

墨迹天气×同仁堂·“风雨有时，守护如常” 气象场景营销项目

- **品牌名称：**同仁堂
- **所属行业：**大健康/医药行业
- **执行时间：**2026.01.11-01.24
- **参选类别：**场景营销类

营销背景

冬季降温是“感冒药需求”的真实开关

但行业投放普遍停留在“泛人群覆盖”，难在需求高点建立强关联与即时转化

- » 1月全国普遍降温、寒潮频发，用户“怕冷、怕感冒”的风险感知被放大
- » OTC感冒发热赛道同质化严重：传统投放难证明“为什么此刻需要你”
- » 用户决策链断裂：看到广告 ≠ 立即理解场景与解决方案，转化路径长

机会洞察 当官方预警出现时，用户的风险感知最强、行动意愿最高。

谁能在**预警出现的第一秒**给出可信的解决方案，谁就能占住首选心智。



营销背景

把“天气预警”做成营销触发器

场景营销的关键：用确定的环境信号触发确定的需求，并在需求最强时给出最短路径

与感冒强链接的低温预警场景：

寒潮 / 降温

持续低温

道路结冰

大风 / 大雾

雪灾

重度污染

墨迹天气×同仁堂气象场景营销闭环

风险感知

独家天气预警标签



品牌建议

同仁堂守护提醒



患教信任

专属科普阵地



即时转化

一键跳转购药

[触发条件：官方预警信号发布 → “预警定向标签”自动命中 → 站内广告即时曝光]

Q: 如何用“天气预警”把感冒药从“想到”变成“立刻需要”？

营销目标

用「场景」驱动三大目标达成

在易感场景下，建立“板蓝根/感冒清热颗粒=低温感冒解决方案”的第一联想，并导向即时购买

1

心智占领

把“低温预警/寒潮”与同仁堂板蓝根/感冒清热颗粒强绑定，形成场景联想

2

患教科普

搭建患教科普阵地，强化“专业、可信、守护”品牌角色

3

场景转化

打通站内资源与电商链路，一键跳转京东健康购药页

把低温风险场景转化为品牌心智与即时转化，
在用户风险感知的第一刻建立首选联想。

把“预警”从信息服务升级为品牌的“守护动作”
——驱动同仁堂从药品供应商转变为**健康预警守护者**

01. 锁定对的场

独家产品能力

预警定向标签：官方预警信号触发，锁定低温易感冒人群

02. 建立强联想

原生沉浸资源

沉浸式天气背景+原生广告矩阵：把“冷”具象化为品牌场景

03. 完成短路径转化

内容+电商闭环

患教科普阵地+一键跳转京东健康：缩短决策链路

营销策略

用**预警锁场景**
用**原生做联想**
用**内容促转化**

以官方预警触发为开关，把「天气数据+天气预警」变成可购买、可触发、可归因的营销能力

01 用「场景」让投放跟着天气走

无需人为频繁调控：预警出现即触达，预警叠加即加深心智



曝光完成率100%，点击完成率214%



曝光完成率110%，点击完成率233%

独家场景开关

官方预警触发投放

- » 接入国家气象预警信号：寒潮/降温/大风/大雪/道路结冰等
- » 低温易感冒人群在同一时刻被同一理由触达
- » 减少无效曝光，把预算压在风险高点

定向城市：北京、河南、河北、山东、辽宁
定向场景：14个低温类天气预警标签



完整路径录屏



首页 天气背景

沉浸式原生表达

天气背景 × 原生资源矩阵

- » 首页天气背景定制：在“查天气”主场景里完成强关联
- » 开屏 + 15日预报Banner：高频触达与补充覆盖
- » 把“冷”具象化，让板蓝根/感冒清热颗粒成为场景解决方案第一顺位



03 把"风险"解释清楚, 把"解决方案"给到位

以趣味科普承接预警触达, 强化信任, 再把购买入口放在"最顺手"的位置



患教到购药闭环

科普阵地×一键跳转京东健康

- » 一站式趣味科普：中医防感知识与产品差异点清晰传达
- » 广告位与落地页均可一键跳转商品页
- » "查天气→读科普→认品牌→立即购" 路径最短化

北京同仁堂 叮当快药

风雨有时 守护如常

板蓝根颗粒 感冒清热颗粒

总有一些温度能化解突如其来的寒与热——这，就是北京同仁堂想给你的这个冬天，是时候，给你容易感冒的身体上个“双保险”了

立即购买

你的“御寒”搭子 感冒清热颗粒

主打一个“暖”字

当冷空气“偷袭”，让你怕冷、头痛、流鼻涕...它就是那杯提前备好的“暖饮”，帮你驱风散寒，把温暖找回来。

你的“清热”搭子 板蓝根颗粒

主打一个“清”字

当风热让你咳嗽“冒火”、嗓子干痛...它就是那场及时的“细雨”，清热解暑，给嗓子降温。

不是魔法 是中医药智慧

主打一个“暖”字

当冷空气“偷袭”，让你怕冷、头痛、流鼻涕...它就是那杯提前备好的“暖饮”，帮你驱风散寒，把温暖找回来。

你的“御寒”搭子 感冒清热颗粒

主打一个“暖”字

当冷空气“偷袭”，让你怕冷、头痛、流鼻涕...它就是那杯提前备好的“暖饮”，帮你驱风散寒，把温暖找回来。

你的“清热”搭子 板蓝根颗粒

主打一个“清”字

当风热让你咳嗽“冒火”、嗓子干痛...它就是那场及时的“细雨”，清热解暑，给嗓子降温。

不是魔法 是中医药智慧

精选道地药材，像老朋友一样懂你身体的“小情绪” 风寒？风热？交给传承百年的配方来搞定

薄荷 荆芥

把它放进你的“生活必备清单”

有备无患，才是当代生活的“松弛感”

风雨有时，是自然。守护如常，是选择。选择一份有温度的守护让北京同仁堂感冒清热颗粒，陪在身边。

感冒不在 感动常在

北京同仁堂 × M.C.M. 墨迹天气

内容模块设计：

- » 场景引入
把“持续低温/寒潮”与易感冒风险建立因果关系
- » 患教科普
用中医防感知识解释“为什么会中招、怎么防”
- » 方案推荐
板蓝根/感冒清热的适用人群/症状要点清晰呈现
- » 购买闭环
广告位&落地页一键跳转京东健康同仁堂购药页



阅读量
20,500
转发2,221 | 评论425 | 点赞715



阅读量
12,627
官方内容补充“守护”叙事



阅读量
5,790,177
点击/互动 219,349

扩展场景覆盖面 平台公告+社交传播

站内场景触达为主轴，平台公域资源补充背书与传播广度



- 环球网
- 新华报业网
- 中国网
- TOM新闻网
- 艾瑞网
- 健康一线(新闻源)
- 网易新闻
- 亿欧元网
- TOM健康号

营销效果

结果超预期：曝光达成124%，点击达成341%

用场景提高有效触达与转化意愿；资源矩阵各司其职：
开屏强导流、Banner补覆盖、天气背景强心智。

总曝光

38,000,000+

购买曝光资源完成率 124%

总点击

660,000+

预估点击量完成率 341%

赠送价值

120万

赠送曝光 5,700,000+

用“**天气预警**”把感冒防护变成每个人都能感知的生活场景。

——同仁堂因此成为低温时刻的**第一选择**。

项目价值&标杆意义

可复制的“预警场景营销范式”

把气象数据能力产品化：以预警为开关、以内容为转化器、以电商为闭环。

1

TO 品牌：

从“药”到“守护”

- 把同仁堂塑造成“健康预警守护者”，强化情感温度与现代感；
- 在需求起点设置品牌“闸口”：风险出现→品牌先到；
- 借助高频查天气行为，实现稳定、重复曝光，深度渗透心智。

2

TO 行业：

把场景做成可被购买的能力

- 以“官方预警”为触发器：天然合规、强确定性、强时效；
- 预警定向 + 沉浸式背景：让天气与产品形成唯一性联想；
- “患教+电商”闭环：在内容中完成解释，在入口处完成购买。