

999感冒灵



跃进寒冬温暖你

营销策划案



暖爱的很贴心

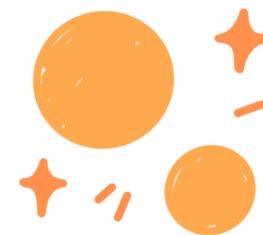
999[®]感冒灵

卷首语

温暖是冬天的关键词

冻僵的面颊，
会被烤红薯扑面的腾腾热气熏暖
毛衣针织的细腻暖意，
轻轻擦过脖颈的温柔触感
都是温暖冬日的具象与氛围

冬日暖阳，好日常在
人间烟火，谁人不爱
内心温暖，消融一切不快
冬天，我们更憧憬温暖的情感
这个冬天999感冒灵打破严寒
给予你温暖的陪伴
让你尽情享受这美好冬日时光



目录 CONTENTS

01- 市场分析



02- 营销策划



03- 媒介与预算



04- 附件





01

市场分析

宏观环境分析

微观环境分析

消费者洞察

竞品分析

品牌诊断



宏观环境分析 ✨

P

在医疗保健政策的推动下，医疗设施的完善，加速了国内医疗服务体系的建设。这为感冒药企业提供了更广阔的市场空间。

E

全民健康意识增强，消费者自驱性预防感冒消费使感冒药的销量增高。冬春季，感冒和流感高发季节，感冒药市场需求更加旺盛。

S

当代社会青年身体免疫力低下，易感人群基数上升，注重感冒预防。社会内卷现状使得消费者身体疲惫，情感匮乏，亟待情绪补给和情感关怀。

T

垂直医疗应用不断完善，销售渠道革新带来购药便利。新媒体技术的发展拓宽了品牌营销渠道，社群营销增强了企业和消费者之间的黏性。

小结

政策利好、市场发展前景广阔，全民健康意识增强使购药需求扩大，新技术的发展为品牌的拓宽了营销渠道。

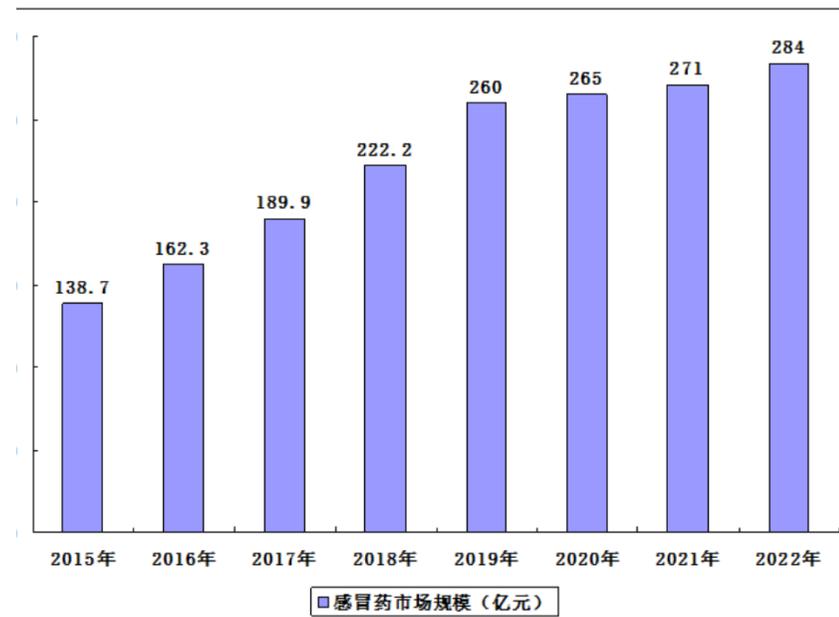
微观环境分析

行业分析

- 1.感冒药市场规模逐年增长。消费者对健康和医疗保健的重视程度也在不断提高，**感冒药行业保持平稳增长。**
- 2.品牌效应在感冒药市场中日益凸显，大型生产企业凭借规模、品牌知名度等优势占据大部分市场份额。
- 3.**营销策略传统且较为单一。**大部分的感冒药品牌营销聚焦于产品功效，与消费者情感互动较少。且营销手段较为传统，营销内容较难引起受众共情。



2023年中国感冒药市场占比



2015-2022年中国对于感冒药行业发展状况图表

结论

- 1.感冒药市场规模逐年增长，品牌效应在感冒药市场日益凸显，大部分感冒药品牌宣传传统且较为单一。
- 2.可借助情感营销为用户提供情绪价值引发消费者共情，让温暖、贴心的品牌形象深入人心，提高消费者忠诚度。

优势 (Strength)

1. 具有广泛的品牌认知度和知名度。
2. 温暖贴心的诉求点明显，给消费者带来深刻的印象。
3. 品牌口碑较好，用户基数大。

劣势 (Weakness)

1. 目标消费群体对品牌与冬日温暖间的联想度有待提高。
2. 线下营销较少，缺乏创新性营销，社群营销和互动营销有待拓展。

机遇 (Opportunity)

1. 诉诸情绪价值成为趋势，利用情感营销强化品牌温暖属性。
2. 冬季感冒多发，可利用品牌温暖守护的形象将冬季打造成999冬日温暖专属季。

威胁 (Threat)

1. 产品功效同质化严重，行业竞争激烈。
2. 消费者选择药品无目的性，有从众现象，习惯用药思维较难改变。
3. 冬季常备用药意识有待提升。

结论 999感冒灵可基于“暖心”的品牌基调，创设999感冒灵在冬日生活中的联想场景，提高其渗透率，利用情感营销、社媒互动营销与年轻群体建立情感连接，增加与用户间的粘性，强化品牌的温暖与关怀，将冬日打造成品牌专属季。



竞品分析

<p>产品</p>	 999感冒灵	 连花清瘟胶囊	 小柴胡	 快克
<p>品牌调性</p>	温暖、贴心、呵护、陪伴	创新、安全、健康、可信赖	安全、健康、可靠、温和	健康、活力、阳光、快乐
<p>品牌理念</p>	暖暖的很贴心 冬日无限温暖	治感冒，抗流感 家庭常备	防治感冒，关爱家人 小柴胡时刻都在	快克就是“快”
<p>营销策略</p>	跨界联名、创意周边 影视赞助	微信营销	影视赞助、电视植入	微电影营销（快克电影节） IP营销
<p>品牌及产品优势</p>	品牌知名度高，品牌理念深入人心，营销渠道广。	背靠以岭药业知名药企，成分源于古方。	品牌实力雄厚，是一款呵护肝胃的感冒药。	线上推广强度高
<p>现行推广效果劣势</p>	缺乏冬日感冒用999感冒灵场景联想、互动	广告投放频率低，缺乏创新性营销。	广告投放频率低，缺乏新媒体媒体方向营销。	打造IP形象“快克青年”丰富品牌内涵。

999感冒灵营销缺乏冬日联想、融入冬日日常生活的联想。

999感冒灵可利用情感营销与消费者建立情感联系，利用**互动营销**，强化品牌理念，社群营销**增强用户黏性**，提高用户对**品牌忠诚度**。

小结



消费者洞察

目标消费人群总特征

18-25岁的年轻人
包括当代大学生，职场打工人
身体疲惫，精神压力大

情感匮乏

受教育程度高，健康意识强，重视感冒预防
愿意为情感买单



目标消费者：当代大学生
年龄范围：18-22岁
群体特点：
经常熬夜，不爱运动
学业内卷程度高，身体疲惫、心理压力大，情感匮乏
需要情感价值，愿意为情感买单
媒介使用频率高，易接受新鲜事物

目标消费人群：职场新人
年龄范围：22-25岁
受教育程度：本科及以上
生活节奏快压力大、不敢轻易生病，重视感冒预防。
倾诉欲强，喜欢在社交平台分享自己的生活。



小结

999感冒灵应基于年轻消费群体重视感冒预防痛点，利用场景营销，将感冒灵作为向消费者传递温暖的载体，为用户提供情绪关怀，让用户感受到品牌的关怀和温暖，提升年轻消费群体对冬日感冒用药999感冒灵的品牌联想。



999[®]感冒灵



02

营销策划



核心概念推导



品牌诊断

品牌优势：产品知名度高，广告语“暖暖的很贴心”深入人心。

品牌问题：品牌的创意推广（跨界联名），消费者了解不多，效果不显著。

品牌目标：将冬季打造成999感冒灵的品牌专属季，让消费者想到冬天温暖时就产生999感冒灵的品牌联想。

传播方式

运营方式：微博日常营销很暖心，活泼、幽默符合当代年轻人的社交方式。

创意玩法：与B站、keep等与当代年轻群体生活娱乐息息相关的APP进行跨界联名。

消费者分析

痛点：当下年轻人学习工作压力大，冬季寒冷易感冒，人在冬天更渴望温暖。

痒点：愿意为“情感营销”买单

爽点：追求新鲜感和体验感，也喜欢温暖的事物。

营销方式

利用**情感营销和互动营销**来管理品牌核心接触点。

营销理念

线下烤红薯的冬日送暖的场景，将冬季和温暖结合打造成999的品牌专属温暖季，设计互动性强、参与度高、体验感佳的系列创意活动，**增加情感链接点**，强化品牌价值和品牌理念，引发**消费者共情**，的**品牌联想**。提高品牌忠诚度。提升年轻消费群体对冬日感冒用药999感冒灵。

999感冒灵

↓
冬日寒冷，暖心陪伴
预防感冒，呵护你我

↓
冬季寒冷999陪你
度过温暖寒冬。

↓
营销主题

跃进寒冬拥抱你

↓
这个冬天，999感冒灵
跃入寒冬，温暖你我

营销总预览

通过本次冬日温暖文学营销策划，我们预计触达2.5亿年轻用户，吸引5000万+目标用户一想到冬季就会联想到999感冒灵的温暖与贴心完成品牌联想。达成999感冒灵品牌曝光和消费者引流的目标，最终提升年轻消费者对冬日感冒用药999感冒灵的品牌联想。

预热期

相遇见暖

活动时间：2024.11.05-11.15

活动平台：微博、小红书

- 温暖源于爱摄影展

- 请画一下温暖

微博话题#温暖源于爱#引发话题讨论，线下开办摄影展、线上微博进行“请画一下温暖”的绘画征集活动。通过线下线上双线营销、节气营销来让话题出圈。

引爆期

相知倍暖

活动时间：2024.11.16-11.25

活动平台：微信、微博、网易云、小红书

- 999与网易云联名“跃进寒冬拥抱你”

- 999的暖心烤红薯摊

用网易云发布季节限定歌曲，来与年轻群体进行情感沟通。线下暖见暖心烤红薯摊，场景营销深化品牌温暖调性。

延热期

相守互暖

活动时间：2024.11.26-12.05

活动平台：微信、微博、小红书

- 暖心医药箱

与支付宝公益合作为偏远山区送去暖心医药箱。让温暖延续，深化品牌温暖的形象。

预热期

相遇见暖

2024/11/05-2024/11/15

线上微博发起**话题讨论**，
引发网友热议和关注。

线下举办摄影展“温暖源于爱”唤醒用户的情感记忆，
让用户心中对于999感冒灵
有一种**新看法**。

开展线上征集活动“请画一下温暖”的绘画活动。引起大众的**情感共鸣**，引爆话题
让其迅速出圈。

冬至见暖

活动时间：2024 11 05 - 2024 11 07

活动平台：微博

活动内容：999感冒灵官博在微博上发布话题讨论**#今日冬至，宜送温暖# #冬日有你，温暖你我# #温暖源于爱#**通过日常的场景来引起用户的温暖记忆来快速的建立官博与用户的话题讨论。同时参与话题讨论转发量前10名的可以获得999感冒灵的冬日暖心礼盒一份。在活动最后一天预告摄影展的内容，持续引发话题讨论。

微博海报



相遇见暖

微博话题

宣传海报



温暖源于爱摄影展

活动时间：（2024 11 08 - 2024 11 11）

活动地点：郑州市部分地铁站以及公园（重点二七区的地铁站和附近公园）

活动内容：在郑州部分地铁站和公园内开设摄影展来传递999感冒灵品牌温暖的**品牌调性**。通过摄影展的方式来唤醒用户的**集体记忆**。

请画一下温暖线上绘画活动

活动时间：（2024 11 10 - 2024 11 15）

活动地点：微博

活动方式：在线上的微博进行征集活动，引发参与者内心的温暖之事来让参与者画出。被选中的绘画都可以会送精美礼物一份，并将画出的图画制作成绘本以后出一本《请画一下温暖》绘本，此后每一年出一本来为年轻人留下999感冒灵的新品牌印象。并带话题**#请画一下温暖#**

活动预期效果：让**#999感冒灵的冬日暖心瞬间#****#跃进寒冬温暖你#**话题出圈。



相遇见暖

温暖源于爱 摄影展

创意概述

《小森林》说“寒冷是一种重要的调味料”。冬天本身是冰冷的、萧瑟的、苍白的，而我们通过摄影、绘画的方式，记录下了冬日里的温暖瞬间，让温暖具象化的留存，让冬日变得温暖，体现了品牌的特点，也在年轻消费者留存品牌的印象。

展区一

温暖源于爱摄影展

严冬催寒，微光暖心。999感冒灵，冬日有我，温暖你我。

传播方式：小红书、微博



展区二

请画一下温暖线上活动

总有一个瞬间让我们热泪盈眶
温暖可以是任何一个瞬间，或许将抽象的爱与温暖以画作的形式呈现，温暖与爱就永恒存在了。



相遇见暖

活动呈现

999[®]感冒灵

活动方式

发布平台：

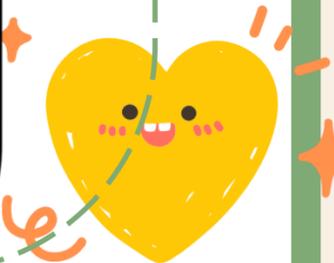
小红书、微博

广告形式：

小红书开屏广告、微博官博预热

搜索位：999感冒灵温暖源于爱
摄影展

话题词：**#999感冒灵温暖源于爱摄影展#**
#999感冒灵冬日温暖计划#



引爆期

相知倍暖

2024/11/16-2024/11/25

与网易云联名推出《跃进寒冬拥抱你》的联名歌曲微信H5，通过听歌云拥抱的方式与年轻群体进行**情感连接**。

开展999感冒灵冬日暖心烤红薯摊，用生活中的小事来与用户进行联系，让用户感受到**品牌的温暖与贴心**。

利用**场景营销、互动营销**，999感冒灵暖心红薯摊让年轻群体感受到999感冒灵暖心体贴，使其产生**品牌联想**，让品牌形象具象。

网易云*999感冒灵《跃进寒冬温暖你》

活动时间：2024 11 16 - 2024 11 19)

活动平台：网易云、微博、微信

活动内容：

与网易云联名发布歌曲《跃进寒冬拥抱你》，在网易云发布。利用网易云治愈的平台属性发布歌曲《跃进寒冬拥抱你》来与年轻群体进行情感上的连接，利用**情感营销**来让**品牌年轻化**，进一步强化“**相遇冬日，温暖你我**”的口号，加强品牌与目标群体的联系。

微信发布H5互动小游戏《寻找自己的冬季人格》用年轻人喜欢的方式，用年轻人喜欢的人格测试方法来向用户普及预防感冒的知识，提升年轻消费者对冬日感冒用药999感冒灵的**品牌联想**。

人格测试生成海报



相知倍暖

网易云*999 《跃进寒冬拥抱你》

主题

《跃进寒冬拥抱你》

内容概述

预热平台
微博、网易云开屏广告

活动具体内容

通过与网易云联名发布歌曲《跃进寒冬拥抱你》，来进入年轻人的生活中。

听歌时，送云拥抱时会出现专属温暖特效，**打造温暖场景。**

以此，来达到与年轻目标群体进行**情感沟通**。热搜榜999《跃进寒冬拥抱你》

推广海报



微博热搜



《跃进寒冬拥抱你》副歌

如果真的可以
多想一直抱着你
今冬能够相遇
真的非常幸运
越过长街穿过昼夜
我跃进寒冬遇见你
越过寒冬带着温暖
我跃进寒冬拥抱你

发布时间

2024 11 16 - 11 19



活动呈现



999感冒灵暖心烤红薯摊

活动时间：2024 11 20-2024 11 25

活动地点：郑州二七区（如德化新街）

活动内容：在郑州市人群流动的商业街设置线下烤红薯店，在一些办公大楼附近设置999感冒灵烤红薯快闪店。

实施细节：用户通过在店门口喊出口号“红薯暖暖，寒冷拜拜。999暖心，冬日暖暖。冬日有你，温暖你我。”来打卡拍照，发布小红书、抖音等社交媒体平台中并@999感冒灵官博即可免费领取烤红薯一只。

红薯慢闪店，通过扫码参与答题活动，向工作人员展示就可领取烤红薯一只。同时在放置烤红薯的杯套里有999感冒灵品牌之前收集《请画一下温暖》绘本的图画，扫描二维码还可以了解画的故事。

活动预期效果：让999感冒灵温暖贴心的品牌调性深入年轻群体的内心，让歌曲的美好与烤红薯的温暖赶走冬日的寒冷，**打造陪伴场景**，书写999感冒灵冬日温暖守护形象。



宣传文案

999冬日暖心烤红薯摊

活动方式：

线下慢闪店

传播方式

微博、抖音、小红书

活动时间：

2024.11.15-2024.11.20

活动形式：

拍照打卡上传社交媒体可

获得烤红薯一只

微信扫码答题

活动地点：郑州市商业街

嗨，这个冬天
我想为你烤一只红薯
它不大不小，就像生活里
每天都在发生的小温暖
有人在社交媒体上发布自己日常
生活的小确幸大家开始在评论区
细数自己生活中的美好瞬间一张
自己近况的自拍照除了点赞和评
论有些人也在担心和关心天南海
北的人情味就像这颗红薯的香味
一张写满对考研学子充满祝福话
语的便签通过在高铁上流转
鼓励了一个又一个去面试的学生
并形成了一个温暖的闭环
有人觉得是经历让他们感同身受
但我却觉得是温暖的力量

就像999请画一下温暖绘画活动中
大家画下的无数温暖的瞬间
自己生病时，独自打点滴时陌生人的
举手之劳
工作压力大到崩溃时，
朋友的无声陪伴和陌生人的鼓励与
共情
过年回家时，爸妈一天三顿不一样
的饭菜这些你来我往的温暖
有些都不经意
但都发生在我们的生活里
现在我想送一份温暖给大家
它不大不小刚好是冬天一颗烤红薯
的份量999烤红薯慢闪店限时营业
期待你来，互相取暖，传递温暖



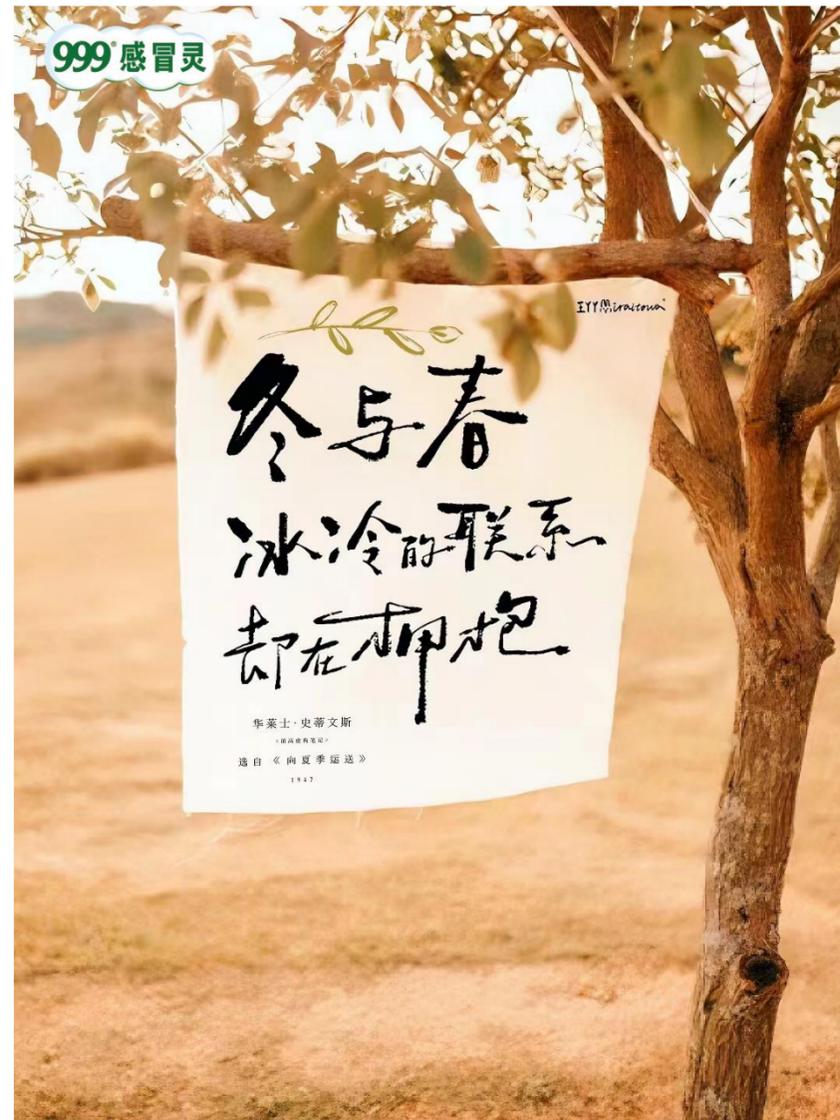
相知倍暖

系列海报

主题

海报呈现

海报呈现



延热期

相守互暖

2024/12/06-2024/12/25

以公益活动展现品牌担当来为999感冒灵“跃进寒冬温暖你”温暖情感的升温，提升品牌的形象。

用公益活动“暖心医药箱”，来提升品牌形象，让品牌温暖贴心的形象深入人心。

“暖心医药箱”来谱写999感冒灵冬日温暖的尾声。让品牌的温暖、贴心在用户的心中达到顶峰。

暖心医药箱

活动时间：2024 11 26 - 2024 12 05

活动平台：微博

活动内容：

999感冒灵与支付宝微博发布话题讨论#999感冒灵暖心医药箱#以及活动海报

与支付宝公益合作为偏远山区送去“暖心医药箱”为偏远山区提供日常需要的药品。缓解偏远山区买药远、买药难的问题。

活动预期效果：提升品牌形象，让999感冒灵温暖贴心的品牌特点深入年轻群体的内心。

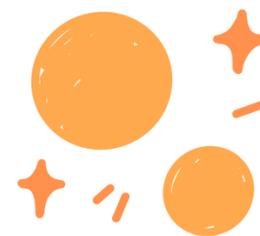
宣传海报



999[®]感冒灵



03



媒介及预算



媒介排期

相遇见暖

相知倍暖

相守互暖

活动时间

话题讨论跃进寒冬温暖你
2024 11 05-11 07
温暖源于爱摄影展
2024 11 08-11 11
请画一下温暖
2024 11 10-11 15

网易云联名“跃进寒冬拥抱你”
微信H5小游戏“需找自己的冬季人格”
2024 11 16-2024 11 19)
999感冒灵的暖心烤红薯摊
2024 11 20-2024 11 25

暖心医药箱
2024 11 26-12 05

微博

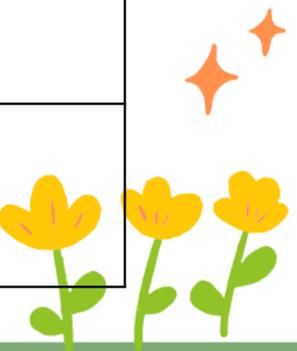
小红书

网易云

抖音

微信



广告预算

跃进寒冬温暖你

相遇见暖

温暖源于爱摄影展
请画一下爱

平台宣传: 9W
线下展览: 36W

平台宣传: 10W
精美礼物: 10W

65W

相知倍暖

H5寻找自己的冬季人格
与网易云联名《跃进寒冬拥抱你》
999感冒灵暖心红薯摊

歌曲制作: 30W
平台宣传及微博热搜: 65W
联名活动: 100W
H5小游戏制作: 10W

媒介宣传: 25W
线下快闪店: 25W
店铺租赁: 15W

270W

相逢互暖

暖心医药箱

公益活动: 150W

150W

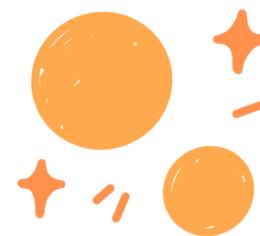
共计: 485W



999[®]感冒灵



04



附件



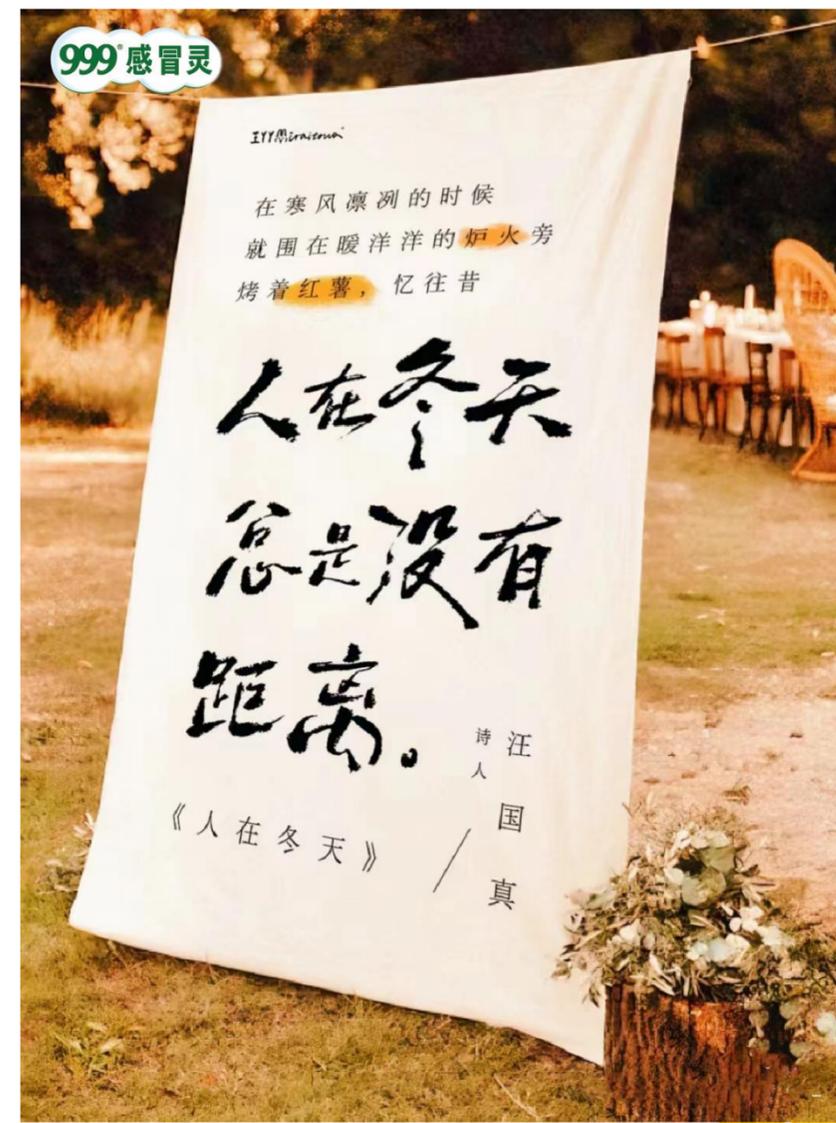
创意呈现

系列海报

主题

海报呈现

海报呈现





活动展示

人格测试



999感冒灵暖心红薯摊



微博海报



暖心医药箱



调查问卷

问卷部分内容

1. 您的性别 [单选题]

- 男性
 女性

2. 您的年龄是 [单选题]

- 18岁以下
 18-25岁
 26-35岁
 35岁以上

3. 您的职业是 [单选题]

- 在校大学生
 上班族
 自由职业者
 其他

4. 您平时感冒时选择的感冒药是 [多选题]

- 999快感冒灵
 克复方氨酚烷胺胶囊
 白云山小柴胡
 连花清瘟胶囊
 其他

5. 您选择感冒药的因素有哪些 [多选题]

- 知名度
 具体功效
 安全性
 朋友推荐
 其他

6. 您在感冒时一般有什么诉求 [多选题]

- 希望他不要和重要的事情撞在一起
 希望多些休息, 少些工作
 希望得到身边亲友的关怀
 在重要的场合, 希望不要尴尬的处理打喷嚏和流鼻涕等事宜
 其他诉求

7. 您选择999感冒灵的原因 [多选题]

- 知名品牌值得人信赖
 自己或家人朋友使用过
 中成药成分安全
 药效显著
 其他

8. 您平时接触999感冒灵广告的途径是 [多选题]

- 新媒体广告
 电视广告
 户外广告
 小红书等博主种草
 其他

9. 您认为感冒时有人陪伴是一件温暖的事情吗? [单选题]

- 是 (请跳至第11题)
 否

10. 你觉得生活中的温暖事情是什么 [多选题]

- 伤心时, 有朋友或家人的陪伴或安慰
 不舒服时, 有人关心
 处于困难时, 陌生人的帮助
 回家时, 爸妈为自己做的美食
 其他

11. 您觉得999感冒灵是一个具有温度的品牌吗

12. 在你的心中999感冒灵的品牌形象是 [多选题]

- 温暖体贴
 值得信赖的
 坚实可靠
 其他

13. 如果999感冒灵在今年冬季开展冬季温暖项目计划, 您希望在项目中出现哪些营销活动? [多选题]

- 跨界联名 (比如动漫类、APP (B站、小红书等) 等)
 线下快闪店
 与快手或抖音结合拍摄与999感冒灵有关短剧
 开展999感冒灵暖心公益活动
 与传统文化结合 (如二十四节气、漆扇等)
 其他

999[®]感冒灵

999感冒灵



跃进寒冬温暖你

营销策划案



暖爱的很贴心

