京东买药×快手乡村超级碗

- **品牌名称：**京东买药
- **所属行业：**电商、大健康
- **执行时间：**2024.10.24-11.19
- **参选类别：**跨媒体整合类

引言

关注下沉人群的双11营销

2024年的双11作为各大品牌营销的必争节点，如何打出品牌的差异化和亮点成为难题；京东买药快递配送目前已遍布全国各大城市和乡镇，“买药不用全村跑，京东买药送到家”利益点形成区别于竞品的鲜明优势；

洞察到此优势，以下沉市场为目标，京东买药联动快手乡村超级碗IP项目，透传京东买药助力每个平凡小人物不平凡的闪YAO时刻的品牌心智。更进一步将品牌深入农村，结合村民的真实需求，传递给用户11.11来京东买药备好药，让乡村用户树立提前备药、安心备药、买药就来京东买药的认知。

- 2024年的双11作为各大品牌营销的必争节点，如何打出品牌的差异化和亮点成为难题；京东买药及时洞察到乡村药难买、偏方治病、小病拖成大病等用药问题。京东买药结合现有业务优势，向用户传递快递配送目前已遍布全国各大城市和乡镇，“买药不用全村跑，京东买药送到家”的利益点，同时形成区别于竞品的鲜明优势。

京东买药x快手
乡村超级碗执行TL回顾

项目亮点提炼

亮点一

《乡村超级碗》
垂类头部村IP联动
强势渗透下沉用户

IP联动

亮点二

温情TVC传递品牌正面形象
构建小人物表达场域
升华品牌营销价值

内容创意

亮点三

多资源创新组合
双平台赋能品牌
为各品牌提供线上下强曝光

渠道共建

亮点一 | IP联动

IP/场景/内容

快手乡村超级碗顶级村IP，走进不同乡村民族，体验不同民俗风情

快手乡村超级碗作为快手必做S+级IP项目，为传递民俗民乐于2023年10月在贵州黔东南启动，迄今已经举办4场

贵州

乐陵

铁岭

#快手乡村超级碗
话题量已超过2101亿

云南 超级碗「滇」峰对决

全站发起云南歌舞挑战，内容浓度超高

云南歌舞热点运营
多次登上快手站内热榜

10/24 村碗云南民族变装挑战
最好排名-主榜6

10/30 谁能拒绝云南舞蹈的魅力啊
最好排名-本地榜3

10.31 云南服饰变装太惊艳了
最好排名-主榜9；本地榜2

11/1 王云宏合拍挑战
最好排名-主榜10

11/1 云南歌曲滇味十足
最好排名-本地榜5

11.2 跟着舞蹈感受云南风情
最好排名-主榜19；本地榜6

11/3 村碗海选赛开跳了
最好排名-主榜13；本地榜8

11.4 当大学生遇上云南歌曲
最好排名-本地榜11

11.7 村碗晋级赛火热进行中
最好排名-主榜7；文娱榜1

11/8 云南村碗高手在民间
最好排名-主榜25

11/9 大v邀你见证村碗巅峰之夜
最好排名-主榜7

11.10 村碗决赛视听盛宴
最好排名-主榜8；本地榜1

11.14 云南村碗太全面了
最好排名-主榜8；本地榜1；文娱榜2

亮点一 | IP联动

IP/场景/内容

开辟溯源系列直播新模式

三场海选：大篷车穿梭大理乡间，寻找民间好声音，带着京东买药开进村

11.3 大理-巍山古城

11.5 大理-诺邓古村

11.7 大理-文笔村

11月10日
打响「滇」峰对决总决赛

4747w+
决赛直播间总观看人次

13.5万+
决赛直播间在线峰值人数

- 11月10日晚，由京东买药独家冠名的“快手乡村超级碗-云南站”总决赛巅峰之夜在大理举办，并在快手同步直播。经过前期3场村碗晋级赛的PK，12位村民代表站到了决赛舞台上，秀歌技拼才艺，让线上线下的观众感受到了当地传统音乐与民族乐器的魅力。

11.3 海选第一场 → 11.5 海选第二场 → 11.7 海选第三场 → 11.10 决赛

有云南特色：《彩云之南》、孔雀舞、葫芦丝演奏《竹林深处》...
有非遗文化：白族小调、白族唢呐、大理三弦、彝族跳菜...
评委嘉宾阵容升级
快手音乐达人负责人、姜宏彬先生；
民盟中央艺术团团事 卢伟先生；
云南艺术学院音乐学院合唱系主任、
云南省民间文艺家协会会员、白族歌手
李兆元先生
中央电视台主持人孙靖涵、
白岚倾情主持

亮点一 | IP联动

IP/场景/内容

超级助力环节：专业评委+快手达人+非遗传承人重磅出场，精彩舞台看不够

《梦里我将回到过去》歌曲演唱

云南艺术学院音乐学院合唱系主任、民盟中央艺术团理事 尹伟先生

云南非遗小调

云南白族小调非物质文化遗产传承人 李顺普

三弦弹唱

大理市非物质文化遗产传承人张群友+杨艳萍

《卖菠萝》《家被偷了》歌曲表演

快手音乐达人景走清+王云宏

孔雀舞表演

快手达人-大山里的舞者

《老男孩》《稻香》歌曲演唱

快手达人-三品大叔

《打歌妹》《阿妹你是哪到呢》歌曲

快手达人-林树森阿妹你是哪到呢原创

《佤写不来情歌》《佤咖啡》《翠花》歌曲演唱

快手达人-王云宏

项目亮点提炼

亮点一

《乡村超级碗》
垂类头部村IP联动
强势渗透下沉地区用户

IP联动

亮点二

温情TVC传递品牌正面形象
构建小人物表达场域
升华品牌营销价值

内容创意

亮点三

多资源创新组合
双平台赋能品牌
为各品牌提供线上下强曝光

渠道共建

亮点二 | 内容创意
洞察/阵容/传达
那些遥远乡镇，听不到的声音？
梦想
追求
健康
困扰
乡村超级碗
京东买药
快手青春娱乐

亮点二 | 内容创意
洞察/阵容/传达
超级碗的舞台和京东买药的有需YAO必达的关怀，
为小镇山野最失声的群体，提供了传声筒和聚光灯
京东买药
快手商事娱乐

亮点二 | 内容创意
洞察/阵容/传达
你是否，
听到过那些遥远的声音？
那些乘风破浪的歌声
白族调知名表演家李顺香
在片中作为歌者、渔民
白族调的非物质文化遗产传承人
那些划过茶园的舞声
快手达人@大山里的舞者，马金
在片中作为舞者、采茶农
专业孔雀舞者
那些震动了木屑的乐声
制琴、演奏者 张群友
在片中作为三弦演奏者、制琴人
大理市非物质文化遗产传承人

亮点二 | 内容创意

洞察/阵容/传达

听见遥远的声音：满足每一份需YAO

- 影片内容概述：《听见遥远的声音》将快手《乡村超级碗》IP深入乡镇寻找好声音和京东买药服务范围遍布全国乡镇地区利益点巧妙结合在一起，片中通过三组身怀技艺同时被病痛困扰的云南朴实村民的叙述，让所有人看到有这样一群人，虽如蜉蝣般微小，但却有被忽略的情感诉求——无论是病痛苦楚还是深耕才华，他们仅仅被身边的人听到，或许是船上的伴侣、身旁的狗狗、作伴的农民朋友，但正是因为超级碗和京东买药的存在，“从音乐梦想被听见”到“健康困扰被听见”，从梦想诉求到生活品质，终于被听到、被看到、被满足和被实现；
- 影片主旨：《听见遥远的声音》通过三组代表人物映射的是整个乡村群体的现状，医疗不发达、通讯不便利、表达无平台，而快手和京东买药正是想为此奉献一份力量。

开篇
疑问
提出问题“你是否听到过那些遥远的声音”，引入平凡人物

记录
声音
以“声音”为主旨，录入水流声、采摘声、三弦音等自然之声

转折
迷茫
三位小人物也有未完成的梦想和未被关注到的身体病痛

转折
希望
快手乡村超级碗和京东买药为ta们提供平台

落幕
升华
京东买药让距离不再遥远，让需yao随时随处抵达

项目亮点提炼

亮点一

《乡村超级碗》
垂类头部村IP联动
强势渗透下沉地区用户

IP联动

亮点二

温情TVC传递品牌正面形象
构建小人物表达场域
升华品牌营销价值

内容创意

亮点三

多资源创新组合
双平台赋能品牌
为各品牌提供线上下强曝光

渠道共建

亮点三 | 渠道共建

刷墙/品牌/达人

50+个云南农村刷墙，深入一线源头贴脸宣发
“农村包围计划”趣味出圈

亮点三 | 渠道共建

刷墙/品牌/达人

品牌定制摊位和联合logo露出，带品牌深入进村，全面触达下沉用户

海选第一场摊位植入

家庭常备药：999、齐鲁、金戈
北京同仁堂

海选第二场摊位植入

必利劲、希爱力
伊可新

海选第三场摊位植入

万艾可
舒尔佳

决赛摊位植入

晖致、美纳里尼、北京同仁堂、济川、伊可新、舒尔佳

专题页联合logo

亮点三 | 渠道共建

刷墙/品牌/达人

快手特色乡村达人契合项目调性，原创脚本丝滑植入买药利益点

京东买药双11，又好又便宜

夏天&六月

雨霞和辉辉

乡村小明

心雨鸵鸟养殖

山农彭哥

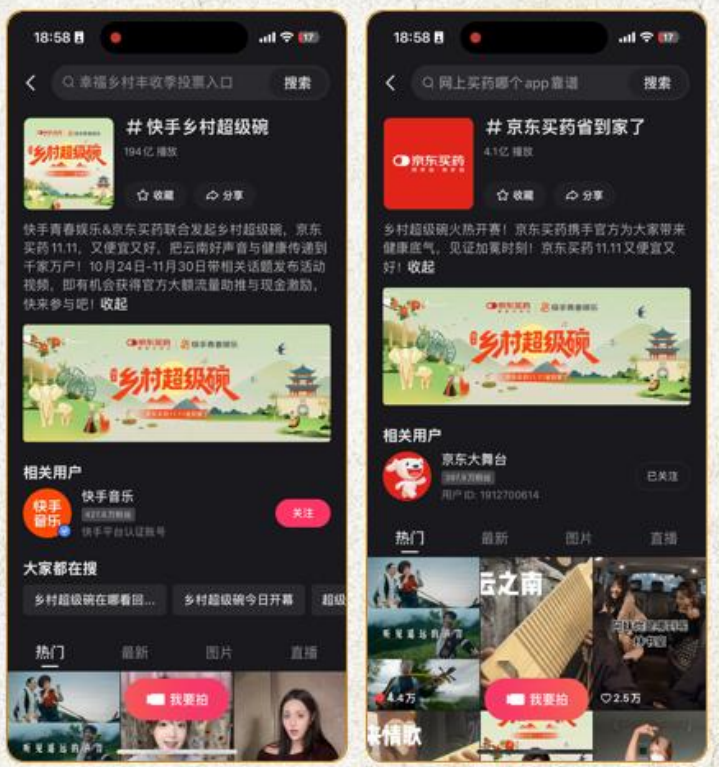
乡村达人演绎村里买药不便上京东，旅游出行场景植入买常备药等利益点，达人亲临线下拍摄超级碗现场...

项目执行资源回顾
站内运营资源
话题页蓄热
专题页聚合
黄金资源位引流
内容种草类资源
品牌TVC
达人种草视频
达人视频挂plc
直播间资源
直播线下舞美物料
直播间线上权益
直播转播
站内外宣发资源
快手官号站内外宣发
媒体通稿+公众号营销解读
线下进村刷墙
线下快手公司内宣

站内运营资源

话题页蓄热：双话题充分引领，掀起云南歌舞热潮

- 携手京东买药联合打造#京东买药省到家了 话题，快手#快手乡村超级碗 话题全程热力加码，充分激发达人及用户创作热情，促进项目出圈，快速扩大品牌影响力和目标圈层



快手音乐、舞蹈、颜值、情侣…多垂类达人合力造势，多维渗透品牌心智

海量达人化身云南村歌打call团，唱响云南方言民歌和魔性歌曲，响应#快手乡村超级碗 主题，爆款视频频出，在快手站内掀起云南站超级碗热潮；

55.8亿+
项目双话题播放量

18万+
项目双话题供稿量

站内运营资源
专题页聚合：打造品牌声量及内容聚合主阵地
功能展示板块，超级碗IP聚合海量资源席卷全站
联合发起活动介绍
活动介绍
TVC展示展区
云南特色歌曲达人挑战
活动参与方式介绍与参与入口
参与方式
快手达人发起海报
创作者激励详情
拍视频拿大奖
云南特色内容专区
京东买药达人展示专区
京东买药及品牌logo
乡村超级碗
活动介绍
直播入口
观看直播
互动转化板块，为京东买药会场及官方账号引流
Banner引流
点击banner跳转京东医药会场
Banner跳转
京东买药11.11 又便宜又好
Banner跳转
点击banner跳转京东买药两性会场
关爱两性 药你健康
账号关注专区
京东大舞台
关注账号查看更多活动进展
去关注

站内运营资源

资源位引流：快手黄金资源位全面聚焦，助力品牌超强曝光

侧边栏2号位-精选推荐banner

侧边栏2号位-弹窗

侧边栏2号位-热门活动

热门活动-文字链

直播广场banner

流量聚合项目专题页

搜索结果页-banner（溢出）

搜索结果页-直播组件（溢出）

快手热榜13个（溢出）

内容种草资源

达人视频+品牌TVC内容深度植入，品牌利益点深入人人心

达人种草视频

达人视频挂plc

551万+

达人视频播放量

点击plc组件
跳转至京东
主会场

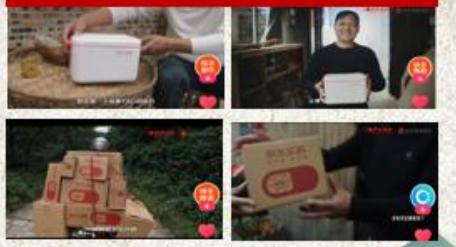
品牌定制TVC

脚本策划

5100万+

TVC播放量

内容植入



片尾鸣谢

直播间资源

线下舞美物料植入：品牌视觉覆盖活动路径，多维渗透心智

晋级赛

大篷车搭建植入

品牌摊位

决赛

决赛舞台舞美植入

品牌摊位

线下物料植入

手卡

工作证

选手候场区

麦标

胸贴

评委席台卡

直播间资源

线上直播权益：直播间无死角花式植入，让品牌心智润物细无声

直播间皮肤

直播信息条

TVC垫片（溢出）

片尾鸣谢

花样口播贯穿活动全程，品牌心智深入人心

直播间小铃铛（溢出）

口播植入利益点1:欢迎各位来到快手乡村超级碗的直播现场，本次活动由京东买药独家冠名播出，买药不用全村跑，京东买药送到家，省到家，京东买药双11又便宜又好！

口播植入利益点2:本次活动由京东买药独家冠名播出，买药不用全村儿跑，京东买药送到家！省到家！京东买药 11.11又便宜又好，59元购超百元常备药！

口播植入利益点3:本次活动由京东买药独家冠名播出，买药不用全村儿跑，京东买药送到家！省到家！京东买药 好药1元起！

直播间资源

直播转播：3000w+粉丝官号同步播出，打造站内狂欢大事件

5500万+
直播总观看人次

52.2万+
直播总互动量

30.5万+
直播在线总峰值人数

快手各垂类官号同步直播

快手舞蹈	快手颜值	快手音乐
快手二次元	快手美妆	快手时尚
快手短剧	快手三农	快手校园

站内外宣发资源

快手官号矩阵高频互动陪伴，阶段性助力预热/爆发/收官

项目主海报发布预热（溢出）

项目收官视频剪辑+发布（溢出）

TVC宣发

站内外宣发资源

超大规模宣发矩阵，央媒、地方主流媒体率先背书证言

网络媒体通发（溢出）

媒体类型	发布日期	媒体名称
央媒	11月13日	中国网
	11月13日	央广网
门户	11月13日	新浪
云南	11月13日	掌上春城
贵州	11月13日	动静新闻
	11月13日	百姓关注
广东	11月15日	羊城派-头条号
	11月15日	羊城派-百家号
山东	11月14日	齐鲁壹点
	11月14日	齐鲁晚报

媒体原创（溢出）

媒体类型	发布日期	媒体名称
云南	11月11日	云南卫视邮市频道大屏
	11月11日	云南日报客户端
	11月12日	开屏新闻客户端
视频	11月13日	云南邮币时报
	11月14日	荆楚网

快手微信公众号官号发布通稿（溢出）

公众号专业解读（溢出）

线下宣发资源

京东买药走进村儿，让乡亲们看见真正实惠的线上好药房

深入50+个村镇刷墙，透传京东买药可送进村利益点（溢出1面）

刷墙村镇名单

干河箐村	上赤村
井头营	禾甸镇
小东边村	瓦窑村
金甸村	黄联村
江干村	祥云县
周能村	何家庄
河坝村	米甸镇
大水箐村	白石岩村
岩涧桥村	沙龙镇
大会村	宾川县
余家坝村	宾居镇
戚家庄	金牛镇
苗坝庄	后坝田村
大水班村	三家村

线下宣发资源

快手公司内宣氛围浓重，项目信息广泛渗透

电视机（溢出）

广告机（溢出）

KT板（溢出）

官号朋友圈宣传（溢出）

京东一站式营销解决方案
丰富的传播方式成为助力销售增长的重点

营销效果与市场反馈

专题上线 10月21日 → TVC发布预热 10月31日 → 海选直播 11月3日-7日 → 决赛高潮 11月10日

总话题曝光：45.6亿	直播观看人数：5504W	直播话题引流人数：7.7W
总TVC播放量：5000W	直播互动人数：52W	霸屏UV人数：78W
品牌话题曝光：5000W	直播峰值人数：30W	快手硬广UV：45.7W

初赛海选

终极展示

线下露出

超级TVC曝光 触动用户内心

快手站内直播外链购买

官方发布下沉三农

活动话题

话题热搜

京东买药 “乡村超级碗” 深入乡村 贴近乡村 便利乡村 为乡村健康保驾护航

营销效果与市场反馈

- #乡村超级碗#全网话题阅读量190亿+
- 直播观看总人次超5500万+
- TVC全网总播放超5100万+
- 斩获全网热搜13个