

云南白药气血“声”命力音乐整合营销

- **品牌名称:** 云南白药气血康
- **所属行业:** 医药行业
- **执行时间:** 2025.07.24-11.08
- **参选类别:** 整合营销类-跨媒体整合类

背景：传统中药品牌普遍面临“年轻化断层”困境，云南白药气血康作为 OTC 产品，既受限于功效传播规范，又需打破“传统厚重”的刻板印象。同时，其他滋补竞品已通过场景化营销抢占用户心智，云南白药气血康亟需一次快速转型，以差异化沟通巩固认知，重塑市场地位。

面临挑战

- **认知固化，人群老化**：气血康在年轻女性群体中认知度低，兴趣人群中女性仅占22%，18-29岁年轻用户占比低至8%，面临显著的“性别失衡”与“认知老化”双重困境；
- **场景缺位，心智薄弱**：在“补气血”核心场景中，用户搜索关联词多为艾灸、胶囊、中药等泛品类词，气血康产品词排名仅第38位，场景关联性几乎为空白；
- **沟通受限，亟需破圈**：传统功效型传播路径受阻，品牌亟需找到一种能够情感化、泛娱乐化触达年轻用户的沟通方式，实现从“药品”到“健康生活方式”的心智升级。

目标人群：注重养生 补气血的18-29年轻女性

性别失衡
女性缺失

女性
22%

认知老化
活力不足

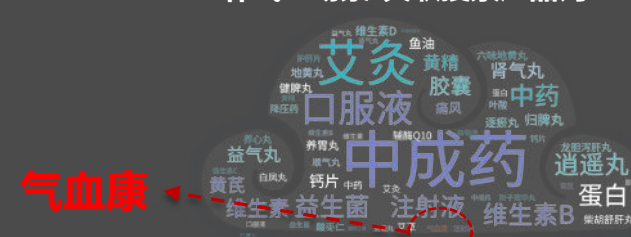
18-29岁
8%

*投放前气血康兴趣人群画像

气血场景品牌关联较弱，亟需提升场景心智关联度

气血康 排名38
场景关联性弱

补气血场景-关联搜索产品词

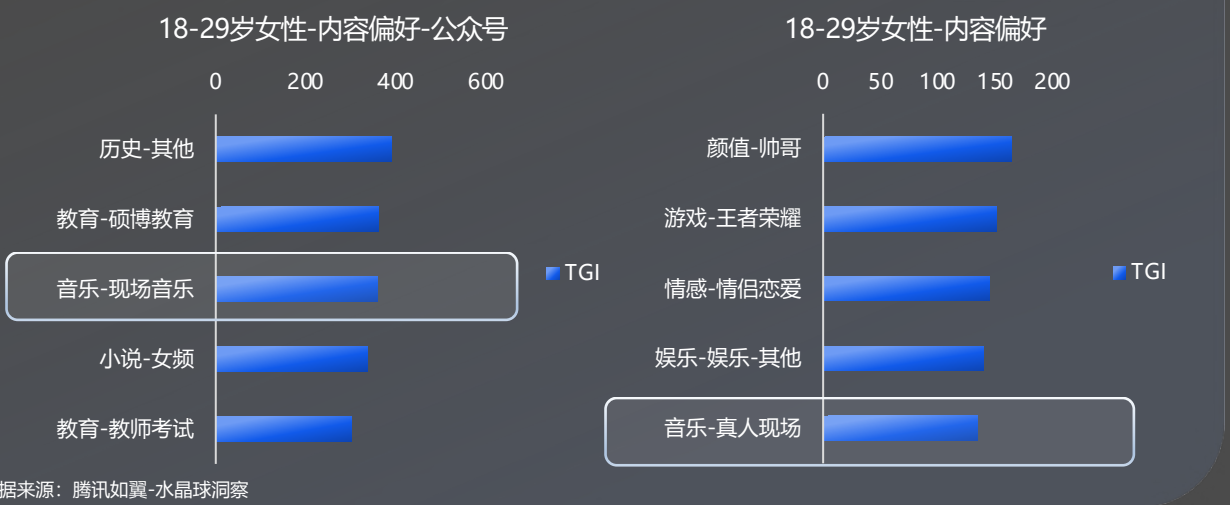


*投放前补气血搜索洞察

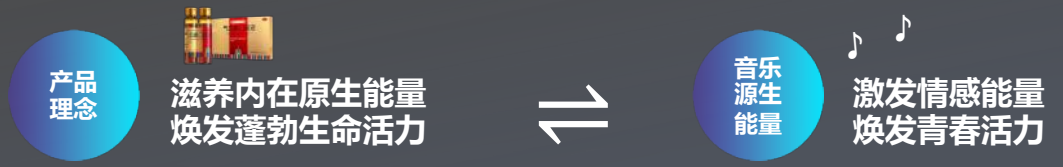
机会点

- 音乐具有高情感共鸣与跨圈层穿透力，且尚未被同类产品系统化运用；
- 年轻女性对现场音乐、K歌等娱乐形式参与度高，与“气血活力”有天然情感链接点。

目标TA爱音乐 更爱现场音乐，音乐是新生代女性的突出爱好



气血康产品理念与音乐源生力量高度同频



「人群适配」

音乐可以广泛覆盖到品牌
现有及未来潜力人群

「竞品空窗」

当前音乐营销赛道下
竞品内容占位不足

「品牌契合」

音乐可以强化消费者
对气血健康的感知

「全域联动」

音乐可做到线上及线下联动
覆盖多种场景

营销目标：以单品为锚点，实现年轻破圈，击穿补气场景，全面打响气血指数



品牌目标

人群

年轻破圈

单品

单品打爆

场景

击穿场景

人群触达：注重养生 补气血的18-29年轻女性

性别失衡
女性缺失



认知老化
活力不足



*气血康兴趣人群画像

借势IP+明星，全域打爆单品声量



OTC传播受限
需创新营销手法

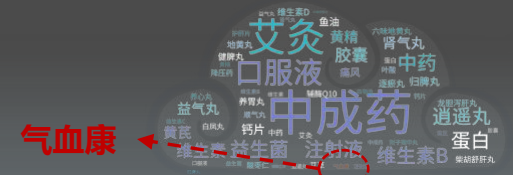


O2O全域营销分发

打透补气场景，提升场景心智关联度

气血康 排名38
场景关联性弱

补气场景-关联搜索产品词



*补气血搜索洞察

营销策略与创意

以洞察年轻用户兴趣出发，抢占“气血健康 + 音乐”细分赛道，构建“曝光-共鸣-参与”的全闭环营销体系，实现从“单品引爆”到“价值共鸣”的升级！

气血康X腾讯音乐整合营销攻坚战

整合营销&人群拉新

渠道共建&产品增长

专业功效&提升认知

品牌占位

品牌声量音乐大曝光战役

联动国民级IP引爆声量实现产品占位

高能量气血歌手能量传递

国民级音乐盛典引爆品牌关注

全域提振

全域联动气血共振渗透战役

聚焦音乐场景打造线上线下深度体验

联动全民K歌大赛启动高能释放

全民K歌挑战热血开启全域气血热力渗透

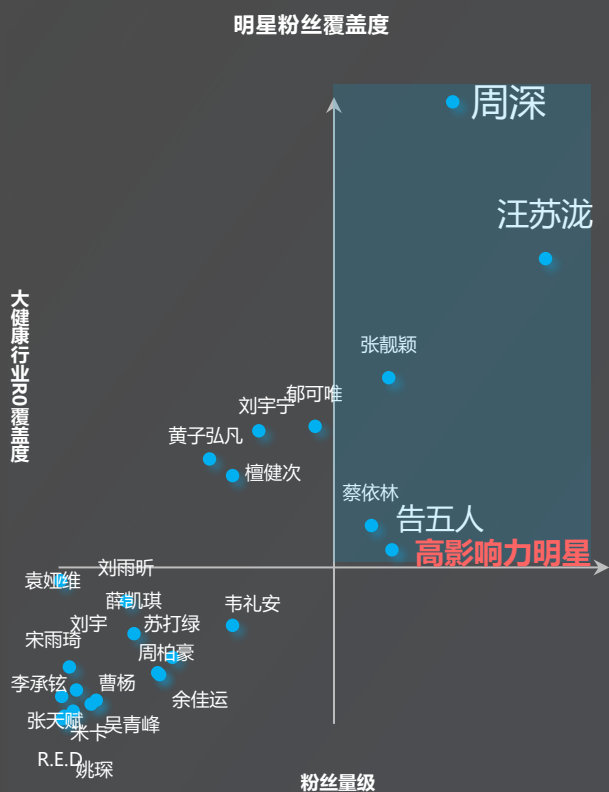
公关拔高

深度解读中医药文化营销，拔高气血康品牌价值

文化创新：挖掘“楽”“藥”同源内核，将“补气血”转化为具象听觉感知，避免功效宣传的生硬感

STEP 1

锁定TOP5最具影响力歌手



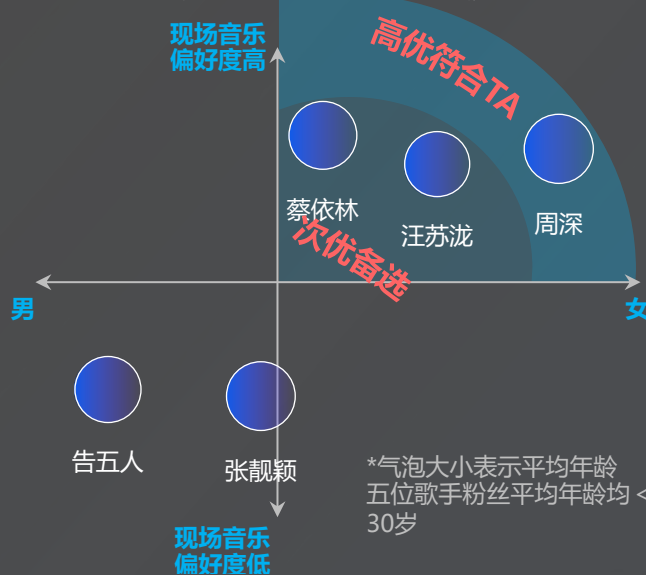
STEP 2

周深粉丝受众高度契合TA

目标TA

- 18-29岁
- 女性
- 爱看现场音乐

明星粉丝画像匹配度



借风

锁定国民歌手



造风

巧妙结合卖点，定制主题曲



想见到气血满满的你

*数据来源：腾讯如翼-人群画像-水晶球洞察

全场景互动链接：通过音乐打造低门槛、高情感卷入的互动场景，激发现象级的参与

C端深度链接

每个人，都是“声命力”的传唱者



发起**气血声命力 K 歌**赛事，形成“品牌发起 - 用户互动 - 二次传播”的良性循环，降低年轻群体参与门槛

B端生态激活

他们，都是“声命力”的共建者



线下通过**赛事落地联动**连锁药房加入，打造**健康体验场景**，让品牌理念从**认知转化为体验**

整体策略落地：全域联动实现气血共振，燃爆全国热度

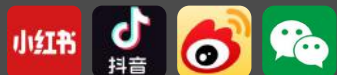
借明星 + 平台IP之风

造白药IP之风

造势期：品牌大事件蓄势



明星官宣代言人身份



引爆期：引爆现象级节点

音乐盛典首唱主题曲



传播期：驱动生态裂变

明星发起合拍挑战
KOL二创/合拍



收官期：品牌价值升维

达人/歌手线下助力



多方官媒矩阵聚力



连锁药房开噪季



K歌大赛活动官宣

线上+线下多资源直推



主题曲多平台上线



K歌大赛海选赛

线上：全民K歌开启海选



线下：连锁药房同步开赛

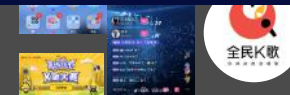


K歌大赛线下总决赛

线下：文山总决赛



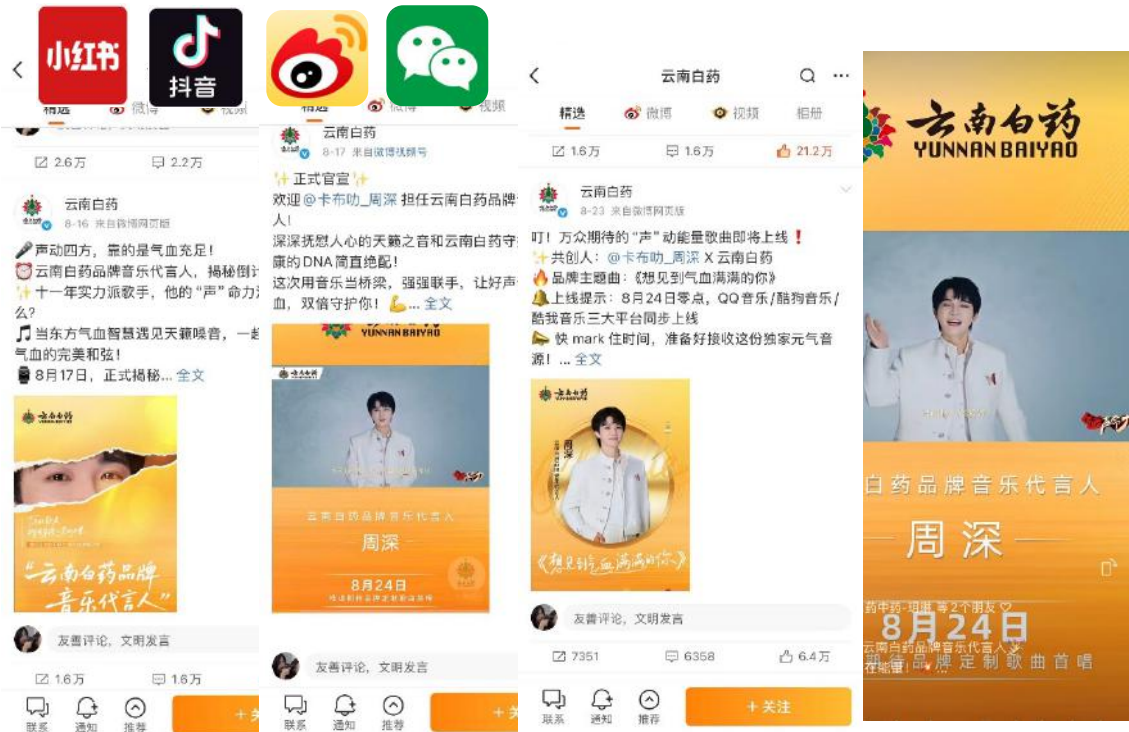
线上：全民K歌现场直播





艺人官宣 —— 品牌大事件官宣&自然热搜高位收割，大幅提振官方账号影响力及品牌声量

代言人重磅官宣+歌曲预热
品牌官方账号周深相关博文互动超65万次



官宣当日自然热搜#云南白药 周深#位居热搜首屏
品牌热点伴随流量拦截



品牌主题曲首发线上——四大音乐平台站内外王牌资源宣推，歌曲热度攀高助力品牌理念传递

冠军歌曲全面空降 腾讯音乐热度多维占居榜首

QQ音乐排行榜

巅峰榜

- 想见到气满满的你 - 周深
- Jasmine - 蔡徐坤
- 你的眼神 - 刘宇宁

飙升榜

- 想见到气满满的你 - 周深
- 千禧百孔 (Live) - 艾热 AIR/Shark
- 送你一朵小红花 - 赵英俊

热歌榜

- SHAKE - 严浩翔
- 离开我的依赖 - 王赫野
- 爱情信息 - 郭静

新歌榜

- 想见到气满满的你 - 周深
- B.B.B (Bigger Badder Better) (feat. A2...) - ...
- 全宇宙的引力 - 王源

流行指数榜

- 鬼迷心窍 (曾经真的以为人生就这样了) - ...
- 想见到气满满的你 - 周深
- I Like U Like - 时样少乐团

评论人气榜

- 我一直在 - TF_ING 张子墨
- 这个暑假一过去 你就高二了 马上就要上大学了 时间好好上
- 写你 - 马嘉祺
- 想见到气满满的你 - 周深
- like Karina - YOOKRINA
- 想见到气满满的你 - 周深
- 上升的一切 - 甄子琦
- What You Want - Jasmine - 蔡徐坤

腾讯音乐榜

2025年第34期 下次更新 14:15

全部播放 290

96.89

96.21

95.93

95.01

酷狗四大城市音乐热榜第一

音乐平台战报

四平台累计播放量5920W+, 累计评论8万

收藏量高达39w+, 分享量超21w

歌曲均登顶四大核心榜单冠军歌曲

持续在榜时间累积372小时

酷狗四大城市音乐热榜第一

站内王牌资源联合宣推，助力歌曲热度攀高

各大平台总曝光1.043亿+

四大平台累计播放量5850万+

四大平台累计收藏/分享/评论量70万+

四大平台指：QQ音乐/酷狗音乐/酷我音乐/全民K歌



TMEA X 云南白药气血康联合赞助 —— 全域传播矩阵联动发力 实现声量与口碑双重爆发

线上联动QQ音乐、酷狗音乐、全民K歌等自有音乐平台直播覆盖，全网累计观看人数超**6372万**

全网斩获**1200+**全平台热搜，微博话题总阅读量**超82亿**、讨论量**超5360万**

线下通过全国核心商圈大屏密集曝光，形成“线上热议+线下可见”的传播闭环，带动盛典热度从音乐圈层向全民领域渗透

立足腾讯音乐全平台优势，四平台直播实现矩阵式辐射

官宣/预约/直播涵盖品牌元素总曝光3.16亿+

QQ音乐 酷狗音乐 全民K歌 酷我音乐



品牌权益展现形式多元、渗透自然，有效实现了品牌曝光与用户心智的深度绑定；4平台露出共计1993秒



TIMA X 云南白药气血康联合赞助联合赞助 —— 亚洲盛事以音乐为桥，解锁跨文化对话场



- TIMA国际音乐大赏以音乐为跨文化沟通桥梁，成功构建亚洲顶级流行音乐对话场，不仅坐稳亚洲最具影响力流行音乐盛事地位，更树立行业全新风向标；活动现场座无虚席，超3万人的观演规模，既印证了盛事的市場号召力，也为品牌营销沉淀了高价值的传播声量与用户心智占领成果

线下观演人数超3万，场外一票难求

阵容涵盖中韩泰等国家知名艺人团队，为品牌搭建一座跨文化沟通桥梁



TIMA TMElive 国际音乐大赏
TMElive International Music Awards

中国澳门-银河综艺馆 Galaxy Arena, Macau, China 2025/8/22-23 17:00起 (楼下连场)

云南白药 YUNNAN BAIYAO 气血康
养出好气血 唱响声命力

阵容涵盖中韩泰等国家知名艺人团队，为品牌搭建一座跨文化沟通桥梁

同程旅行 TIMA TMElive 国际音乐大赏

中国澳门-银河综艺馆 2025/8/22-23 17:00起

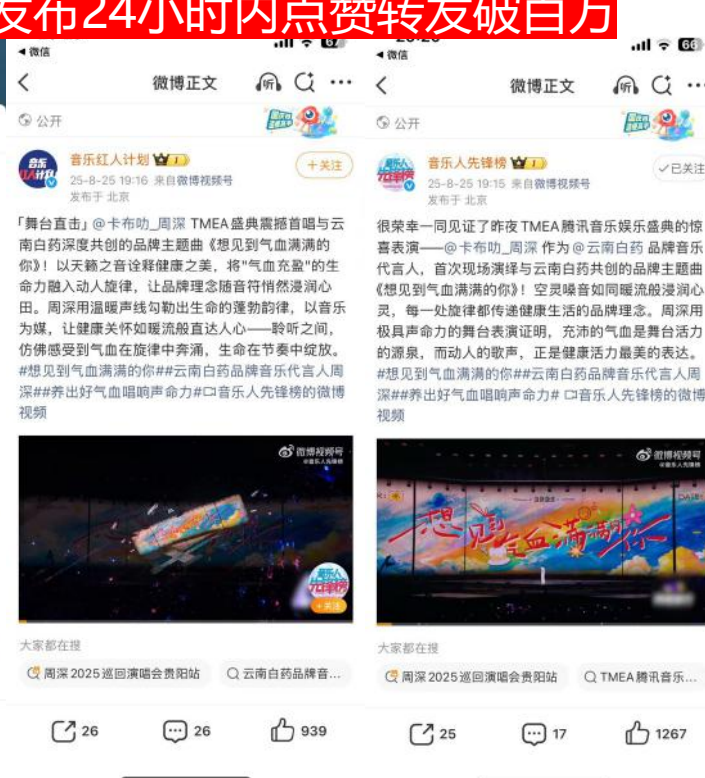
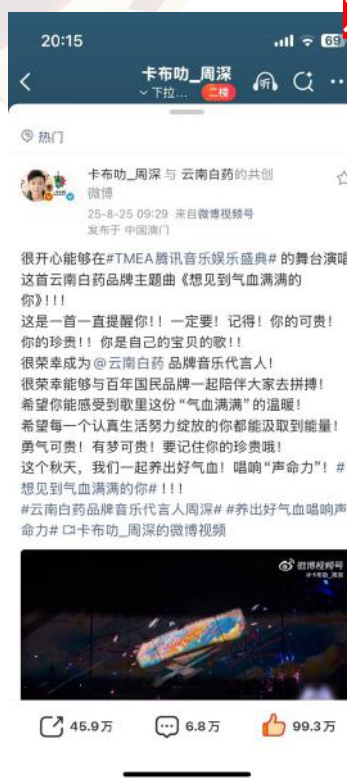


TMEA品牌主题曲舞台首唱一首唱舞台引爆全网关注



特别定制TMEA品牌舞台
周深首唱主题曲燃爆全场

周深X云南白药首唱舞台共创微博
发布24小时内点赞转发破百万





7月中下旬
联动药房
门店开嗓预热
8月底
代言人
@周深发起K歌大赛

9.1-9.30
线上全民K歌大赛
线下四城连锁联动

10.1-10.15
线上
四城赛道晋级PK

10.15-10.30
线下四城连锁联动
K歌大赛城市决赛

11.8
联合文山三七节
助力K歌收官总决赛





海选季-周深发起K歌活动，全民K歌线上多维资源共振，用户高浓参与

气血声命力K歌大赛海选赛启动

周深作为K歌大赛发起人邀请大家参赛

25-8-28 09:29 来自微博视频号
发布于云南

【重磅预告！音乐赛事号召！】
云南白药品牌音乐代言人周深作为【气血声命力K歌大赛】发起人邀您参赛啦！
9月1日起，城市海选赛→收官总决赛🔥两个月赛程不停！
线上全民K歌APP投稿🎵 | 线下药房大胆开麦🎤
参与即有机会得百元~万元现金奖励
🎁还有超多健康好礼，周边福利拿到手软！

这个秋天🍂和周深一起养气血🩸亮歌喉🎤
即刻关注【白药君】官方vx账号，更多精彩不容错过👉

#云南白药品牌音乐代言人周深# #唱响气血声命力#
#气血声命力K歌大赛# #养出好气血唱响声命力# 📺
云南白药的微博视频



全民K歌APP 线上赛道开启

您的好友正在参与活动

云南白药 气血康

气血声命力 K歌大赛

城市海选火热开启!

打开全民K歌

线上海选赛/半决赛多端资源助力宣推



多位艺人歌曲彩蛋跳转参赛页



海选赛线上参与人数

12万+

活动期间固定入口

全民k歌长期在线

海选赛期间线上曝光

5000万左右

含大赛banner+全民k歌闪屏+搜索推荐词+华为系列开屏



海选季-线下四城联动五家连锁药房，号召发起区域K歌大赛

健之佳健康药房、老百姓大药房、益丰大药房、大参林大药房、漱玉平民大药房

连锁公众号等配套宣发



各连锁十几万张加票券、抽奖券 线下发放，促进用户线下K歌同时线上PK



联动四城五家连锁发起多场K歌大赛





城市决赛- 四城区域预热&收官双重宣发

10月14-17日

邓典&张紫宁
微博宣推
品牌自媒体预热

10月18日

济南城市决赛

10月19日

长沙城市决赛

10月22日

艺人微博&
品牌自媒体
快闪视频发布

10月24-25日

邓典&王靖雯
微博&
品牌自媒体预热

10月26日

昆明&广州
城市决赛

10月14-17日

艺人微博宣推
品牌自媒体预热





四城线下总决赛嗨爆全城，玩法多元深化品牌体验

邓典&张紫宁&王靖雯助力K歌大赛



活动现场快闪活动吸引大量用户积极参与



活动场地大屏、公众号宣发



线下活动人流量

54万+人

互动区活动参与

素人开麦、吸引关注

套圈&手工互动领取礼品

中医问诊为品牌增粉

连锁药房产品体验



收官总决赛—线上多端助力收官影响力，总曝光3161万次

预热

爆发

二宣

自媒体&艺人微博&朋友圈推广



@谭晶@麻园诗人@吉克隽逸 预热ID&视频发布，其中吉克隽逸粉丝活跃度高，互动量8万+；朋友圈曝光147万，触达69.5万人

K歌大赛直播&微博热搜



核心直播平台品牌全民K歌APP、白药君&全民K歌&QQ音乐视频号，联动文山地方平台

直播共计300万人、互动量100万



#好气血才能有好声音#话题阅读量1900万+，

#唱响声命力云南气血歌王巅峰战#话题阅读量814万+

全国热搜榜TOP19

艺人微博&平台自媒体等宣发





收官总决赛—携手文山三七节，**线下**顶流歌手助力演唱，盛况非凡

互动体验周边赠送
连锁药房气血加油站产品试用



八位四城连锁晋级
选手现场实力献唱争冠



歌手助力气血演唱

摇滚乐队@麻园诗人 开场演唱点燃全场热情
@吉克隽逸中场高亢音色烘托气氛
天籁之音@谭晶 压轴出场



民族表演厚植情怀



收官总决赛

线下馆内观看

2万+人

互动区活动参与

达人热情互动

套圈&手工互动领取礼品

拍照打卡留念

两家连锁药房产品体验&销售



多端社媒助力-气血声命力营销周期

气血声命力IP营销

TMEA音乐盛典首唱

K歌大赛海选赛

K歌大赛总决赛

8月

8月22日

8月25日-9月11日

9月1日-9月12日

11月6日

11月13日

预热

预热

总结

预热

预热

总结

"声命力"发电站

携手周深开启音乐盛宴

TMEA首战告捷

K歌大赛火热进行中

文山三七红，声命正澎湃

声命回响，共谱华章

云南白药气血康【气血声命力】IP营销战役，打造“健康+音乐”新范式

云南白药气血康【气血声命力】IP战略激活品牌年轻化生态

音乐沃土计划：云南白药气血康打造了一座“声命力”发电站

云南白药气血康【气血声命力】IP战略激活品牌年轻化生态

随着Z世代成为消费主力，云南白药气血康创新性地将手语音乐资源及IP——腾讯音乐集团、构建“音乐+健康”跨界营销矩阵，打造“气血声命力”自主音乐IP，实现传统中医药与现代年轻群体的深度对话。

以乐养气，声动热血！云南白药携手周深开启“气血声命力”音乐盛宴

2025年，云南白药气血康尝试探索不一样的健康音乐营销路径，以“气血声命力”为名，打造属于气血康的“音乐赛道”。8月24日，云南白药气血康携手在中国澳门举行的第六届 TMEA腾讯音乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），让“气血声命力”与TMEA盛典音乐之声交融，聆听音乐之美，创新传递“养好气血，唱响声命”的“声命力”音乐盛宴

2025年，云南白药气血康尝试探索不一样的健康音乐营销路径，以“气血声命力”为名，打造属于气血康的“音乐赛道”。8月24日，云南白药气血康携手在中国澳门举行的第六届 TMEA腾讯音乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），让“气血声命力”与TMEA盛典音乐之声交融，聆听音乐之美，创新传递“养好气血，唱响声命”的“声命力”音乐盛宴

以乐养气，声动热血！云南白药携手周深开启“气血声命力”音乐盛宴

2025年，云南白药气血康尝试探索不一样的健康音乐营销路径，以“气血声命力”为名，打造属于气血康的“音乐赛道”。8月24日，云南白药气血康携手在中国澳门举行的第六届 TMEA腾讯音乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），让“气血声命力”与TMEA盛典音乐之声交融，聆听音乐之美，创新传递“养好气血，唱响声命”的“声命力”音乐盛宴

云南白药气血康音乐营销首战告捷，TMEA腾讯音乐盛典联合助力引爆品牌年轻化浪潮

在Z世代成为消费主力的今天，传统健康品牌如何突破壁垒，实现有效沟通，成为行业共同课题。云南白药以音乐为桥梁，通过联合举办2025 TMEA腾讯音乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），云南白药品牌代言人周深演唱《想见你就见你》，成功构建了一场贯穿线上线下整合营销联动，在深耕“健康+音乐”营销赛道上迈出了扎实的第一步！

在Z世代成为消费主力的今天，传统健康品牌如何突破壁垒，实现有效沟通，成为行业共同课题。云南白药以音乐为桥梁，通过联合举办2025 TMEA腾讯音乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），云南白药品牌代言人周深演唱《想见你就见你》，成功构建了一场贯穿线上线下整合营销联动，在深耕“健康+音乐”营销赛道上迈出了扎实的第一步！

云南白药气血康音乐营销首战告捷，TMEA腾讯音乐盛典联合助力引爆品牌年轻化浪潮

在Z世代成为消费主力的今天，传统健康品牌如何突破壁垒，实现有效沟通，成为行业共同课题。云南白药以音乐为桥梁，通过联合举办2025 TMEA腾讯音乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），云南白药品牌代言人周深演唱《想见你就见你》，成功构建了一场贯穿线上线下整合营销联动，在深耕“健康+音乐”营销赛道上迈出了扎实的第一步！

云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛火热进行中，周深担任发起人共倡健康音乐新风尚

云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛火热进行中，周深担任发起人共倡健康音乐新风尚

“原声”：云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛火热进行中，周深担任发起人共倡健康音乐新风尚

云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛火热进行中，周深担任发起人共倡健康音乐新风尚

“原声”：云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛火热进行中，周深担任发起人共倡健康音乐新风尚

文山三七红，声命正澎湃！云南白药气血康K歌总决赛热力来袭

文山三七红，声命正澎湃！云南白药气血康K歌总决赛热力来袭

文山三七红，声命正澎湃！云南白药气血康K歌总决赛热力来袭

文山三七红，声命正澎湃！云南白药气血康K歌总决赛热力来袭

文山三七红，声命正澎湃！云南白药气血康K歌总决赛热力来袭

声命回响，共谱华章！云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛圆满收官

声命回响，共谱华章！云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛圆满收官

声命回响，共谱华章！云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛圆满收官

声命回响，共谱华章！云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛圆满收官

声命回响，共谱华章！云南白药气血康“气血声命力”K歌大赛圆满收官

年轻破圈：主题曲巧妙结合产品理念，为产品注入年轻动力，全网口碑持续发酵

以乐焕活，精准触达年轻圈层，焕发产品活力

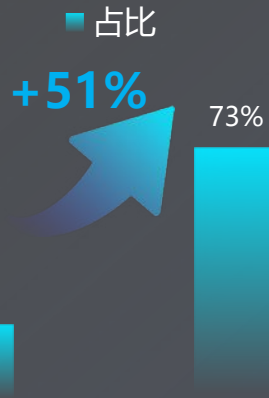
年轻女性

目标人群占比提升：
50%+

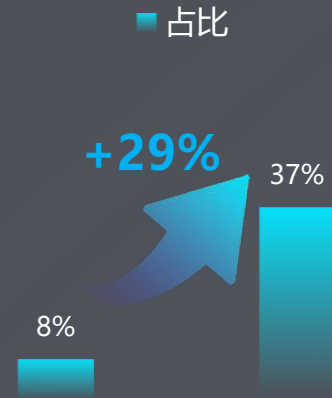
主题曲助力渗透提升：
+73倍

*投后VS 投前

女性占比



18-29岁占比



投前气血康兴趣人群

活动受众

投前气血康兴趣人群

活动受众

*数据来源：腾讯广告如翼-TME端；前端APP

主题曲巧妙融合产品理念，旋律动听，获得一致好评

全民热议

三大平台主题曲累计评论数：
8W+

*截至12.17 QQ音乐+酷狗音乐+酷我音乐

虽然是一首广告歌，但这广告打得非常巧妙不生



*摘自三大平台音乐评论区

单品打爆：音乐激活气血生命力，全面引爆单品热度，赋能生意，反哺品牌

全网用户唱响气血声命力，单品热度飙升

气血康-微信指数

造势期

引爆期

传播期

收官期

热度飙升 **+121倍**
投后 VS 投前

6月 7月 8月 9月 10月 11月

赋能生意的同时，反哺品牌热度

品牌
热度

云南白药微信指数：
+225%

投后 VS 投前

数据来源：微信指数

单品
销售

气血康全域销售额：
+115%

25年 VS 24年

数据来源：品牌官方

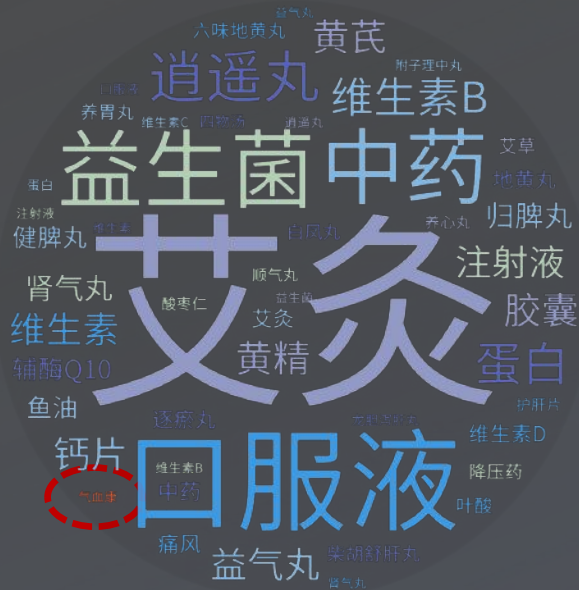
*数据来源：腾讯广告如翼-TME端；前端APP；微信指数

击穿场景：稳占气血场景，强势渗透补气血心智，实现品牌心智跃迁

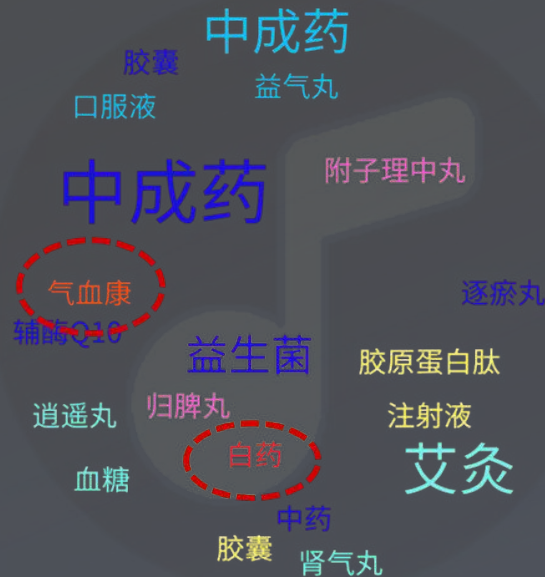
品牌心智飙升上榜，产品心智跃升32名，跃居TOP10

补气血场景关联搜索-产品词

投前



投后



投后

云南白药：第6名 飙升上榜

气血康：第10名 +32名

投前

气血康：第38名

无品牌心智

*数据来源：腾讯广告如翼-TME端；