

双11不拼价格，知乎×京东用标准卖百寸电视

- **品牌名称：**京东
- **所属行业：**电商
- **执行时间：**2025.10.23-11.11
- **参选类别：**电商营销类

《2025会议议平板/电视适配指南》

京东 × CVIA × 知乎 × 洛图科技 联合推荐

| 电视尺寸 | 屏幕宽度(CM) | 屏幕高度(CM) | 屏幕高度(CM) | 推荐会议室大小(M ²) | 推荐会议人数(成人) |
|---------|----------|----------|----------|--------------------------|------------|
| 98/100吋 | 222 | 128 | 128 | 35-45m ² | 15-20人 |
| 85/86吋 | 189 | 110 | 110 | 25-35m ² | 10-15人 |
| 75吋 | 167 | 85 | 83 | 10-25m ² | 3-5人 |
| 55吋 | 122 | 71 | 71 | 8-10m ² | 2-3人 |

在百寸电视成为供给主流、但用户仍缺乏理性选购依据的背景下，京东联合知乎，于中国电视诞生100周年与双11节点，发起一场以「行业共识」替代促销话术的百寸电视营销实践。

项目依托知乎在家电决策领域的专业内容生态与高价值人群影响力，联合行业协会与权威数据机构，共建《2025电视观看距离标准》，为百寸电视建立可执行、可落地的选购依据。通过「标准共建—专业共议—电商应用」的闭环路径，京东将自身从销售平台升级为大屏时代的行业推动者与服务保障者。

1. 百寸电视加速普及，但消费决策严重滞后

电视尺寸持续突破，百寸逐渐成为行业主流供给，但消费者在选购时仍停留在「够不够大」「会不会不合适」等感性判断，缺乏统一、权威的决策标准，直接制约高客单产品转化效率。

2. 双11黑电营销高度同质，难以建立长期心智

大促节点下，行业普遍围绕价格、参数与补贴展开竞争，百寸电视往往被视为「噱头型商品」，品牌与平台难以建立超越促销周期的长期认知资产。

3. 用户高度关注服务，但信任仍需强化

百寸电视高度依赖安装与交付体验，「送装一体」成为用户核心关注点，但用户在主动搜索相关信息时仍存在疑虑，亟需权威场景与专业内容进行信任背书。

4. 知乎是家电用户看重的「专业口碑库」

买家电前先上知乎查评测、看技术细节，已经是很多消费者的习惯。在「电视」和「家装」领域，知乎拥有大量真实的硬核讨论，是高要求用户最信任的参考站。项目正是看中了知乎这种「懂行」的氛围，通过把技术讲透、把标准讲清，让京东的平台形象在用户心里扎得更深。

- 1.为百寸电视建立权威、统一、可执行的选购与观看标准。
- 2.借助知乎的专业讨论场，完成百寸电视的消费认知升级。
- 3.在双11节点，强化京东在黑电品类中「行业推动者 + 服务保障者」的角色心智。
- 4.以标准与服务为抓手，提升高客单大屏产品的决策效率与转化基础。

核心洞察：当产品进入高客单与高决策成本阶段，用户更需要「标准」而非「推荐」。百寸电视的真正阻力，不是价格，而是缺乏被信任的判断依据。

策略拆解：

1.从「卖百寸」转向「定标准」。以中国电视诞生100周年为时间锚点，联合权威机构，共建并发布《2025电视观看距离标准》，覆盖家用与商用两大场景。将「百寸是不是过度消费」的问题，转化为「在什么观看距离下是合理选择」的理性判断。

2.用「知乎式共议」替代单向说服。发挥知乎在家电领域的专业内容与创作者影响力，围绕观看距离、技术趋势等展开多维讨论，让「共识」具备被信任的来源。

3.让标准不仅指导「买不买」，更回答「能不能安心买」。将百寸电视的最大顾虑——安装与交付——纳入核心叙事，强化京东「送装一体」的系统性能力。

1. 官方定调，建立百吋专业种草场

项目以知乎官方身份发起百吋电视讨论，围绕观看距离、家场景与安装服务三大议题，联合14位中头部创作者跨家电、设计、母婴与影视等领域共创内容，在双11前完成百吋电视的专业定调，营造理性可信的种草氛围。

 知乎家电 的提问 | 京东 京东11.11 京东家电 百吋电视 家有三米看百吋

为什么说「家有三米看百吋」？用了百吋电视后，哪些体验让你感觉「再也回不去了」？

越来越多人说「家有三米看百吋」，背后其实有两大关键：一是 4K/8K 超高清分辨率普及，哪怕近距离看巨幕，画面也够细腻；二是如京东「100% 免费送装到家」的送装一体服务，大大降低了我们获取和体验超大屏的门槛。

技术和服如何一起提升生活品质？哪些场景让您确信这是不可逆的体验升级？11.11 上京东买百吋电视，100% 免费送装到家，邀请您分享那些「再也回不去」的观影时刻。

关注问题

写回答

邀请回答

好问题 23

添加评论

分享 收起

 知乎家电 的提问 | 京东 大屏电视 京东11.11 百吋电视 家有三米看百吋

电视送装分离都有哪些坑？如何确保百吋电视能完美地爬楼入户、平安上墙？

买百吋电视，可以说「三分产品，七分送装」。屏幕再大，若无法平安入户、完美上墙，一切都是空谈。无论是楼梯转角、电梯尺寸限制，还是墙面承重、安装稳固性，每一个环节都充满挑战。为此，京东推出「送装一体」服务，买百吋电视，100% 免费送装到家！

你是否曾经历或听说过百吋电视送装中的「惊险瞬间」？又有哪些实用的经验、专业的建议或难忘的教训，值得与准备入手大屏的知友分享？欢迎一起来聊聊。

关注问题

写回答

邀请回答

好问题 13

添加评论

分享 收起

 知乎问题商店 的提问 | 京东 京东11.11 京东家电 百吋电视 家有三米看百吋

客厅宽度三米，买 85 吋还是直接上 100 吋？实际体验差距有多大？

很多人在装修时都会纠结，客厅沙发墙距电视墙有 3 米，究竟该选 85 吋还是直接上 100 吋？从理论上讲，两者视距只差半步，但在实际体验中，画面沉浸感、空间压迫感、甚至家人观影舒适度都会有明显差异。

从屏占比、HDR 细节到观影氛围，85 吋与 100 吋之间的差距，究竟有多大？11.11 上京东买百吋电视，100% 免费送装到家，京东邀请您分享您的电视选购指南！

关注问题

写回答

邀请回答

好问题 25

添加评论

分享 收起

2. 行业共议，线下发布放大权威

知乎与京东联合举办线下盐沙龙，集结12家头部电视品牌，在多方见证下发布《2025电视观看距离标准》，将线上讨论升级为行业共议，显著放大项目的权威性与行业声量。



十二家头部电视品牌参与线下盛宴，共同见证《2025电视观看距离标准》的发布



3. 联动京东、视像协会、奥维云等，形成全行业共识

《2025电视观看距离标准》由多方联成，覆盖家用与商用两大场景，并由京东全网上线推广，使行业共识直接进入消费决策链路，成为可使用的选购依据。

《2025电视观看距离标准》

多方联成，重磅打造全行业影响力标准
覆盖家用/商用两大需求场景
且京东全网上线推广



● 家用电视标准：

55吋-116吋所有家用电视品牌均使用该套标准



家有3米看百吋
100%免费送装到家

《2025电视观看距离标准》 京东 × 知乎 × AVC 联合推荐

| 电视尺寸 | 屏幕宽度(CM) | 屏幕高度(CM) | 推荐观看距离(M) |
|----------|----------|----------|-----------|
| 115/116吋 | 259 | 151 | 3.4+ |
| 98/100吋 | 222 | 128 | 3 |
| 85吋 | 189 | 110 | 2.6 |
| 75吋 | 167 | 96 | 2.3 |
| 65吋 | 144 | 83 | 2 |
| 55吋 | 122 | 71 | 1.7 |

京东x视像协会x知乎x洛图科技

● 商显电视标准：

55吋-100吋所有会议平板/电视品牌均使用该套标准

《2025会议平板/电视适配指南》



| 电视尺寸 | 屏幕宽度(CM) | 屏幕高度(CM) | 推荐会议室大小(m²) | 推荐会议室人数 |
|---------|----------|----------|-------------|---------|
| 98/100吋 | 222 | 128 | 35~45m² | 15~20人 |
| 85/86吋 | 189 | 110 | 25~35m² | 10~15人 |
| 75吋 | 167 | 96 | 15~25m² | 5~10人 |
| 65吋 | 144 | 83 | 10~15m² | 3~5人 |
| 55吋 | 122 | 71 | 8~10m² | 2~3人 |

4.搭乘知乎双11运营，承接京东销量转化

借势知乎双11主站集中曝光活动，实现从知乎种草到京东销售转化的有效承接，完成认知到购买的闭环。

✓ 知乎主站

借知乎双11主站引爆种草之势



✓ 知乎站外

全网整合传播扩散



微博 (部分)



PR稿件 (部分)



视频号 (部分)

抖音 (部分)

Part1 线上站内-内容蓄力，制造期待 官方之力营造百寸种草氛围

客厅宽度三米，买85吋还是直接上100吋？实际体验差距有多大？

电视送装分离都有哪些坑？如何确保百吋电视能完美地爬楼入户、平安上墙？

为什么说「家有三米看百吋」？用了百吋电视后，哪些体验让你感觉「再也回不去了」？

3大议题，14位中头部创作者
覆盖家电、室内设计、母婴、影视等多元领域

Part2 线下盛事-盐沙龙盛大落地 权威+品牌齐聚，造行业盛宴

京东家电家居黑电业务负责人、中国电子视像行业秘书长董敏，知乎十年新知答主蓝大仙人，女演员蒋梦婕共享大屏影像魅力，探讨百吋消费趋势

十二家头部电视品牌参与线下盛宴，共同见证《2025电视观看距离标准》的发布

SKYWORTH 创维 | Haier 海尔 | mi 小米 | xiaomi 小米 | HUAWEI 华为
Hisense 海信 | TCL | SONY | SAMSUNG | COOCCQ 酷开 | 创维旗下品牌

《2025电视观看距离标准》 多方联成，重磅打造全行业影响力标准 覆盖家用/商用两大需求场景 且京东全网上线推广

● 家用电视标准：
京东x视像协会x知乎x奥维云
55吋-116吋所有家用电视品牌均使用该套标准

京东 × CMA × 知乎 × AVC (联合推荐)

家有三米看百吋
100%免费送到家

《2025电视观看距离标准》

● 商显电视标准：
京东x视像协会x知乎x洛图科技
55吋-100吋所有会议平板/电视品牌均使用该套标准

《2025会议平板/电视适配指南》
京东 × CMA × 知乎 × 洛图科技 联合推荐

| 电视尺寸 | 屏幕宽度(CM) | 屏幕高度(CM) | 推荐会议室大小(m²) | 推荐会议室人数 |
|---------|----------|----------|-------------|---------|
| 98/100吋 | 222 | 128 | 35-45m² | 15-20人 |
| 85/86吋 | 189 | 110 | 25-35m² | 10-15人 |
| 75吋 | 167 | 96 | 15-25m² | 5-10人 |
| 65吋 | 144 | 83 | 10-15m² | 3-5人 |
| 55吋 | 122 | 71 | 8-10m² | 2-3人 |

全网扩散影响力传播

✓ 知乎主站
借知乎双11主站引爆种草之势

京东单品 banner 内容收录 合作伙伴logo露出

✓ 知乎站外
全网整合传播扩散

微博 (部分)
PR稿件 (部分)
视频号 (部分)
抖音 (部分)

4.7亿次
项目总曝光

1553w+次
内容总阅读数

14996
用户总互动

1.4亿+
站外传播总曝光

1280W
视频播放量

1.项目在双 11 周期内实现 4.7 亿次总曝光，合作内容在微博、B站、今日头条、抖音等多平台引用，累积 1.4亿次站外传播。

2.《2025 电视观看距离标准》影响目标人群 1553 万人次关注。知乎官方账号下，相关内容引发 14996 人次参与讨论。相关视频播放 1280 万次，在百寸电视这一高客单、强决策品类中，形成了远超促销周期的讨论热度与持续关注。