

京东超级 IP 日 JOYSTUDIO 艺术家联名整合营销项目

广告主：京东零售

所属行业：互联网/电商

执行时间：2019.08.23-09.17

参选类别：跨界营销及 IP 应用类

营销背景

中国青年近年来逐渐接触了嘻哈、街舞以及球鞋文化，大量年轻人依靠社会化媒体迅速掌握了潮流文化。引领潮流的人不仅是从城市街头人们的造型里获取灵感，还直接从受众那里寻找街头产品的进化方向。消费者更有能力去决定，什么是“酷”。

而京东在此刻入局，最大程度的强调消费者的话语权，年轻消费者的每次购买行为都是对自己的一种定义，JOY STUDIO 选择对年轻人具有深度影响力的四位艺术家：藤原浩、山口裕子、PATLEE 以及 gregmike，共同创造 JOY STUDIO，用消费者的喜好和选择创造 JOY STUDIO。

营销目标

通过与潮流艺术家合作，提升京东潮流形象，吸引 00 后，90 后具潮流标签的消费人群，实现 JOY 商业化价值，赋能京东、赋能品牌商，吸引年轻用户。

策略与创意

最大化使用四位风格完全不同的潮流艺术家与 IP 的力量，最大程度凸显 JOY STUDIO 的品牌，并且将 JOY STUDIO 的品牌理念与品牌愿景让消费者深度感知。

JOY STUDIO 是一个为消费者提供无视规则与秩序，放纵好奇心，探索潮流文化，创造想象又颠覆想象的舞台，将这个舞台具象化，变成一种“无规则探索世界”的品牌态度。告知消费者潮流和艺术不止是效仿和跟随，存在更多可能的行为与趋势。而上京东，消费者在达成这一目的同时也可以收获更能代表年轻人态度的潮流艺术家的产品。

执行过程/媒体表现

预热期：垂直媒体提前造势，YOHOOD 潮流展&平台深度合作_HYPEBEAST。

JOY STUDIO 选择在国内最大的潮流盛典 YOHOOD 潮流展进行首发。全线艺术家合作产品在这里进行展示的同时，还有丰富的互动活动，漫威画手 PAT LEE 亲临现场进行签售，互动游戏影响垂直人群，线下引流裂变藤原浩社交魔方，在 YOHOOD 线下活动仅一天，京站内活动参与值就达到 60%以上。极大程度的转化了本次目标受众，进入线上，参与 JOY STUDIO 超级 IP 日活动。

联合潮流媒体 HYPEBEAST 平台进行深度合作，产出主题 LOOKBOOK，影响垂直人群。在 HB 全平台进行发布，其中两次在 HBCN 上进行首焦推荐阅读。平台整体阅读量：23.9W，文章质量高且利用影像介质表达主题的同时，对合作产品也有深度露出。



爆发期：泛受众人群扩散，潮流辐射时尚，拍摄明星大片/KOL 街拍及 VLOG 带货等，同时投放北京、上海两地地铁媒介，进行大规模曝光。

精品购物指南封面故事_侯明昊身着藤原浩合作 T 恤，拍摄杂志大片，上身示范搭配，种草粉丝，精品购物指南同时配合发布 JOY STUDIO 无规则探索世界品牌视频，引流主会场。



邀请 Acui 阿崔、Cherry Gun 陈星如、大概是井越 3 位大 VKOL，拍摄上身照片，种草带货，阅读量及互动量发布效果良好，对产品进行深度露出并引流站内。

大量 Vlog 短视频博主，全平台全方位种草产品引发互动关注，主会场及内容会场同步共同引流，引爆 9.17 抢购高潮。



活动当日：投放朋友圈广告及大量数字媒体

以藤原浩为重点，辐射另外三位艺术家，在垂直圈层有效传达及扩散了品牌活动信息，配合时尚潮流类垂直账号精准推送，引爆京东站内会场。



JOY STUDIO x Pat Lee x G-SHOCK 三方联名



JOY STUDIO x Pat Lee x VIVO 三方联名



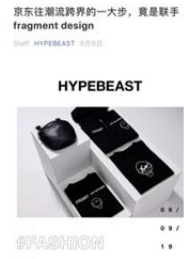




LOOKBOOK LIMITLESS MOVEMENT
 无规则探索世界是很多人的梦想
 意味着可以自由的行走而不被任何规则困住



Weibo: 阅读 19.3万+
 转发: 39 评论: 43 点赞: 271



Wechat: View: 26714
 看一看: 77 Comment: 36



HBCN_View: 20873



精品购物指南
 8月12日 12:30 来自 微博超话
 #精品购物指南# 随着一部作品的诞生，“演员”这个词可以与此时的你吗？
 #no# 抱歉，看着他行走于各个个人物之间，去揣摩他，重新塑造：看着他一步步
 逆流而上，沿途脚下无数颗星，小心保护着；如果说 #精品购物指南# 的世界只有
 一个天空，那么那着他的轨迹一路向上，未来属于他的将是银河和宇宙。
 摄影：@陈明
 服装：@李东旭、@李莉、@龙崎精英
 工作室：@News Studio、北京时尚联盟



- 品牌 TVC : <https://v.qq.com/x/page/a09272ckvvd.html>
- 艺术家合作视频 : <https://v.qq.com/x/page/e0921a8kid7.html>
- 藤原浩合作视频 : <https://v.qq.com/x/page/o0927q2fswp.html>

营销效果与市场反馈

整体活动曝光为 7.5 亿人次，其中 social 传播总阅读量达 2 亿，互动达 20w+，其中微信指数搜索关键词_藤原浩/JOY STUDIO，搜索指数在 9 月 17 日当天，搜索日环比均高出日常，其中 JOY STUDIO 关键词日环比增长约 766.67%。

Socialbeta 营销媒体将 JOYSTUDIO 收录进入年度营销案例 TOP100。