

# 从场景营销探索新三九胃泰 小红书资产沉淀新攻略

- ◆ **品牌名称:** 新三九胃泰
- ◆ **所属行业:** OTC
- ◆ **执行时间:** 2021.11.01-2022.01.27
- ◆ **参选类别:** 场景营销类

# 项目背景&目标

## 品牌营销背景

国民中药OTC品牌三九胃泰上市 30 余年，多年来一直处于中药胃药领导地位。  
 新三九胃泰作为全新的年轻化产品，锚定新一代年轻人，为TA们在快节奏的生活下，解决偶发胃部不适的问题。

## 品牌营销目标

本次投放通过小红书，将内容种草作为新三九胃泰的“线上说明书”，产品心智根植【更懂年轻人的胃泰】。

## 面临的挑战和困境

占阵地·入年轻人种草场

年轻人时尚生活方式  
 制造场 

攻人群·懂年轻人需求

对于胃疼，  
 年轻人的应对法则是？

说对话·知年轻人语言

如何将卖点  
 转为ta的语言？

对待胃疼，TA们总是选择

# “硬抗”

精神压力

身体不适

菁英女性

捂会儿？

懂TA的**天生要强**

中坚职场人

坐会儿？

懂TA的**责任优先**

新晋宝妈

躺会儿？

懂TA的**为母则刚**

Z世代青年

喝温水？

懂TA的**放肆生活**

现代胃疼四大“自愈方式”

产品功效

健胃治胃

滋阴养胃

科学调理



卖点提炼

中药胃药  
领导地位

以养代医

养胃好舒服

核心传播

有胃泰  
不硬抗

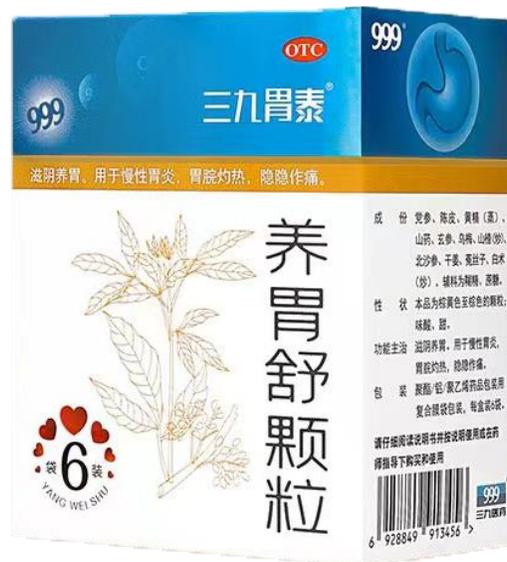
更懂年轻人的新胃泰  
让你无“胃”挑战

年轻胃，新胃泰  
更懂年轻人的新胃泰

## 应对方式一

# 抢占用户心智高地

突破重症才用心智  
根植轻症轻养心智



## 应对方式二

# 打造中式养胃生活方式

深入年轻用户生活场景  
以生活痛点和胃痛强共鸣

# 软植

## 年轻人硬抗场景

破局OTC限制 潜移默化植入心智

# 心智

# 软化

## 年轻人硬抗态度

破局OTC老化 懂你的痛更懂你的心

# 共鸣

# 软植

## 年轻人硬抗热点

破局OTC自嗨 真实流量曝光

# 流量

达成小红书年轻人群对  
新三九胃泰【更懂年轻人的胃泰】的心智占领

# 破冰

打破人群旧观  
刷新养生场景

小红书

破冰OTC

重症才适用心智

精准拓海

青年轻症轻养场景



# 有胃泰，不硬抗

推广阶段	新品曝光阶段 11.1-12.10	口碑突破阶段 12.10-1.27
重要节点	★ 双十一	★ 新年
阶段目标	热词引流，强势曝光	内容精耕，场景共鸣
预算分配	45%	55%
传播策略	聚焦品类热词切入人群痛点	聚焦场景情感切入产品内涵
推广思路	结合品类热词【胃药、常备药、胃痛、护胃、药食同源】切入用户痛点，通过好物合集、单品推荐等形式，迅速提升产品认知，扩大产品曝光	借势生活/养生/美食/母婴/情侣KOL多场景对位用户的生理和心理焦虑，传播积累口碑，引发用户共鸣
媒介搭配	KOC+尾部辅助产品曝光	中腰部发力，助力爆文产出

# 优选小竞争高热度词条精准种草用户, 实现搜索心智拦截



## 懂年轻人的硬抗场景 高共鸣如春风沐浴般深入年轻人的心智



媒介&执行 内容精耕，场景共鸣

口碑突破阶段 12.10-1.27



无“胃”拼搏夜战  
护肝养胃  
不硬抗



无“胃”青春酣战  
胡吃海喝  
也巴适



无“胃”为你而战  
常伴左右  
更安心



无“胃”奔波征战  
轻松上阵  
放肆嗨

# 媒介&执行 执行爆文展示

口碑突破阶段 12.10-1.27

**美食场景“馋”住你胃，情侣场景甜蜜攻势**  
 高吸睛美食植入，超热打入年轻人收藏列表；高曝光情侣植入，超软打入年轻圈层





专业背书

专业  
医生

专业  
测评号

拔高产品声量，引发自主搜索

垂类圈层

美食达人  
精致白领

养生达人  
母婴达人

圈定粉丝流量池，圈层渗透产品

内容拓展

情侣达人  
好物分享  
生活VLOG

精准对位痛点，实现心动场景占领

