- 榴莲价格为何大跌？谁是“榴莲自由”的幕后推手？榴莲刺客乱象如何解决？全网最猛的打假博主遇上最网红的顶流水果榴莲，携手京东超市采销解答消费疑问，共同前往泰国溯源，探索行业背后不为认知的秘密

【战略节点】 总裁领衔采销角色跨界AI技术领域，提升行业影响力

2000万+

1小时内场观达

5000万+

1小时内成交额达

数据来源：行业新闻报道

24年4月采销东哥AI数字人全网首播，
联动京东超市百亿农补业务，也是京
东对低价主张的一次创新阐述。



采销使命传递行业责任感

针对互联网采销生态
技术普惠

针对品牌商家
降低营销成本

针对消费者
灵活渗透日常策略

24年5月，全网知名大V SuperB
太在榴莲寻鲜视频中体验京东采
销AI数字人，响应技术号召

项目达成战绩

155.1亿+

项目全网采销相关话题vv

1.06亿+

采销定制短片vv

254亿+

项目总曝光

1.8亿+

达人种草视频vv

18个

全网自然热榜数量

138%+

京东超市in快手人群总资产提升

2323万+

项目GMV达成

4.1亿+

站外传播总曝光

460%+

京东超市采销in快手认知度提升

数据来源：

1、快手采销造星项目战报数据整合

2、快手平台内部数据，取数周期：2023.8-2.24.6