

京东，看春晚·领红包

- ◆ **品牌名称**：京东
- ◆ **所属行业**：网服
- ◆ **执行时间**：2022.01.14-01.30
- ◆ **参选类别**：网络平台及服务类

合作背景

京东成为2022年央视春晚 互动环节合作伙伴

春晚作为联结数亿国民的情感载体与文化盛宴，具备无可比拟的关注度与影响力。京东作为专业综合网上购物商城，借助春晚平台影响力，为更多用户提供领好物、分红包的优惠福利。

活动认知

京东互动环节活动推广
形成“上京东分红包”活动认知
奠定春晚当天互动基础

合作目标

品牌认知

形成京东品牌的深入人心
提升用户参与量级
促进更多用户使用及忠诚培养

市场洞察

春晚红包常态化，用户对红包热情依然不减



从2015年的5亿规模到2021年的15亿规模

从最初的现金红包到包括品牌优惠券、实物奖品等形式不断扩充

红包几乎已经成为央视春晚上一个不可或缺的「保留节目」

苏苏苏苏苏yamy

02月19日 23:19 来自 Android

虽然今年春晚没看 但红包还是领了 🐱 🐱

[#花一分钱看春晚究竟图啥#](#)? 近日，北京一名网友表示，之前参与春晚互动不仅没抢到多少红包，还不小心摔坏了手机，感慨抢了个寂寞，今年看了互动的红包和各种好物后，感觉自己又可以了~[#今年的春晚互动有多虎#](#)? 春晚红包值得抢吗? 花一分钱看春晚又是啥操作? 戳视频!!! [📺春晚的微博视频](#)

用户参与热情一如既往，如何提前储备用户参与度成为关键问题

营销洞察

快速提升APP下载及活跃，成为活动参与量级的决定性因素



APP量级

+

APP活跃度

决定春晚红包用户参与量级
避免春晚集中下载宕机发生的用户错失

有利于用户提前认知并储备参与度
避免各大平台集中发放红包的流量抢夺

最短时间内促进量级及活跃度提升储备春晚互动，成为京东又一大考

合作契机

终端厂商独有应用商店阵地，是高效获量的不二选择



小米应用商店，是用户下载的起点，也是用户下载的收口

高用户量级

1.26亿月活用户，日均使用近4次

高下载依赖

94%的下载来源于应用商店

高转化路径

应用商店的用户访问是带着“下载需求”而来

合作契机

终端厂商独有的识别能力，高效判断用户安装状态并针对性促活



厂商是用户使用APP的刻度表

精准识别用户安装状态

已安装

未安装

近3天活跃

.....



针对性基于系统级能力触达

精准促活

定向拉新

活跃维护

.....



传播规划

以应用商店为核心获量阵地，快速提升APP下载
辅以小米平台多点位资源传播，形成活动认知并促进用户活跃

京东，构建春晚增长双引擎

奠定参与量级

促进多维下载

- 整合用户关键路径
- 融合活动信息拦截下载
- 同步兼顾新增用户激活



应用商店

形成深度认知

- 多触点整合
- 融合场景信息自然呈现
- 定向已安装人群，促进存量用户及新增用户持续在线



场景整合

提升认知促活跃

用户多维下载

以商店为核心阵地，关键路径拦截提升量级

让用户看到

首页权威展现，精准活动露出



让用户点到

搜索引导拦截，权益充分彰显



让用户搜到

搜索相关词均可呈现，有效收口

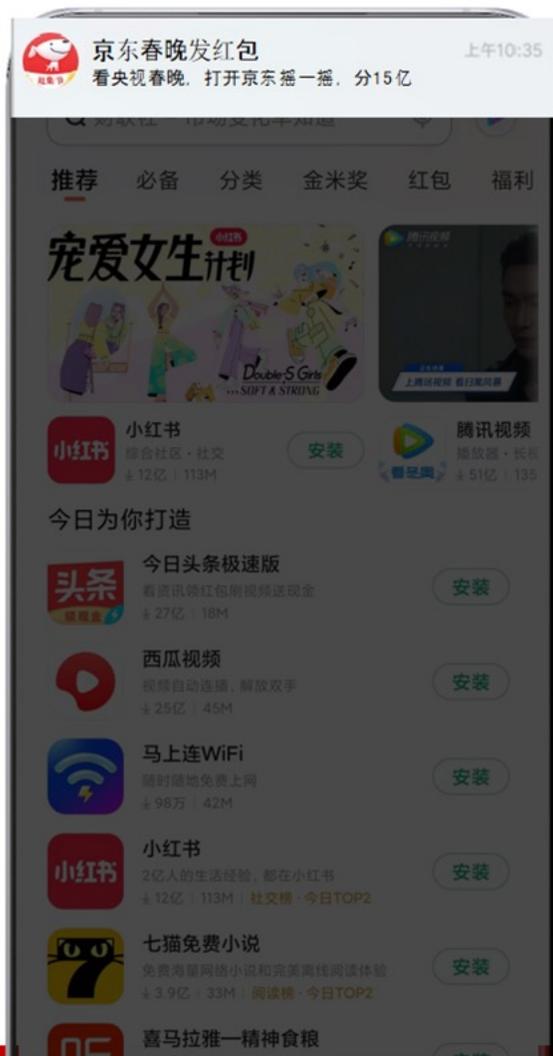


用户多维下载

系统级能力辅助推送，促进安装用户的活跃

围绕下载用户进行持续性活跃维护

- 基于厂商独有系统级能力
- 识别用户安装状态，下发PUSH促进活跃



深度活动认知

定向已安装 APP 全体，全平台活动传播



信息流



手机管家清理页

更多场景围绕已安装用户分层触达

依据不同用户活跃状态，控制触达频率及场景

短时低频活跃用户
重点触达

3天未活跃

7天未活跃

高活跃用户
次重点触达

3天内活跃

新增下载用户

长时间沉默用户
辅助触达

15天未活跃

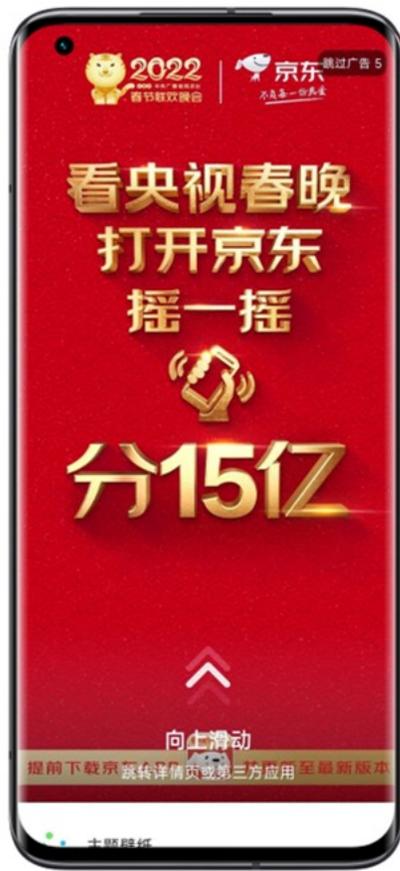
历史交易
近30天未活跃

深度活动认知

持续互动加码，创意开屏引发全民参与

- 增强开屏互动趣味
- 新型轻互动降低折损同时调动用户参与

上划交互



开屏



上划调起APP直达活动页

即划即达

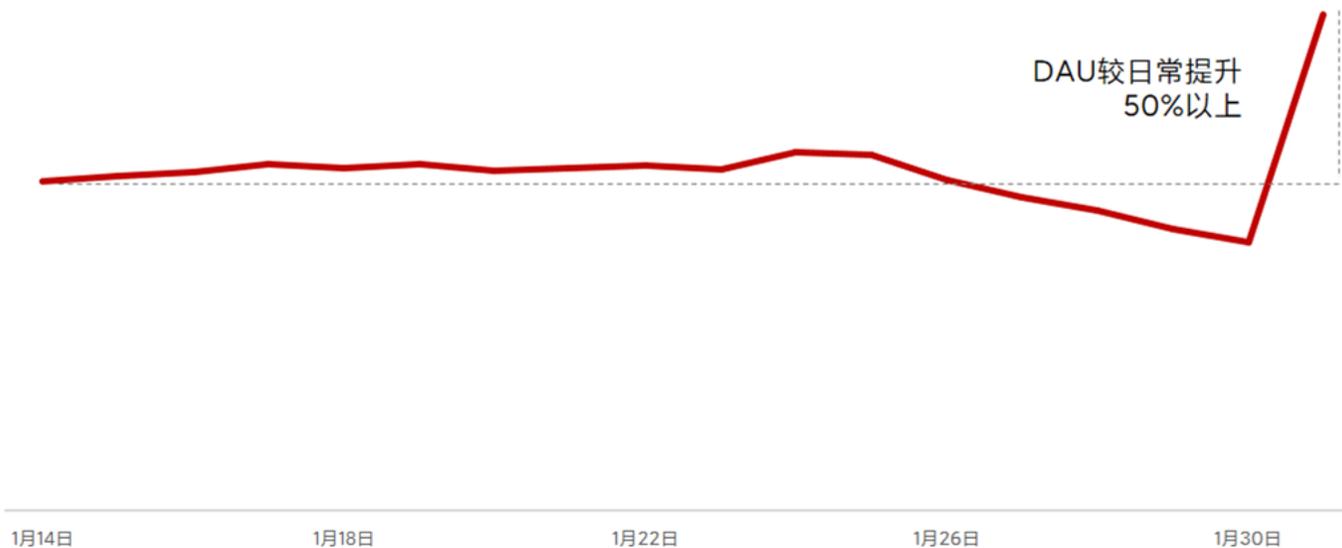
- 直接调起APP活动页面
- 可参与预约形成有效提醒

营销效果

曝光量：**1亿** 仅1.31日当天

点击量：**100万+**

提升安装量同时推动活跃度提升，DAU显著增长



案例亮点分析

完整转化链路

核心阵地高效促进用户下载
围绕安装用户分层管理
完成下载-安装-活跃全链路管理

点一下，领好物，分红包

高效提升用户参与量级

储备用户活跃铺开参与范围

独家系统能力适配

天然下载收口
系统级能力识别用户状态
更精准的促活及下载管理