

京东超市 X 金领冠明星合作营销 项目

- ◆ 品牌名称：金领冠
- ◆ 所属行业：母婴
- ◆ 执行时间：2025.02.25 - 03.20
- ◆ 参选类别：经营增长





背景&目标

- **背景:**

金领冠整合站内外优质资源结合国潮大势并携手潮流爱豆明星符龙飞强势PK占位京东3月份京东超市品牌日，明星+采销共建创新国潮直播重点推动以珍护产品群为主的28天新鲜购奶粉销量提升，同时拉动90/95后新客，深化好奶粉28天新鲜直达心智，夯实我品国货奶粉领先地位，最终实现3月份销售目标的达成和突破。

- **目标:**

- 1.站内外总曝光量：1亿+
- 2.京东3月自营婴儿粉GMV销量同比+32%



洞察&创意

- **洞察:**

年轻妈妈的新趋势 - “悦己育儿 高质量带娃”

- 1、**母婴营销新趋势:** 随着95后女性成为生育主力军, 在女性逐渐觉醒的社会背景下, 育儿观念已经从鸡娃/自我牺牲式育儿转变为慢育儿/育儿也育己的新思想, 对于新时代妈妈来说, 爱自己才能更好地爱孩子, **从而逐渐生成了一种“把孩子当搭子”的育儿方式**
- 2、**母婴营销用户新画像:** 对于95后妈妈人群洞察, 数据显示, 更多的新手妈妈达成了人间清醒的观点, 先是自己, 才是妈妈, 育儿带娃, 要家庭, 也要事业, **不在被困于一方寸地**

- **核心策略:**

金领冠品牌用超凡配方、超凡奶源、超凡品质俘获宝妈信赖, 联合京东超市品牌日资源, 给与消费者优惠福利

- **目的:**

全面实现拉新、复购、引爆销售

- **亮点:**

- 1、以“我为金领冠奶粉代言”国潮风式营销, 秀出金领冠产品内核及28天新鲜直达卖点;
 - 2、携明星奶爸+京东采销+达人辣妈超凡阵容突破常规, 打造金领冠国潮大秀场景化直播
- 以符龙飞真实用户及明星奶爸的双重身份领衔助阵直播间, 通过京东采销+3位小红书达人分别为金领冠产品代言形式, 打通“秀演——带货”转化链路。

投放&执行

承接品牌主张“中国专利配方 宝宝超凡守护”，以“我为金领冠奶粉代言”为传播话题，凭借明星奶爸+京东采销+小红书达人辣妈的超凡阵容，通过1:1草原大秀的场景化直播形式，像用户传递金领冠**28天新鲜直达**产品的核心卖点，从而转化销量；直播总观看量**243万**，GMV**同比增长181%**；

站外匹配社媒矩阵式传播种草，站内落地站内京东超市首页、气泡长图等头部资源位！本次活动**总曝光超1.3亿+**，店铺GMV**同比增长73%**；

以“我为金领冠奶粉代言”国潮风式营销秀出金领冠产品内核及28天新鲜直达卖点



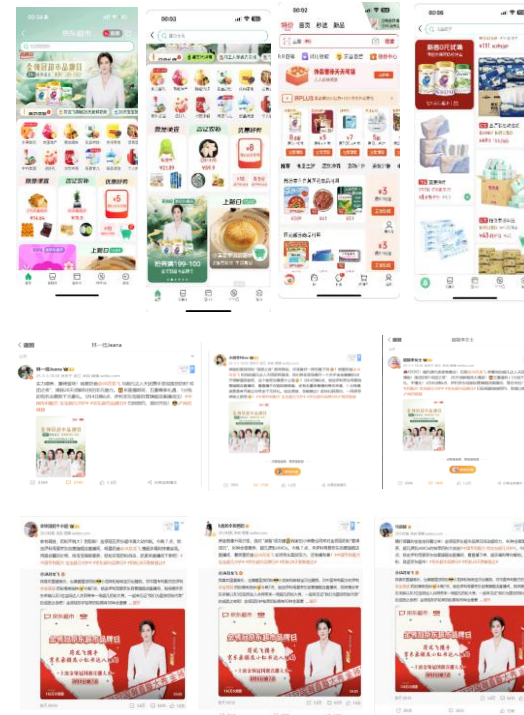
站内外通过28天新鲜视觉覆盖、专题页面承接，态度海报，明星视频证言等形式，达成流量、销量双突破
28天新鲜购产品GMV同比增长6850%

携明星奶爸+京东采销+达人辣妈超凡阵容突破常规,打造金领冠国潮大秀场景化直播



以符龙飞真实用户及明星奶爸的双重身份领衔助阵直播间，通过京东采销+3位小红书达人分别为金领冠产品代言形式，打通“秀演——带货”转化链路。
直播当天总观看量达71万+，GMV同比增长181%

站内外社媒矩阵联动总曝光量超1.3亿+





效果&反馈

项目效果:

承接品牌主张“中国专利配方 宝宝超凡守护”，以“我为金领冠奶粉代言”为传播话题，凭借明星奶爸+京东采销+小红书达人辣妈的超凡阵容，通过1:1草原大秀的场景化直播形式，像用户传递金领冠28天新鲜直达产品的核心卖点，从而转化销量；直播总观看量243万，GMV同比增长181%；

站外匹配社媒矩阵式传播种草，站内落地站内京东超市首页、气泡长图等头部资源位！本次活动总曝光超1.3亿+，店铺GMV同比增长73%；