

华润三九×《扫毒风暴》爆款IP+矩阵内容传播 助力品牌心智种草

- **品牌名称：**华润三九
- **所属行业：**大健康行业
- **执行时间：**2025.07-08
- **参选类别：**IP营销类

社会洞察背景

2025年，医药品牌营销面临着传统广告效果递减、消费者对健康认知日趋理性化的双重挑战。在这一背景下，华润三九旗下品牌亟需寻找更具感染力和说服力的传播载体。与此同时，缉毒题材影视作品凭借其强烈的社会责任感和正义价值观，成为2025年度最受关注的内容类型之一。《扫毒风暴》作为年度头部缉毒剧集，其“扫除毒害、守护正义”的核心理念与999品牌“抵御病毒、守护健康”的品牌使命形成天然的价值共鸣。

在影视营销进入精细化运营时代的当下，简单的品牌露出已无法满足深度种草和情感共鸣的需求。三九集团敏锐洞察到，通过与优质影视内容的深度绑定，能够将品牌的功能价值与剧集的精神内核有机融合，实现品牌传播的情感升华和价值重塑。



目标1：品牌年轻化升级

- 通过与热门剧集的深度绑定，打破医药品牌传统形象，在年轻观众群体中建立全新的品牌认知。

目标2：情感价值共鸣

- 借助剧集的正义主题，将“抵制毒品”与“抵御病毒”的价值理念深度融合，提升品牌的社会责任感和情感温度。

目标3：营销模式创新

- 开创医药品牌“剧集总冠名+子品牌矩阵式植入”的新模式，为行业树立文娱营销标杆。



爆款大剧整合营销，IP+矩阵内容传播助力品牌心智种草



“所有病‘毒’，别来沾边”

将品牌功能(抗病毒)与剧集核心价值(扫毒正义)强关联

999



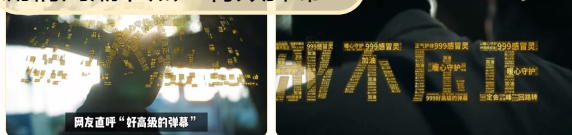
剧集播出期间
累计**3次**蝉联猫眼
电视剧热度榜日冠

品牌冠名触达
1.35亿观众
高度覆盖三九TA



STEP 1: 热剧绑定曝光

剧情高潮节点“特效弹幕”



“扫毒先锋”创新互动游戏

品牌AIGC小剧场



媒体矩阵联合宣发



剧内外多形式资源组合曝光
实现剧情与品牌功能的深度关联

STEP 2: 子品牌联动互推

999皮炎平 | 联合海报推广 强调“扫毒除害”概念

999抗病毒 | 总冠名主导，绑定“健康守护”与“正义行动”的双重寓意

999感冒灵 | 剧情弹幕植入 主打情感共鸣

999集团三大“扫毒”品牌协同营销
矩阵联合推广持续强调“扫毒除害”概念

STEP 3: 达人内容扩散

影视综营销大号多视角解读



截至8月15日 互选视频整体播放量 **300w+**



平均互动率高于行业大盘均值 **54%**

人群扩充覆盖&IP同款产品种草
投后品牌R3人群资产提升157%

STEP 4: 销量势能转化

999×美团买药：线上线下联动营销 美团



联动美团买药，以更具参与感的方式
将热剧IP的“流量势能”转化为“销量势能”

1、【热剧绑定曝光】

深度绑定《扫毒风暴》头部内容资源，通过剧前贴片广告、剧情高潮特效弹幕、剧内创新互动游戏、品牌AIGC小剧场等核心资源位，让品牌成为观剧情绪的“气氛组”，实现品牌与剧集热度的深度绑定。

2、【子品牌联动宣推】

构建999抗病毒、999感冒灵、999皮炎平三大子品牌协同矩阵。抗病毒担任总冠名主导，感冒灵通过“邪不压正，暖可驱寒”情感弹幕植入，皮炎平借助联合海报强调“扫毒除害”概念，形成品牌家族的立体化传播网络。

3、【达人内容扩散】

联合微信视频号影视综达人多视角解读，引发观众主动分享传播，整体视频播放量破百万，实现人群扩充覆盖&IP同款产品种草，持续扩大品牌营销活动声量覆盖。

4、【销量势能转化】

联动美团买药，通过线上专题页面&抽奖专区+线下“抗病毒”主题活动，将剧集正义主题与品牌健康守护使命深度融合，以更具参与感的方式，将热剧IP的“流量势能”转化为“销量势能”，实现从情感共鸣到购买转化的有效链路。



【传播效果】

剧集播出期间蝉联猫眼热度日冠**3次**，酷云全端播放量单日破**5704万**，为品牌提供了强大的曝光基础；单集广告时长最高达**252秒**，远超行业平均水平；达人传播视频整体播放量破百万，平均互动率高于行业大盘均值**73%**，体现了品牌与头部内容的合作价值。

【市场反馈】

"扫毒先锋持证上岗"话题营销在剧集开播次日发起，单日互动量突破**2万**次，显示出观众对品牌创新营销形式的积极响应；腾讯视频站内"扫毒模式"互动游戏获得观众广泛参与，实现了从被动观看到主动互动的用户行为转变。

【行业影响】

该项目在行业内产生了标杆性影响，被业内专家称为"**医药投剧营销新范式**"。创新的"剧集总冠名+子品牌矩阵式植入"模式为医药行业文娱营销提供了可复制的成功经验。

【社会价值】

通过将"抵制毒品"与"抵御病毒"的**社会责任**理念深度融合，品牌不仅实现了商业价值，更承担了积极的社会教育功能；项目有效传递了正能量价值观，在娱乐营销中注入了深刻的社会意义。

