

墨迹天气×拜耳彼康王「皮肤解忧“气象局”」

- **品牌名称：**拜耳彼康王
- **所属行业：**医药类
- **执行时间：**2024.09.24-10.23
- **参选类别：**场景营销类

高温湿热天气

华南、西南地区仍然保持着湿热的天气状态，这种环境更有利于真菌生长、繁殖，削弱皮肤的屏障功能，使皮肤真菌感染的风险增加。

换季过敏因素

夏秋换季时节，皮肤易过敏，昼夜温差加大，免疫力下降，皮炎湿疹合并真菌感染的风险增加，皮肤健康问题不容小觑。

国庆出行高峰

国庆会涉及异地出行，中途天气变化多端、过敏高发，皮肤真菌感染风险高，国庆前会查看天气准备行李物品，皮肤用药也必不可少。





天气变化带来皮肤健康问题，彼康王绑定天气机会
贯穿皮肤健康场景，实现声量与口碑双升



强·传播力

— 构建场景联想 —

强化易发皮肤瘙痒的天气场景与彼康王的品牌联想，针对易发天气场景进行传播。



强·认知力

— 场景认知突围 —

挖掘品牌认知突破口，结合彼康王产品的优势，深化品牌在大众范围内的认知。



强·联动力

— 赋能渠道KA —

赋能品牌渠道终端KA药店，实现墨迹天气APP、彼康王、终端KA的三方联动。



共创科普IP，解读天气与皮肤健康的关系，锁定皮肤瘙痒风险场景为用户解忧



将墨迹天气的气象优势与彼康王专业治痒的产品价值相结合，深入解读天气因素与皮肤瘙痒的关系，普及皮肤健康知识，构建品牌天气联想，形成彼康王与皮肤瘙痒天气场景的强绑定。



天气内容&天气流量双轮驱动，立体化打造「皮肤解忧“气象局”」IP

天气内容合作

打造趣味科普阵地H5，彼康王小红人与墨迹莫娜共同演绎，以对话的形式，趣味科普夏秋之交天气与皮肤瘙痒的关系

聚人气 强认知

**皮肤解忧
“气象局”**

墨迹天气&彼康王联合出品

天气流量合作

定制墨迹独家天气场景广告，“天气+区域”组合定向展示，为趣味科普阵地H5及线上销售渠道引流

聚声量 强触达

01 以趣味科普传递用户关怀

打造科普栏目IP，通过趣味科普深入解读天气对皮肤健康的影响，将过往晦涩难懂的用户教育文字变为通俗趣味的故事情节，普及皮肤健康知识，为用户皮肤问题解忧，传递品牌关怀。

05 以渠道联动赋能品效双赢

与美团买药、饿了么买药实现O2O联动：线上打造小红人外卖小子形象，将美团、饿了么元素巧妙融入天气背景之中；渠道线下终端放置共享雨伞，为皮肤健康撑起保护伞。

02 以天气场景构建品牌联想

通过墨迹独家场景化资源，结合国庆出游热点、城市地方特色元素，分别设计湿热、过敏场景下的广告素材，构建品牌联想，形成彼康王与湿热、过敏天气场景的强绑定。

04 以卡通人物打造惊喜联动

彼康王小红人替换墨迹穿衣助手莫娜进行展示，定制多款小红人动态造型，晴、阴、雨天展示不同造型。小红人与莫娜在科普H5中实现惊喜联动，将科普内容融入二者对话之中。

03 以精准定向触达需求人群

借助墨迹天气专业气象能力，锁定湿热、过敏发生的天气及地区精准投放，实施动态媒介策略，依据天气变化实时调整投放节奏，在用户需求场景下趁“需”而入，激发购买欲望。



趣味科普阵地H5搭建

打造以「皮肤解忧“气象局”」为主题的趣味科普阵地H5，彼康王小红人与墨迹莫娜共同演绎，以对话的形式，趣味科普夏秋之交天气与皮肤瘙痒的关系，解密诱发皮肤瘙痒的天气因素及相关病症，教大家科学治痒，为用户排忧解难。



投放墨迹独家天气场景广告，定制多样化广告素材

结合彼康王小红人形象，借势国庆出游场景及城市地方特色，联动美团买药、饿了么买药，定制墨迹天气独家场景化广告——首页天气背景+穿衣助手+金刚位，为趣味科普阵地H5及线上销售渠道引流，湿热、过敏不同天气分别设计相应广告素材。

01 金 刚 位

结合产品定制相关icon，为趣味科普阵地H5引流。



02 天 气 背 景

围绕皮肤解忧“气象局”主题，结合国庆出游及不同城市地标建筑，融入美团、饿了么元素，分别设计湿热、过敏不同天气背景素材。



湿热场景素材



过敏场景素材

03 穿衣助手替换&动态穿衣助手

卡通人物创意联动，彼康王小红人替换穿衣助手莫娜；结合美团、饿了么元素，打造小红人外卖小子动态形象；定制多款动态造型，晴、阴、雨天展示不同造型。



针对湿热、过敏不同天气场景，分阶段“因天+因地”组合式定向投放



湿热场景录屏

阶段一： 湿热场景投放

- ✓ **天气定向：**
温度 ≥ 25 度且湿度 $> 70\%$
- ✓ **城市定向：**
圈定湿热高发10个城市定型投放



过敏场景录屏

阶段二： 过敏场景投放

- ✓ **天气定向：**过敏指数“较易发/易发/极易发”3个等级（过敏指数划分极不易发、较不易发、不易发、易发、较易发、极易发6个等级）
- ✓ **城市定向：**圈定过敏高发12个城市定向投放

线下创意联动，赋能渠道销售，扩大活动影响力

线下共享雨伞 延展IP价值，为皮肤健康撑起保护伞



实现流量破局，提升品牌知名度

传播周期内总曝光量达**1亿+**，总点击量**15万+**，实现强势曝光，形成独特的品牌天气场景联想，有助于用户在特定天气遇到皮肤问题时，首先想到彼康王这一品牌。

塑造良好口碑，提升品牌形象

向用户普及皮肤健康知识，提高用户的皮肤健康意识，有利于提升彼康王品牌的专业形象，彰显社会责任感。

引导消费趋势，赋能终端业务销售

引导看“天”消费的消费趋势，激发购买欲望，与美团买药、饿了么买药等销售渠道联动，实现即看即买，有助于促进销售转化。

