

京东空调#35°C消伏计划#

- ◆ **品牌名称**：京东空调
- ◆ **所属行业**：家电行业
- ◆ **执行时间**：2022.08.03-08.18
- ◆ **参选类别**：跨界营销类



品牌营销的背景和初衷



热天催「凉需」，竞争有「热度」

2022年夏天，高温天气“超长待机”，全国多地持续发布橙色高温预警。在此“烤”验之下，大众的「清凉降暑」诉求也随之暴增！

30°以上的气温多一天，空调销量即增加4万台！

高温，成为各大空调家电品牌纷纷争抢的营销重地。

京东空调希望通过一场创新的高温营销赢得市场声量。



品牌营销目标

提声量、拓认知、助销售

01

基于高温与空调的强关联性，深挖京东空调独特的品牌利益，**扩大品牌声量，提升大众对京东家电的心智认同**

02

通过多样化的创意内容和玩法，**为京东空调的购买页进行强效引流，助推销售目标的高效达成**





品牌营销的挑战和困境



高温营销如何差异化、创新化？

京东空调与其他空调品牌或平台的利益区隔是什么？

以何种创意营销传递出差异化的品牌利益价值？

这些都将影响京东空调能否在8月份

“白热化的高温营销竞争中创意突围”



目标人群洞察



网购高粘性，天气高依赖

作为社会中坚人群的TA们

爱生活、爱网购、爱社交分享

也习惯每天查看天气状况安排自己的生活行程

面对已成生活刚需的“高温降暑”需求

他们更青睐简单、直接的活动促销

能给自己带来更实际的利益补贴

”

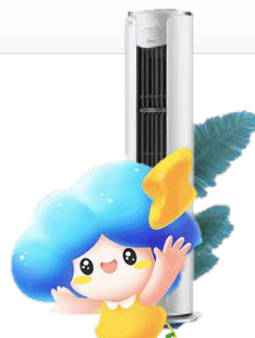
核心策略

联合气象专业平台，深耕高温场景，共同派送高温降暑补贴

京东空调

联合厂商发送消伏补贴

聚合国内主流空调品牌
提供超级给力的高温清凉福利



墨迹天气

天气服务类APP NO.1

支持实况天气查看及极端天气预警
拥有持续8年的高温IP-「35°C计划」

35 °C 消伏计划

创意延展为墨迹天气「35°C计划」IP家族系列活动

1. 当气温 $\geq 35^{\circ}\text{C}$ 时，打开墨迹天气 App 领取「200 元」高温补贴空调券
2. 当温度 $< 35^{\circ}\text{C}$ 时，直接导流至京东空调购买页，助力产品销售





核心亮点

以「35°C」为创意原点，以热诉凉，助力京东空调收割声量与口碑

预判性

依托墨迹天气长时天气预判功能
提前预测≥ 35°C高温天气变化
助力抢占营销“先机”

IP化

联动墨迹天气夏日高温IP项目
「35°C计划」，通过优势整合
共造夏日“热事件”

精准化

创新温度定向触发机制，以
「35°C」为界限触发不同素材
触达效果“有成效”

Step 1

IP 联动 福利「热送」

联动「35°C计划」主H5，特设京东空调活动入口；全媒体传播助阵，全网扩散声量



Step 2

温度定向 抢占「热点」

深度运营2大热点，强化影响
1. 气象热点：「35°C」巧定向
2. 社会热点：「七夕」趣互动



Step 3

时景活动 站内「热炒」

利用墨迹天气社交版块-时景社区，创意定制“晒高温天气，赢新风空调”活动



Step 4

Social互动 话题「热爆」

“墨迹天气官方微博微信+KOL大号”社交端传播发力，话题热度不断刷新



Step 1 - IP联动，福利「热送」

1.1 H5联动：「35°C计划」H5页面设置京东活动入口，“发券+时景活动”双引流

1. 墨迹天气「35°C计划」H5

页面左上角设置京东入口



2. 京东空调「35°C消伏计划」H5

整合高温补贴+时景活动



3. 京东空调领券区

以“35度”为触发机制，定向跳转不同活动页面



4. 京东空调时景活动区

点击跳转京东时景活动



Step 1 - IP联动，福利「热送」

1.2 传播联动：全媒体矩阵共同发声，全网提升「35°C消伏计划」项目热度与价值

-京东家电“35°C消伏计划”内容截图-

提到气候公益，相信许多人都知道墨迹天气的“35度计划”：不论在全国哪个城市，只需所在地气温显示为35度及以上，打开墨迹天气APP或墨迹天气微信小程序，即可每日领取免费雪糕一杯以及其他免费高温福利。

这一由墨迹天气主导的公益活动“35度计划”，至今已经连续举办八年。除了冷饮福利放送，墨迹天气还与众多商家企业合作，通过到店领取、城市快闪、定向赠送等多元化方式，引导公众关注气候变化，注意消暑防暑，关心环卫、交警、工人等高温作业人员群，进而培养起人们爱护环境、保护生态的良好习惯。

今年，“35度计划”又迎来新活动。墨迹天气携手京东家电推出“35度消伏计划”，当用户所在定位实时温度大于35度时，便可打开墨迹天气APP参与活动，领取200元空调直减券，帮助用户更快入手心仪空调，度过炎炎夏暑。



-网媒传播截图-



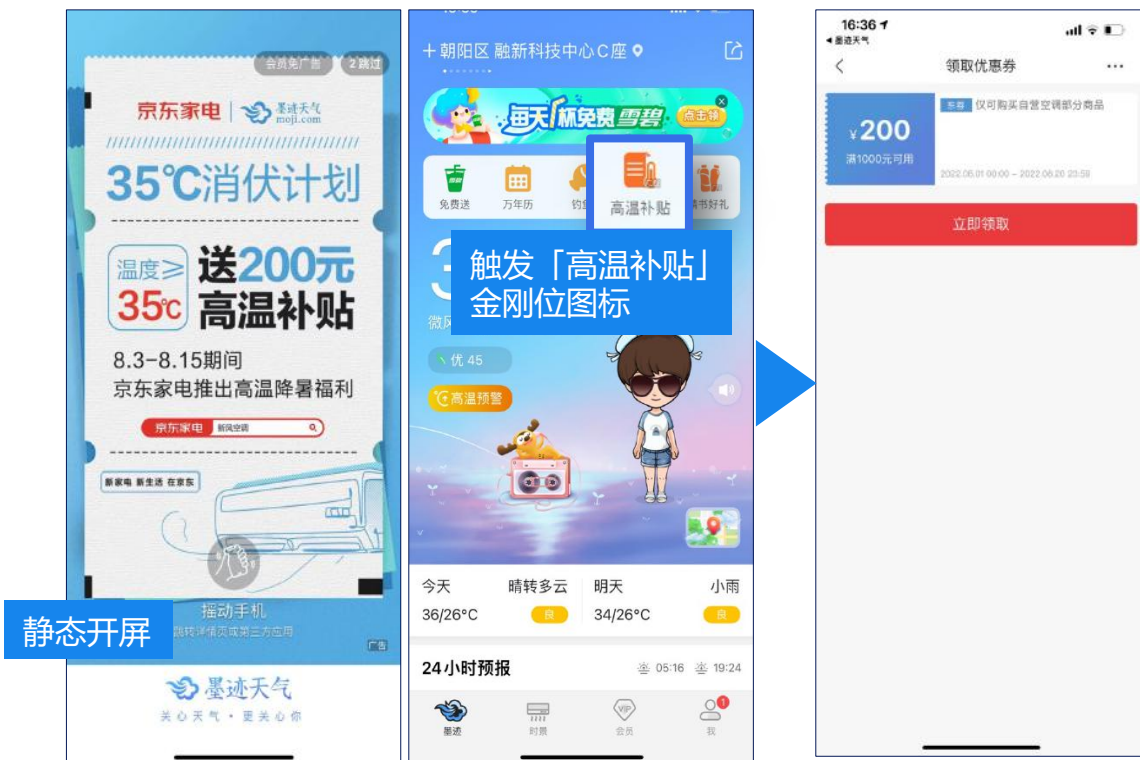
The grid displays 18 screenshots of the '35°C消伏计划' promotion across various media outlets. Each screenshot shows the same promotional content, including the headline '墨迹天气高温福利，35度计划连续八年推动社会气象公益' and the '35°C消伏计划' logo. The outlets are labeled at the bottom of each screenshot: 腾讯网, 新浪网, 搜狐网, 网易网, ZAKER, techweb, 天极网, 飞象网, 泡泡网, 极客网, 腾讯网, 北青网, 大众消费, 生活新报, and 小熊在线.

Step 2 - 温度定向，抢占「热点」

2.1 气象热点：以「35°C」为温度触发机制，启用「开屏+金刚位」精准解锁不同素材

1. 当用户所在地实时温度 $\geq 35^\circ\text{C}$ ：点击领取200元直减券

2. 当用户所在地实时温度 $< 35^\circ\text{C}$ ：直接跳转京东空调购买页



Step 2 - 温度定向，抢占「热点」

2.2 社会热点：借势「七夕」，发起“空调降温 恋爱升温”互动话题，配合声量打造

分享甜蜜时光，收获清凉好礼，与心爱的TA大胆贴贴吧！



Step 3 - 时景活动，站内「热炒」

邀请墨迹天气时景用户“晒高温天气，赢新风空调，引发用户自来水式参与、分享

活动主题：「晒天气 赢空调」- 京东助你制“伏”热浪



京东空调提供空调奖品

活动要求：“一张图表现所在城市到底有多热”

中奖名单

用户参与活动

Step 4 - Social互动，话题「热爆」

4.1 墨迹官方微博+KOL大号，联动告知夏日消伏福利，引发网友热议和积极参与

墨迹微博：

互动话题，送7台新风空调

KOL大号：

覆盖科技数码类、生活分享类、福利种草类等15个微博大号，以“热、高温、福利、补贴”为关键词



Step 4 - Social互动，话题「热爆」

4.2 墨迹官方微信发布原创「热文」，以幽默的趣味方式引出「35°C消伏计划」送福利

以《21世纪人类高温奇特行为珍贵影响》为主题，通过高温天气下各种奇葩趣事引出「35°C消伏计划」为清凉加码



活动效果

品效合一，活动期间京东空调流量和销量显著提升
流量为去年同期的2.2倍，销售额为去年同期的2.5倍

具体数据表现

1

「35°C计划」H5

8000次+
京东空调页面点击量

1177万次+
PR曝光覆盖量

2

「温度定向」硬广

11亿次+
总曝光量

142万次+
总点击量

3

「时景活动」

6万+
活动参与人数

4

「Social」互动

3056万次+
微博阅读曝光量

3216次+
微信推文阅读量

网友对活动的积极响应
微博互动量4.9万次+

