

云南白药气雾剂×微博

〈红白之力守护成双〉 整合营销

项目以“红白之力守护成双”为核心创意
联合微博将云南白药气雾剂的“红”与“白”从产品颜色升华为

〈运动守护色〉

以东方“攻守相生”哲学回应高运动损伤率的社会议题
通过女篮姐妹杨力维、杨舒予的真实关系，贯穿全民、青春、家庭三大运动场景
系统推动运动防护从事后用药向主动守护的认知升级

项目背景

全民健身持续升温，运动已成为大众生活方式，但运动防护意识明显滞后。数据显示，全民运动损伤率超60%， “重训练、轻防护”导致越练越伤，运动损伤正演变为社会性健康问题。

与此同时，运动防护品类传播高度同质化，长期停留在“受伤后使用”难以建立前置防护心智与情感连接。

“全民运动防护”

云南白药气雾剂面临的挑战，是突破单一止痛角色，在商业传播中承担社会责任，建立“全民运动防护”的长期品牌价值。

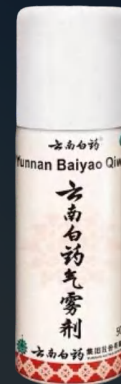


红瓶/象征<炽热进击力>

代表赛场上冲锋的勇气（杨舒予的突破力）
守护姐妹的炽热情感、产品即刻镇痛的热能

白瓶/象征<冷静修复力>

代表逆境中的沉稳（杨力维的控场力）
姐妹间的理性支持、产品持续修复的冷效



运动防护的本质是攻与守的平衡，敢冲与敢护并行，才是完整的运动状态。

云南白药气雾剂以红与白两种颜色

抽象出进击力（冷敷镇痛）与修复力（长效守护）两种互补力量

<红是闯出去的勇气，白是接住你的底气>

倡导大众在运动时既要有炽热拼搏的<进击力>，也要有理性自爱的<守护力>

最好的守护是<敢冲敢护>

姐妹守护色：你是我生命的另一道底色

邀请杨舒予（代表红瓶进击力）、杨力维（代表白瓶守护力）共同担任<全民健康守护官>，构建“双生守护”叙事：
当她冲锋时，我是镇守后方的<白>
当她跌倒时，我是疗愈伤痛的<红>

<守护色不仅是物理守护，更是精神共生>

姐妹互为对方的“守护色”，正如红白双瓶缺一不可
不仅是运动守护的科学方案
更是每个人与挚爱之人互为铠甲、共赴山海的生命守护色

以时间和人群为线索，分三个阶段切入8月全民、9月青年、10月家庭三类核心人群，逐步放大运动防护的应用场景与情感半径。



传播主题

红白之力 守护成双



真正的守护，从不是独自坚强
是敢以红的热烈向前闯，也有白的温柔托住伤
云南白药气雾剂联合微博×杨氏姐妹，以红白双生之力，守护每一份敢闯

项目执行: Step 1 | 全民健身节点: 议题破圈 (8月)

借势8·8全民健身日, 官宣杨力维、杨舒予为“全民健康守护官”, 通过悬念海报、官宣视觉及情感守护向TVC, 倡导“敢冲敢护”理念, 聚焦运动损伤社会问题, 建立品牌与全民运动防护的强关联。

1

杨力维杨舒予
<全民健康守护官>官宣



2

官方发布情感守护TVC



3

防护师/医生/运动博主
全民运动科学防护科普



4

省区接力全民运动
联动连锁药房线下活动



项目执行: Step 2 | 青春开学季: 态度共鸣 (9月)

在上海大学路打造百米「青春运动街区」，以快闪装置、态度显眼包邀请函与态度视频，邀请年轻人“青春上场”，将“敢冲敢护”转译为青春拼搏的底气表达。倡导并支持年轻人在拼搏的同时，学会科学地守护自己，云南白药气雾剂以专业的“红白之力”，为每一个“青春主场”保驾护航。

1

携手双杨姐妹发布
开学季青春上场邀请

2

<显眼包邀请函>事件
亮相上海大学路

3

青春守护篇视频传递
青春不负敢冲敢护主张

4

百米上海大学路
变身青春运动街区



项目执行：Step 3 | 家庭季：价值沉淀（10月）

发起“小家运动队”全民征集，鼓励家庭晒出运动故事“为爱上场”，在真实生活场景中传递：生活是赛场，家是永远的主场，守护是最好的队规。同时以真实家庭运动场景为载体，拍摄“小家运动队”亮相视频。

1

〈小家运动队〉
集结计划发布

2

家庭/亲子类博主晒出
不同样貌的“小家运动队”

3

小家运动队
集结上场线下事件

4

中国新闻周刊
项目事件报道



项目传播效果总览



微博话题阅读量总计：4亿

抖音/小红书总浏览&播放量：2亿

视频播放量：3890w

6.4_亿 130_w

项目总曝光量

项目总互动量

项目效果亮点盘点

<开局爆发>

凭自然热度登陆
微博热搜预热榜TOP1

- 项目官宣当日#红白之力守护成双#话题凭自然热度登陆微博热搜预热榜TOP1

<热度爆表>

品牌指数
大幅度上涨

- 项目期云南白药气雾剂微信指数高达128w，日环比增长298%，接近今年最高峰值
- 自8月4日起，百度指数显著优于竞品

<口碑爆棚>

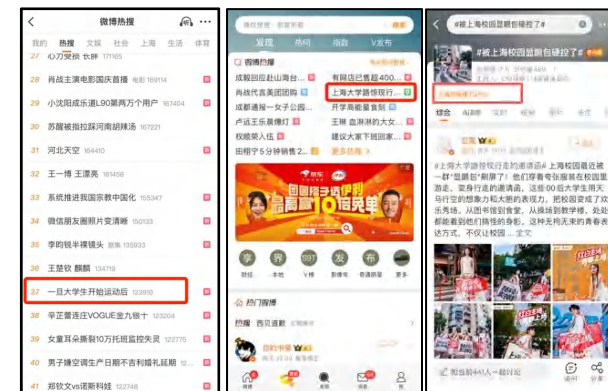
守护成双TVC被网友称为
<年度最佳广告>

- 守护视频真挚走心，触达无数网友泪点
- 被大量网友点赞为：年度最佳广告、最走心广告片、高级不刻意、又燃又感动、当云南骄傲遇到云南骄傲

<话题爆满>

项目期间多个话题
凭自然热度登榜微博热搜

- 显眼包邀请函事件、青春运动街区线下活动、小家运动队事件
- 多个话题以自然热度登陆微博总榜热搜、同城热搜、生活热搜、体育热搜



通过三阶段人群渗透，云南白药气雾剂建立“敢冲敢护”科学防护心智，显著提升年轻人及家庭好感度与讨论度，品牌声量与理念传播双重突破，“红白之力守护成双”成为运动防护高识别创意符号，推动防护理念从被动止痛向主动守护转变，强化品牌在全民运动健康事业中的长期价值与社会责任