

三九《为爱较真》创意内容以涟漪效应引爆代际共鸣

- **品牌名称：**华润三九
- **所属行业：**大健康行业
- **执行时间：**2025.09.09-09.30
- **参选类别：**视频内容营销类

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

<https://mp.weixin.qq.com/s/h75g7VLM2YfqkzlpJGG6zQ>

文章内含视频

营销背景介绍

999作为已具知名度的国民医药品牌，传播理念正在从“治疗”向“预防”与“健康管理”进行战略升级，腾讯域内合作多以“正能量IP绑定”及“公益向内容定制”为主。此次重阳节节点营销，希望借助“社会事件共创”与“多渠道联动传播”，同时触达「有较强健康需求的中老年父母群体」与「关心父母健康但缺乏有效沟通方式的年轻子女」，打入“相亲相爱一家人”微信群，将999品牌与“和谐家庭关系的润滑剂”和“科学健康的倡导者”形象深度绑定，提升品牌的“温度感”和“专业价值”，在竞争激烈的大健康市场中巩固并提升品牌偏好度。

品牌合作背景

每一年，三九都会以999主品牌为主体，以关爱大众健康，共创美好生活为核心愿景，在每年3.9，9.9（农历）重阳节这两个和“9”有关的重要节点，举行与健康有关的营销活动，旨在消费者端建立品牌关怀大众健康的形象和良好口碑。

2023年	2024年	2025年
<ul style="list-style-type: none"> 以“守护健康，三九有方”为主题，开展了一系列的健康科普活动 线上制作了有趣的健康科普动画，线下在8个城市联动各大连锁药店，为顾客开展健康知识科普、健康状态检测、幽门螺杆菌测试等系列活动，从而传递999“关爱大众健康”的品牌理念 	<ul style="list-style-type: none"> 主品牌与keep开展合作，开展“运动焕新不能停，健康运动久久久”活动： 号召大家出门跑步/徒步，改善生活方式，打开健康的春天；同时和红山动物园合作，开展“动物园里走一走，身心健康999”活动，吸引大家在运动之余，游玩动物园，与小熊猫亲密互动 	<ul style="list-style-type: none"> 主品牌在全国范围内开展了“运动多一点，健康999”的系列主题活动： 线上和高德一同发起了健步走活动，在完成打卡后便可获得礼品；线下通过和连锁药店的合作，号召大家进行减脂挑战，在时间周期内进店称重完成减脂目标后可领取奖励





品牌定位深化

深化“科学健康的倡导者”的核心定位。从单一功能属性向深层情感价值延伸，抢占用户心智高地，确立品牌在家庭健康领域的权威形象。

01



品效合一

优化全链路营销策略，以优质内容驱动流量增长。在提升品牌声量的同时，直接赋能销售转化，实现品牌价值与商业回报的双重增长。

02



情感连接建立

聚焦代际沟通痛点，通过温情叙事打破代际壁垒。构建品牌与年轻子女及年长父母之间的深层情感纽带，引发社会级共鸣。

03

从“情感破冰”到“全域共振”：999《为爱较真》内容整合营销以涟漪效应引爆代际共鸣

四级涟漪，层层外溢——通过商业内容原点撬动自然内容发酵，让品牌的善意主张从中心点不断向外扩散，最终实现品牌声量与用户好感度双赢



《蛋愿人长久》定制短片引爆情感共鸣
脱口秀演员山山大爷，以情景演绎的方式戳破“领鸡蛋骗局”，爆梗不断直击代际沟通痛点

《为爱较真健康指南》提供实用解决方案
以微信家族群常见的健康谣言为主要辟谣对象，年轻人喜欢&老年人看得懂的长图呈现简单易懂

主流媒体+视频号达人矩阵场景化渗透
主流媒体跟进传播，放大品牌内容传播声量，科普类视频号达人接连发声，多元解读引热议

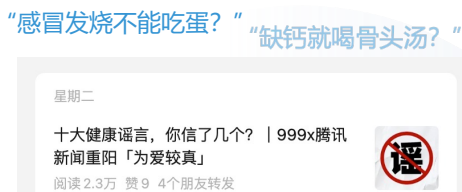
线上UGC共振+线下场景强化
实现了“线上引发讨论，线下强化记忆，用户共创内容”的立体化传播生态，让涟漪效应持续蔓延



- 热点人物
- 热度话题
- 热门生活场景
- 趣味化解构
- 情感升华

全网播放量 500万+

视频号播放量 300万+



“锻炼不必赶早” “磁疗不是神话”
“出汗≠排毒” “治病须遵医嘱”
“醋溶栓不可靠”



10.28内容上线当天
999品牌微信指数上涨265%



- @凤凰网
- @大象新闻
- @中国日报网
- @新京报
- @澎湃新闻



品牌声量全面铺开

@营养师顾中一 @硬核的科普 @银花科普 @山西谭老三
@白录科普 @鹏有科普

视频总播放量257万+
平均互动率4.3%，高于行业均值153%

999话题活动页：聚合优质品牌内容



线上声量转化为线下实践



品牌5R人群资产提升243%
R3人群增长262%

1、【专业内容产出】

温情内容引爆 干货内容转发
腾讯新闻《蛋愿人长久》定制短片引爆情感共鸣



星期二

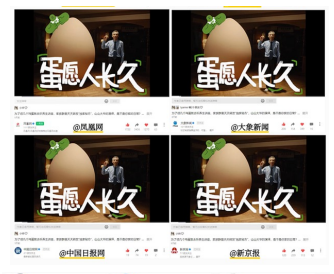
十大健康谣言，你信了几个？ | 999x腾讯新闻重阳「为爱较真」

阅读 2.3万 赞 9 4个朋友转发



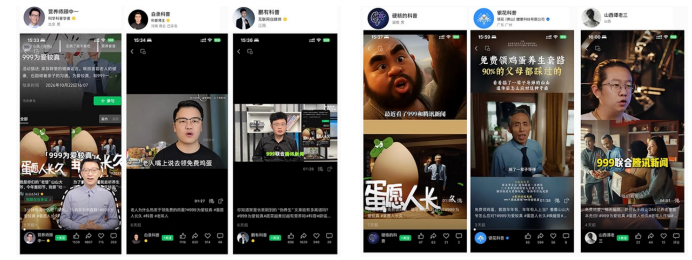
2、【权威媒体跟进】

主流媒体跟进传播
主流媒体纷纷发声引爆泛舆论场



3、【领域专业达人解读】

视频号达人场景化渗透
科普健康类视频号达人多元解读引发热议



可爱较个真 健康999

999好酒家 999为爱较真

活动描述: 家族群里的健康谣言, 既损害着老人的健康, 也阻碍着亲子的沟通。为爱较真, 和999一起...

结束时间 2026年10月22日 16:07

21次参与

+ 参与

4、【社交裂变发酵】

全民自来水式长尾传播
话题活动页UGC共振斩获家族群涟漪转发



用户口碑与反馈

真实声音见证品牌温度与影响力

265%

微信指数暴涨 重阳节上线当天

高互动引发传播

远超行业平均水平，引发用户自发传播狂潮。

跨代际沟通

打破圈层壁垒，实现两代人的有效对话。

“成功拦截老爸买磁疗杯，这广告太及时了！”

热门评论 来自 微博网友 @爱吃西瓜的猫



“第一次觉得广告也能这么走心，直接转发到家族群了，爸妈都说好。”

微信朋友圈反馈



“999这次重阳节策划真的说到心坎里去了，不煽情但很实用，为爱较真！”

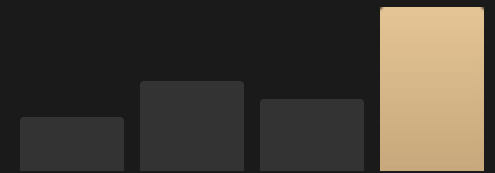
知乎高赞回答



精准触达老年群体及子女家庭人群

全网曝光

2亿+



视频号互动率高于行业均值