

京东健康糖尿病日合作《科学控糖与健康同行》

- **品牌名称：**京东健康
- **所属行业：**大健康
- **执行时间：**2025.11.14-11.28
- **参选类别：**种草营销类

视频素材

陈琦医生：<https://weixin.qq.com/sph/AasIMCLwF>

简蔚霞医生：<https://weixin.qq.com/sph/AaVzrE52p>

- 当前我国糖尿病人群体量正持续扩容，对应的糖尿病药物市场已跃居全球第二大品类赛道，但鲜明的反差在于：国人对糖尿病的认知仍存在显著短板——不仅缺乏科学控糖的系统知识，甚至存在不少认知误区，既影响了疾病的规范管理，也让大众难以精准对接可靠的健康服务资源。



《报告》显示，我国公众对糖尿病的认知水平仍处于较为基础阶段，主要表现在对疾病危害、高危因素识别及治疗手段的认识不足。

数据显示，中国20-79岁人群中糖尿病患病率为10.6%，患者人数达1.41亿，是世界上最多的国家。

此外，仅有43.3%的患者知道自己患有糖尿病，这表明提高公众对于该疾病的认知非常必要。

“借势世界防治糖尿病日，聚合‘权威医疗资源+国民音频流量’双重优势，以系统化科普重塑大众控糖认知，深化京东健康在慢病管理领域的专业形象。”

专业形象强化

借权威科普内容的传播，放大京东健康在糖尿病科普与相关健康资源汇集的专业形象

用户心智渗透

深度渗透“控糖上京东，科学管理更轻松”的口号，让目标用户形成“控糖需求→京东健康”的认知关联

用户行为引导

通过活动引导用户主动前往京东搜索“轻松控糖”活动页面，高效触达平台提供的专业控糖服务与资源

在世界防治糖尿病日之际，京东健康（凭借其在健康服务、医药资源领域的专业整合能力）与喜马拉雅（依托国家级音频平台的内容触达与全域用户覆盖优势）达成深度联动，共同发起《科学控糖与健康同行》主题活动。

以深度趣味内容破认知、全域资源整合构建科普矩阵叠加强势资源引流及内容资产沉淀 最终实现京东健康的品牌声量扩散与用户心智深度渗透

深度 内容定制

以专业、趣味化内容破局用户认知痛点科普科学控糖干货内容

健康主题脱口秀

播客内容定制

全域 内容整合

深度整合京东健康与喜马内容资源，构建兼具专业性与传播力的科普内容矩阵

品牌活动H5

广度 流量传播

联动喜马拉雅“硬广+社媒”双流量资源实现内容的广度传播与人群破圈

硬广资源宣推

社媒资源宣推

长期 价值资产

核心内容留存于喜马拉雅“喜马拉雅健康研究院”账号，形成用户长期可访问的内容资产

品牌专辑

健康主题脱口秀

以脱口秀为桥梁，用趣味化表达方式拆解糖尿病干货内容，全面带动大众认知

邀请
上海市第十人民医院内分泌科医生陈琦
上海市新华医院内分泌科医生简蔚霞
以趣味方式科普糖尿病防治要点

主持人口播品牌slogan
“控糖上京东，科学管理更轻松”



视频角标全程体现
京东健康品牌logo

脱口秀内容以专辑内容
形式永久留存



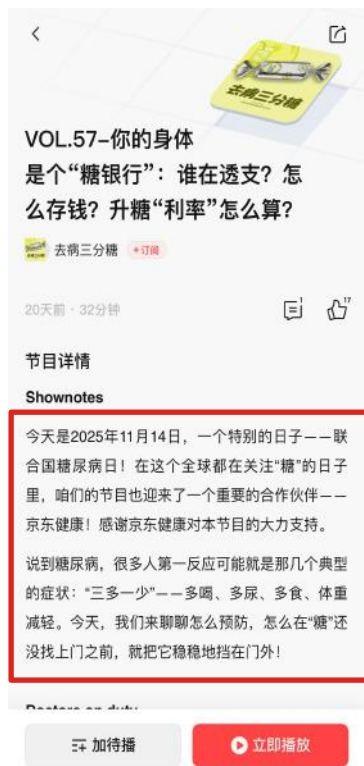
播客内容定制

喜马拉雅健康赛道头部播客聚焦糖尿病定制科普内容，科普控糖知识的同时，深化用户对“控糖上京东，科学管理更轻松”的认知

节目封面中体现品牌信息



节目简介中体现品牌信息



你的身体是个“糖银行”：谁在透支？怎么存钱？升糖“利率”怎么算

糖医生：但说实话，听完这些，很多听众朋友可能会觉得，哎呀，这又要记GI值，又要规划一日三餐，还要分辨各种“无糖”陷阱，感觉有点复杂，操作起来有门槛啊。

【品牌植入 - 京东健康】

糖医生：别担心！这正是我们的合作伙伴——京东健康，可以大显身手的地方。京东健康，就是您身边最贴心、最专业的“终身健康管理顾问”。

比如说用药管理。可能平时你需要天天吃的常规药，最怕的就是断档。京东健康的药品供应链非常成熟稳定，一键下单，快速送达，送货上门，再也不用担心“断粮”，给您稳稳的安心。

品牌活动H5

品牌活动 H5 作为内容聚合主阵地，一站式承载活动核心信息与互动体验

活动头图品牌logo露出



直播京东糖尿病大会内容

喜马拉雅账号对活动进行全程直播

嘉宾主题演讲内容展示

点击头像后可链接到个人演讲主题页



链接到京东患教页面

护糖对话 共筑健康 圆桌对谈内容展示



健康脱口秀内容展示

页面总PV: 1,950,288

播客内容定制展示

糖尿病相关科普内容展示

宣传推广

喜马拉雅硬广及社媒资源对活动进行大力宣传，全面提升活动的曝光度及影响力

开机大图-活动H5引流 | 开机大图-患教页引流 | 首页中插信息流-活动H5引流 | 首页touch-活动H5引流 | 热搜榜 | 联想搜索词 | 搜索热词 | 搜索直达

硬广 | 宣传

搜索 | 索引 | 流

播放页沉浸式皮肤 | 播客频道弹窗 | 播客频道焦点图 | 话题频道弹窗 | 话题频道焦点图 | 喜马拉雅微博 | 喜马拉雅抖音号 | 喜马拉雅营销视频号 | 喜马拉雅营销视频号

社媒 | 宣传

核心策略及数据表现

本次京东健康与喜马拉雅深度联动发起的《科学控糖与健康同行》主题活动，以权威科普内容为核心、多元传播矩阵为支撑，**实现了品牌千万级全域强势曝光与百万级健康高需求人群精准触达**，更通过专业价值输出深化了京东健康在糖尿病科普与相关健康资源汇集的专业形象，**成功构建“控糖需求→京东健康”的用户认知链路**，达成“科普落地赋能用户 + 品牌声量与专业度双重提升”的核心突破。

品牌总曝光

3,038万+

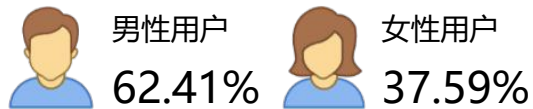
定制内容播放量

136.3万+

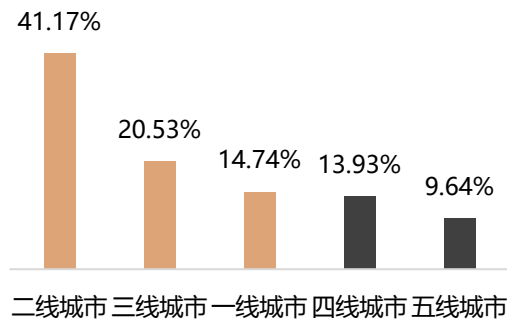
核心人群触达

节目实现核心人群精准覆盖，直击关注健康的核心受众

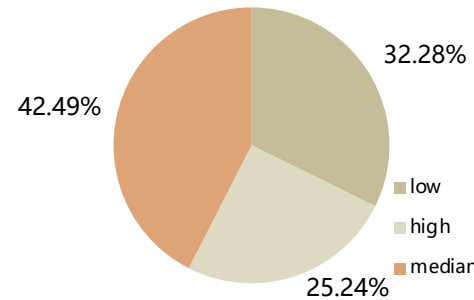
男性略多



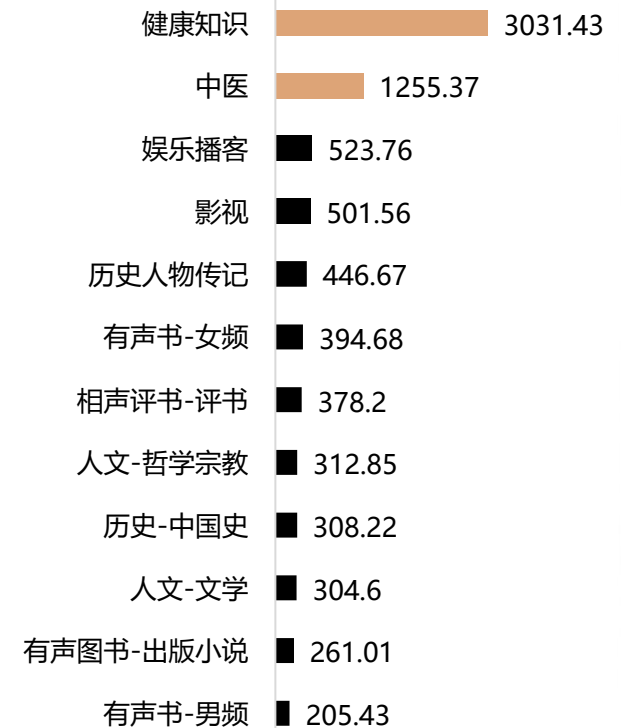
一二三线城市占比居多



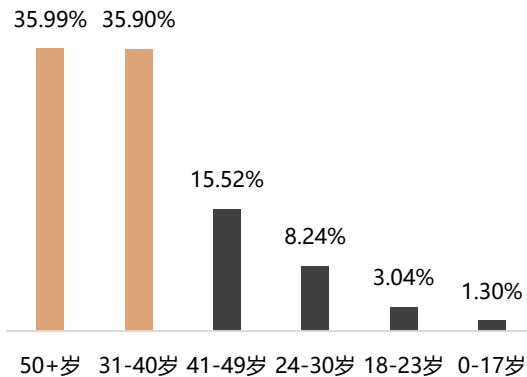
收入分布



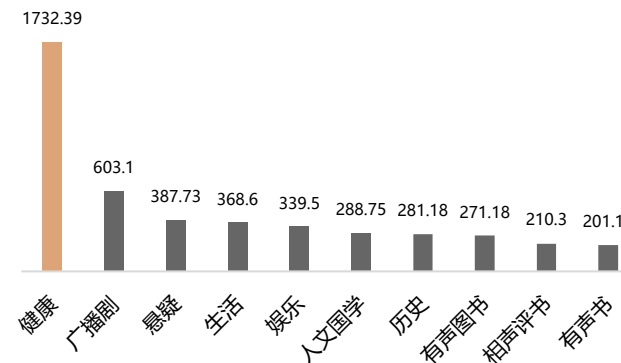
近30天的收听标签二级标签TGI



年龄分布



近30天的收听一级频道TGI



城市占比TOP10

北京、天津、上海、广州、沈阳
深圳、郑州、西安、杭州、石家庄