

桂林西瓜霜《喷一喷 大口吃葱》营销战役

- **品牌名称：**三金西瓜霜
- **所属行业：**医疗行业
- **执行时间：**2025.07.01-08.20
- **参选类别：**场景营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

【视频链接一】

https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/687e1ad3000000001100078f?source=webshare&xhsshare=pc_web&xsec_token=ABo6eT0Lo8E8LNJerHQRAA8jXWq4ogtZ7yFLsQRU2bOgE=&xsec_source=pc_share

【视频链接二】

https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/687e1b9d000000001201596b?source=webshare&xhsshare=pc_web&xsec_token=ABo6eT0Lo8E8LNJerHQRAA8qQ8tygYN0_UJ0rYADKaVWM=&xsec_source=pc_share

【视频链接三】

https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/687e1c32000000000b01c74f?source=webshare&xhsshare=pc_web&xsec_token=ABo6eT0Lo8E8LNJerHQRAA8o31C8KwCEbtqgSPyoFb9g0=&xsec_source=pc_share

(项目背景)



桂林西瓜霜作为
口腔溃疡用药首选产品

需冲破“传播天花板”
绑定美食场景,玩转药品营销



(品牌挑战)

挖掘美食场景痛点,深化“口腔溃疡+牙龈肿痛”产品关联

药品营销想和年轻人对话,常被视为“说教”,难以玩出话题感

美食营销已进入“审美疲劳”时代,要突破就得玩出差异化



(传播目标)



小红书 **溜溜生活** x  **三金西瓜霜**

**引爆
全国声量**

借山东美食符号“大葱”+ 联动小红书S+级IP“溜溜生活”
打造一场全国共睹的《喷一喷 大口吃葱》现象级事件

**占领
用户心智**

打造“口腔溃疡•牙龈肿痛 >> 一喷起效”的条件反射
让TA遇上大口吃的痛点, 就想到喷桂林西瓜霜



**体验
驱动转化**

把山东菜市场升级为“品牌活动沉浸式体验场”
从心智渗透到行动转化, 提升“喷一喷”的产品认知和购买意愿

(市场洞察)

抓住“大口吃”的饮食文化情绪·让功能教育变成生活共鸣

(情绪痛点)

口腔溃疡、牙龈肿痛
阻碍的不仅是吃饭
**更是山东人
不能“做自己”的自由**

(机会点)

桂林西瓜霜成为
“畅快大口吃”的守护者
**从治疗痛点
到守护生活方式**

(文化密码)

山东人骨子里写着“豪爽”
**大口吃肉、大口喝酒
大口吃葱
是他们的生活底色**



【核心策略】

绑定美食Icon“大葱”·打通从线上到线下的产品沟通链路

I'm
一根葱



I'm
哪根葱



一场在地化整合营销,让品牌融入TA的日常

① / 事件引爆



在济南、青岛地区的核心菜市场打造“**大口吃葱菜市场**”沉浸式主题专场,渗透美食场景,提升品牌线下认知度!

② / 内容破圈



塑造“**大口&一根葱&哪根葱**”的搞怪角色,围绕大口吃的痛点创作系列动画,释放产品卖点,实现病毒式传播!

③ / 平台赋能



联合小红书S+级IP【**溜溜生活**】,线下打造活动上海分会场;线上收获平台顶级流量,实现品牌认知和产品心智的双渗透!

④ / 全线扩散



通过小红书平台矩阵、微博热搜、公交车广告、梯媒、门户媒体、终端药店**进行立体化扩散,实现破圈传播**,促进消费转化!

(项目成果)

双引爆：线上亿级曝光&近百万人次互动！线下药店销量飙升！

全网总曝光 2.6亿+

微博&小红书双平台话题霸榜，引全国关注



线上总互动 91万+

刷屏热评&海量UGC，让品牌成为讨论中心

【线上热度】

小红书+微博双流量平台发力
话题页总浏览量6435万+
用户评论自发玩梗
《喷一喷 大口吃葱》成为热门

带动搜索量飙升
销量双增长

把药品营销打造成
全国级文化现象

【线下热度】

9万+人次打卡线下主题装置
8万台次梯媒曝光，覆盖周边人群
打造夏日必去打卡点
让品牌“看得见、摸得着”

项目亮点01

话题破圈：以「大口吃葱」为创意核心，打造高记忆度动画IP

拟人化“大口”痛点+玩梗“大葱”，将口腔有痛这一抽象问题转译为强共鸣的生活场景
让《喷一喷 大口吃葱》变成最洗脑的解决方案！

将复杂产品功能化繁为简

谐音梗故事完成产品教育
引发全网直呼“演我！”



视频全网累计播放量

1600万+



项目亮点02

话题事件：打造【大口吃葱菜市场】，掀起全民打卡热潮！

在山东济南吉祥苑&青岛浮山所两大菜市场，打造沉浸式打卡圣地 + 创意周边派送，让品牌成为线下最热话题



项目亮点03

内容转化：从熟悉的饮食痛点出发，让产品教育走进人心！



以围挡、地贴、插卡等为载体
借力菜市场自身的场景特点
围绕ta口喉痛点进行创作



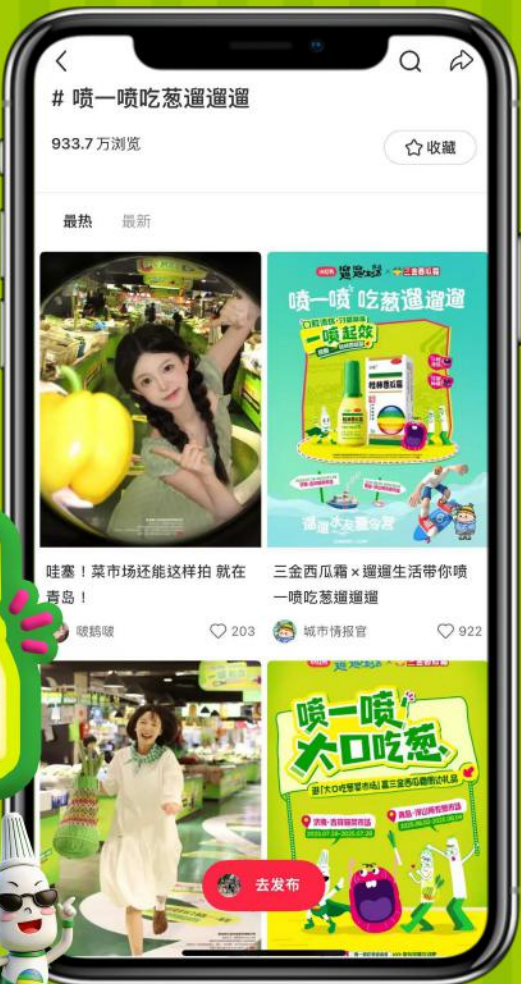
将产品功能**转化为可拍、可传的**
趣味梗创意内容
从而与饮食场景强绑定



项目亮点04

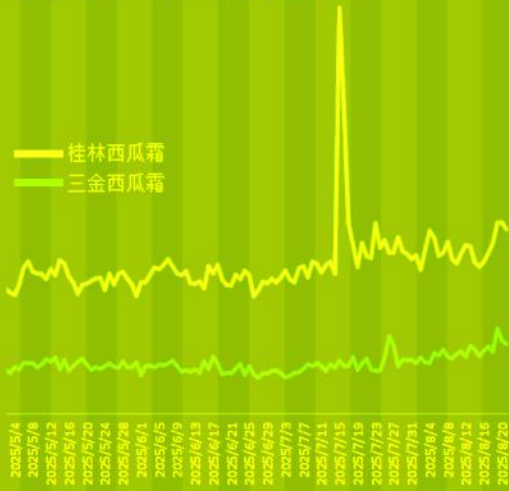
平台联动：小红书S+级IP赋能，种草闭环全链打通

联合 **小红书** **遛遛生活6.0** 线上引爆话题 / 线下触达人群，全面拉满年轻人参与感！



(话题页强势曝光)

品牌、产品关键词搜索量暴涨
品牌从“被动曝光”变成“主动搜索”
实现认知&心智双渗透！



小红书话题页

总曝光4000W+

(「遛遛水友夏令营」线下快闪)



话题浏览量

总曝光930W+

(多元达人种草)



用户投稿量

总曝光1500+



项目亮点05

全线扩散：多端联动放大声量，推动地方事件实现全国破圈

微博话题
#山东人都在菜市场拿大葱出片
成功冲上热搜榜TOP3

微博平台炒作总曝光
7500W+
双话题浏览量
5500W+

梯媒总上刊点位
约8万台次
大声量传播
实现区域人群渗透



微博矩阵引爆话题冲榜热搜、梯媒与公交车身高频曝光，并通过电视台与门户媒体报道背书

让《喷一喷·大口吃葱》从山东引爆，快速扩散至全国！

(项目总结)



以一场“葱命狂欢”·交出在地化营销的高分答卷!



(区域营销新样本)

创造沉浸式体验场景
让品牌营销
真正活进地方文化



(平台合作新高度)

顶级平台IP深度共创
既能引爆事件
又能沉淀长期品牌资产

(药品传播新突破)

趣味化、生活化的方式
重塑药品沟通
让“科普”变成“共鸣”



(增长模型可复制)

“文化符号+内容IP
+体验场+平台放量”
打造可推广的整合营销公式