

PART1

科学传播体系 半年度复盘



! 科学传播体系2023年复盘 专业端-专业端发声

夯实品牌医学背景及研发实力

加强品牌在医学端的专业内容及形象传播，促院端TOC端转化
实现多维度、全渠道的品牌医学属性赋能

覆盖全国 **超10大省份**

(黑龙江、吉林辽宁、山东、天津、四川、江西、广西、浙江等)

触达 **千位医院医生及行业专家**

获取 **超1900位医生及行业专家** 联系方式

专业端会议共计举办 **8场次**

(CSD会、CDA会、貽贝品牌卫星会、625发布会、915分享会、谈美院端3场会议)

院端各类会议共计召开 **78场次**

(含省级或地方学术会议、年会、培训会、展会、科室会等)



PART2

科学传播体系 下半年规划



A.专业端

! 科学传播体系2024年规划 专业端-专业端发声

稳定营造品牌专业向影响力方式

将有高度、学术性、行业代表性、可发掘合作向的内容与专业端会议形式相结合，场景化成品牌最有说服力的标签。



! 科学传播体系2024年规划 专业端-专业端发声

线上多平台多账号铺设 + 线下会议及专业化场景呈现 → 品牌专业影响力深入人心

时间	Q1	Q2	Q3	Q4
核心产品	物理防晒	贻贝新品		
转化形式	学术会议、卫星会、展会、行业峰会/发布会、圆桌论坛或分享会、其他			
活动名称	5月-6月受邀参与分享会 (谈美/协会)		7月CSD参展+卫星会+插片	10月中小型峰会 (例皮肤微生态大会)
	6月新品专业端发布会		8月谈美院端合作	12月CDA参展+卫星会+插片
	院端各类峰会、学术会议、科室会、病历大赛、培训会、专业端展会等			
呈现形式或 规划内容 参考	 受邀或主办身份，分享会、发布会、论坛会、展位等形式 受邀或主办身份，卫星会、参展、插片、分享会、论坛会等形式 受邀或主办身份，分享会、发布会、论坛会、展位等形式 省级及以下会：参展/插片/学习分享/病例大赛等			

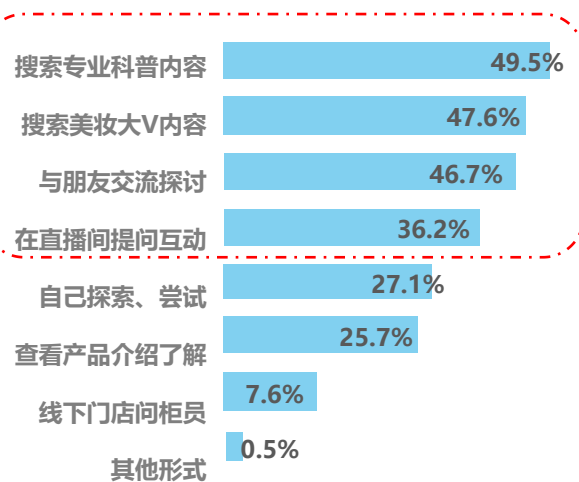
B.消费端

！科学传播体系2024年规划

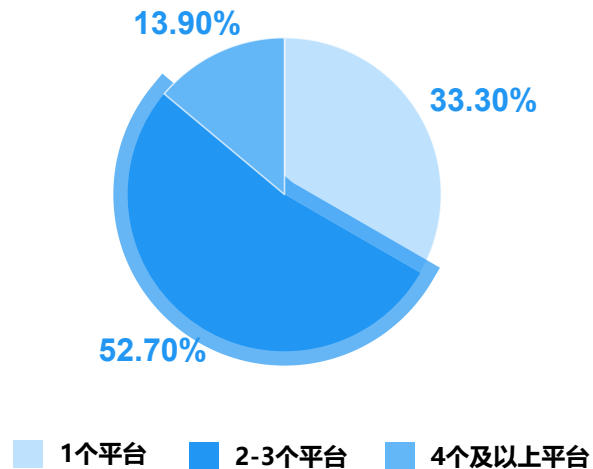
消费端-重组胎贝粘蛋白C端营销

重组胎贝粘蛋白成分相关规划

97%消费者了解目前使用护肤品中至少一种化学成分，**96%消费者**下单前借助多个平台了解产品及其成分/用法/搭配，并以此促进消费决策。



消费者了解产品及其成分/用法/搭配方式占比



消费者了解护肤内容借助的平台数量



降低产品及成分认知门槛，丰富产品背书

拓宽科学化传播维度，核心内容全面铺设

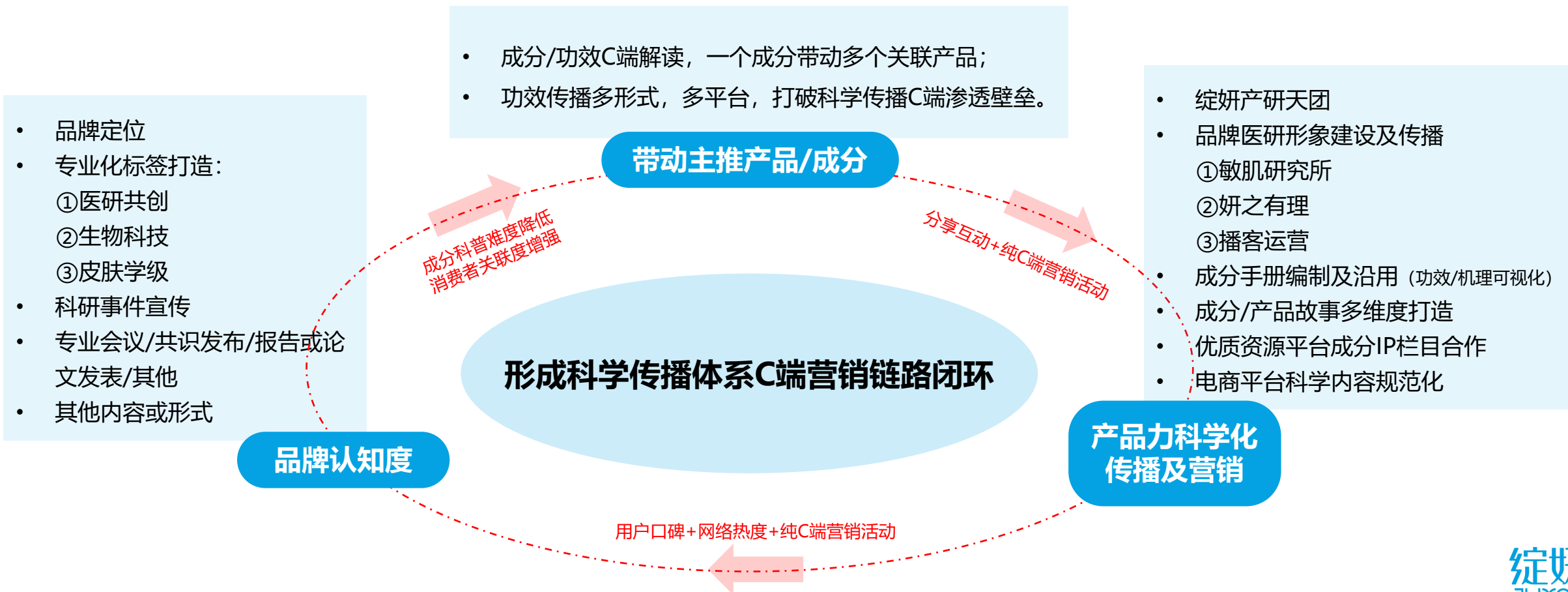
品牌标签更具体且规范，赋能品牌医研属性

注：以上数据来源于《2023年匹配社交营销系列研究——护肤品篇》

！科学传播体系2024年规划 消费端-重组胎贝粘蛋白C端营销

重组胎贝粘蛋白成分相关规划

打透消费者对重组胎贝粘蛋白功效与成分的科学认知，有效触达C端用户，是护肤品牌营销扩展的关键！

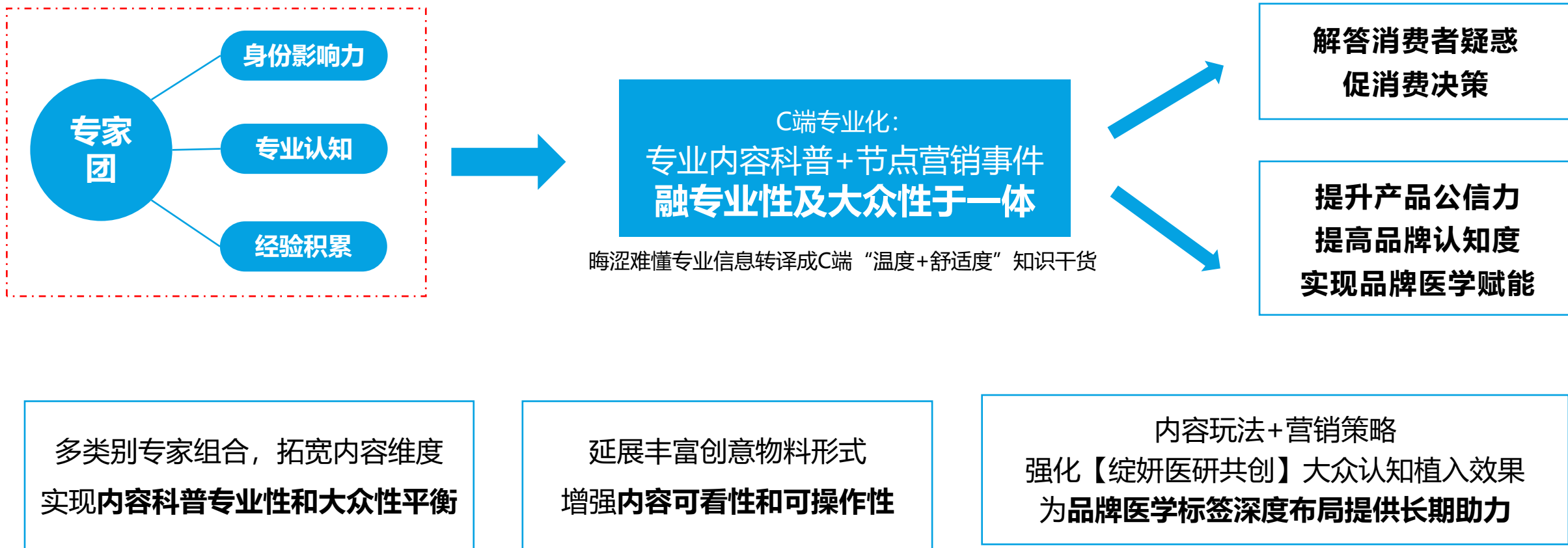


! 科学传播体系2024年规划

消费端-重组胎贝粘蛋白C端营销

绽妍产研天团建立及后续应用

绽妍“皮肤屏障及问题肌肤”科学专家小组



科学传播体系2024年规划

消费端-重组贻贝粘蛋白C端营销

绽妍产研天团建立及后续应用

绽妍“皮肤屏障及问题肌肤”科学专家小组



SK-II 成立首个 PITERA™ 科学专家小组

《经桡动脉入路外周介入中国专家共识》
正式发布

新浪财经

2023-07-21 10:35

213人看过



看看新闻Knews

2023-07-20 17:00 天津 看新闻官方账号

关注

据外媒消息，SK-II首次公布皮肤衰老新发现，并推出了创新产品，还成立了由世界顶尖皮肤科专家组成的首个 PITERA™ 科学专家小组。

SK-II 全球首席执行官Sue Kyung Lee 表示：“随着我们全新SKINPOWER Advanced Cream的推出，以及我们首个PITERA™ 科学专家小组在衰老触发因素方面取得的研究成果，我们将继续履行对皮肤科学的承诺，通过PITERA™ 为消费者带来更多突破性创新。”



同类形式参考+PR稿件参考

专家团建立建议

专业医生

行业学者

品牌研发

机构代表

- 代表发言+表彰大会+小组成立仪式+其他规划环节，规范化组建绽妍专家团，汇集各类专业人士，增强品牌背书。
- 产品/成分营销事件、品牌卫星会、行业论坛、发布会等围绕“科学专家小组”重要成员邀约开展，借助专业人士背书将难懂的专业端内容转化成C端可感知品牌内容。
- 专家团人员输出产品种草证言，强化成分/产品安全性与权威性，同时可征集消费者疑问，在微博、知乎、播客等平台制作消费者问答专区，拉近品牌与消费者间距离，便于后续营销链路铺设。

！科学传播体系2024年规划

消费端-重组贻贝粘蛋白C端营销

成分/产品故事多维度打造

与成分/产品专业向科普账号/达人合作，输出优质内容科普素材

抖音 + 视频号 + 小红书 + 知乎

视角一：

主视角叙述故事+科普

- ①、真实事件关联消费者，增强代入感。
- ②、聚焦成分重点信息，更易科普和传播。
- ③、专业内容助力消费决策，实现品效协同。

视角二：

第二人称趣味溯源+科普

- ①、专业科普趣味转译，互动增加流量提升。
- ②、适合结合营销节点，助力产品力传播。
- ③、锁定核心人群，开拓机会人群及潜在人群。

视角三：

第三人称专业科普+演示

- ①、成分功效原理更清晰，丰富专业端内容。
- ②、自带专业背书（账号拥有人），强化医研属性。
- ③、产品优势更直白，利于产品推广或营销。

! 科学传播体系2024年规划

消费端-重组贻贝粘蛋白C端营销

成分/产品故事多维度打造

与成分/产品专业向科普账号/达人合作，输出优质内容科普素材

漫画



@聚猿创团队宝宝行动

手绘插画



@画渣花小格

DIY剪纸



@模型师老原儿

科普内容营销-三类账号/达人合作



重组贻贝粘蛋白成分+关联产品



绽妍专业标签打造+科研事件宣传



引起共鸣，赋能绽妍医研属性

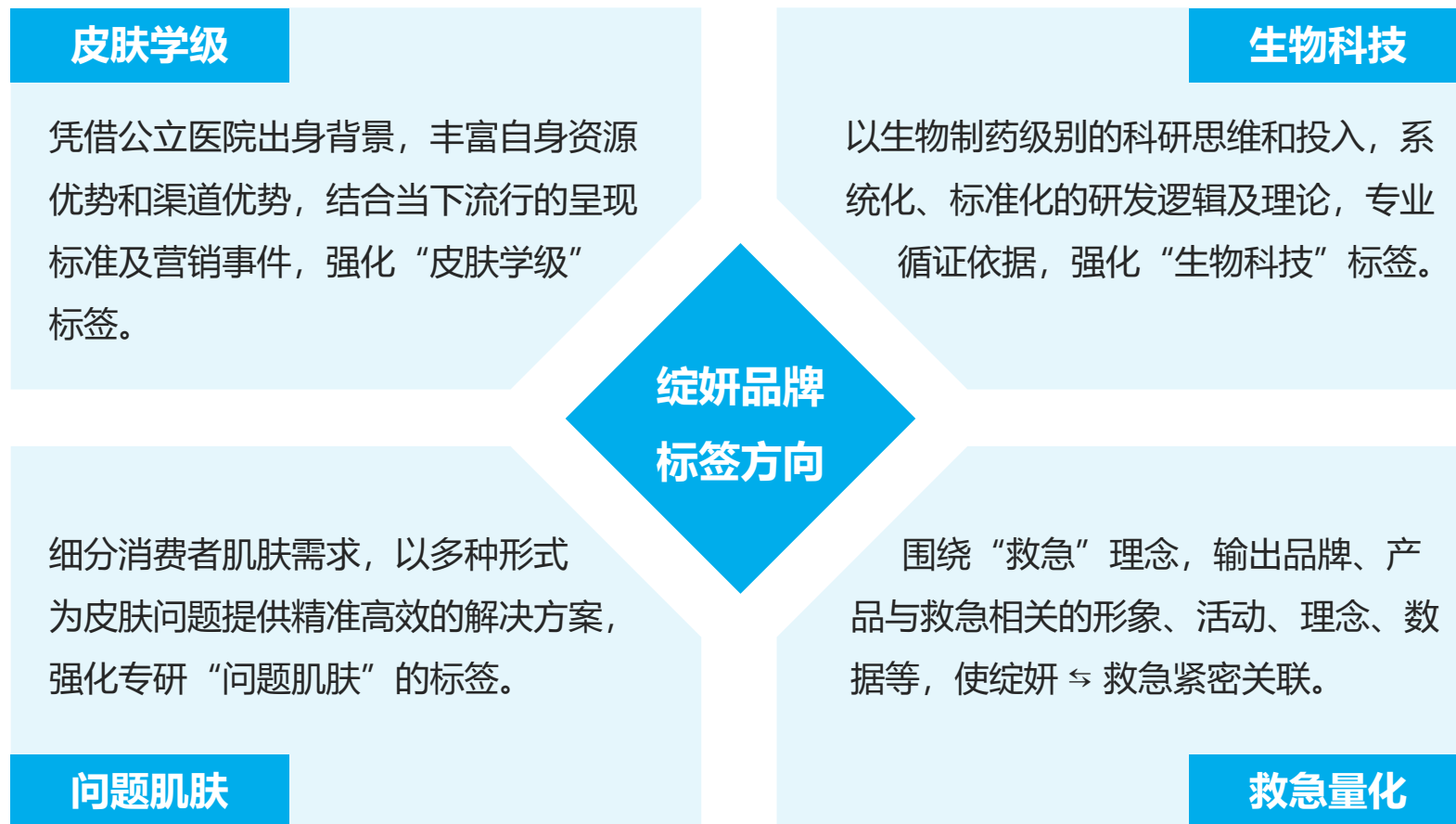
绽妍
JUYOU

! 科学传播体系2024年规划

消费端-重组贻贝粘蛋白C端营销

电商平台科学内容规范化

品牌医研证据链内容C端化，完善产品沟通话语体系，夯实专业化标签



科学传播体系2024年规划

消费端-重组胎贝粘蛋白C端营销

电商平台科学内容规范化

品牌医研证据链内容C端化，完善产品沟通话语体系，夯实专业化标签

医研内容精准化

肌肤痛点及场景因素

问题皮肤成因及
对应解决思路
(结合4D屏障)

四大维度数据梳理
(时间、数据、安全、专业)

核心成分+热门成分
及两者功效解析

品牌形象及成就
(生产、专利、研发、文献)

