

农夫山泉
出品

农夫山泉17.5° 京东大牌风暴活动方案

2021/10

2021年京东大牌风暴

为什么要与农夫山泉17.5°合作？

新鲜依旧×品质保证
农夫山泉有实力

“农夫山泉鲜果线，自有工厂及果园，源头把控新鲜”

**14年橙子
摘种经验**

**赣州信丰
5000亩
脐橙基地**

**世界最大
柑橘加工
工厂&
顶尖技术**

**17.5°橙
自然熟
酸甜比例
刚刚好**

流量轰炸×长效传播

集合KOL强矩阵

多平台汇聚30位KOL流量，3大阶段长线为京东APP引流

爆发日
产地溯源
直播卖货
高效引流

长尾期
多平台种草
为京东APP
持续引流



更多KOL敬请期待.....

天 赐 良 机

2021年

深圳开往赣州信丰的高铁即将开通

而这趟专列不仅象征着通向新鲜的溯源地

也像农夫山泉新鲜果饮一样

拥有了TA

你就拥有了通往最新鲜生活的车票

消费趋势

市场

消费者需求由「量」转变为「质」
新鲜、高品质的生活方式已成为主流

竞品

天猫上线「超级原产地」
打开产地好物蓝海

双方机会

京东平台需要借助农夫山泉的产地优势
从原产地输送最新鲜、高品质的鲜果
抢占蓝海市场份额
扩大在产地好物直通领域的影响力



消费升级下的理念转变，“品质”与“生活”终于牵手

高品质产品注重用户的消费体验和精神愉悦，从产品层面增强用户的幸福感和获得感，从设计层面满足用户在新生业务层面不断提升用户体验，不仅仅收获年轻消费群体的热爱，同时还俘获银发一族的心

来源小米有品《2020品质生活消费洞察报告》

<https://www.jiguang.cn/reports/484>

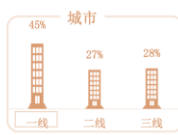
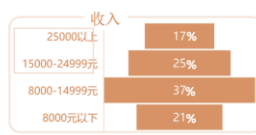
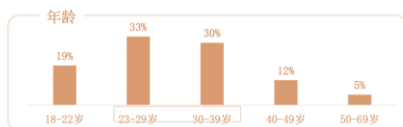
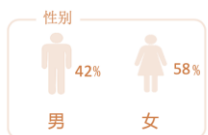


鲜果联动高品质家庭人群

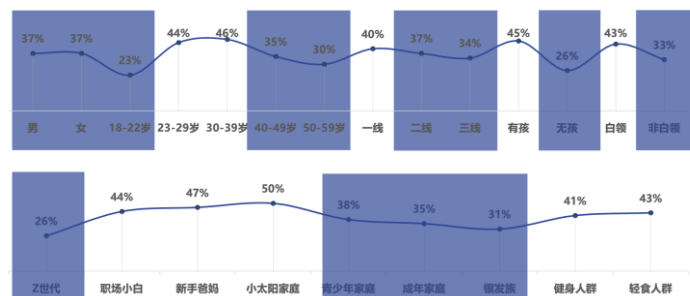
粉丝画像

- 一线城市是NFC果汁消费的绝对市场，女性、儿童、一线年轻中产、有娃一族是重点购买人群
- 职场白领、新手爸妈、健身轻食人群是潜在消费群

追求健康有营养，高消费能力，喜欢新鲜个性好物



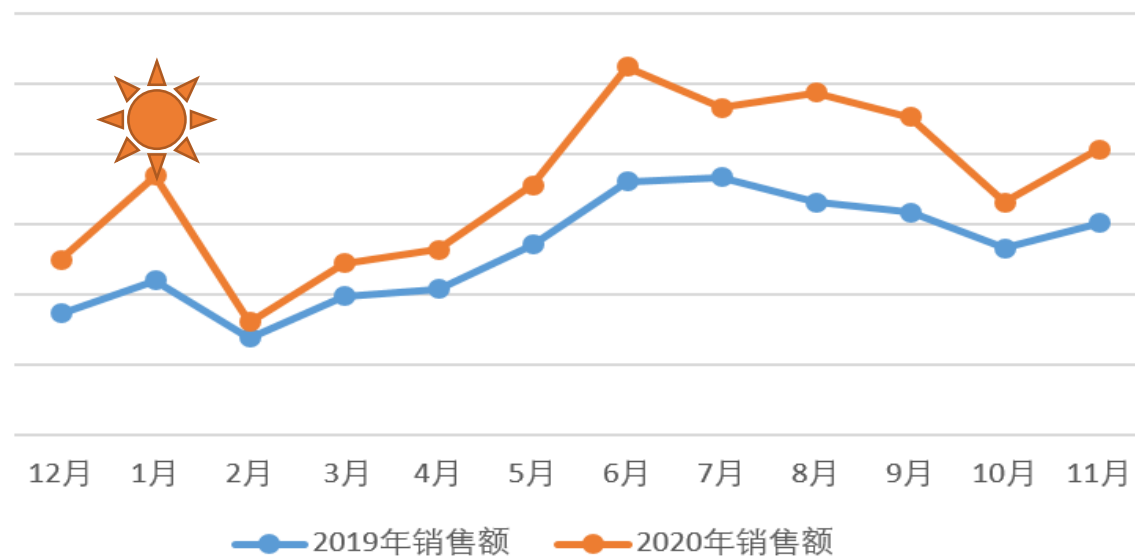
样本：正确认知且购买过NFC的消费者，494



水饮TOP1品牌 历年CNY期间销售旺季表现强劲

- 2019年-2020年，农夫山泉京东超市自营旗舰店作为类目TOP1品牌，同比增长领先行业大盘
- CNY是农夫山泉全年重点销售节点，属于全年top3以内的销售黄金期，爆发系数显著强于其他月份
- 农夫山泉NFC产品复购周期大约为40天，所以我们选择12月20日作为爆发日，可充分承接双11的复购人群

2019-2020年农夫销售趋势



强 强 联 合

农夫山泉鲜果线×京东大牌风暴

高品质

农夫山泉自有4A级果园工厂

**从鲜果培育到运输生产都以高标准执行
在聚集高品质头部品牌力量京东大牌风暴
共同传递高品质生活方式**

最新鲜

从源头把控新鲜

**是农夫山泉鲜果线的核心产品力
在以新鲜为标准的京东生鲜平台
共同聚集新鲜生活**

传播流量向消费力转化

『品质&新鲜』是农夫山泉与京东共同的品牌追求

在这个12月精准狙击消费者心理

沟通线上线下、站内站外

强强联合达成高效、高质传播

达成口碑与流量转化的双赢

活 动 主 题

17.5°的新鲜生活

农夫山泉鲜果线 × 京东大牌风暴 联合呈现

农夫山泉一年一度17.5°新鲜溯源之旅

备选

17.5°寻鲜之旅

17.5°直通新鲜生活

17.5°新鲜旅程进行时

17.5°为酸甜加「鲜」

17.5°新鲜养成之路

京东超市
——至省至真——

农夫山泉
出品

17.5°的新鲜生活

农夫山泉鲜果线 × 京东大牌风暴 联合呈现

17.5° 橙
Sweet & Sour

大牌
风暴
京东超市
——至省至真——

京东超市 农夫山泉官方旗舰店

坐上农夫山泉新鲜号，直通新鲜

农夫山泉17.5°×京东大牌风暴

4大亮点

重新定义新鲜生活方式

扩大传播声量，引爆关注热度

「新鲜号」 新体验

高铁包车直通农夫山泉果园
体验多种媒介交互
全方位沉浸式
感受农夫山泉17.5°的新鲜

「新鲜扫」 趣玩法

手中的鲜橙/鲜果汁
就是「新鲜号」的专列车票
京东APP扫一扫
即刻踏上新鲜生活溯源之旅

「多流量」 超聚合

30位流量抖音达人
48小时达人直播
3阶段长效吸引用户关注
多平台向京东「新鲜扫」导流

「橙熟季」 独享礼

橙熟季全新鲜果专属定制礼盒
京东平台独家上线
专属新鲜流量绑定

预 热 阶 段

京东AR直通
17.5°的新鲜生活

线上&线下创意事件，引流京东AR新鲜扫得车票

AR体验1：扫橙/果汁，抽奖赢车票

抖音线上KOL引流/京东首页banner
线下装置、快闪店新鲜扫

banner引导新鲜扫



扫描橙子/NFC果汁



进入活动页



抽奖页面



跳转购买



爆发阶段

京东产地直播
17.5°的新鲜生活

聚焦爆发日
线上线下渠道全打通
深度营造新鲜氛围感

17.5°新鲜专列出发，KOL集结农夫山泉X京东NFC快闪店

30位KOL高调齐聚深圳快闪店，现场吸引路人打卡互动，
京东APP实时直播引流，KOL发布溯源之旅活动宣言，
为「17.5°的新鲜生活」拉开序幕。

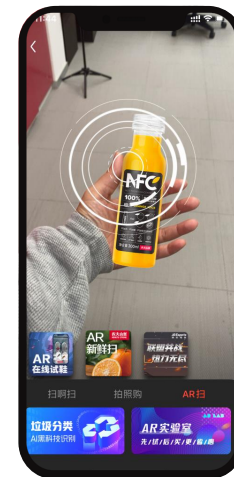
快闪店创意1

「新鲜橙客」17.5°限定车厢快闪店
现场引流京东APP扫码参与活动



快闪店创意2

「打包新鲜」17.5°限定旅行箱快闪店
现场引流京东APP扫码参与活动



17.5°新鲜专列+新鲜大巴直达原产地



高铁包车「新鲜号」
沉浸式车厢高度吸睛
乘客可参与扫码互动
持续传播引流至京东APP

大巴包车「新鲜号」
一路与新鲜氛围感相伴
持续引发对原产地期待值
引流京东APP参加活动



达人产地溯源活动发声&直播带货流量转化

30位KOL
产地溯源&
活动发声持续造势



@潮爸刘教授
橙园专场直播
大流量消费注意力导向
京东平台



抖音垂类
水饮主播直播带货
高频率流量转化



达人产地溯源活动发声&直播带货流量转化

KOL拟邀类型

知识科普:



家庭:



美食:



生活记录:



旅行:



亲子:



母婴:



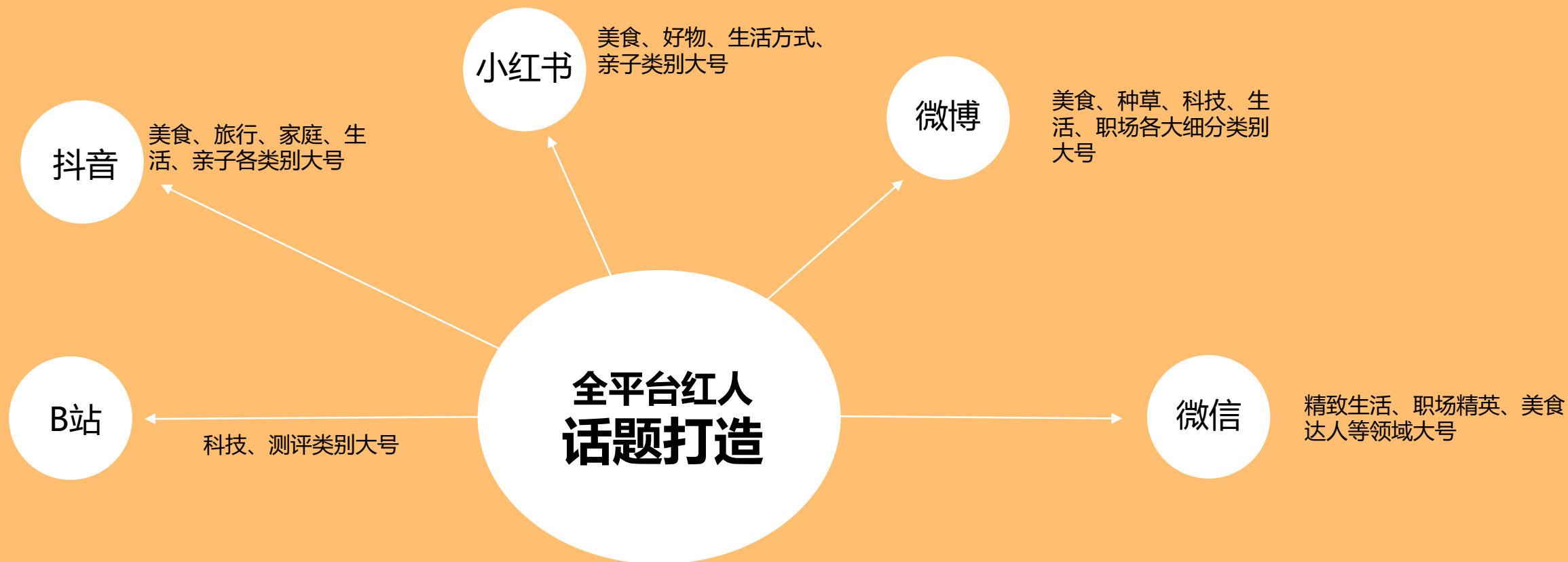
KOL根据自己的类型/人设特点
在活动现场
创意的展现“新鲜生活”相关内容

KOL内容创意示例

科普类：鉴定10个网络热门新鲜生物，展现
农夫山泉果园&工厂新鲜实力。营销星球

生活记录类：以“怎样给生活加点鲜？”为
主题在农夫果园&工厂采摘橙子/参观工厂一
边采集视频，感受不同的水果新鲜和工艺新
鲜，制作vlog。

借力KOL产地深度溯源，全平台内容渗透

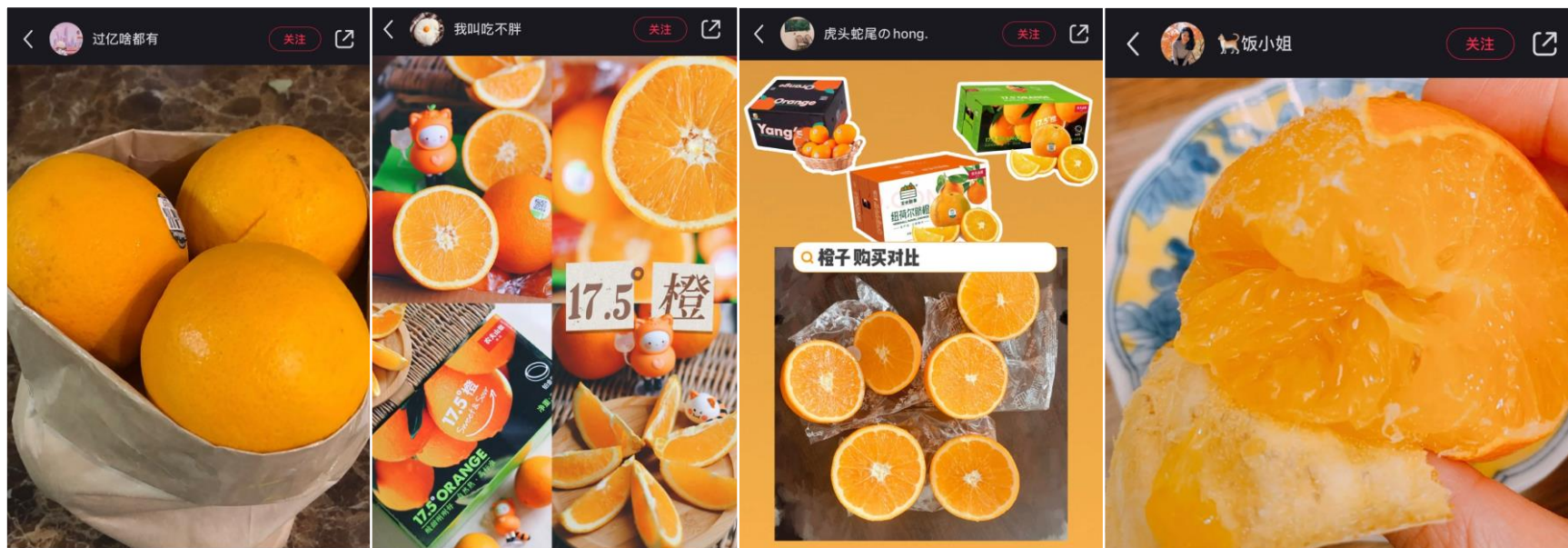


深入时下各大流量平台，红人涉及领域广泛，涵盖当前消费主力军及目标消费群体，以KOL属性结合产品特质，凸显产品价值进行内容营销，建立话题打造

美食博主干货分享
《跟我溯源产地，这颗橙yyds》

辣妈博主挑橙心得
《进击的辣妈，直接跟我去产地选橙》

种草博主超强安利
《同为选橙黑洞的姐妹们听我的！
这个叫17.5°的橙子必须尝一尝》



健康食谱博主最新清单
《这次给你们去找纯天然食材，
绝对优中选优》

生活方式博主日常
《今日份的仪式感，从17.5°的新鲜
开始》

好物分享博主干货
《不会挑橙子的看过来，错过这波
后悔到明年》

精致生活博主
《精致生活，从这一颗不用挑选的
17.5°橙开始》



多场景、多角度、多圈层分享demo



扭蛋的视频

八月购物分享来啦~

#好物推荐#

#红
#我

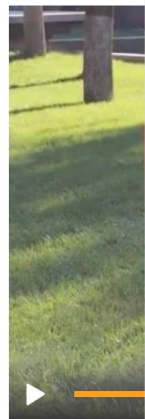


ALLEN_GY

Vlog | 「窥探」各家的日常生活 |

上周虽然唇炎严重
老张爸妈邀请我
带大家「窥探」

我大部分衣服已
那就大家一起，



21分钟前 转赞人



玉米酱罐头

11月7日 10:00 来自 微博weibo.com

对于生活从不将就，每一件物品都精挑细选
食材的选择更是有自己的超高标准！
17.5°简直是完美选择，闭眼入都不会出任何问题的极佳保障。



☆ 收藏

11904

10134

10040



生活方式达人



养生达人



时尚达人



好物分享达人



美食达人



科技达人

好物分享博主干货
《不会挑橙子的看过来，错过这波
后悔到明年》

辣妈博主挑橙心得
《进击的辣妈，直接跟我去产地选橙》

美食博主干货分享营销星球
《跟我溯源产地，这颗橙yyds》

科技博主干货分享
《一个橙子的科技含量有多大，这颗橙yyds》

KOL种草京东专属创意礼盒，并引流京东APP



「橙意满满新鲜礼盒」

爆发日重磅登场
京东APP独家上线售卖
KOL在4A级景区果园工厂内
现场直播带货新鲜礼盒
高品质鲜橙所见即所得
感受17.5°原汁原味的新鲜生活

京东平台NFC果汁2箱即可获得



「新鲜橙客」17.5°限定车厢礼盒

创意说明：创意车厢内载着新鲜的17.5°橙子、香橙果干和橙花精油，即刻启程前往农夫山泉式新鲜生活。

窗外创意：4张实拍图逐一展现17.5°橙从农夫山泉果园及工厂经过【采摘】、【运输】、【灌装】最终抵达大家【餐桌】上的新鲜历程。



「打包新鲜」17.5度限定旅行箱礼盒

创意说明：为大家打包好旅行箱，内装17.5度橙子、榨汁器和杯垫，农夫山泉带大家直通新鲜生活。



赠品杯垫说明：

以完整橙子和横切面的实拍图制作杯垫，让大家在生活中随时感受橙子的新鲜多汁。

多渠道引流京东AR「新鲜扫」，逛产地，买礼盒

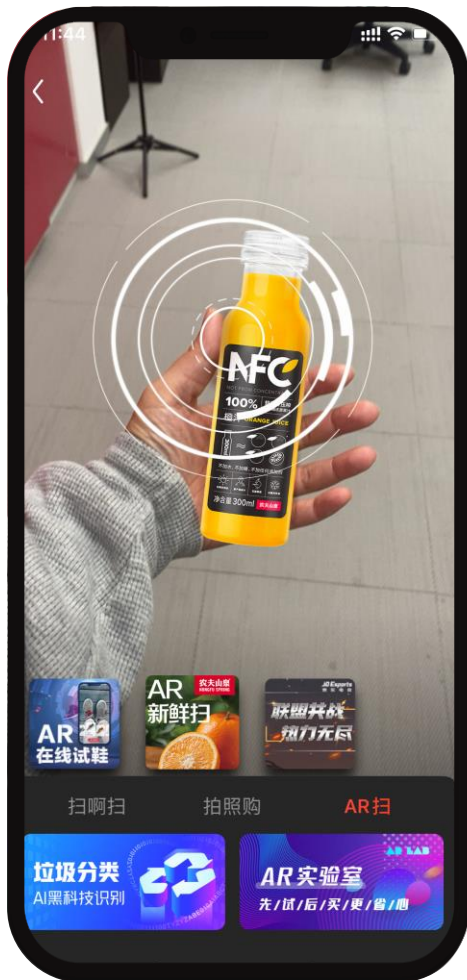
AR体验2：扫橙/果汁，看AR实景果园&工厂

抖音线上KOL引流/京东首页banner
线下装置、快闪店新鲜扫

banner引导新鲜扫



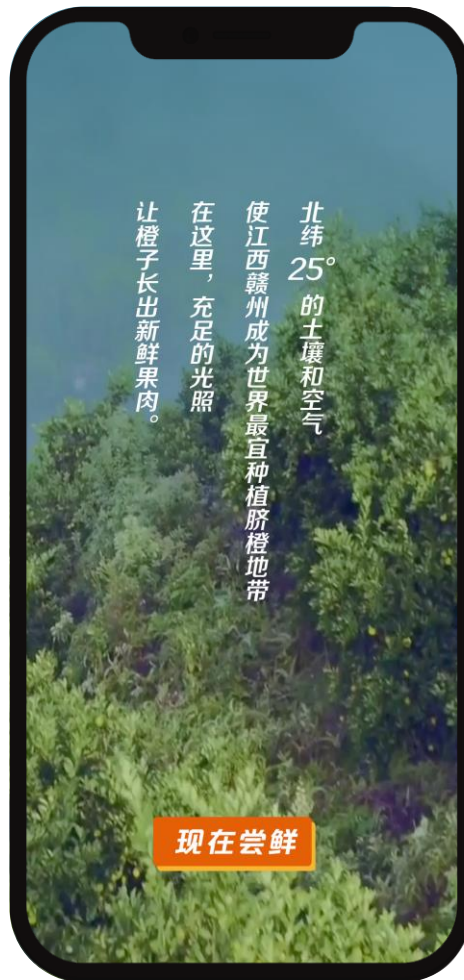
扫描橙子/NFC果汁



进入AR活动页



实景AR页



跳转购买



长尾种草阶段

多平台传播
17.5°的新鲜生活

多平台传播内容持续向京东APP引流，新鲜不打烊

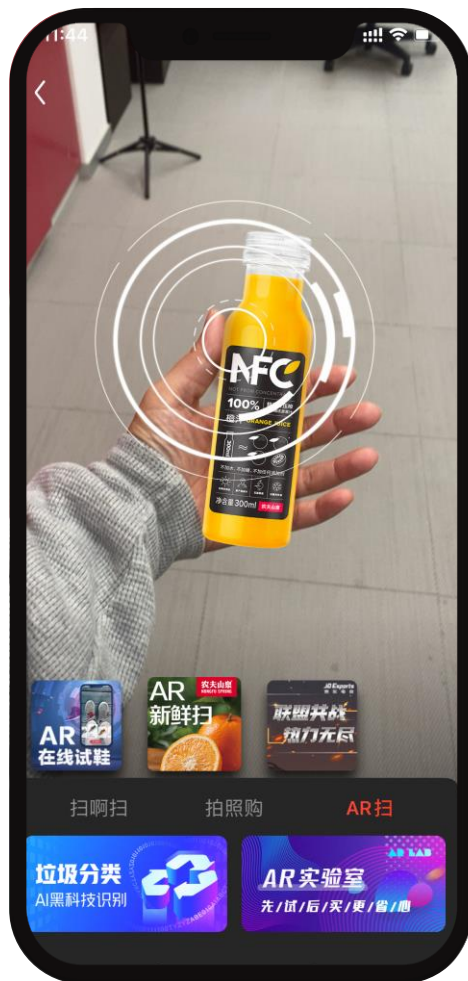
AR体验3：扫橙/果汁，看AR实景果园&工厂，赢出行礼包

抖音线上KOL引流/京东首页banner
线下装置、快闪店新鲜扫

banner引导新鲜扫



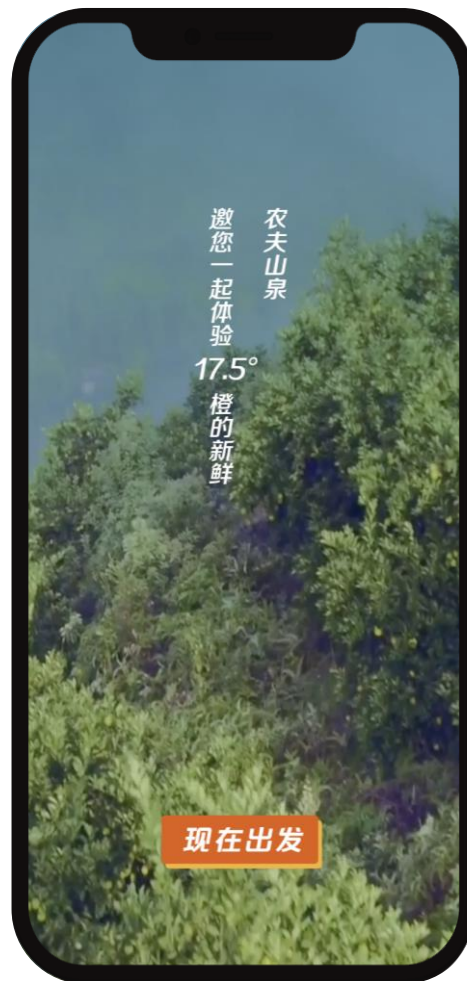
扫描橙子/NFC果汁



进入AR活动页



实景AR页



礼包抽奖



爆发日百万老客和高价值会员全覆盖

199-100神券强势拉新



百万老客短信覆盖
神券预热提前锁定成交



NFC独享弹窗 利益点强透出
导流神器 不错过每一个进店UV

丰富权益引导用户转化

高价值权益 优质会员专享



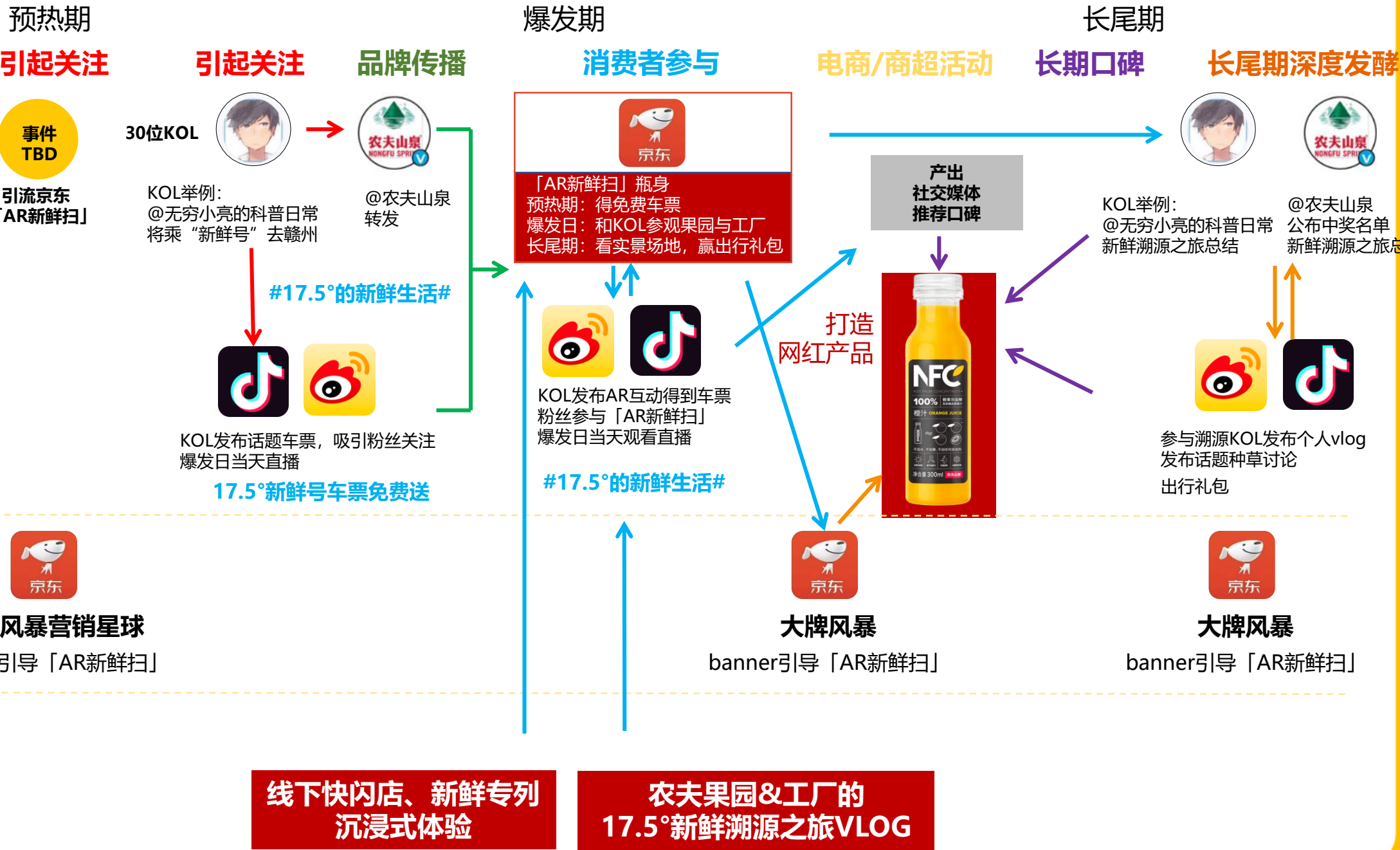
黄金-钻石会员专享 限量礼盒

169-30会员专享券推高转化



会员中心-品牌活动
流量专场承接

活动链路



recap

17.5°的新鲜生活

农夫山泉鲜果线 × 京东大牌风暴 联合呈现

农夫山泉一年一度17.5°新鲜溯源之旅
线上线下沉浸式体验

预 热 期

京东第一剪活动
线上线下创意事件AR扫得车票



爆 发 期

30位KOL48小时直播
高铁/大巴包车京东AR新鲜扫
快闪店上线京东AR新鲜扫
专属礼盒京东APP发布



长 尾 期

多平台种草引流京东AR新鲜扫
逛实景产地





成交目标及拆解

活动关键目标预期	
销售目标（主推日）	
销售目标（活动期）	
站外引流（PV）	
店铺增粉	
social推广曝光量	
申请品牌效果评估	
销售维度	全网
品牌销售目标（订单金额）	主推日：
详细目标分解（订单金额）	第一天
	第二天
	主推日
	第四天
最近30天日均（订单金额）	
双11当天订单金额	
618当天订单金额	
用户数	
粉丝数	
近30天日均增加粉丝数	



货品规划

主推品：

此次活动重点单品-

100%NFC果汁，销售

占比15%



农夫山泉大牌风暴BIG

DAY销售目标 万，客

单价 元

中腰部款：

婴儿水&饮料，提升

店铺客单价，销售金

额占比35%



销售基石：

天然红瓶水&天然桶装水为基础销售款，稳固销

售目标，销售占比50%





高潮期超大利益点引流



满199减100元
暴力神券引流

买一送一

多款产品历史超大力度：
买一赠一



满169减30普适性优惠券，
80%以上产品参与



主推产品买就赠农夫山泉周边好礼，更
有机会参与游览生产基地，一起感受大自然
的馈赠



项目费用投入

媒体	包含内容	费用 (万)	曝光 (万)
精准通投放	京东站内资源位	[REDACTED]	[REDACTED]
京东AR新鲜扫	1) 设计绘图+形象建模+技术实现+接口接入 2) 京东内容植入		
高铁溯源列车专项	1) 高铁列车主题打造+京东大牌风暴logo带入 2) 高铁站及旅行大巴主题打造 3) 新鲜橙客17.5°限定车厢快闪店+活动引流		
KOL	抖音+小红书+B站KOL矩阵, 约30位 知识科普类、生鲜垂类、生活方式、旅行类齐发声 植入形式: 1) 京东大牌风暴活动预热+AR体验与车票晾晒 2) 寻源活动参加+京东大牌话题+活动告知		
线下门店堆头	100家线下门店品牌地堆+带京东大牌风暴logo/活动信息		
定制礼盒	打包新鲜/新鲜橙客定制礼盒+周边物料		