

舟山开海，京东直采24h鲜到家

- **品牌名称：**京东超市
- **所属行业：**食品类
- **执行时间：**2025.09.08-11.13
- **参选类别：**大事件营销类

随着生活水平提升，消费进入“品质鲜食”时代，对海鲜新鲜度与品质的要求日益升高

按照鲜度与运输难度划分，市面上常见三大类别海鲜产品 ↓



为应对高昂的冷链成本，市场中存在以化冻冰鲜品冒充鲜活水产的乱象，导致消费者难以辨别真伪

如何便捷、可靠地购买到“真鲜活”水产
已成为当前消费者的核心痛点

绑定舟山开渔节IP，打造“从大海到舌尖”的鲜味狂欢

聚焦“舟山开渔盛况 + 24小时极速鲜达”核心卖点，强化“鲜”和“快”

<强势IP>

线上东海开渔节
国家级渔业文化IP



引爆海鲜消费的黄金营销节点

<场景鲜活>

码头直发、海鲜溯源等
天然内容优势



直观传递“真鲜活”的核心价值

<文旅共振>

文旅热点 × 电商促销双线引爆
通过特色直播提升转化



将海鲜消费融入地域文旅体验

多品牌借势舟山开渔节IP

通过主题活动构建海鲜水产“内容+消费”新场景
但当前大多仍停留在促销层面，“鲜”的认知价值被稀释，未形成可持续的心智占位

当“借势”成为普遍困局，如何实现领“鲜”破局？

聚焦舟山开渔节热点，通过线上线下联动模式打造区域标杆案例

强化京东超市从捕捞到餐桌 “24h鲜到家” 心智

内容造势

X

京东采销出海拍卖

深挖区域极致供给
联合京东拍卖、京东物流等部门
利用采销形象打造出海拍卖事件
体现鲜活海鲜稀缺性

24h鲜 心智

持续强化平台在区域特产与生鲜
领域的差异化竞争力，打造
“24h鲜到家”
独特心智

流量承接

X

直播增粉

以拓展新客为目标，实现品类GMV增长
以趣味玩法维持用户粘性
形成“可复制营销打法”
为省区化与仓店模式持续赋能

围绕“舟山开海，24h鲜到家”打造“线下直采+线上预售”全域营销模式

京东包船第一网鲜预热 + 开海拍卖会直播 + 小红书内容种草，24h极速鲜达到用户面前

站外传播+站内资源

以舟山开渔盛宴建立京东超市“24h鲜到家”独特心智

营销路径

线上传播重声量破圈

站内承接刺激转化与用户留存

核心阵地

小红书为主，微博、抖音等社媒辅助物料分发

站内平台

动作触点

话题互动#舟山海鲜、#京东x舟山24小时鲜 &直播预热扩散

溯源&拍卖专场直播+多部门合作（京东物流、京东拍卖、京动运动垂钓行业等）+平台服务&资源



活动支撑

广告精准投流

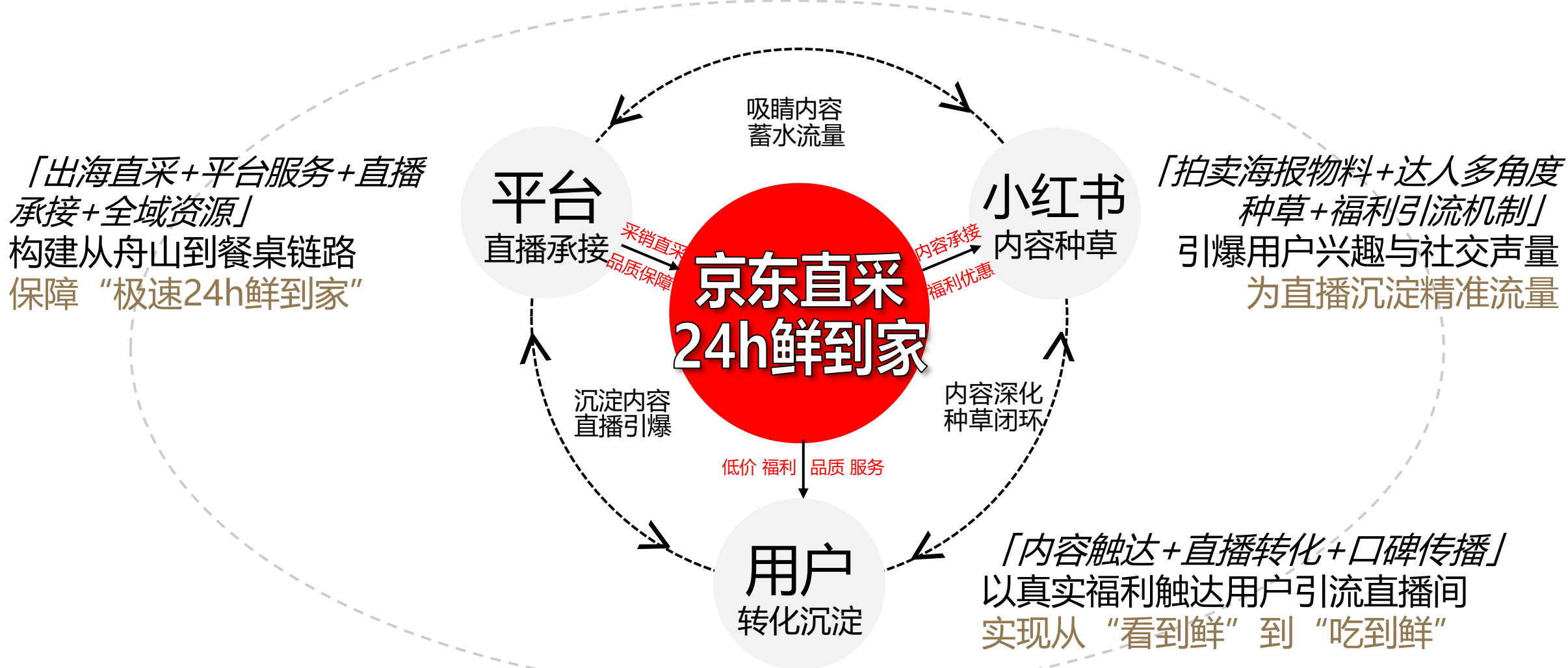
小红书达人联动

京东多部门联动

京电站内资源

品类资源联动

借势舟山开海节点，发起 **“舟山开海，京东直采24h鲜到家”**
 联动平台、内容、用户构建传播与转化闭环，打造 **“第一网鲜”** 拍卖盛典



营销传播节奏



传播话题: #舟山海鲜、#京东x舟山24小时鲜、#京东把舟山生鲜送全国



京东超市发起话题拍卖预热

官方发起话题, 联动图文KOC场景内容深度种草产品
头网生鲜 + 优惠引流京东站内



舟山开渔节直播预热

官方、达人扩散海报&内容预热, 号召用户预约直播享头网生鲜

直播高光&用户实访扩散, 全网PR

树立行业营销标杆, 持续扩散活动影响力



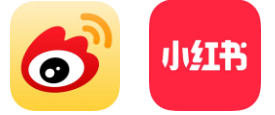
溯源专场直播&中秋拍卖直播

• 舟山开渔节会场搭建, 持续承接站内外流量, 提供从产品到物流到服务全阶段解决方案

• 站内高曝光资源矩阵+多部门联合宣发加持, 持续助攻曝光、流量引入

活动发起，流量蓄水：

京东超市发起话题#京东x舟山24小时鲜释放预热海报
品牌、达人扩散预约信息引导用户预约直播



官方发起话题释放预热海报

小红书达人、品牌响应扩散海报，透传极速24h鲜到家

UGC参与互动 种草转化



中秋送“头网鲜”！吃饭送礼属我最在行~

官方发起话题联动京东拍卖、京东物流等多部门，释放舟山节开渔信息，树立“京东=舟山24h鲜”的用户心智

从**源头鲜**（来自舟山源头）、**捕捞鲜**（第一网到岸即发货）、**到货鲜**（24H到餐桌）三方面强调京东冷链物流、售后服务保障，引导用户至京东站内预约直播

用户参与话题分享赢好礼，分享海鲜选购/做法，晒单、晒羊毛，口碑助力品牌销转



舟山开渔节直播引爆

舟山开渔节抢头鲜啦



辨鲜·选购技巧

送鲜·物流保障

吃鲜·花样吃鱼

购鲜·海鲜盲盒



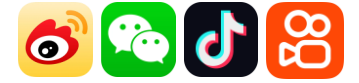
主播+采销手持捞网开场
口播开渔节核心信息
邀请品牌方进入直播间
分享产品品质和
选购技巧

主播针对每种海鲜
产品讲解卖点，采销
讲解选购指南&常见做法
邀请快递小哥分享京东
物流保障能力

开启美食体验课堂
鲁粤苏川四大菜系
教你花样吃鱼
现场讲解烹饪要点
配合优惠与产品展示

晚8点开卖89元海鲜盲盒
网鲜8选5随机发货
沉浸式讲解主推品的
选购和做菜方案
强调物流保障

舟山开渔节拍卖引爆



官号矩阵**京东超市**x**京东物流**x**京东拍卖**发布创意物料

透传“舟山开海，拍卖百斤头网鲜”活动信息及利益点，引导用户进站

舟山开海
京东包船第一网鲜

1元起拍
隐藏款珍稀鱼种

京东物流冷链配送
24h锁鲜到家



#喜欢吃鱼的嘴真严啊
拍卖话题微博热搜榜第1



噱头品
活动海报



拍卖预热海报

拍卖5斤野生大黄鱼
实时围观1.8w人
最终拍价8.0万



京东包船头网鲜
实时围观8000+
最终拍价5693元



广寒宫拍卖大会AI创意视频



JOY寻鲜创意
短视频

活动收官, 长尾续热

站外全域媒体PR联动, 直播高光内容&拍品用户实访破圈扩散, 树立行业营销标杆

结合宿迁霸王蟹、舟山大黄鱼成功拍出, PR稿xN家官方新闻媒体宣发

《宿迁霸王蟹于京东拍卖7192元成交 稀缺规格引爆中秋螃蟹市场》、《近2万人围观! 00后小伙8万元拍下5斤重野生大黄鱼为爷爷贺寿》

中金在线

新闻晨报

新京报

北晚在线

极目新闻

大象新闻

潮生活

生活百视

生活观察





小红书内容种草：预热期

千船出海锁鲜24小时，透骨东海味+神价刺客直捣舌尖！头网生鲜直供+优惠，蓄水导流至京站内

渔港「战备实录」
文化信任感拉满

「早鸟刺客」价格视觉锤
福利钩子直给

海鲜黑话「土著教学」
建立专业壁垒



.....



小红书内容种草：爆发期

通过“文化仪式感×科技信任感×场景代入感”三重穿透，将开渔事件升级为全国生鲜消费标杆案例
同步引导站内跳转京东会场，形成品效合一闭环

「文化符号×沉浸直播展现地道鲜源场景」

千帆出海盛况+渔民号子人文沉浸式体验
以文化符号突显地道美味



《挑战24小时从东海到我家！头网的就是新鲜》

「真实口碑×开箱验鲜双背书 建立消费信任」

邀请老渔民现场鉴鲜+冷链开箱实测
突出京东冷链24小时鲜优势



「情感共鸣×中秋场景 激活家庭团圆消费」

中秋团圆场景突出家乡感
地道生鲜回忆家乡味



《我爸说，吃了30年海鲜，只有舟山的鲜能让他想家》

小红书内容种草：沉淀期



通过 “渔家技艺传承 × 京东锁鲜 × 家宴仪式共创” 三重渗透，将开渔文化沉淀为长效消费资产，同步引导站在**中秋&国庆双节点**承接长尾流量，实现品效持续收割闭环

**24小时锁鲜倒计时
运力保障，美味直达餐桌**

《舟山开渔！这份头网海鲜清单吃货必藏》



中秋家宴场景二创教学

借 “梭子蟹炒年糕+定胜糕” 等地域CP 唤醒团圆情感记忆



听话，遇到新鲜三文鱼的边角料，赶紧买下！十几块钱买三文鱼鱼腩排和鱼排，煎了两锅，实在太香了，吃着香，性价比也香，筋筋骨骨的，还有醋汁。

小红书内容种草数据

总曝光量
226w +

总互动量
1.5W +

总阅读量
26w +

密令UV
6w +

站外活跃行为UV
17w +

原创话题词#京东x舟山24小时鲜、#京东把舟山生鲜送全国,浏览量均达到29万+



美食教程/测评47%



地域 (江浙沪) 39%



促销攻略类9%



送礼5%



发布内容共计100篇 (KOL29篇, KOC72篇)

推广期内, 相关品类热词“舟山海鲜”, 品牌排行榜中, 京东排名第1

以9.16-9.26期间数据为例

深挖区域极致供给，联动京东拍卖、物流、垂钓行业及中秋农特等多频道资源整合
以拍卖“5斤野生大黄鱼”“京东包船头网鲜” 打造话题有效引流，官号矩阵协同放大声量

事件传播曝光
2亿+

GMV同比
+ 65%

全国区采海鲜水产品类流量同比
+76%

为舟山海鲜（浙江仓店）带来流量同比
+270%



微博热搜榜第1

#喜欢吃鱼的嘴真严啊
话题阅读量超1亿