

京东健康跨年特别节目 《年终听诊会》

- ◆ 品牌名称：京东健康
- ◆ 所属行业：互联网
- ◆ 执行时间：2022.11.20-01.10
- ◆ 参选类别：娱乐营销类-视听内容

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

视频链接: <https://pan.baidu.com/s/1zpYJK3S1RD31yyi2T6zyeg?pwd=38d0>

提取码: 38d0

受疫情的催化作用，互联网健康行业的发展进程提前 从野蛮生长模式快速迈向规模化、规范化，头部优势明显

行业的需求端、服务端、支付端均有长远、深刻的变化

- 市场培育了用户的健康意识
- 健康需求暴增，从线下向线上快速转移

用户

- 以预约挂号、在线买药等功能为首快速发展
- 医生和平台相互赋能，形成良性环境

服务

- 医疗/健康保险等相关行业快速发展
- 初步完成长期健康管理、家庭健康服务等业务的用户教育

支付

机遇

1. 市场空间巨大；
2. 线上线下一体化的融合发展趋势，有利于大型企业发挥整合能力优势。

- 用户潜在需求仍需挖掘
- 存在部分市场乱象，伤害着用户对互联网健康行业的信任度

- 泛互联网健康行业发展分散，良莠不齐
- 市场监管政策相对滞后

- 银保监会出台政策划定红线，对合规、高效、长期发展等问题提出了严格的限制

挑战

1. 如何满足用户多样化需求；
2. 如何应对头部竞争，抢占领用户心智；
3. 如何规范化发展，树立行业标准，倒逼市场成熟。

- 1、京东健康的品牌心智的夯实，提升用户对于品牌的信赖度；
- 2、京东健康实物和服务能力的精准表达，让用户理解并且信任京东健康的产品能力；
- 3、促销信息的精准传达；
- 4、具有互动性、传播性的健康场景种草，结合着实物和服务；
- 5、强化京东健康的用户好感度，利用好综艺节目、以及节目内的艺人的影响力。

亚健康状态+健康焦虑促成了用户多样化的健康需求 然而，碎片化的时间和薄弱的意志力也让TA们掉入健康困局



KEY DATE	预热期 12.8-12.12					持续传播期 12.13-12.26								爆发期 12.27-1月初									
	8	9	10	11	12	13	14	15	...	20	21	22	...	26	27	28	29	...	1月初				
	健康月开启					双十二		短剧1		短剧2		短剧3		短剧4		Big Day 短剧5		综艺播出 年货节开启					
目标	1.品牌层面：结合年底跨年节点和TA健康痛点，创造有话题性的事件，提升品牌认知度，占领用户心智 2.生意层面：围绕品牌动作，延伸捆绑京东健康实物和服务影响力，助力招商和站内促销																						
阶段策略	建立TA情感联结、引发关注 赋能站内促销、花式产品种草					围绕短剧聚合传播、拆解健康场景 实物+服务，持续输出健康解决方案								全社交透传健康IP，引爆跨年节点 花式物料带动全民互动，赋能年货节									
节目						12.11-12.13 Sketch短剧预热+开播 主KV、节目单长图、艺人ID、 创意花絮				12.14-12.28 Sketch短剧第2-5期持续传播 金句海报、趣味混剪、节目CUT包装、热点 健康知识长图				12.26-12.29 年终听诊会预热 倒计时海报、节目主KV、花絮混剪视频、 明星官宣系列海报、艺人ID				12.29-12.31 年终听诊会持续传播 金句海报、趣味混剪、节 目CUT包装、热点健康知 识长图					
Social互动	12.8 健康月官宣开启 与大号合作SVG互动推文 12.8-12.11健康文学活动微博持续扩散																			1.1 健康扑克牌 随单送锦鲤互 动活动 定制扑克牌 活动官宣海报		1.7 健康年 货节MV 《健康碰碰碰》 洗脑舞曲	
站内促销						12.11 利益点 传播 9宫格海报				12.13-12.27 围绕短剧场景进行KA种草 场景海报、长图								12.29- 赋能年货节 明星ID混剪，送年货祝福 年货节爆品种草海报					

让健康愈见生活

健康主题综艺 轻松治愈

一次轻松的健康生活复盘
明星&专家 趣味硬核内容

5集sketch短剧
1场年终听诊会

social话题 生活里的健康

一场关于健康的话题讨论
洞悉生活中的健康场景

健康文学体
定制周边趣味扑克牌

新年新生活 健康解决方案

一套清晰的健康解决方案
京东健康一直在守护着你

《健康碰碰碰》洗脑曲
KA健康场景种草

Step 1

热门喜剧明星宋木子、合文俊、大锁演绎健康主题 sketch 短剧，提前预热。



Step 2

综艺节目定制，推出五大健康板块：营养健康观、运动健康观、睡眠健康观、形象健康观和心理健康观。明星&专家就网络健康热点进行趣味演讲、答疑解惑、一对一battle，为健康开麦，欢乐跨年。



Step 3

携手宝石老舅推出魔性健康洗脑歌《健康碰碰碰》，rapper 养生，real 健康。视频链接：
<https://pan.baidu.com/s/1zpYJK3S1RD31yyi2T6zyeg?pwd=38d0>

提取码: 38d0



Step 4

创意周边定制——扑克牌，有健康，2023打出一手好牌。



- 短剧爆点挖掘，利用演员自然梗热度+短剧剧情亮点进行二创视频及内容话题营销，全网斩获热搜热榜31个，其中微博热搜28个。
- 《年终听诊会》综艺IP创意营销再升级话题营销，健康破圈；全程跟拍二创视频魔改RAP，戳中年轻人的心巴，TOP1热搜霸榜14小时，微博主话题阅读量达23亿，讨论量达58万。
- 爱奇艺、微博、京东三平台同步直播，总观看量2664万+，CSM35收视率1.61%，同时段TOP1。
- 光明日报温情发声，聚焦全民关注的健康话题。
- 将大健康行业与娱乐话题完美结合建立年终健康复盘IP「年终听诊会」的有效延续，形成一年一度健康盛典。联合宝石老舅打造病毒视频，以凸显年终健康欢乐氛围，持续创造高效长尾效益。