



# 我的健康听我的

拜 | 耳 | 健 | 康 | 新 | 势 | 力 | 传 | 播 | 项 | 目

# 健康探索旅行者——小拜



**姓名：小拜**

**成分：拜耳色的小药丸**

**职业：健康探索旅行者**

**性格：爱学习，爱探索，爱自由自在**



# 小拜的健康探索之旅



01  
Project Research  
**项目调研**

02  
Goal Summary  
**目标梳理**

03  
Project Planning  
**项目策划**

04  
Project Execution  
**项目执行**

05  
Project Evaluation  
**项目评估**





拜耳

Part One

# 项目调研

Project Research

Z时代的自我洞察，Z世代的心声展露



# 《我们Z世代的自白》

- 1 - 兴趣内容的自白
- 2 - 生活样态的自白
- 3 - 健康之声的自白

# 《我们Z世代的自白》

## 1 兴趣内容

作为互联网原生一代，Z世代以兴趣为主导“玩”出一片由我们创造、引领的独特文化氛围。

网络文化的原住民、创造者

ACG与萌文化



线条小狗 Maltese

可爱又凶猛的马尔济斯犬  
合作：13720891730...展开  
视频号：线条小狗 Maltese

趣味知识内容



亮记生物鉴定  
网络热传生物鉴定

39

无旁小亮的科普日常 加关注  
892.4万粉丝

合集 · 第9集 | 【亮记生物鉴定】网络热传生物鉴定39 957万播放

网络热梗



泰裤辣

一款真正人性化的智能语

注重参与感，寻找自我认知

人格属性互动测试

你的「人格九宫格」

人格サインパターン



在拥有「艺术家」的人格里，「内心敏感」就是敏锐洞察，这种完美组合的人格只占7%

《她与她》——一颗颗星·许蓝心  
网易云音乐 | 19th 创意工作室  
打开网易云音乐，搜索「九宫格」参与测试

沉浸式审美体验



与品牌平等对话

幸好只是假B站，要是假银行就还刑  
@平安小财娘 5月16日 IP属地：...  
@杞人0909: 要不让张三同学试试  
平安小财娘 回复 @杞人0909 :@罗翔说刑法 罗老师，有人找你  
Calev0915: 在？你能抽点啥？  
共23条回复

40度的北京 宜观展避暑

这个夏天北京频频高温预警，想清凉又有意思的度过周末，朝阳大悦城的 teamlab 绝对是不二之选！



# 《我们Z世代的自白》

## ② 生活样态

“我的打工生活未尝不是疲于奔命，但只要一熬过了艰难困苦，我仍然能用自己的热爱与这个世界相拥。”

### 工作日...

久坐案头DDL战士



努力工作不碍摸鱼躺平



朋克养生熬夜泡枸杞



：这是一条在心态上明显的分界线！



说走就走特种兵旅游

盲盒式漫游city walk

感受自然的100种方式



### 休息日!

# 《我们Z世代的自白》

## ③ 健康之声

我们Z世代对健康问题的重视度正在提高，突显出年轻个性，但在对健康的认知上显得较为迷茫。

健康意识在提高  
听之任之须提防



“每周一杯九块九，  
我和熬夜做朋友”

健康管理有妙招  
认知偏差显迷茫



“早C晚A泡枸杞，  
燃烧我的卡路里”

健康消费主力军  
过度焦虑到处忙



“不管氪了多少金，  
还是脆皮大学生”



## Part Two

# 目标梳理

Goal Summary

创新传播对等沟通听懂Z世代  
面向Z世代讲好拜耳的中国故事



# 健康之旅目标梳理

WHO

旅行者小拜

“想要听懂Z世代”



WAYS

创新传播方式

“玩你所玩，爱你所爱”



对等沟通态度

“一起干杯Cheers!”



TO WHOM

Z世代的我们

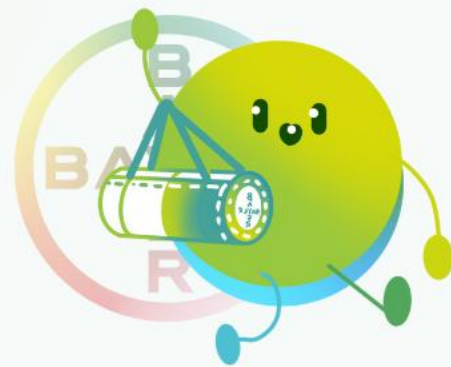
“个性而迷茫”



WHAT EFFECT

提升母品牌认知度

沟通健康意识，  
传播品牌理念，  
我的健康听我的!



## Part Three

# 项目策划

Project Planning

项目传播方案策划方案核心信息屋  
听拜耳的，也听消费者自己的



# 核心信息屋



项目策划

品牌主张	赋能健康每一天				
传播主题	我的健康听“我”的				
	听“拜耳”的		听“消费者自己”的		
目标受众	Z世代 —— “健康新势力”				
问题洞察	听之任之	认知偏差	过度焦虑		
沟通策略	Aware 唤起知情权	Associate 激发参与权	Advance 掌握决定权		
核心信息	听见	听懂	听从		
传播时间	7.24 国际自我保健周				
沟通内容	拜耳 X Teamlab 「我的人体画像」	拜耳 X 海绵宝宝 「比奇堡之旅」	724大型活动 「为健康干杯」	拜耳 X 复星基金会 「定向医学生资助」	拜耳 X 携程 「旅行随心包计划」
阶段目标	年轻化沟通做加法		社会责任做加法		品牌理念做加法

## Part Four

# 项目执行

Project Execution

从“听见”到“听懂”最后“听从”  
做Z世代自己的健康第一责任人



拜耳 X 海绵宝宝 小拜的比奇堡之旅H5/  
拜耳 X TeamLab “我的人体画像” /

“听见”自己的身体  
“听见”自己的健康

# 听见

唤起知情权



# 1 小拜 X 海绵宝宝 Z世代创意沟通

## Insight: Z世代花式养生行为大赏



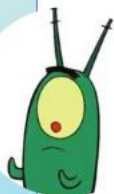
### 甲方式养生

对待身体如甲方式强硬，给最少的预算，要养最好的生



### 躺平式养生

简单且舒适，降低标准和要求，或顺其自然放任不管



### 收藏式养生

“看了即做了”  
收藏从未停止，行动从未开始



### 玄学式养生

将健康寄托在精神层面  
非常规方法



### 特种兵式养生

高强度、低成本，短时间  
音乐蹦迪也是养生



### 多巴胺式养生

追求多样的形式和仪式，注重正向情感体验

## 小拜的比奇堡之旅

双方IP游戏互动  
诠释Z世代自我管理方式以及趋势



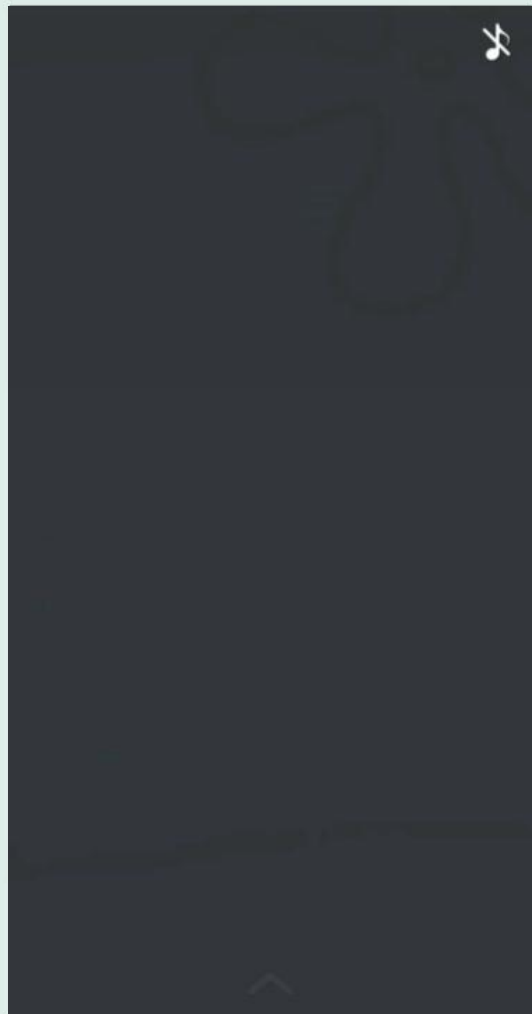
引起共鸣  
树立拜耳懂Z世代的伙伴形象

## 年轻化创意 借助趣味拉近距离

对年轻人养生现状的洞察  
对社交流行语的捕捉  
融进自造的、好玩的短语  
用年轻网友热衷的玩梗方式  
激发表达欲、促进品牌内容的自发传播



# 小拜的比奇堡之旅 - H5创意展示



开屏页面



互动游戏



分镜漫画



分享海报





用5秒钟的时间  
倾听你自己  
并再次认识你自己

## 2 拜耳 X TeamLab “我的人体画像”

“艺术与生命科学二者密不可分  
就像音乐与舞蹈一样契合”

——克里斯托费·马利

### 活动目的：

联合TeamLab艺术空间全景实时交互造景技术，让消费者以自身形象参与沉浸式艺术的创作，并从中感受自身，对自己的身体产生更加深刻的认知，并以艺术作品形式在社交媒体扩散传播。

### TeamLab简介：

当今全球极具人气的沉浸式数字交互艺术团队，在全球各地设有专门展览空间。在中国北京、上海、深圳、澳门四地开设不同主题展馆，其沉浸式氛围与可参与式艺术形式深受年轻群体喜爱。



# 拜耳 X TeamLab 全新玩法，玩我所爱

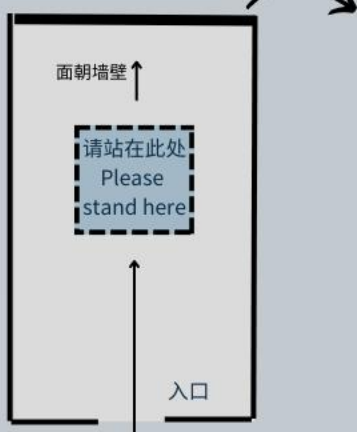
## 线下体验流程

活动位置规划

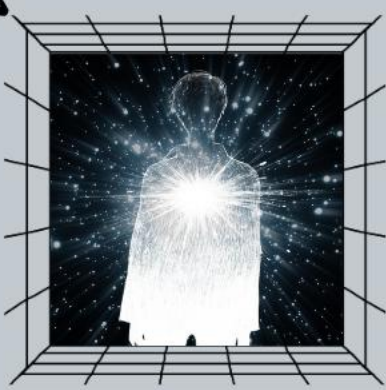


墙面显示互动方式，  
空间实时感应观者姿态

活动空间俯视图



墙体逐渐变化出千人千面的人体画像  
高亮显示人体重要部位



## 移动端画像留存

通过TeamLab APP扫描，即可  
保存自己的人体画像至手机观  
看，点击高亮部分可以更详细地  
获取人体该部位的说明信息。

## 社交媒体话题传播

创建社交媒体话题#和拜耳分享你的人体画像#，引导消费者将“我的人体画像”发布至社交媒体，进行话题互动与扩散传播。



7.24 cheers ! 为健康干杯🍷!

# 听懂

拜耳 X 复星基金会  
定向医学生资助计划

激发参与权

懂梗  
且会玩

兼顾关怀与责任

“听懂”年轻人  
也帮助年轻人“听懂”健康



# 3 拜耳X哔哩哔哩- 724Cheers!



胡海岚

拉宏桑

神经科+法学



罗翔

「当法外狂徒张三  
患上抑郁症」



沈琳

绵羊料理

消化科+生物学



张辰亮

「鉴定网络热门  
Z世代美食」



陶勇

影视飓风

眼科+传播学



董晨宇


「你的所见  
你的世界」

“国际自我保健日”

724 Cheers

Bilibili 干杯!



拜耳的小拜   
bilibili机构认证: 拜耳官方账号

- 搭建Z时代健康管理方式共享平台
- “医者” + “学者” + “up主” 梦幻联动
- 创造“1+1+1>3”健康聆听新可能

# 4 拜耳 X 复星基金会 定向医学生扶持计划

与第三方公益机构强势联名，彰显企业CSR责任，收获好口碑

- 
- 
- 



科研支持 开拓视野



资金汇集 物质支撑



身体上的问题 来问丁香医生

平台背书 计划发布

## 资助对象

定向分配到基层

经济条件相对落后

知识接触面较狭窄

医学技术条件局限

Z世代

定向医学生

资助有志于致力于医药行业的  
在读定向医学生，  
鼓励怀揣理想的学子奋发图强，  
从公益反哺开始，  
形成良性循环机制，  
为医药行业、  
基层医疗添砖加瓦。

## 科研基金+研学计划

同时身为公益的受益者  
和公益的参与者



项目执行

要完？药丸。要玩！

Let's go , just like that. | 拜耳旅行随心包

TVC 《打工人的治愈之旅》

拜耳 X 携程 旅行盲盒计划

# 听从

掌握决定权

追求本心  
亲近自然  
健康赋能每一天



# 5 “要完？药丸。要玩！” 拜耳胶囊随心包



## 创意来源

### 1. “Let's go, just like that.”

特种兵式旅游说走就走，Z世代游客比去年增加了200%\*

### 2. DIY旅行小药箱

小红书#旅行必备药#话题热议



## 活动目的 - 赋能健康每一天

1. 促进母品牌拜耳和其子品牌的联动;
2. 密切品牌和消费者的情感联结;
3. 传递“追求本心，亲近自然”的理念。



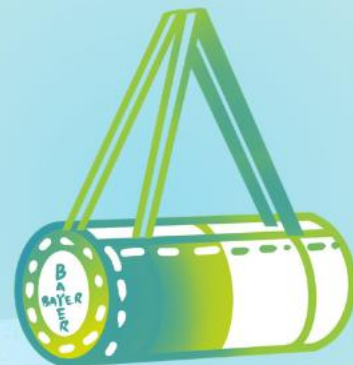
康王洗护  
旅行装



力度伸-维c



文创防晒伞



胶囊随心包



达喜-胃药



散利痛



艾洛松-乳膏



药片分装盒



\*数据来源：iProspect 变化中的中国游客



# 随心包传播ROADMAP

## 10月

时间节点

预热期

引爆期

余波荡漾期

沟通内容

#你有多久没去旅行了#



- 热搜 热搜 热搜 热搜 更多
- 热搜榜: 每日更新一次
- 1 七七事变爆发86周年
- 2 原来骑手知道我在看配送进度 2330109
- 3 拜托你有多久没去旅行了? 141666

发起话题讨论  
为tvc预热造势

《打工人的治愈之旅》tvc



发布TVC, 关联  
“旅行” + “随心包”

拜耳 x 携程



联动携程旅行盲盒板块,  
转发官方视频抽奖

车站自助售货机



高铁站/机场设置  
自助售货机

线上商城



随心包及相关产品  
上线官方旗舰店

传播渠道



官方账号  
话题互动



多平台发布+kol扩散



多平台  
传播



线下露出+  
稿件传播



上线  
旗舰店

# 预热期



## 活动时间

2023.10



## 活动内容

官方账号发起话题讨论  
唤醒消费者内心的渴望  
收集消费者生活的画像

# #拜托，你有多久没旅行了#



## 传播方式

以微博平台为主  
知乎+bilibili发起话题



# 爆发期

# TVC 《打工人的治愈之旅》

## Part 1. 你有多久没旅游了？

我们征集了1000个不去旅游的原因：

- "甲方爸爸不允许啊"、
- "可不想丢掉本月全勤奖"、
- "景区人多，不想挤"、
- "做攻略太麻烦了"、
- "外地食物吃不惯，肠胃不适应"、
- "赶路很累，身体受罪"

.....



## Part 3. 拜耳坚实守候

人生是旷野，不是轨道。

开启一场随心所欲的旅行吧，

只听自然的，只听自己的。

[\*科学研究显示，一次户外旅行，可以改善心血管健康、有效缓解失眠、户外运动有助于减脂塑性、改善心情]

青春说走就走，拜耳坚实守候。



## Part 2

正是出发的理由  
不确定为什么要去



# 去触碰



# 去晶味

铝碳酸镁咀嚼片

OTC

达喜®



作用迅速

30片

拜耳 Bayer



曾用名：铝碳酸镁片  
慢性胃炎和与胃酸有关的胃部不适症状，  
如胃痛、胃灼热感（烧心）、酸性嗝气、胀气等。

去  
奔  
跑



# 爆发期

# 拜耳 X 携程 旅行盲盒计划



- 活动核心：联合旅行app携程，共同推出【"拜耳·治愈之旅"旅行盲盒计划】 免费车票+拜耳旅行随心包
- 活动目的：  
关联品牌与【旅行】场景，增加产品露出，触达Z世代消费者；  
传递追求本心、亲近自然、“赋能健康每一天”理念。

## 活动介绍

## 传播方式

- 官微发布：拜耳+携程官方微博发布TVC时发起话题 #再也不用自己DIY旅行药箱了
- 转发抽奖：带话题转发写下心愿目的地，抽奖20位幸运观众赠旅行盲盒+小药箱套餐
- KOL传播：与微博、抖音旅行类达人合作，增加传播范围



达人示意



你有多久没去旅行了？当初你立下旅行Flag的瞬间，携程记得。  
你盘算着下一次旅行，说着“一定要去”，“总要抵达”……那会儿的世界很小，那会儿的你，看起来可以抵达任何你想去的地方。  
到了今天，你还记得那些旅行Flag吗？携程318全球旅行划算节，国内海外好货，大牌每日上新，帮你兑现旅行Flag  
转发本条微博，@3位好友，立下你的旅行flag。3月18日抽50位旗手，每人送出318元旅行基金！助力你兑现旅程~（格式参考：立个flag，今年一定得去趟日本@A@B@C）  
你的Flag，等你，好久了。  
#携程旅行##携程318现在就出发##携程318全球旅行划算节##兑现你的旅行Flag#@微博抽奖平台  
携程旅行网的微博视频



项目执行

# 余波荡漾期

## 线下 联动

活动地点： 各大机场/车站

活动内容： 投放拜耳自助售货机，  
扫码关注官方微信公众号

并发送"随心旅游有拜耳"，  
即可获得随心包及周边产品。



胶囊随心包



文创防晒伞

## 线上 售卖

活动结束后，  
将旅行随心包加入  
拜耳健康消费品官方旗舰店

支持  
1.会员积分兑换  
2.加7.24元超值换购  
两种方式兑换







拜耳

Part Five

# 项目评估

Project Evaluate

项目预估、风险管理



# 整体媒介排期及预算

活动阶段	活动名称	活动流程	活动排期与投放媒介（2023年3月-2024年2月）									支出内容	预算（万元）
			预热			爆发			余波				
			6月			724国际自我保健周				10月			
听见	拜耳X海绵宝宝 比奇堡之旅	IP联动H5小游戏										H5制作与投放传播	5
	拜耳 X TeamLab 我的人体画像	社交媒体联动宣推										公众号、微博投放费用	5
		限时展览话题互动										布展与社媒话题费用	20
听懂	724大型活动 为健康干杯	B站互动话题										互动话题创作激励	2
		系列视频发布										KOL、专家合作邀请	10
		视频切片传播讲解										视频切片传播讲解费用	3
	拜耳 X 复星 定向医学生资助	联名基金研学计划										合作基金研学计划开展	5
听从	拜耳 X 携程 旅行随心包计划	预热话题传播										微博知乎B站话题	5
		主题TVC投放引爆										TVC拍摄制作与宣推	15
		旅行盲盒活动联动										携程联动策划与宣推	20
		线上线下组合售卖										组合产品设计及铺货	10

合计：100万元

# 项目预估

2000w

项目总覆盖人次

4000w

全平台点击量

唤醒Z世代自我健康关注  
纠正Z世代健康盲区误区  
诠释Z世代健康管理方案

观念  
认知

品牌  
认知

产品关注度销售量提升  
品牌知名度美誉度增强  
企业愿景认可度高传播

- 线上、线下门店销售额变化
- 拜耳在各媒体平台的粉丝量
- 线上填写问卷附赠出行旅包
- 线下随机街坊结合深度访谈

市场  
反馈

流量  
检测

- 微博搜索、点赞转发评论数量、讨论话题热度
- b站主话题评论广场点击率、浏览量、相关视频播放量
- 大数据爬取微信、微博、小红书关键词分析活动效果
- 利用舆情分析软件分析品牌口碑、用户好感度变化

# 风险管理

人体画像环节流量不理想  
场内互动装置不灵敏/故障



加大宣推力度，场内标识指引和工作人员引导  
预备专业技术人员，检查备份

H5联名互动环节吸引力不足参与度低  
分享动力缺失，生命周期短，热度流失快



专业人员试玩检测，根据反馈进行修改优化  
设置回报机制，鼓励分享  
与线上门店持续联合，延长周期链路

724活动未触达受众兴趣点难以引发热度  
相关理念和人物引发争议造成负面影响



做好舆情监测，及时回应受众关切  
提前对合作嘉宾进行风险管理评估  
成立应急小组，制订备选方案

旅行活动热度不足  
用户对“盲盒旅行”存在疑虑



降低参与门槛，增加参与渠道  
制订并展示明确的玩法和权责规章制度  
推出权益保护机制，降低可能的损失风险



拜耳



# 我的健康听我的

侧 | 耳 | 倾 | 听      美 | 好 | 发 | 声

