

发现新主义——京东电脑数码节

广告主：京东

所属行业：电商

执行时间：2018.03.01-04.02

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

作为国内最大的 B2C 自营电商平台，京东在电脑数码市场处于绝对的领先地位。而京东也一直在积极拓展自身优势，不仅与品牌达成战略合作，更让平台从单一销售渠道方转型成为综合品牌服务，特别是开始提出并践行无界营销这一引领零售行业的营销范式。

2018 京东内部业务形态发生变更，其背后也是京东电脑数码营销思路的全面革新，而 3 月京东电脑数码节作为此次变更后的首个重要营销节点，如何突破以往的营销手段、传播渠道、影响范围，为京东电脑数码节这个电商节日带来令人耳目一新的变化，成为此次传播的重点和难点。

基于以上传播背景，我们从场景联通、数据贯通、价值互通三大维度践行了无界营销这一新思路，以多样化的内容进行多角度、多维度的传播。

营销目标

1、3 月京东电脑数码节是春节过后首个重要营销节点，电脑数码需要在开年开工、开学之际，唤起用户产品换新的需求。

2、电脑数码先前以男性消费为主，挖掘拉动新人群，带来新的市场增量成为此次开年大促的重要目标。

因而，此次电脑数码节，如何突破以往的营销手段、传播渠道、影响范围，实现拉新、焕新，成为此次传播的重点和难点。

策略与创意

线上，联合万合天宜与《万万没想到》原班人马打造自制短剧《万万没想好》，分别为学生、女性、游戏三大群体打造定制化场景，“不做促销，而是劝你万万想好了”，以创新的逆向思维，触发年轻人的痛点，唤起用户对电脑数码产品换新的需求。

除却线上构建生活场景，同时做渠道下沉，线下发力，针对学生日、女神日、游戏日打造了线下生活应用场景，通过线下体验，深度融合唤起用户的消费需求。

同时，通过线上线下数据贯通，将平台数据做进一步挖掘，将销量数据变为传播数据，为用户带来全新内容。

执行过程/媒体表现

配合京东电脑数码节主会场视觉风格，制作星际主题展示型 H5《只有真正的英雄才能打开这个 H5》将京东电脑 4 大产品品类设定成 4 大战场，亮点产品变形成超级英雄装备，利用 4 个超级英雄的形象展示京东电脑数码节热卖产品。



线上自制短剧《万万没想到》构建三大生活场景，触发用户痛点，唤起换新需求：联合万合天宜打造自制短剧，采用逆向思维与场景构建，触发用户的痛点，唤醒用户的产品换新需求。自制短剧在线上获得腾讯、爱奇艺等平台推荐，并在线下电梯、走廊等电子屏广告位轮播。

短剧视频成片：

<https://v.qq.com/x/page/p07537we2vq.html>



渠道下沉，线上视三大场景迁移至线下，打造全新的用户体验：针对学生人群，举办八校联合辩论赛，并邀请到奇葩说辩手邱晨，讨论学生使用电脑的相关辩题，活动在校园内与各大直播平台同步传播扩散，引发学生群体的高度关注；针对女性人群，在线下体验店打造女性类电脑数码产品购物场景，带来更个性化的购物体验；同时线下打造了电竞体验区，带给用户极佳的沉浸式体验，唤起消费需求。



学生、女性、游戏三大群体销量数据趣味解读，带来全新个性化内容，二次唤醒用户消费需求，强化京东品牌及行业地位。

学生的电脑数码 小秘密了解一下

**电脑办公的学生购买人群
从2016的6%
上升到了2017年的
10%**

原来大学生
才是最厉害
的金主啊

学生人群最爱电脑办公 TOP10 品牌

Lenovo hp 戴尔
ASUS HASEE 神舟 小米
ThinkPad acer MSI
HUAWEI

这可是专门给你们这些重度
选择纠结症患者
的福利哦!

**12% 的学生用户
习惯使用京东白条
购买电脑办公产品**

白条在手，爆款好货我有

**本科及以上学历的
学生中，有10%
购买了吃鸡装备**

成绩比你好的
游戏等级比你还高
玩着绝地求生也能进985、211
(数据来源：京东大数据)

校园女神最爱买的笔记本 TOP5 产品

小米Air 13.5英寸 宝岛星球笔记本电脑 (i5-7200U 8G 256G MX330) 银色版	戴尔灵越7000 14.0英寸 轻薄窄边框笔记本 (i5-6230U 8G 256G MX330) 银色版	联想小新潮7000 13.5英寸 超轻薄窄边框笔记本 (i5-8250U 8G 256G MX330) 亮火麒麟
联想小新潮520S 15.6英寸 轻薄窄边框笔记本 (i5-7200U 4G 1T 9200MQ) 银色版	ThinkPad E480 14英寸 轻薄窄边框笔记本 (i5-8250U 8G 128G) 冰蓝色	

**2017年电脑办公
校园微信手Q渠道销量
锁额增长率最高
APP端紧随其后**

虽然贫穷限制了想象力
但不能限制我们买买买!

*数据来源：京东大数据

女神的电脑数码 小秘密了解一下

**最受女性用户喜爱的品牌
TOP10**

Lenovo 戴尔 hp ThinkPad
deli ASUS HUAWEI 小米
WD EPSON

购买电脑办公产品女性人群 年龄分布

16-25岁	21%
26-35岁	34%
36-45岁	27%
46-55岁	8%
56岁以上	11%

中年少女购买力势头强劲，占比过半
50岁不霸，你是中年少女
25岁刚过，你还是中年少女

**购买娱乐影音产品
女性占比
26.1%**

喜欢音乐的妹纸爱好妹纸
遇见就不要错过

**购买智能穿戴产品
女性占比
31.6%**

打造完美身材是有秘密武器的!
一般人我不告诉地呀

**女性最青睐的相机品牌
TOP3**

富士 (FUJIFILM) 柯达 (Kodak)
INSTAX

女性最青睐的相机品牌 TOP3

富士 (FUJIFILM) 柯达 (Kodak)
INSTAX

相机的唯一使命就是拍美丽的姑娘!

**文具是女性购买最多的
电脑办公品类
其中购买手账的女性用户
占74%**

直男们，多的是你们不知道的事

**购买笔记本的高学历
女性中有31% 选择了
轻薄本 (高学历：指本科及以上学历)**

已知：学历越高，工资越高
工资越高，打扮越潮
又：打扮潮的人从来不用转头电脑
学历越高，电脑越薄!

**每10个 购买文具画材
品类的女性用户中
就有4位 妈妈**

每家带口的中年少女最爱买买买!

*数据来源：京东大数据

**游戏达人的电脑数码
小秘密了解一下**



**游戏用户最爱品牌
TOP5**

雷蛇 (Razer) 罗技 (Logitech)
雷柏 (Rapoo) 达尔优 (Dareu)
联想 (Lenovo)

购买游戏本 TOP5 省份

广东、北京、江苏、山东、上海

广东的朋友们爱吃很多东西
但最爱的还是吃鸡!

最爱的游戏鼠标 TOP3

雷蛇 (Razer) 罗技 (Logitech) 罗技 (Logitech)
炼蛇2000游戏鼠标 黑色版 G102游戏鼠标 黑色版 G502 RGB炫光自适应游戏鼠标

女生常说“买了新口红就得配新衣裳
买了新衣裳就得配个新包包 买了新包包就得换个新男友了”
那我买了个新鼠标，要不要考虑开个网吧?

游戏耳机 TOP3 产品

雷蛇 (Razer) 达尔优 (dareu) 金士顿(Kingston)
北海巨妖标准版 游戏发光耳机 H4722电竞版 HyperX毒刺专业FPS电竞耳机

带上这款耳机
就能以迅雷不及掩耳盗铃之势找到敌人!
当仁不让世界充满爱你没商量之势找到敌人!

游戏键盘 TOP3 产品

前行者GX50黑色 新盟黑色精英光键盘
彩虹背光键盘+七彩黑鼠标 键鼠套装 +牧马金属无声黑鼠标 键鼠套装

雷柏V500PRO背光机械键盘

游戏中能double kill
京东键鼠套装也能给你
double服务和double享受!!



**骨灰级 吃鸡玩家最爱的
吃鸡装备**



**专业级 吃鸡玩家最爱的
游戏装备**



**进阶级 吃鸡玩家最爱的
游戏装备**



**入门级 吃鸡玩家最爱的
游戏装备**



营销效果与市场反馈

结案视频链接: <https://url.cn/5F64dy0?sf=uri>

3月2日, 京东、京东电脑数码、明星葛布、艺人本煜、奇葩说辩手发布微博, 总曝光量达 #万万没想到#、#京东电脑数码节#等话题引爆网友讨论, 话题总阅读量达 596.1 万, 讨论量达 1.6 万次。

微信平台, 与 KOL 合作发布微信文章, 共计获得 21 万+阅读点赞。与今日头条自媒体合作作为短剧扩散声量, 获得了 38.7 万+播放量。

《万万没想到》自制短剧在腾讯视频、爱奇艺、秒拍、西瓜视频等视频网站上线, 累计获得 217 万+视频播放量。

《高校奇谈》校园辩论赛开场, 京东直播观看人数就达 10W+人次。当天花絮视频在腾讯平台获得 10 万次点击。

京东

超级品类日
聚品类 / 约好物

超级战报

3月6日京东电脑办公超级品类日

打破记录

3月6日京东电脑办公全品类销售突破
2680000件
依据出库称重预估重量达
2000吨

3月6日参与活动人数高达
5630000人
等于**122场**
周杰伦演唱会北京站现场人数总和

热卖电脑

游戏本销售额TOP5品牌

Lenovo	DELL	hp	ASUS	Hasee
联想	戴尔	惠普	华硕	神舟

轻薄本销售额TOP5品牌

ThinkPad	DELL	Lenovo	mi	hp
ThinkPad	戴尔	联想	小米	惠普

