

共聆计划:

世界就在“耳”边

——拜耳2023年度品牌传播方案发布会





我们是谁？

1. 企业目标

science for a better life/科技创造美好生活。

2. 企业构成

处方药、健康消费品、作物科学三大事业部

3. 企业市场需求

健康与营养

4. 企业愿景

共享健康，消除饥饿。

5. 集团战略

- ①实现世界级创新
- ②提升运营绩效
- ③打造可持续影响力
- ④塑造领导力

作为一家全球领先的生命科技公司，多年来，拜耳始终关注着世界万物的问题，与多元主体共同探索解决方案，为社会和环境创造积极影响。

- 拜耳三个事业部积极与全球知名学术机构开展长期战略合作，推动基础研究和药物发现的前沿突破。
- 开展“走进西部”项目、“健康中国行”大学生乡村支教行动、“更多”系列项目、耕远农场等公益活动和示范性项目，不断为促进社会发展贡献力量，并通过社会创新改善人们的生活质量。
- 致力于推动绿色、低碳、可持续的生产模式，研究和开发更加环保的产品和技术，为减缓全球气候变化、减少环境污染、保护生态环境做出了积极贡献。

01 项目调研

企业媒介分析



微信账号名称	账号定位	导航栏	平均阅读量	更新频率	内容分析
拜耳中国	拜耳中国官方账号	创造美好 创新发展 创益世界	3000	不定, 平均每月 10篇左右	发布有关拜耳的最新讯息, 包含社会公益、行业峰会、节日祝福、招聘活动等内容
拜耳作物科学中国	拜耳作物科学事业部官方账号	拜王牌: 看产品与方案 拜精彩: 最新品牌活动 拜家族: 品牌信息	1000	不定, 平均每月 1-2篇	发布有关拜耳作物科学事业部的最新讯息, 包含社会公益、行业峰会、节日祝福、所获成就等内容
拜耳悦农堂	拜耳作物科学(中国)有限公司官方服务号, 服务于专业种植者	悦农专区 悦农小程序 我的	1000	不定, 平均每月 更新4次, 每次更新 7-8篇不等	分享种植技术、行情资讯、会员福利
拜耳处方药	旨在帮助医疗专业卫生人士打造有效的学术会议管理平台 and 学术信息分享平台	关于我们 拜耳会议 个人中心	/	/	仅供医疗卫生专业人士使用, 须进行身份认证后获取内容
拜耳健康消费品	赋能健康每一天	菜单名称	/	不定	主做视频号, 发布品牌宣传广告、专业活动会议等视频内容

Z世代消费者分析



Z世代是具有社会责任感的一代人，他们追求**高价值文化消费**。因此，品牌可以通过履行企业社会责任，增强ESG传播，让品牌消费成为年轻人发声的方式。

在意精神需求，消费体验

- 产品不一定实用主义至上，但是千金难买“我”乐意，十分在意产品给消费者带来的精神需求
- 品牌故事、IP周边消费的兴起，消费者更愿意了解品牌故事，重视背后的文化内涵

沉浸感体验

- VR、剧本杀成为Z世代新爱好，会注重场馆氛围
- 即使是奶茶店小餐厅，也要有值得“打卡”的元素，这样才得以吸引年轻人进行消费

追求个性化定制 营造归属感小圈子

- 小众领域崛起，潮玩潮牌成为消费新选择
- 比起上一辈的消费者，年轻人更加包容新兴文化，愿意为兴趣买单，通过消费物品建立自己的圈子，例如汉服、JK等消费圈

消费成为年轻人发声的 简单方式

- 从无性别时尚到标语tee，Z世代正在关注的社会议题也成为时尚表达的一部分：性别平等、气候变化、工作生活平衡、贫困竞争、快乐与自由
- 和点赞转发一样，品牌应让消费成为年轻人发声的简单方式

02 传播策略

品牌主张：科技创造美好生活

目标受众：追求高文化消费的Z世代群体（1995年至2009年之间出生的人群）

问题洞察

传播渠道较为单一

内容专业性过强

业务范围广，传播割裂

问题与策略

多元化传播渠道
建立品牌社交媒体矩阵

平等交流拉近距离
共创内容和推广活动

建立品牌共鸣
强调品牌社会责任和ESG传播

拜耳2023年度品牌传播主题： 共聆计划——世界就在“耳”边

传播分主题

共聆生命的声音

共聆科技的声音

传播目的

与Z世代热衷的播客APP小宇宙“联名”，利用线下线上联动的“拜耳圆桌说”活动和极具创意的“我是万物”活动，形成播客内容，并上线“请听”拜耳专属播客栏目，邀请Z世代与拜耳共聆生命的声音。

与科技馆携手搭建黑暗中共聆体验馆，通过黑暗放大听觉，并通过寻找问题、尝试解决、复盘过程的方式，体现拜耳面对多变环境的价值使命，邀请Z世代与拜耳共聆科技的声音。

传播策略

听出来的Problem

我是万物

拜耳圆桌说

黑暗中的共聆体验馆

“共聆计划”主题阐释

共聆计划：取“拜耳”之“耳”，我们希望以**声音**为主题，与**Z世代**携手，通过“耳”倾听多元的需求和意见，与更丰富的主体展开对话，积极**发现问题**，并致力于**解决问题**，推动创新和可持续发展，探索生命的真正意义，并为社会和环境创造积极的影响，展现对世界的理解和承诺。

生命

科技



拜耳2023年度品牌传播slogan



世界就在“耳”边

传播目的



传播策略

共聆计划

共聆生命的声音
“请听”系列播客上线小宇宙

共聆科技的声音
“黑暗中共聆”体验馆

会场

地点

选择原因

主会场

鼓浪屿

鼓浪屿因海滩上有一块二米多高、中有洞穴的礁石，风浪冲击时发出略略之声，酷似鼓声而得名，更保留着音乐文化的传统，享有“钢琴之岛”“音乐之乡”的美誉，是开启“共聆计划”地点的不二之选。

“共聆生命的声音”
分会场

天竺山森林公园

天竺山国家森林公园是孕育万千生命的自然摇篮，源源不断，生生不息，恰与拜耳关注健康、关注生命的品牌理念相契合。

“共聆科技的声音”
分会场

厦门科技馆

厦门科技馆被誉为“科教版迪士尼乐园”，以“人·科技·和谐”为主题，注重公众与科技之间的互动，深受广大年轻人好评。

品牌IP发布

发布会#世界就在“耳”边#

Bear≈Bayer



- 推出品牌IP三只小熊，与Z世代建立更亲密的情感链接
- 拜耳谐音“bear”，因此IP为三只小熊
- 三只小熊分别对应拜耳的三个事业部：处方药事业部、健康消费品事业部、作物科学事业部



处方药事业部



健康消费品事业部



作物科学事业部

03 规划执行

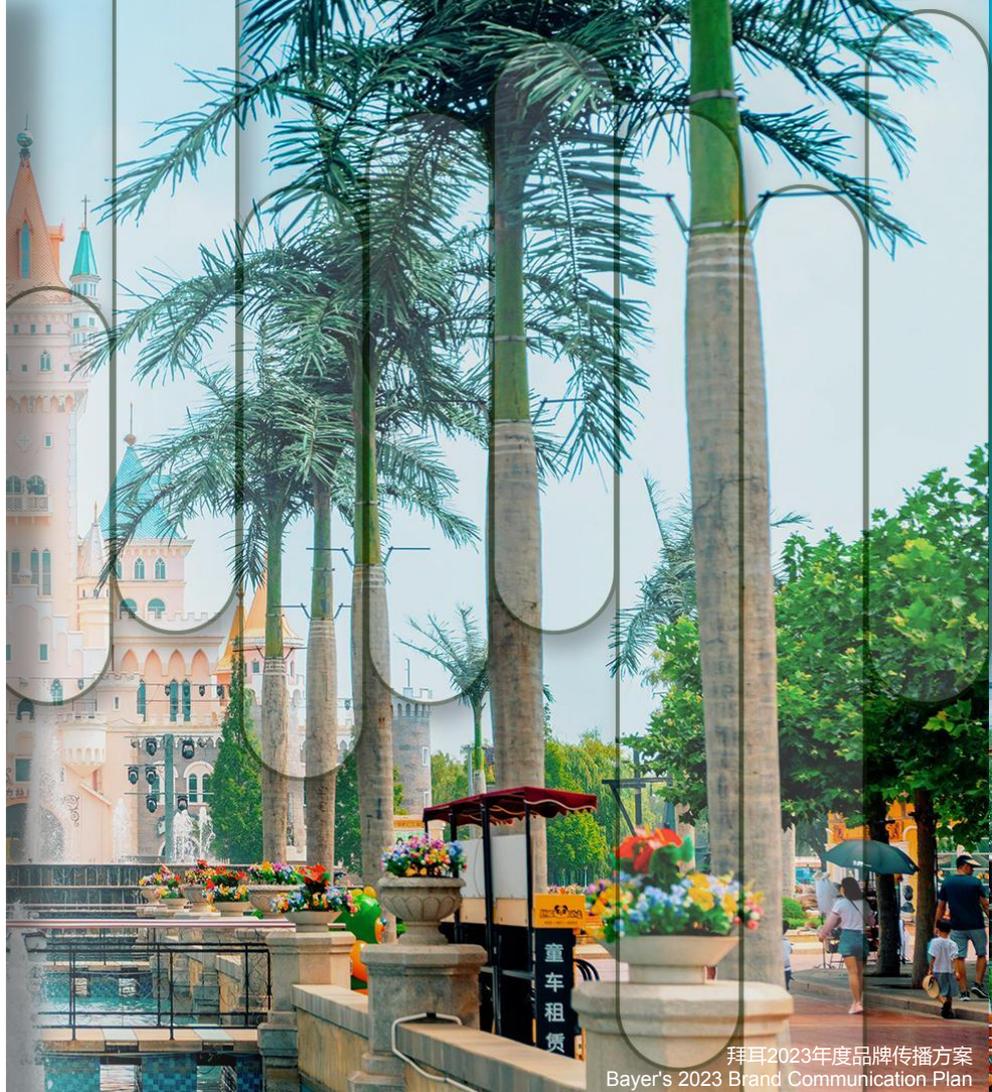


阶段一：

共聆生命的声音

“请听”系列播客上线小宇宙

万物有灵，我们在听



拜耳X小宇宙：听出来的problem



活动时间：2023年3月--5月

活动平台：全社交媒体平台（抖音、B站、小红书、微博）+小宇宙



活动目的：

- ①通过与Z世代热衷的播客APP“小宇宙”联名，并在其中开设拜耳“听出来的problem”专栏，提高拜耳及其IP小熊的知名度，增加拜耳在Z世代群体中的曝光和话题热度。
- ②通过“听出来的problem”趣味音频挑战活动，鼓励Z世代积极关注世界问题。

活动内容：

拜耳与小宇宙APP进行联名，举办线上声音博物馆，在小宇宙APP开设专栏“听出来的problem”，通过拜耳IP小熊形象发布目前世界普遍出现的风险问题音频挑战，例如：新生儿哭声由大到小（人口老龄化）；海水上涨的声音（温室效应）；土地崩裂的声音（粮食安全），玩家通过音频选择对应的问题，挑战成功即可获得声音明信片、拜耳产品优惠券、特色的小熊红包封面等奖励。

拜耳X小宇宙：听出来的problem



A、温室效应

B、粮食安全

C、人口老龄化

拜耳X小宇宙：我是万物



活动时间：2023年3月--2024年2月（持续一年，一月一次）

活动平台：全社交媒体平台（抖音、B站、小红书、微博）、小宇宙播客

活动目的：

- 对“拜耳和年轻一代一起聆听万物的声音”的核心理念进行宣扬与传播
- 以生动有趣和专业性兼具的方式让品牌和Z世代站在一起
- 品牌和Z世代一起关心社会问题，尝试找到解决方案，体现品牌社会责任感

活动内容：

- ①每月中旬，拜耳和拜耳和中国保健协会、中国地理杂志、中国红十字会等非盈利组织合作，以“**每个月里，有一天，我会变成一个全新的生命**”为核心创意录制**剧情播客**，宣扬拜耳和年轻一代一起聆听万物的声音。
- ②每月播客上线期间，拜耳官方微博会将头像换成当期播客主角的卡通版，并与微博合作，网友转发此条播客即可获得当期播客主角的**微博昵称后缀**图标。
- ③在抖音、B站、小红书、微博等社交媒体平台邀请**中腰部KOL**发布“我也能听见___的声音”图文，触达更多Z世代。
- ④完整听完十期播客并在社交媒体晒图@拜耳中国官方账号即可获得电子版“拜耳共聆青年”**项目证书**。
- ⑤每三个月拜耳会面向Z世代进行下一期“我是万物”播客主题**征集**，并发起社交媒体投票确定选题，真正听见世界的、社会的、青年的声音。

拜耳X小宇宙：我是万物



脚本示例：

对象

主题

情节

问题

拜耳方案

今天，我变成了胃。没错，你没有听错，不是那个口字旁的“喂”，是你身体里那个经常被你和肚子搞混的“胃”。你可千万别觉得变成胃是什么有趣的事。

嘶……我好像留下后遗症了……现在想想都好疼啊！天！我真服了，到底是谁告诉我现在的主人多喝热水，多吃粥和面条可以养胃、缓解胃痛的啊！这种没有依据的认知可把我害惨了，今天不仅疼了一天不说，还一点有营养的事物都没吃到！害的我从早晨起床一直疼到晚上变回来，你一定无法想象，平时自己觉得忍忍就会过去的疼痛，对于胃来说是多么严重！如果放任不管，可怜的胃就只能自己硬撑过去，可是伤害是不会消失的。

你可别光看我笑话，说不定你也会有变成胃的一天，以防万一，请记住我接下来说的话：出现胃部不适，可以居家进行经验性治疗，家中可以常备一些胃药，如胃黏膜保护剂、抗酸剂、抑酸剂、促动力药物。若用药后症状没有缓解，或找不到胃部不适的原因，应尽快就医。拜托！好好对胃（可能是我）！

呵护
胃
肠道
健康

胃病



扫描二维码收听完整版



拜耳X小宇宙：拜耳圆桌说

活动时间：2023年3月--2024年2月（持续一年，一月一次）

活动平台：全社交媒体平台（抖音、B站、小红书、微博）+小宇宙



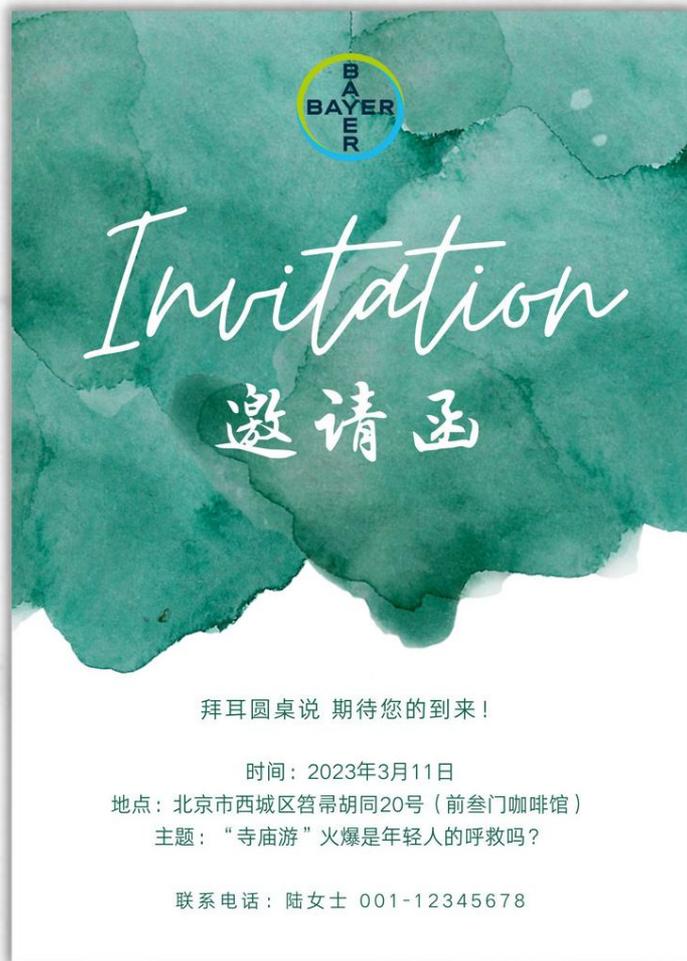
活动目的：

①增加曝光和话题热度；②传递品牌理念，与Z世代拉近关系。

活动内容：

①每月一日在微博公布“圆桌说”所在城市及讨论话题，向城市青年发出“圆桌说”邀请函，同时定向邀请相关话题领域的专家参与讨论，如传播学者、科研人员、一线医生等。

②每月的第二个周日，拜耳在一线或新一线城市咖啡馆举办“圆桌说”活动，邀请当期城市内的青年参与，在主持人的引领下，自由地围绕话题进行讨论，与专家平等沟通，聆听Z世代的真实想法与最新观点。



“圆桌说”邀请函示意图

拜耳X小宇宙：拜耳圆桌说



时间	城市	话题
3月	北京	“寺庙游”火爆是年轻人的呼救吗
4月	上海	数字藏品之外，我们能对web3世界期待什么
5月	广州	罕见病和大众的日常生活什么关系
6月	成都	如何从零开始驯服AI
7月	西安	绝症患者会发自内心地接受安宁缓和治疗吗
8月	青岛	日本核排放对沿海地区的影响
9月	深圳	前沿科研成果如何向大众普及
10月	长沙	00后与职场，到底谁整顿谁
11月	郑州	农田的昨天、今天和明天
12月	天津	“生化环材”四大天坑还有救吗
1月	杭州	奶头乐理论是阴谋论吗
2月	武汉	常用药需要品牌背书吗

③话题的选择与**时下最新话题**、**当期城市的特色**相关，增加青年参与活动的积极性。在抖音、B站、小红书、微博等社交媒体平台邀请中腰部KOL发布“圆桌说”vlog，触达更多Z世代。



拜耳X小宇宙：拜耳圆桌说

在微博开启“共聆Z世代的声音”问题互动大屏

以实时弹幕的形式呈现Z世代的困惑

在五四青年节开设“共聆Z世代的声音”专场圆桌说活动

为什么我们总是恐惧改变？

趁年轻，总要勇敢

想要特种兵旅行

又是做45度青年的一天啊

情绪价值有多重要？

又是被实习逼疯的一天

怎么会“休息羞耻”！

为何要敲电子木鱼？

如何停止内耗？

买包？买醉？买彩票！

不知道自己适合什么工作。。

不上课不上进只上香？或许只是不了解我们真正求什么。

如何看待搭子社交



拜耳圆桌说



④全程录制每期线下“圆桌说”活动，经过后期剪辑，与“我是万物”创意播客共同制作成拜耳“请听”播客栏目，在小宇宙播客平台发布。

⑤采纳“圆桌说”活动中提出的合理可行的建议，由拜耳发起后续活动，在具体的话题领域继续深入，真正解决世界的、社会的、青年的问题。



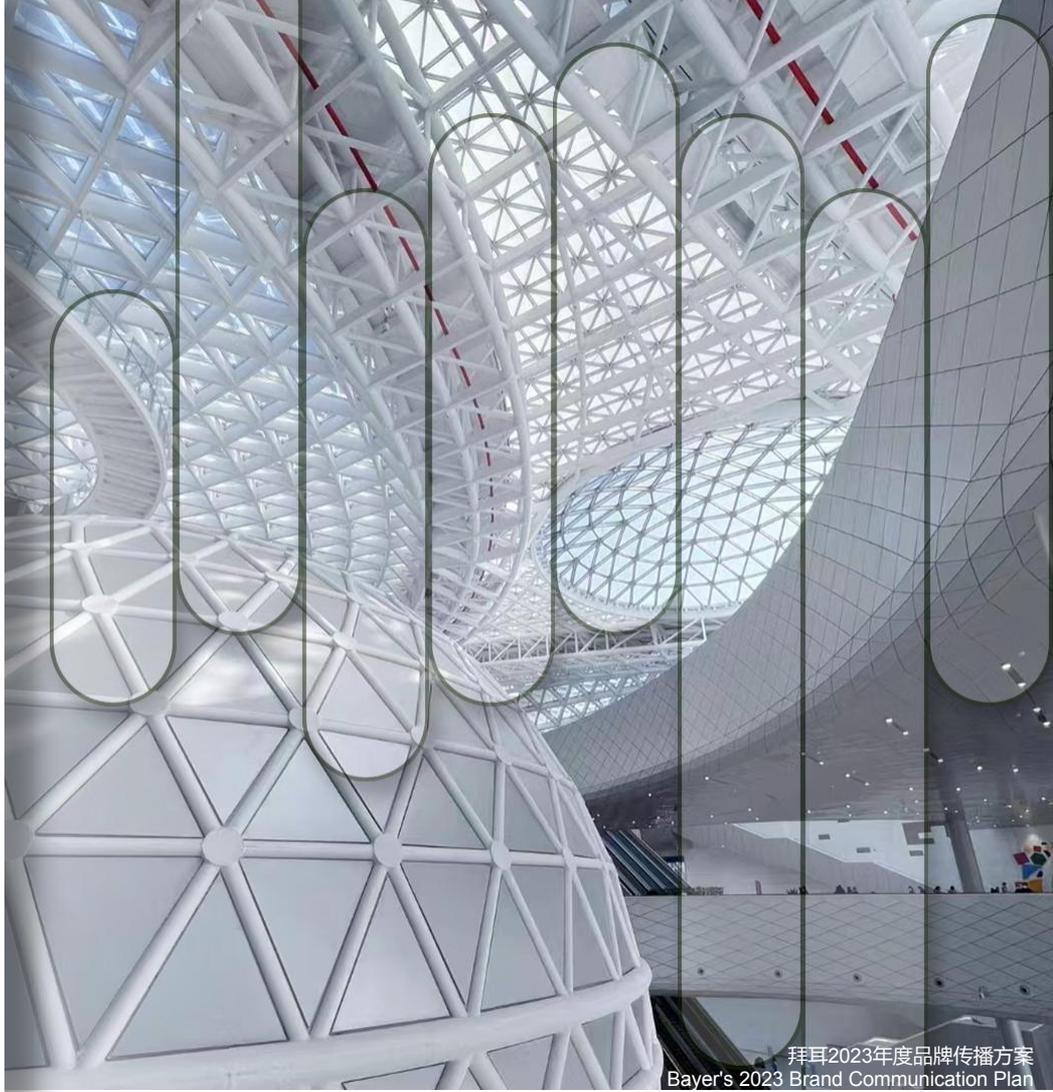


阶段二：

共聆科技的声音

“黑暗中共聆”科技节

共创探索，我们在做



拜耳X厦门科技馆：“黑暗中共聆”科技节

活动时间：2023年3月--2024年2月

活动地点：北京、上海、广州、深圳

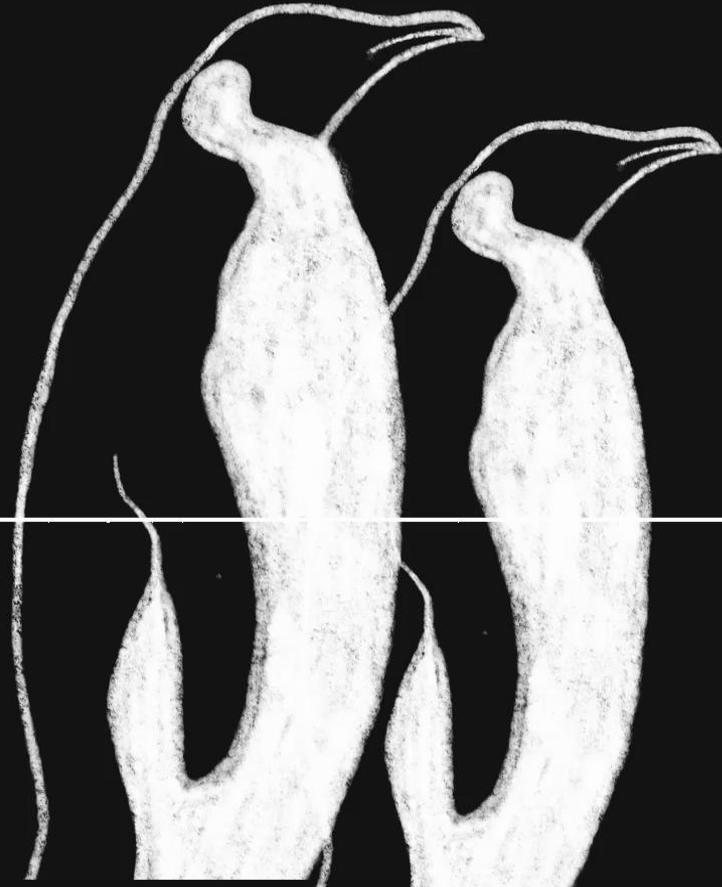
活动目的：

- ①有利于拜耳的企业社会责任彰显，表达拜耳的企业价值观。
- ②推出具有趣味的体验馆，明确活动理念，利用活动的新奇感与社交货币属性，吸引Z世代群体加入其中。

活动内容：

- ①通过洞察与问卷，我们挑选了目前多变环境下Z世代认知度普遍较高的五个问题，并在**黑暗中**设计了五个**常规主题展馆**，并通过寻找问题、尝试解决问题、复盘的方式，让体验者在黑暗中**利用听觉完成任务**并重新认识自我与世界。
- ②设置**支线任务与隐藏展馆**，增加体验者的活动成就感，以增加活动的参与积极性。





拜耳X厦门科技馆：“黑暗中共聆”科技节

活动1：共聆极地的声音——“净零碳排放”

营造氛围：利用独特的质感、声音、气味甚至是味道模拟“极地”环境，让体验者感到身临其境。

关卡线索：“企鹅呼救”的声音

通关动作：体验者寻找声源，在指定位置完成骑行单车任务，通过低碳行为，恢复生物多样性。

关卡复盘：成功完成任务后，体验者将由Bayer小熊引领进入观影室，通过视听感受，了解更多极地的声音与拜耳为“净零碳排放”做出的努力。



“共聆极地的声音”场馆示意图



· 以再生农业降低碳排放

活动2：共聆时间的声音——“健康老龄化”

营造氛围：通过昏黄的灯光与膏药的气味，营造昏黄老房间的氛围。屏幕中房间里除了出现一位老人，还会有一面镜子，体验者可以在镜子中看见五十年后的自己。

关卡线索：老年人的咳嗽声、疼痛的哀呼声展现老年群体面对的健康问题。

通关动作：可以通过与老人对话（询问他的状态、感觉、生活日常），判断他遇到了什么问题（如骨质疏松），选择拜耳对应的创新产品解决方案。

关卡复盘：利用实时换脸技术，参与者面对屏幕可看到自己年老后的模样，并与真正的老年患者实景对话，以形成情感共鸣，理解拜耳健康老龄化解决方案的意义。



拜耳X厦门科技馆：“黑暗中共聆”科技节

活动1：共聆极地的声音——“净零碳排放”

营造氛围：利用独特的质感、声音、气味甚至是味道模拟“极地”环境，让体验者感到身临其境。

关卡线索：“企鹅呼救”的声音

通关动作：体验者寻找声源，在指定位置完成骑行单车任务，通过低碳行为，恢复生物多样性。

关卡复盘：成功完成任务后，体验者将由Bayer小熊引领进入观影室，通过视听感受，了解更多极地的声音与拜耳为“净零碳排放”做出的努力。



“共聆极地的声音”场馆示意图



· 以再生农业降低碳排放

活动2：共聆时间的声音——“健康老龄化”

营造氛围：通过昏黄的灯光与膏药的气味，营造昏黄老房间的氛围。屏幕中房间里除了出现一位老人，还会有一面镜子，体验者可以在镜子中看见五十年后的自己。

关卡线索：老年人的咳嗽声、疼痛的哀呼声展现老年群体面对的健康问题。

通关动作：可以通过与老人对话（询问他的状态、感觉、生活日常），判断他遇到了什么问题（如骨质疏松），选择拜耳对应的创新产品解决方案。

关卡复盘：利用实时换脸技术，参与者面对屏幕可看到自己年老后的模样，并与真正的老年患者实景对话，以形成情感共鸣，理解拜耳健康老龄化解决方案的意义。





拜耳X厦门科技馆：“黑暗中共聆”科技节

活动1：共聆极地的声音——“净零碳排放”

营造氛围：利用独特的质感、声音、气味甚至是味道模拟“极地”环境，让体验者感到身临其境。

关卡线索：“企鹅呼救”的声音

通关动作：体验者寻找声源，在指定位置完成骑行单车任务，通过低碳行为，恢复生物多样性。

关卡复盘：成功完成任务后，体验者将由Bayer小熊引领进入观影室，通过视听感受，了解更多极地的声音与拜耳为“净零碳排放”做出的努力。



“共聆极地的声音”场馆示意图



· 以再生农业降低碳排放

活动2：共聆时间的声音——“健康老龄化”

营造氛围：通过昏黄的灯光与膏药的气味，营造昏黄老房间的氛围。屏幕中房间里除了出现一位老人，还会有一面镜子，体验者可以在镜子中看见五十年后的自己。

关卡线索：老年人的咳嗽声、疼痛的哀呼声展现老年群体面对的健康问题。

通关动作：可以通过与老人对话（询问他的状态、感觉、生活日常），判断他遇到了什么问题（如骨质疏松），选择拜耳对应的创新产品解决方案。

关卡复盘：利用实时换脸技术，参与者面对屏幕可看到自己年老后的模样，并与真正的老年患者实景对话，以形成情感共鸣，理解拜耳健康老龄化解决方案的意义。



拜耳X厦门科技馆：“黑暗中共聆”科技节

活动3：共聆土地的声音——“三餐四季”

营造氛围：风吹过金色的稻田，配合成熟谷稻的声音。

关卡线索：风声变大，土地龟裂的声音由某一处地板传来，同时伴随害虫入侵的“嗡嗡”声。

通关动作：体验者需要在黑暗中准确寻找到该区域，并通过光亮寻找拜耳提供的产品解决方案（艾美乐），利用互动屏幕完成除虫游戏。

关卡复盘：在复盘处可通过害虫相关知识答题，获得一袋大米作为纪念。



通过多模态的方式提供更为真实的感知，让体验者极大程度利用听觉，感受世界中的不同声音，用更为共感的方式，让参与者能够理解世界，感知到不同声音背后的问题。

活动4：共聆敏感的声音——“免疫守护”

营造氛围：利用春夏交际时，敏感人群“打喷嚏”、“吸鼻涕”的声音，配合温暖的室内温度以及人工柳絮，极大程度模拟过敏高发期的环境。

关卡线索：镶嵌在墙壁中的开瑞坦药盒作为声源。

通关动作：参与者触摸黑暗中的墙壁，感受由于过敏而有凹凸的皮肤，并寻找镶嵌在墙壁中的开瑞坦药盒，拿出药盒即灯光亮起。

关卡复盘：灯光亮起，墙面上是关于敏感人群可注意的事项。

活动5：共聆他们的声音——“守护心窗”

营造氛围：适量调低空间内气压，还原较为压抑的氛围。

关卡线索：背景音以多为抑郁症患者的自我日记为起点，通过各自时间点的线索，破解抑郁症加剧的时间节点。

通关动作：解出时间点，组成通关密码，进入复盘环节。

关卡复盘：以真实患者的自述，了解抑郁症的更多实际情况。现场邀请心理咨询师，可自由咨询。

拜耳X厦门科技馆：“黑暗中共聆”科技节

趣味支线任务

支线任务一：

Emoji背后的故事

活动内容：

每一个场馆的出门处，会设置一组emoji，具体会指代一个**罕见病**，如“瓷娃娃”（成骨不全症）可获得对应的印章一枚，集齐五个印章，可获得由患有某种罕见病的孩子（拜耳资助）手绘的帆布包一只。



·帕金森



·瓷娃娃



·血友病

支线任务二：



实验室里的你

活动内容：

利用VR技术，让体验者参与在拜耳实验室中研发药物的过程，了解更多拜耳在生命科学创新的努力。





我们认为，黑暗能够放大听觉，从而更为强调我们主题中“聆听”的体验，并通过**寻找问题、尝试解决、复盘过程**的方式，体现拜耳面对多变环境的价值使命，鼓励Z世代探索万物的答案，寻找真正的意义。

04 总结评估

共聆计划--世界就在“耳”边



——拜耳2023年度品牌传播方案发布会

感谢倾听

