



Top
Mobile
Awards



JD. 京东
.COM

網易 NETEASE
www·163·com 有态度[®]

- ◆ 品牌方：京东
- ◆ 合作方：网易
- ◆ 参选类别：年度移动营销金牌搭档

七年如一日的战略伙伴关系

- 合作形式从单一的硬广投放，到多元化、定制化的品牌战略合作；
- 合作量级从2010年的百万级，一直攀升至2016年上亿年度投放量，未来合作预计突破2亿；
- 京东和网易将会保持紧密的战略伙伴关系，并肩作战，共同迎接互联网+发展下的营销挑战。

京东
家电

京东
POP

...

3C
数码

京东
金融



邮



網易
NEWS

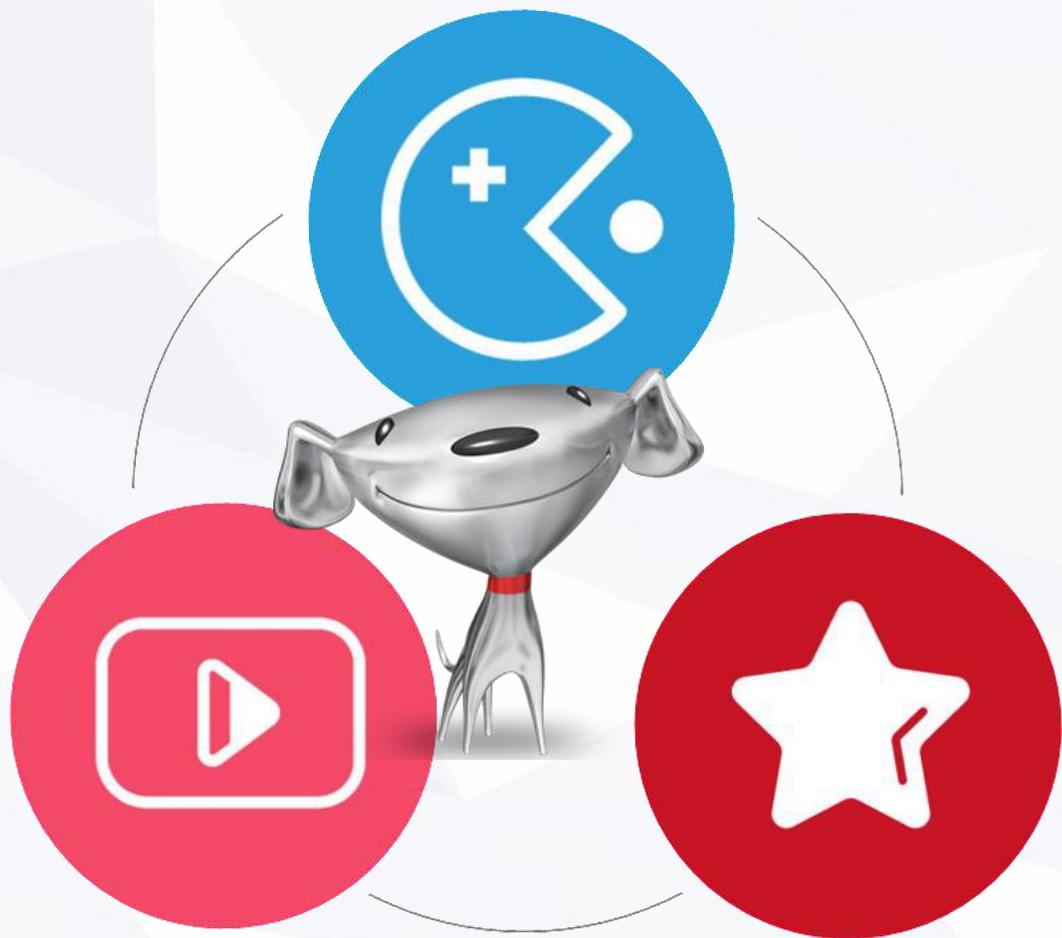


...

合作覆盖京东各大品类、事业部

借助网易媒体优势和王牌产品

合作概况



6个

互动游戏合作

传递京东品牌理念
趣味互动更好地承载促销信息

3大

王牌栏目合作

匹配京东各大品类
提供多元化的原创内容支持

6次

网易直播合作

直击京东品牌大事件
定制化直播输送营销新血液

京东&网易 打破常规，创新互动体验

2015年双十一，网易紧抓用户对“京东大厦建成”的热点关注。借助360度全景技术，真实还原京东大厦的内部结构，同时以闯关作为主线的游戏化营销，引导用户探秘京东满足他们的猎奇心理，最终以红包为奖励刺激消费。



360°全景技术



+

游戏化营销模式



=

互动营销效果

60W+ 用户参与互动

页面平均停留达 100秒

超过 22% 的用户分享

京东&网易 深耕内容，王牌栏目长期定制

2016年京东418期间，京东&网易新闻客户端王牌栏目《轻松一刻》深度合作，图文植入京东3C数码节、家电节。从418到420，京东连续三天出现在轻松一刻午间版，让用户形成固定的品牌联想。



JD.COM X 每日轻松一刻

【单期平均PV】1000W
 【单期跟贴】平均2W 峰值10W
 【新闻客户端订阅用户】750W
 【站外累计分享量】2000W

4月18日午间版
 话题：周一困难症



4月19日午间版
 话题：419播种节



4月20日午间版
 话题：揭秘真相



3期浏览量
1006W

网友跟贴
37,671

京东&网易 引领潮流，打造电商直播商业化

2016年京东618当天，京东联合网易打造品牌超级直播。邀请国民女团SNH48四位成员空降北京，网易独家策划明星网购事件，全程直击下单、物流、送货整个京东购物流程。通过网易直播的时效性，深度植入京东极速达。



我们之所以看重网易的合作，不仅仅是因为网易多年深耕内容而来的媒体背景，同样也因为网易一直不变的创新基因。其实和网易的每次合作，能都为京东的品牌传播提供新鲜的血液。作为多年的老朋友，我们的合作更多是相互交流，互相学习的过程。

邵京平

京东商城网络营销部高级总监

胡君芳

网易传媒华北销售中心总经理

网易一直把京东当做不可多得战略伙伴。京东和网易都保持这一种互相开放、互相融合的合作理念。这种理念，根植于我们合作多年产生的默契，同样，也是未来合作共赢的基石。