

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：**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



认知老化
活力不足

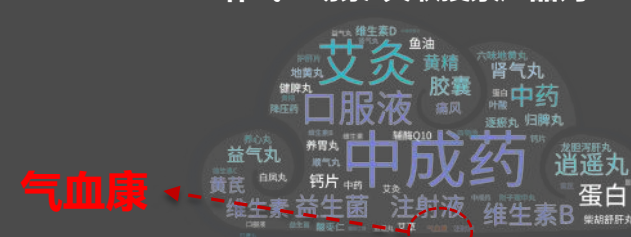


*投放前气血康兴趣人群画像

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

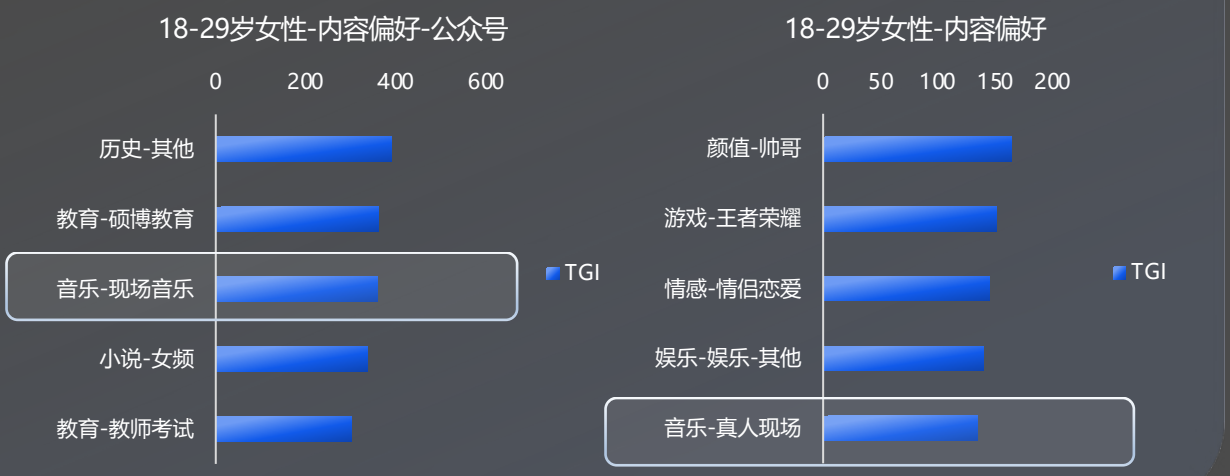


*投放前补气血搜索洞察

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



*数据来源：腾讯如翼-水晶球洞察

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

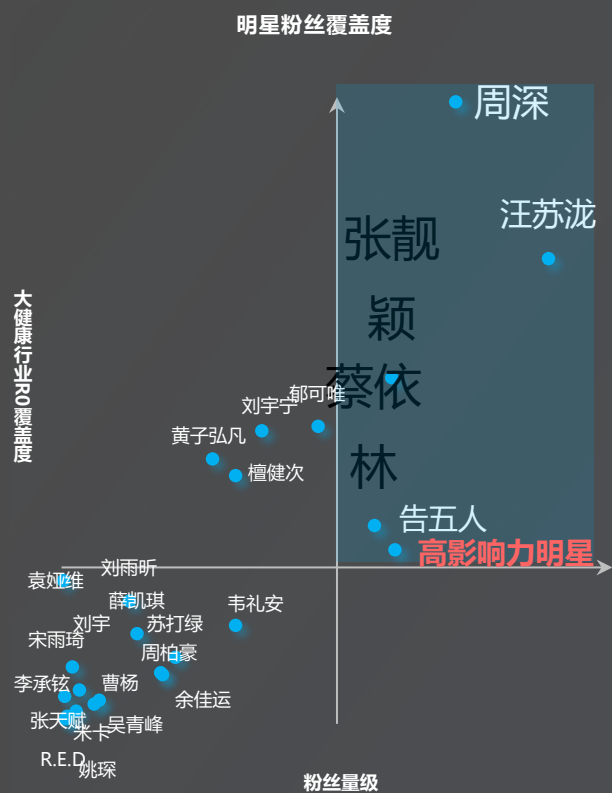
公关拔高

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

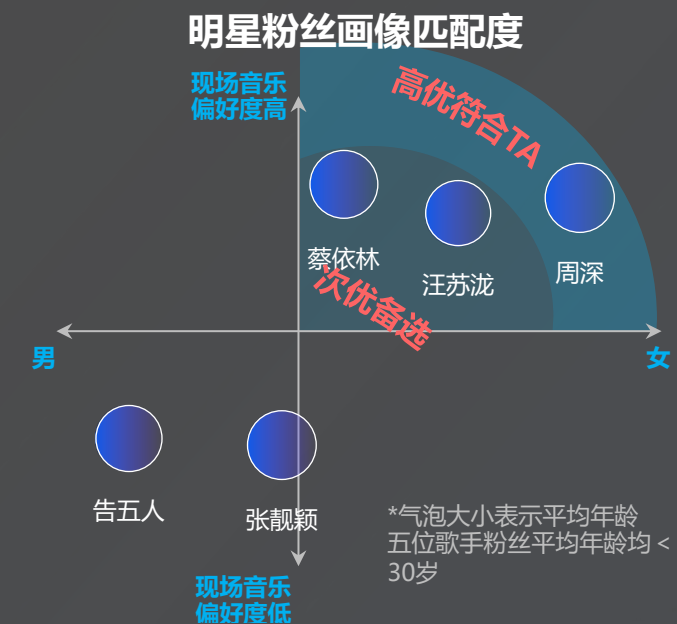


STEP 2

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



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

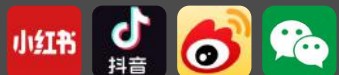
借明星 + 平台IP之风

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

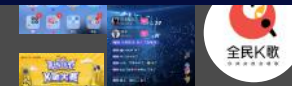


K歌大赛线下总决赛

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

云南白药 8-17 来自微博视频号
正式官宣！
欢迎@卡布叻_周深 担任云南白药品牌人！
深深抚慰人心的天籁之音和云南白药守护的DNA简直绝配！
这次用音乐当桥梁，强强联手，让好声音，双倍守护你！... 全文

云南白药 8-23 来自微博网页版
叮！万众期待的“声”动能单曲即将上线！
共创人：@卡布叻_周深 X 云南白药
品牌主题曲：《想见到气血满满的你》
上线提示：8月24日零点，QQ音乐/酷狗音乐/酷我音乐三大平台同步上线
快mark住时间，准备好接收这份独家元气音源！... 全文

云南白药品牌音乐代言人
周深
8月24日
云南白药品牌定制歌曲首唱

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

10 盗墓笔记 189651

11 梓渝被私生上次打头搞应激了 189492

12 BKPP 173098

13 天若有情 136454

14 人为了欲望能做到什么程度 119135

15 宁绣绣直接把苏苏接走 105353

16 小酒窝模仿白鹿大笑 94777

17 云南白药 周深 93527

18 杨冪的人生真的好精彩 91371

19 沈月泰国年度海外最受欢迎中国女演员 72419

20 严浩翔回复贺峻霖继续向前冲 7121

21 张晚意和谁都能整两口 71121

微博热搜

Lisa定制 labubu 热

微博文化交流之夜盛典

难怪现在奶茶三分糖都...

减肥其实是越减越轻... 新

朋友圈三天可见 置顶特...

王不染 绿

孙楠打码田栩宁 热

安徽国补恢复时间定了

2025西普会 新

云南白药 周深 新

盗墓笔记

更多热搜 >



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 (线下活动)

云南白药 YUNNANBAIYAO **气血康**

养出好气血 唱响声命力



TMEA/TIMA X 云南白药气血康联合赞助 —— 权威媒体全域背书 强化品牌圈层话语权



- 人民文娱、中国日报、央视网文娱等中央级媒体及腾讯娱乐等行业媒体从不同维度介入，通过深度解读、行业评论等形式全方位报道，既传递了盛典的音乐魅力，也肯定了其在推动音乐产业发展中的积极作用；权威媒体的集体聚焦不仅提升了盛典的社会影响力，更夯实了其作为音乐行业标杆IP的话语权，为合作品牌后续持续运营积累核心信任资产

	<h2>超百家媒体集体聚焦 深度记录年度音乐省会</h2>			

【高清图】#现场直击TMEA红毯 音乐盛典于8月24日晚举行，@朱婧汐_j-die @郭源琪 等音乐人亮相，一起看现场高清图！#TMEA#

25-8-24 21:22 来自 微博网页版

【高清大图】#现场直击TMEA红毯 音乐盛典于8月24日晚举行，@朱婧汐_j-die @郭源琪 等音乐人亮相，一起看现场高清图！#TMEA#

25-7-30 15:33 来自 微博网页版

TMEA盛典阵容你最期待谁？

2025年8月24日，由腾讯音乐娱乐集团主办的2025TMEA腾讯音乐娱乐盛典（以下简称“TMEA盛典”）在中国澳门盛大举行。带着“CHEERS FOR MUSIC 为音乐欢呼”的全新主题，本届TMEA盛典汇聚超十位TOP级歌手阵容，以更多元更丰富更沉浸式的音乐舞台，为万千乐迷打造了一场尽情释放的音乐嘉年华。

2025年8月24日，由腾讯音乐娱乐集团主办的2025TMEA腾讯音乐娱乐盛典（以下简称“TMEA盛典”）在中国澳门盛大举行。带着“CHEERS FOR MUSIC 为音乐欢呼”的全新主题，本届TMEA盛典汇聚超十位TOP级歌手阵容，以更多元更丰富更沉浸式的音乐舞台，为万千乐迷打造了一场尽情释放的音乐嘉年华。

2025年8月24日，由腾讯音乐娱乐集团主办的2025TMEA腾讯音乐娱乐盛典（以下简称“TMEA盛典”）在中国澳门盛大举行。带着“CHEERS FOR MUSIC 为音乐欢呼”的全新主题，本届TMEA盛典汇聚超十位TOP级歌手阵容，以更多元更丰富更沉浸式的音乐舞台，为万千乐迷打造了一场尽情释放的音乐嘉年华。



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

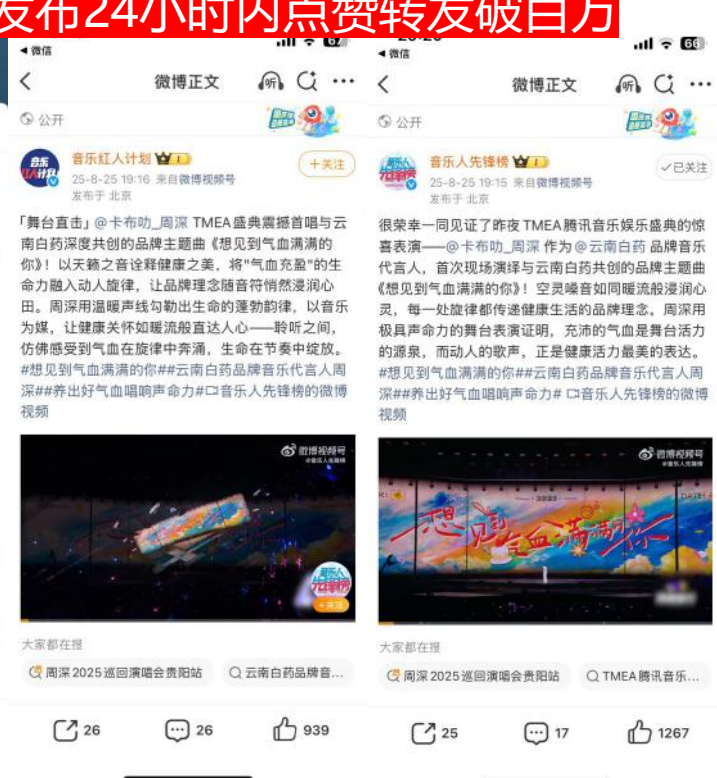


返回 文娱热搜

我的 热搜 文娱 同城 要闻 更多

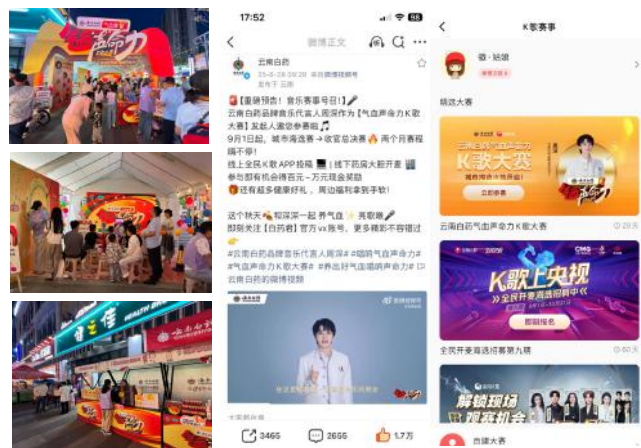
文娱热点, 按国内实时热度排序

35	蒋欣胡军三搭演夫妻	67028	6
36	马思纯张晚意 好嗑	66904	6
37	吴京摇头	66707	6
38	成龙提醒张子枫跟武行说谢谢	66609	6
39	易烱千玺走向世界又走向我们	65276	6
40	这次是周深先叫的宝贝	65080	6
41	刘宇宁天亮了原来是我乃文哥	62185	6
42	吴彦姝晒图为刘亦菲庆生	56612	6
43	关晓彤预定宋亚轩王牌名场面	54858	6
44	何与赖伟明cha刀刀马马	54257	6
45	RM成员得知金钟国结婚的反应	49231	6





7月中下旬
联动药房
门店开嗓预热 @周深发起K歌大赛



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



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国际级音乐资源及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，实现传统中医药药企与年轻群体的深度对话。这一战略标志着中医药龙头企业以文化创新驱动，探索品牌年轻化的新路径。

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将不一样的健康音乐营销策略，以“气血声命力”为名，打造属于气血康的“音乐之旅”。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腾讯音乐娱乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），让气血康的“气血声命力”与TMEA盛典音乐之声交融，聆听音乐传递力量，期待将音乐共谱云南白药品牌主题曲。这首备受瞩目的主题曲也在TMEA盛典上震撼首唱。此次合作旨在通过音乐艺术，生动演绎气血康之真，创新传递“养出好气，唱响声命力”IP引爆千万人合唱

在Z世代成为消费主力的今天，传统品牌如何突破瓶颈，实现有效沟通，成为行业共同命题。云南白药以音乐为桥梁，通过联合2025 TMEA腾讯音乐娱乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），云南白药品牌代言人周深演唱《要爱就气血满满的》，成功构建了一场贯穿线上线下整合营销战役。在深耕“健康+音乐”跨界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，传统品牌如何突破瓶颈，实现有效沟通，成为行业共同命题。云南白药以音乐为桥梁，通过联合2025 TMEA腾讯音乐娱乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），云南白药品牌代言人周深演唱《要爱就气血满满的》，成功构建了一场贯穿线上线下整合营销战役。在深耕“健康+音乐”跨界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，传统品牌如何突破瓶颈，实现有效沟通，成为行业共同命题。云南白药以音乐为桥梁，通过联合2025 TMEA腾讯音乐娱乐盛典（以下简称“TMEA盛典”），云南白药品牌代言人周深演唱《要爱就气血满满的》，成功构建了一场贯穿线上线下整合营销战役。在深耕“健康+音乐”跨界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腾讯音乐娱乐盛典联合助力引爆品牌年轻化浪潮

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

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

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

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

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

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

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

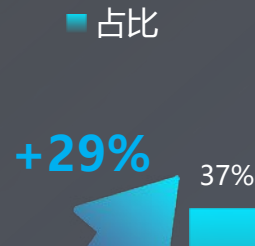
*投后VS 投前

女性占比



投前气血康兴趣人群 活动受众

18-29岁占比



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

