

每一次心动
都有BGM

2026抖音旋律营销趋势白皮书

抖动旋律 音领新声



前言



读懂旋律，就是读懂正在生成的未来

作为全球领先的趋势洞察机构，WGSN认为要理解一个时代，就要听懂它的声音。当下，旋律已成为映照消费者情绪、呼应生活方式的声学符号——治愈旋律回应“慢生活”的向往，魔性节拍呼应着解构现实的“脑腐表达”，而金曲新唱新编则顺应日渐升温的“怀旧情绪”……每一种爆款旋律背后，都是一群人的生活宣言与情感共振。

马力 | WGSN中国区总经理

旋律精准捕捉生活中的不同状态，是表达态度的“原声带”

无论是拽到飞起的节奏，还是走心到骨子里的hook，都在替我们表达那些酷到无需解释的态度，寻找那些“我就是我”的同频灵魂。每一首歌背后，都是一场用节拍发起的情绪共振——给快乐加buff，给真实打call，给“做自己”的底气配乐。如果你也相信，每个人都该有自己的生活节拍，那么这些爆款旋律，就是在为你不同的真实情绪，配上最“对”的声音。

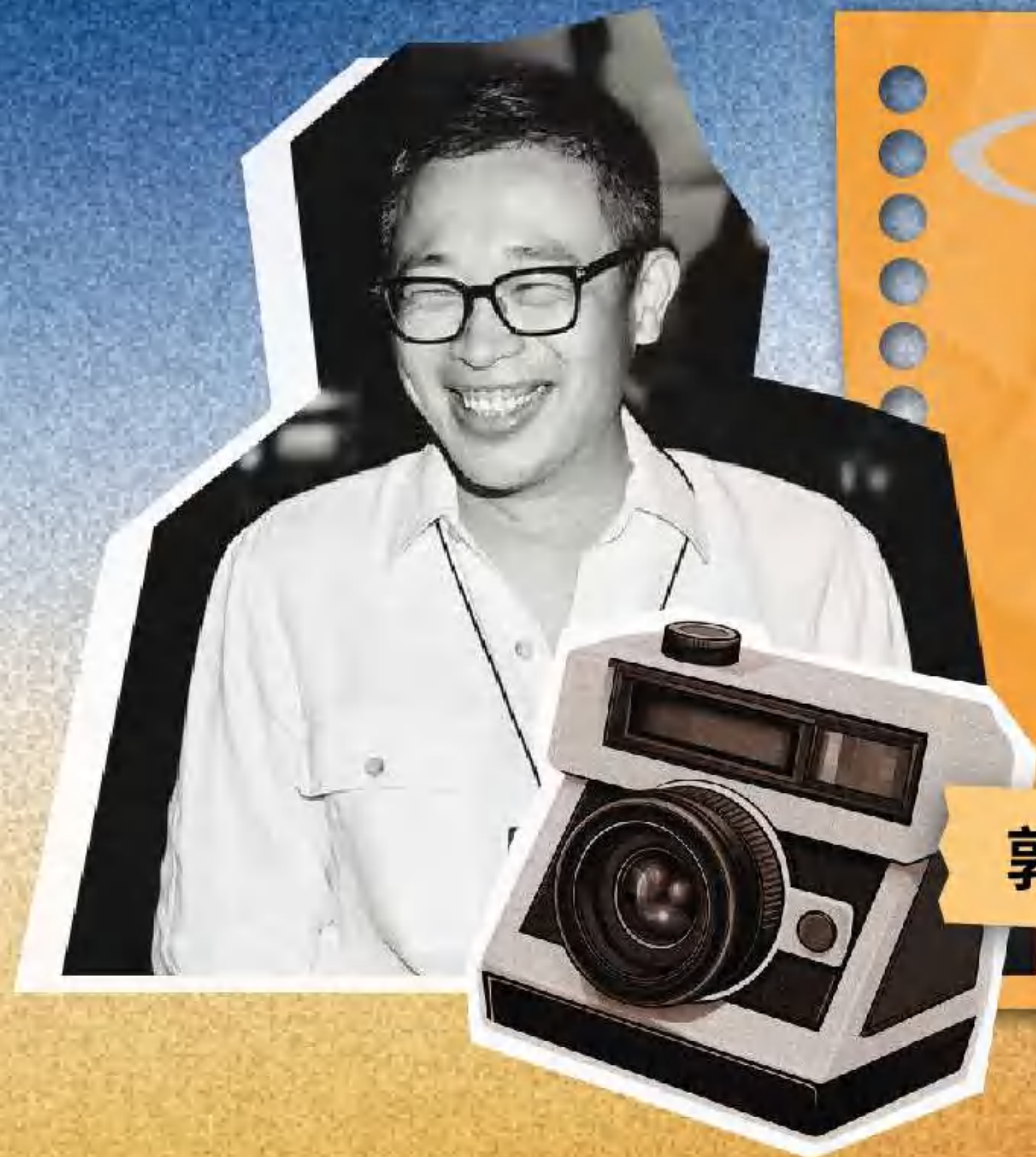
卡西恩Cacien | 唱作音乐人，歌手



怀旧和国风不止于穿搭，更是耳机里的精神归属

时尚与旋律的流行往往是同频的。在这个不断变化的时代，人们正通过旋律完成情感锚定与自我归属确认。无论是自带回忆滤镜的老歌，还是融合现代审美的新国风曲调，都为品牌提供了将文化共鸣转为心灵对话的新路径，让更前沿的风格借由旋律被看见，也让品牌调性通过旋律被感知、被流传。

郭哲 | 《GLASS中文版》时装总监



音乐正从品牌营销的“背景音”，进阶为创新增长的“主基调”！

下一个品牌营销契机，会来自“耳朵经济”吗？作为自带音乐DNA的平台，抖音这份旋律趋势白皮书给出了充满想象的回应。“7大爆款旋律”和“MELO”方法论，为品牌叙事革新、用户破圈触达、深度在地营销等实践，提供了兼具策略高度与执行细节的指引。期待音乐营销成为更多品牌的情绪引擎，奏响听感营销的增长乐章！

宇见 | 资深品牌策略顾问 畅销书《洞察力：让营销从此直指人心》作者



当旋律开始主理生活

旋律贯穿了日常每刻，已然掌握了人们生活的主理权。

从通勤路上的独处慰藉，到健身时刻的燃脂伴侣；
从派对聚会的快乐催化，到深夜时分的治愈良药——旋律不仅是定义场景的“标配”，更主导着当下的情绪浓度。

而当音符与生活深度绑定，它便拥有了影响感知、
触发即时消费的巨大能量，这意味着抓住旋律，
便是抓住了用户生活场景中重要的决策瞬间。

基于此，本报告将从「旋律带来的营销新机会点」、
「爆款旋律类型及易感人群」和「未来旋律
营销方法论」三大维度层层解码，
助力品牌在声音的洪流中，
精准锁定属于自己的
营销方向。



CONTENTS 目录



PART 1

旋律 - 未来营销的新大陆

为什么旋律正在成为营销的重要媒介？



PART 2

抖音爆款旋律图谱&旋律趋势人群

什么歌火？谁在听这些歌？怎么触动这群人？



PART 3

MELO抖音旋律影响力模型

如何利用抖音平台玩转旋律营销？



PART 1

旋律

未来营销的
新大陆

1. 旋律让感官世界更立体

当视效已卷到天花板，听觉就成了突破屏幕隔阂的最佳捷径。在多感官体验中，旋律能瞬间把人拉进氛围、一秒上头——毕竟，没有BGM的短视频就只是「客观记录」，配上旋律才成了「生活大片」。



1.1 旋律是「听觉多巴胺」

比起视觉，听觉记忆留存更持久。

视觉记忆多是毫秒级闪回，而听觉记忆在大脑自然停留时间可达1-4秒。

抓耳旋律，本质是给大脑的「电子糖果」。

心仪旋律响起时，多巴胺水平最高可提升9%，和品尝美食、盲盒开箱的爽感如出一辙。



1.2 旋律是「全球免签」的通用语言

旋律自带跨文化、跨认知、跨代际的传播buff：

无需语言转译，身处世界各地便可心领神会；不限阅历年龄，出身不同代际也能共享感动。

>60%

千禧年和Z世代用户习惯收听非母语歌曲

86%

Z世代受访者表示就算不懂歌词含义，旋律仍能够引起共鸣，改善心情

数据来源：Luminate, Edison Research

无论是 K-Pop 反向输出欧美，还是冷门小语种刷屏短视频，都在证明旋律不一定要被听懂，只需被感知便足以打破语言界限，实现病毒式传播。



《All I Want For Christmas Is You》统一了全球几代人的圣诞听觉氛围；《恭喜发财》则成为了刻进华人DNA里的「春节专属倒计时」



2010年世界杯主题曲《Waka Waka》原班创作团队为《疯狂动物城2》创作的主题曲《ZOO》重燃节奏狂欢，印证了旋律依然是瞬间引爆全球流量的「硬通货」，能唤起跨越国界的集体狂欢。



1.3 旋律是短视频的「内容预告」

热门旋律不仅预示短视频剧情走向，更能助品牌决胜黄金3秒，
高效锁定注意力并激发深层互动。

67%

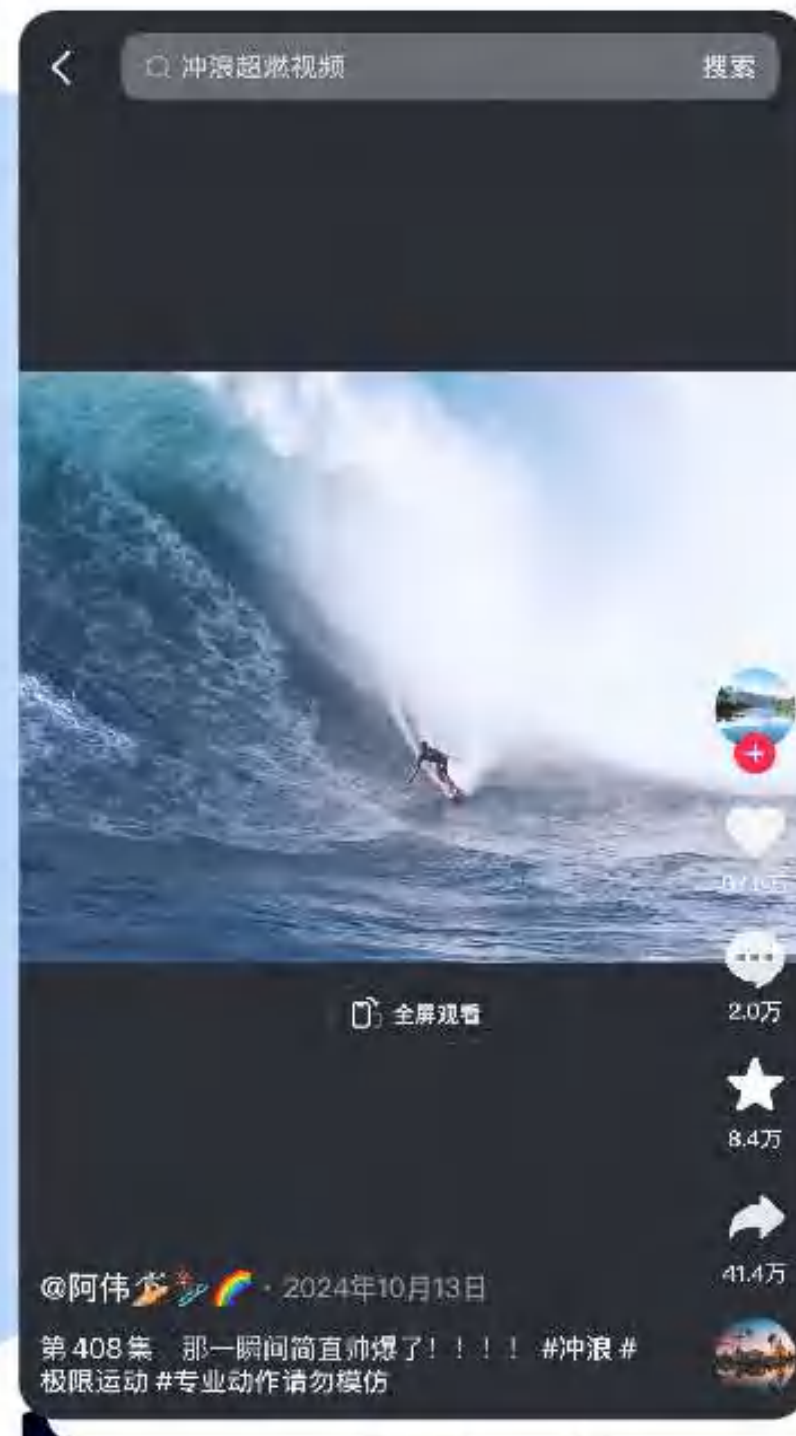
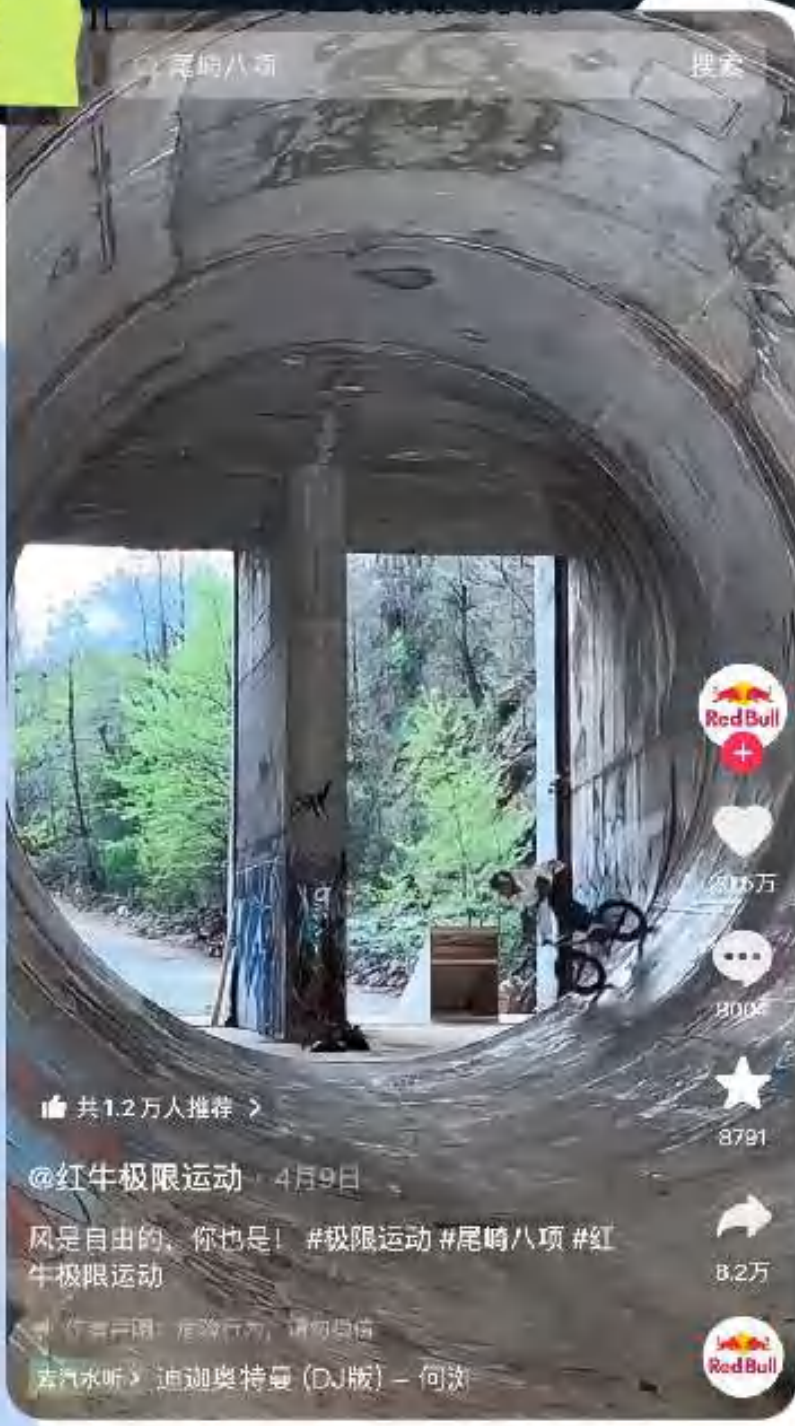
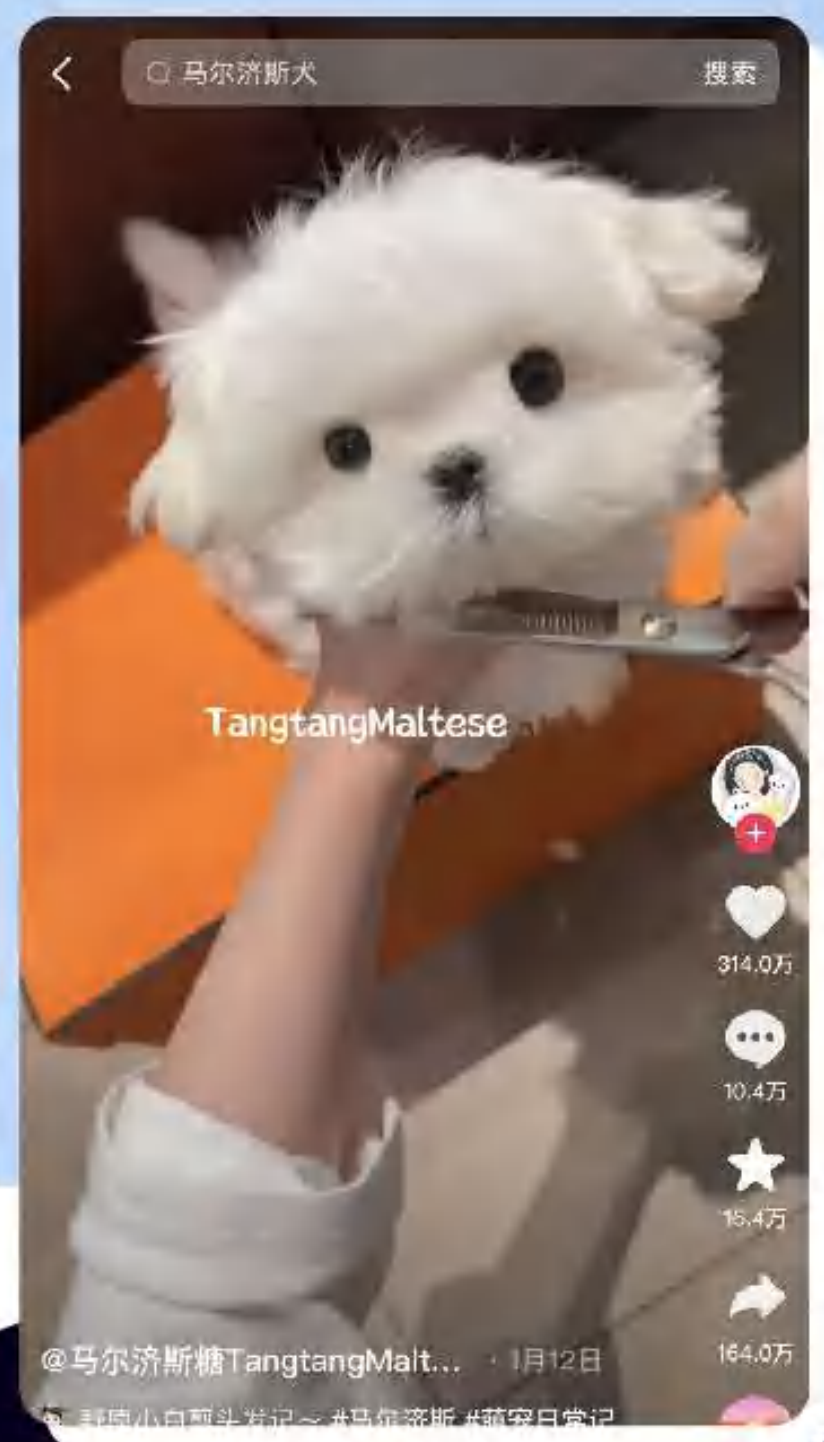
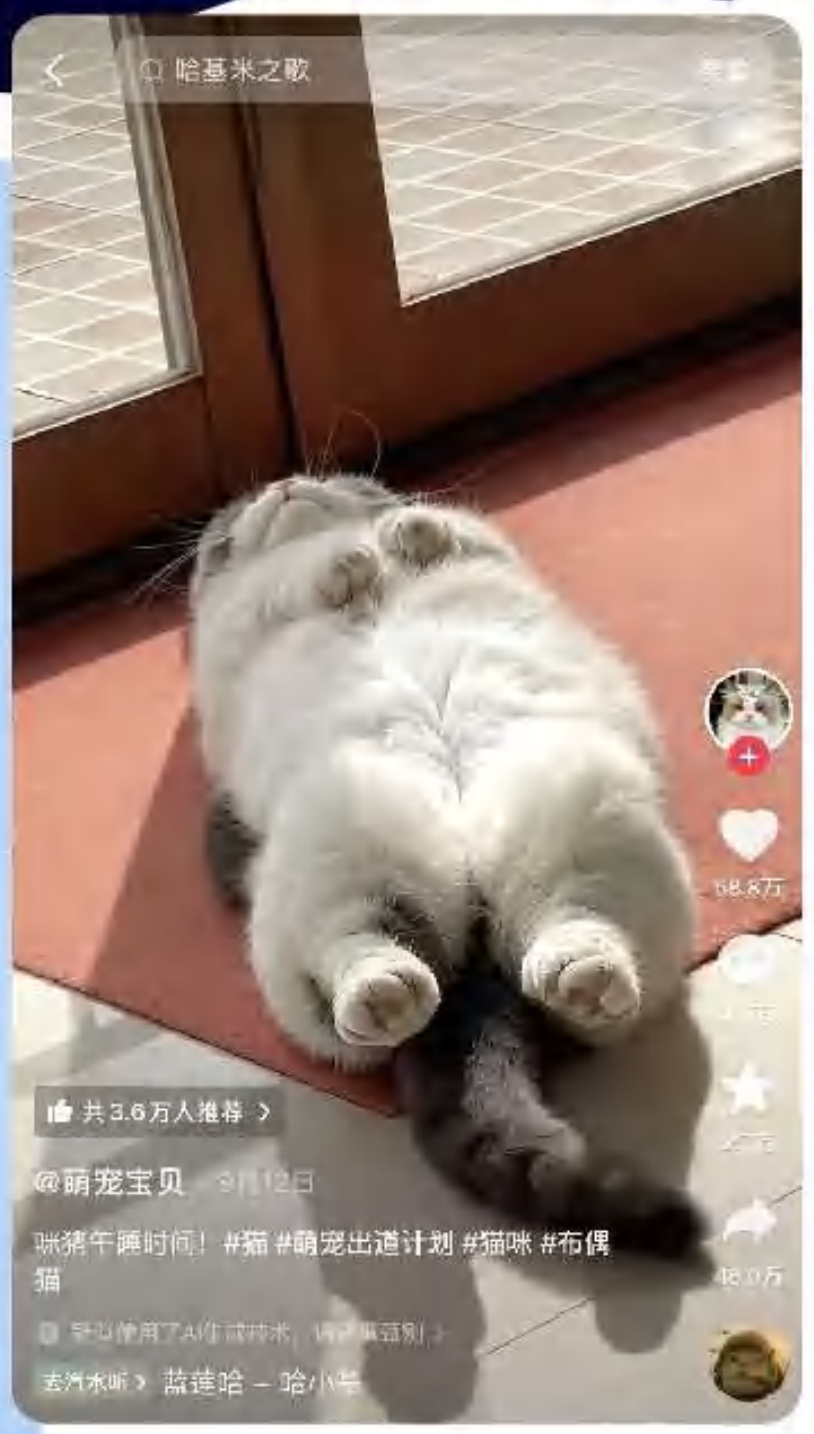
用户在短视频前三秒
确定是否继续观看

20%

音乐可使短视频的
播放量、互动量提高约

数据来源:巨量引擎

轻快口哨与尤克里里响起,切换**可爱萌宠**记录

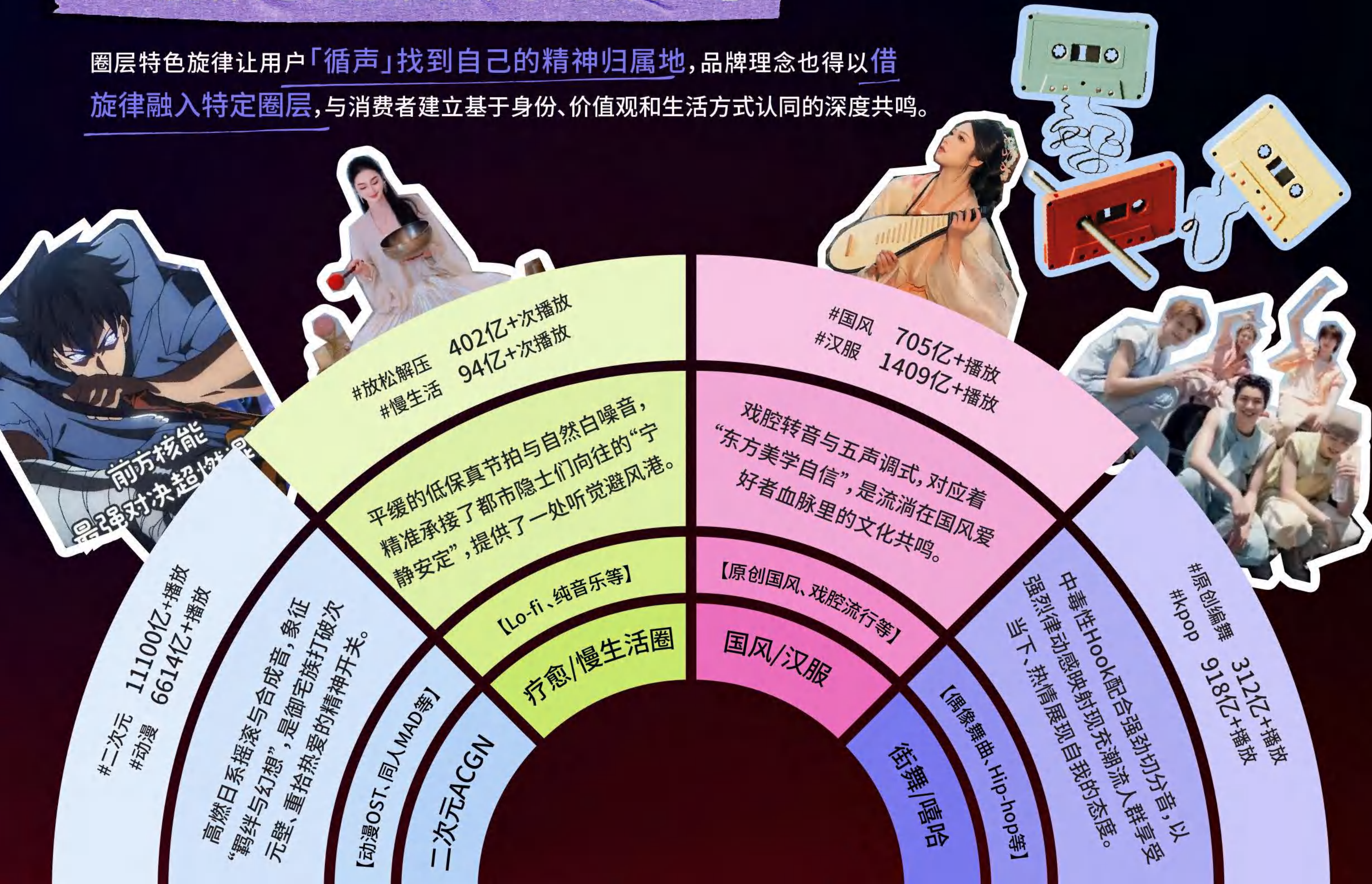


滑稽音效一上,秒懂是**搞笑翻车**现场

重鼓点快歌则直接点燃**热血运动**基因

1.4 旋律是链接圈层的「赛博ID」

圈层特色旋律让用户「循声」找到自己的精神归属地，品牌理念也得以借旋律融入特定圈层，与消费者建立基于身份、价值观和生活方式认同的深度共鸣。



2. 旋律让营销快速出圈

旋律既是刻进记忆的「声音人设」，也是撬动大众情绪、引爆广泛传播的「流量杠杆」，让品牌在喧嚣的声场中，收获消费者关注，赢得更多好感与喜爱。

2.1 旋律在电视时代：经久不衰的「记忆霸权」

在电视单向传播的时代，那些极具辨识度的旋律，通过长期重复触达，已经刻在了大众的DNA里，那些被音符定格的情绪与瞬间，也成为了一代人心中难以磨灭的品牌声音Logo。



2.2 旋律在短视频时代:多元交互的「共鸣新声」

借由对用户情绪与生活的敏锐洞察,通过多变的创意玩法和潮流策划,品牌能够精准实现与目标用户的心智同频。

热梗借势 网感对味

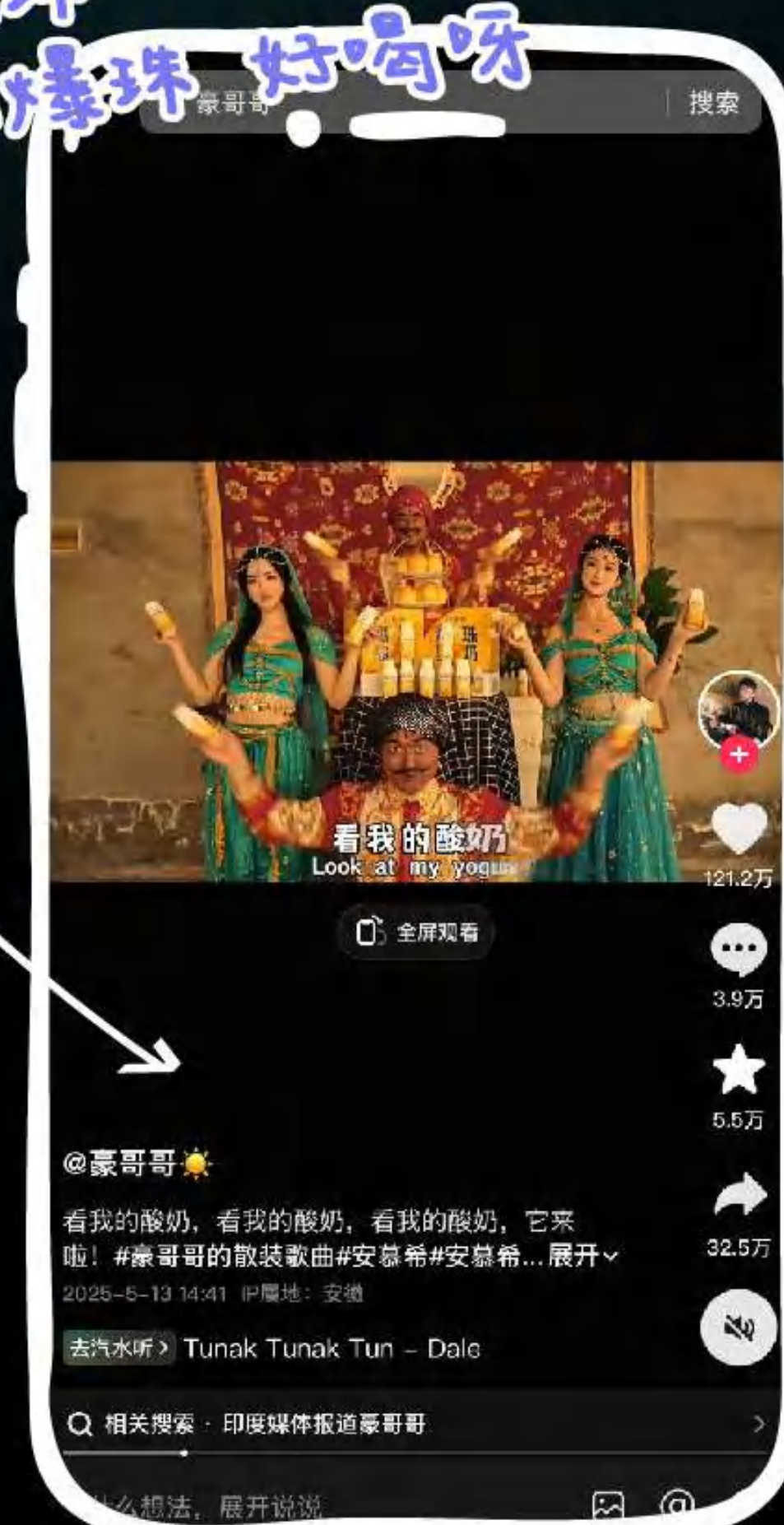
蒙牛冠益乳
改编抖音爆曲
《KissKissShyShy》
玩转代言人营销



kiss kiss
sha sha



奥利奥携手
搞笑博主@桃黑黑
共同打造魔性rap
《奥利奥奥利奥卷之歌》
为新品宣传



安慕希

安慕希爆珠酸奶
与魔改印度神曲
走红的音乐人@豪哥哥
演绎品牌改编版本
神曲为新品宣传

经典新编 国民记忆

蜜雪冰城主题曲
创意改编美国乡村民谣
《oh, Susanna》



雪冰城甜蜜蜜

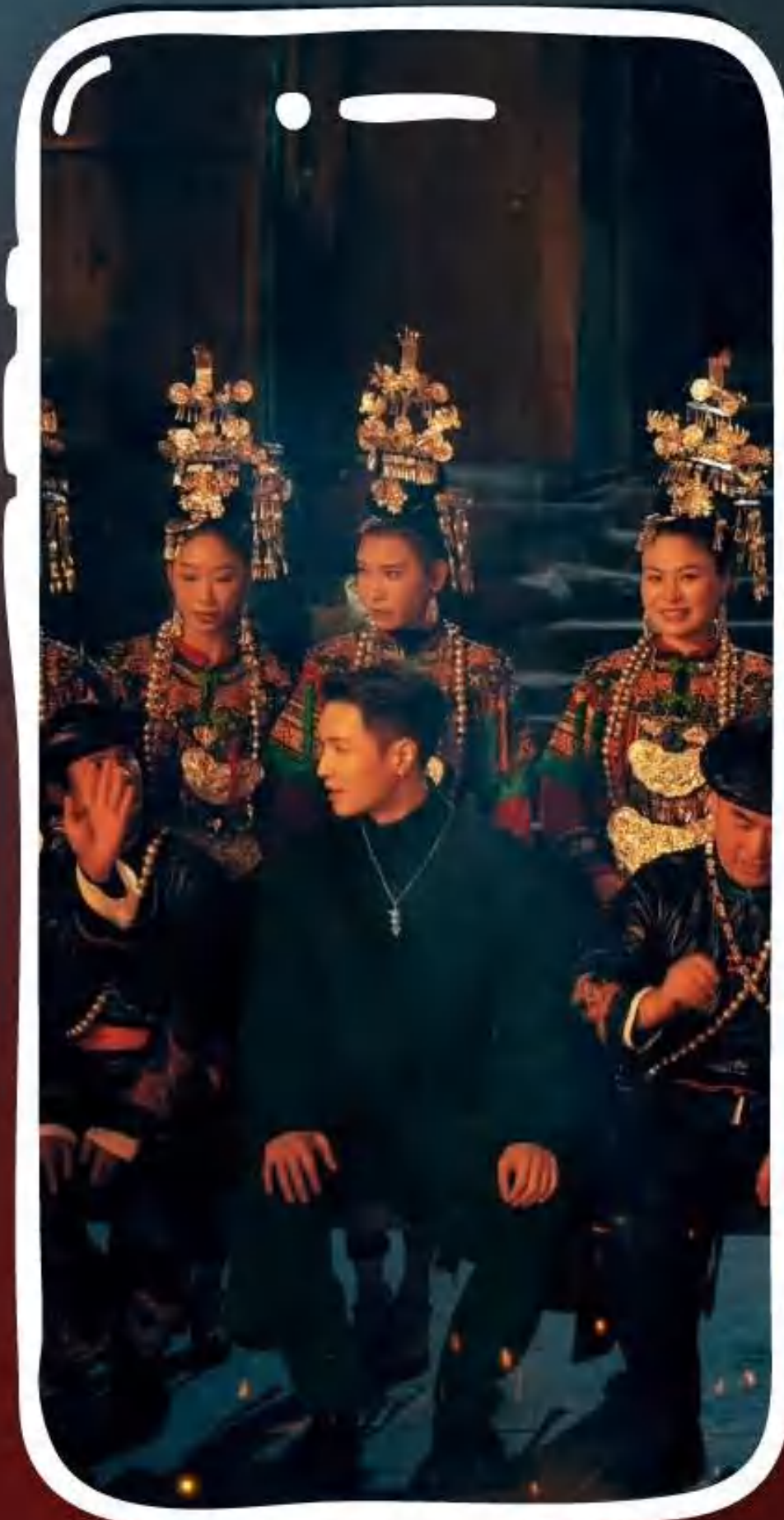


名创优品主题曲
创意改编自美国传统儿歌
《Old MacDonald Had a Farm》

文化融合
深度同频



是太妃榛果拿铁



星巴克精选门店
限时播放「千禧金曲歌单」
邀请消费者喝太妃、听听歌，
回味温暖记忆

Qeelin、
以侗族大歌为引
致敬非遗文化
创作品牌中国
新年贺岁大片



你要的啥子范儿
Louis vuitton on me

LV与马思唯跨界合作
为路易威登之家新店开幕
打造基于成都地域文化的
方言说唱《啥子范》

3. 抖音：旋律的「第一发声地」

抖音自带「有声」基因，旋律在这里占据「绝对C位」。

抖汽联动生态释放音乐流量潜力

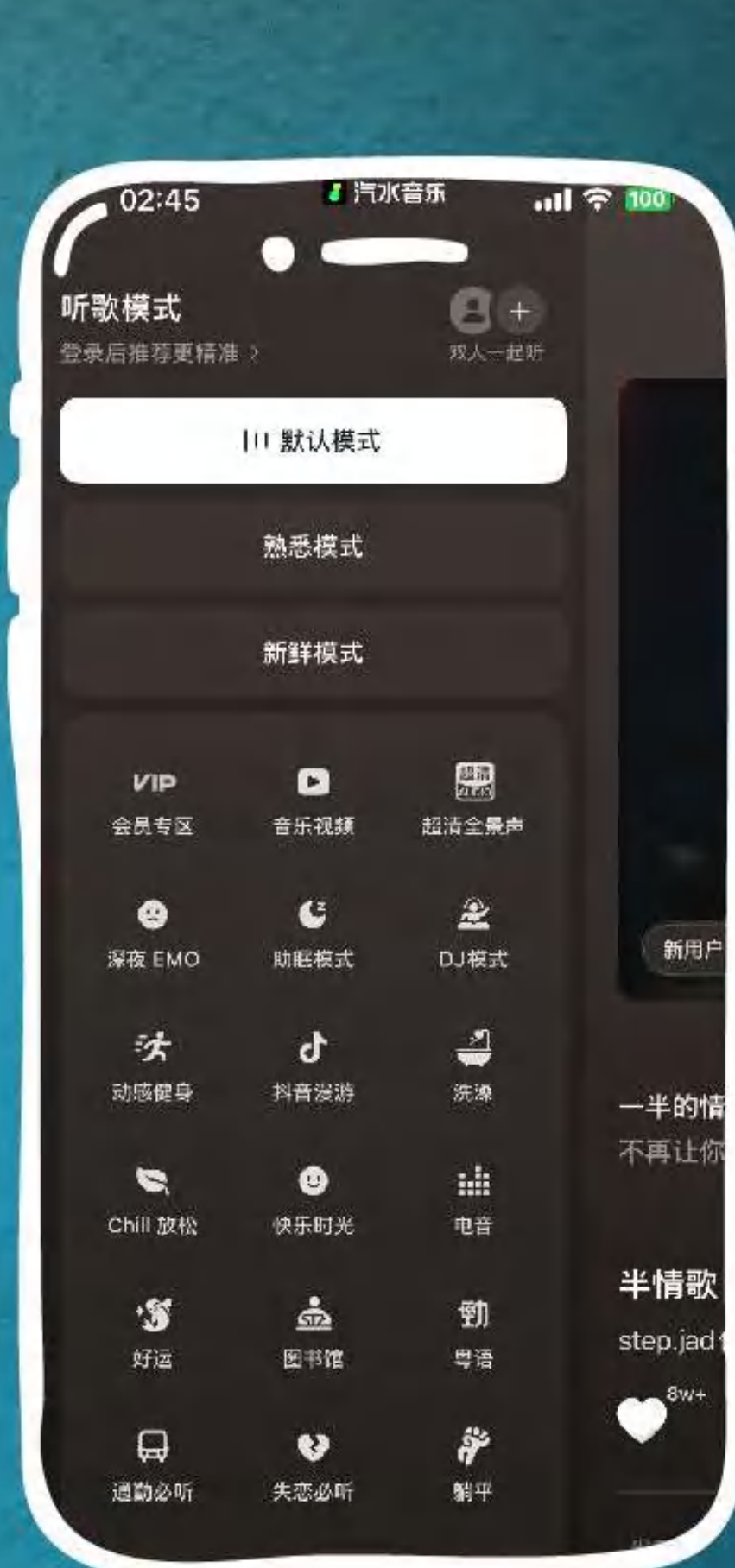
汽水音乐作为深度音乐消费端，与抖音的泛音乐消费内容实现双向生态融合

全时段，全场景覆盖
陪伴每一个音乐时刻

抖音音乐消费

>1千亿次
日均音乐视频播放量

>6000首
年曝光十亿次歌曲



抖汽联动，全面打通
打造“音视”协同链路

汽水音乐消费

9900万+
汽水音乐MAU

>80分钟
用户日均使用时长

抖音是旋律传播的重要渠道

4600万

抖音每天
UGC音乐投稿

140万+

全年助力新歌
全网爆红

945亿

抖音TOP10爆款
歌曲总播放量

520万+

抖音音乐舞台的
活跃创作者

40%

流媒体播放量TOP1.5w
中的歌曲因抖音传播而流行

抖音除了输出海量「国民爆曲」之外
更是将旋律重塑为「可视可玩可互动的流行文化」
这背后支撑的则是抖音独有的四大生态优势

在抖音，解锁听玩同步的全景声场

在抖音，依托精准算法打动人心

在抖音，扎根沃土深厚的创作雨林

在抖音，和AI共同智造创意新声

3.1 在抖音，解锁听玩同步的全景声场

发现好歌：刷到就爱上

在抖音短视频 / 汽水音乐里“撞见”好歌

玩梗互动：听完就能玩

用喜欢的版本参与手势舞、翻唱挑战、乐器合奏、朋友合拍接唱等

沉浸聆听：想听的都有

一键跳转完整版，搜索直享DJ、变速等不同版本音乐

线下奔赴：现场嗨过瘾

打卡线下音乐节，和喜爱歌手合唱互动，沉浸式感受 live 热烈氛围

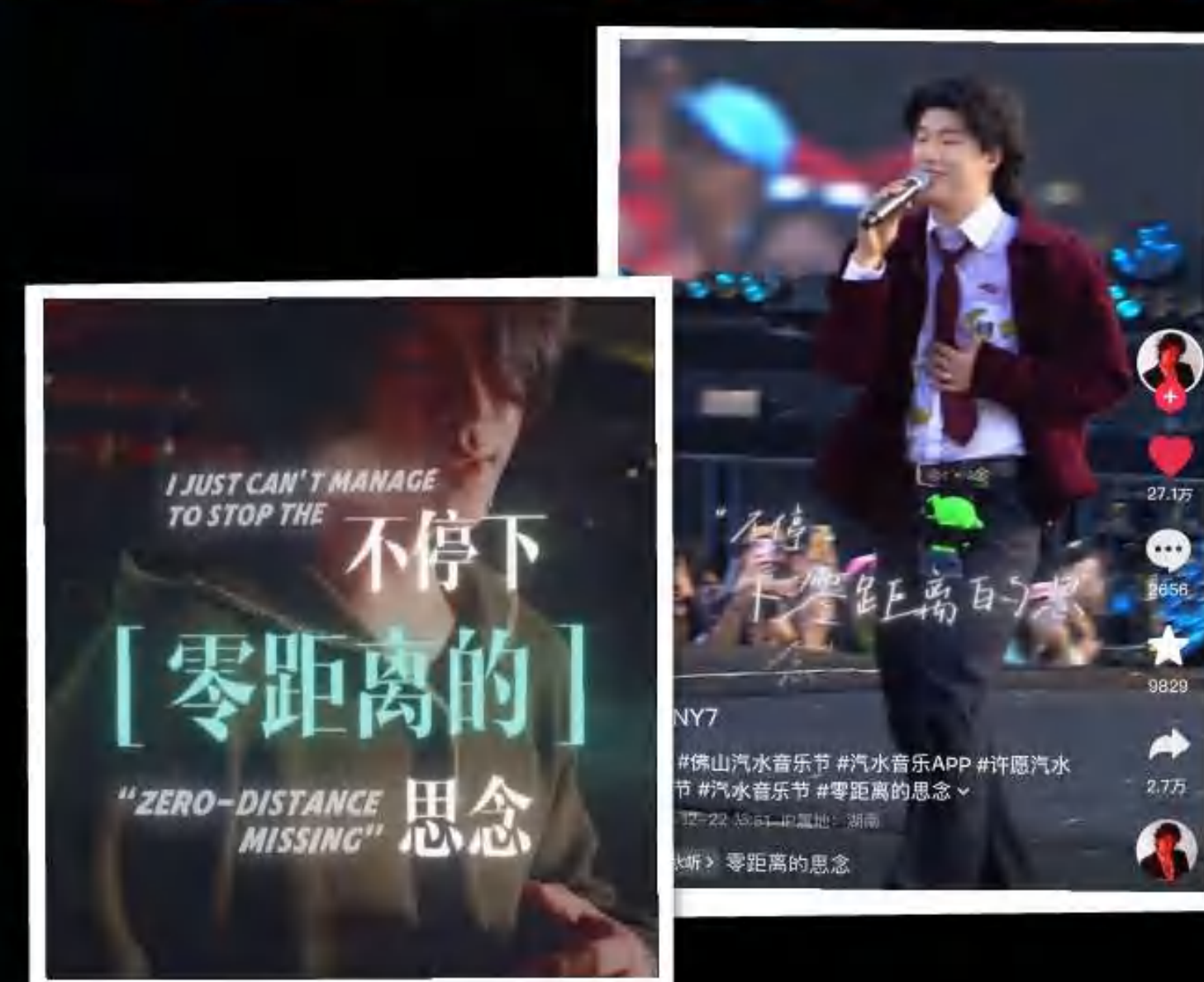
一键跨端使用喜欢的音乐
在汽水发现好歌在抖音创作应用



翻唱+翻跳挑战
热歌在抖音解锁花样玩法



线上种草歌曲线下奔赴live
汽水音乐节为小众歌手提供舞台



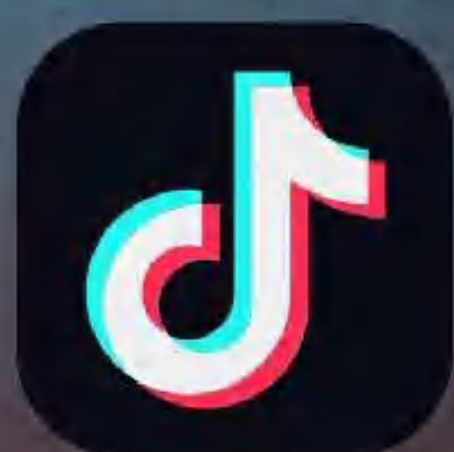
《爱河》在汽水音乐初上线两个月即超100万播放，后续在抖音达人翻唱、二创下，吸引自发投稿量超160万，播放量累计突破38亿，连续登顶抖音热歌榜。

19年金曲《孤身》借DJ版改编在抖音二次翻红，更衍生出同名手势舞，翻唱翻跳挑战热度拉满。原唱@徐秉龙也亲自发文，和观众互动演绎“孤身摇”。

《零距离的思念》上线即霸榜，成为情感叙事类内容爆款BGM之一。汽水音乐邀请原唱@TINY7参与汽水音乐节，为观众解锁小众歌手音乐舞台。

3.2 在抖音，依托精准算法打动人心

汽水音乐与抖音账户数据互通，双端数据沉淀后为用户进行更精准的音乐推荐，让「对的时间遇见对的旋律」成为常态。



「定时定向投放」

7:00 - 9:00 早间通勤 积极向上 / 正能量 ...

12:00 - 14:00 午间休息 时下热梗 / 轻松一刻 ...

22:00 - 24:00 夜间沉浸 深度沉浸 / emo ...



「音乐推荐调节器」

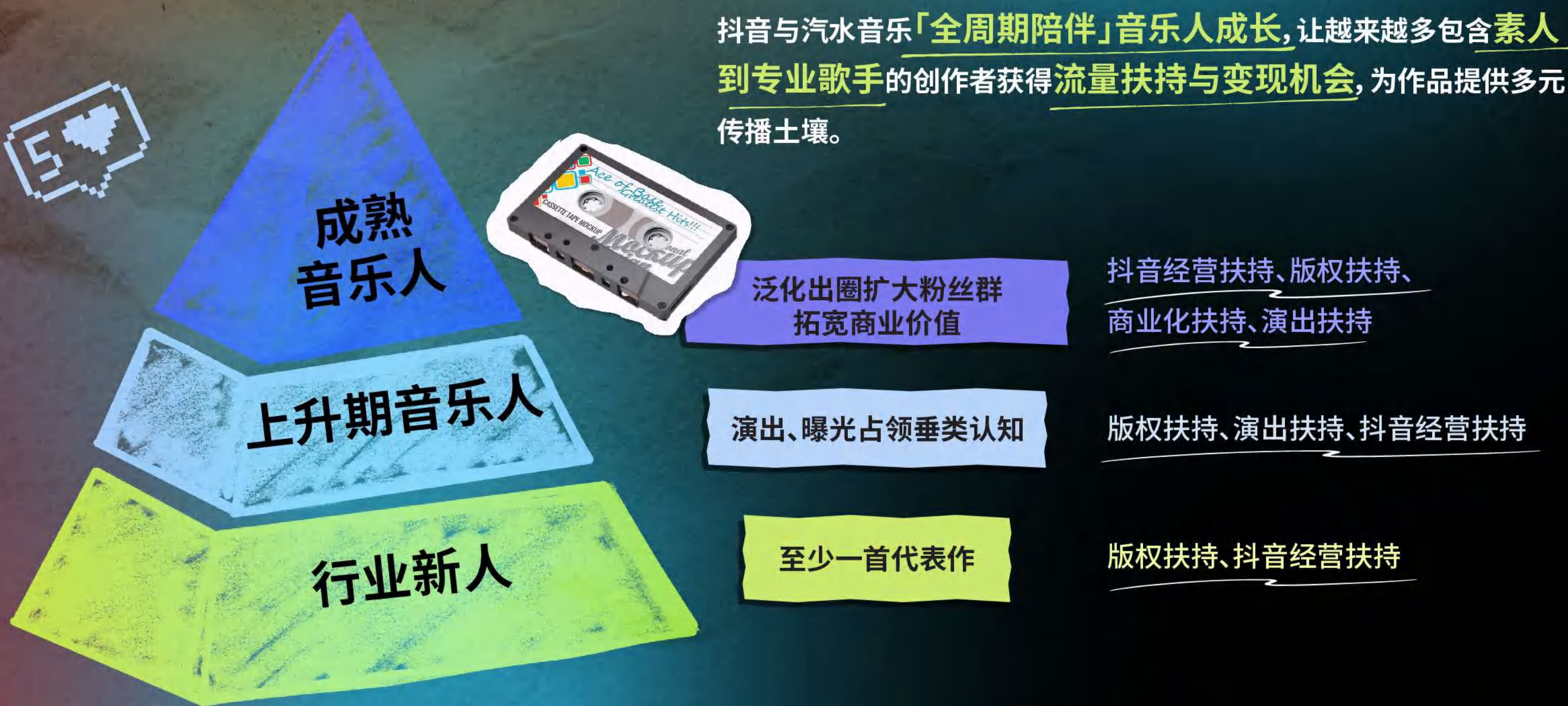


对创作者来说，抖音算法也能根据歌曲匹配涨粉策略：

「音乐卡」等DOU+工具高效转化短视频热度为艺人涨粉，如刀郎单曲引流涨粉55万。

流行民谣《去远方》借助「找准人」算法策略，宣推结束后实现日播超500万，晋升热歌榜第4位。

3.3 在抖音, 扎根沃土深厚的创作雨林



在抖音, 热歌高效宣推将小众音乐人推向顶流

凭借《八方来财》和《大展鸿图》等独具特色的说唱歌曲, 音乐人@揽佬从抖音爆火进而迈向全球, 实现文化输出。

在抖音, 素人也能凭实力缔造爆款神曲

平台推流+「人带歌、歌带人」的良性循环
让19岁素人歌手@猫咪很猫 penny创作的《打火机》引发现象级传播。



文化输出: 众多外国人翻唱翻跳, 海外巡演场场爆满一票难求



魔性玩梗: 歌词魔性洗脑, 带动舞蹈模仿、二创等多种趣味玩法



《打火机》已带动多条不同类目图文突破百万点赞!



商业跟随: 歌曲引发现象级传播, 品牌借势改编进行产品营销活动

>100亿
#八方来财相关话题
抖音播放量

189万
《大展鸿图》
抖音配乐使用量

第1位
Spotify华语歌手

>100亿
全网播放量

>624万
《打火机》
抖音配乐使用量

>560万
《打火机》
汽水音乐获赞量

3.4 在抖音, 和AI共同智造创意新声

「低技能门槛+高效率产出」AI音乐创作模式, 恰好击中了抖音对于「海量内容快速更迭」的生态刚需, 极大地释放了大众的创作势能, 让抖音当仁不让地成为 **AI 旋律核心发酵场**, 引领旋律生态的未来走向。

> 5000万

用户在用AI创作歌曲

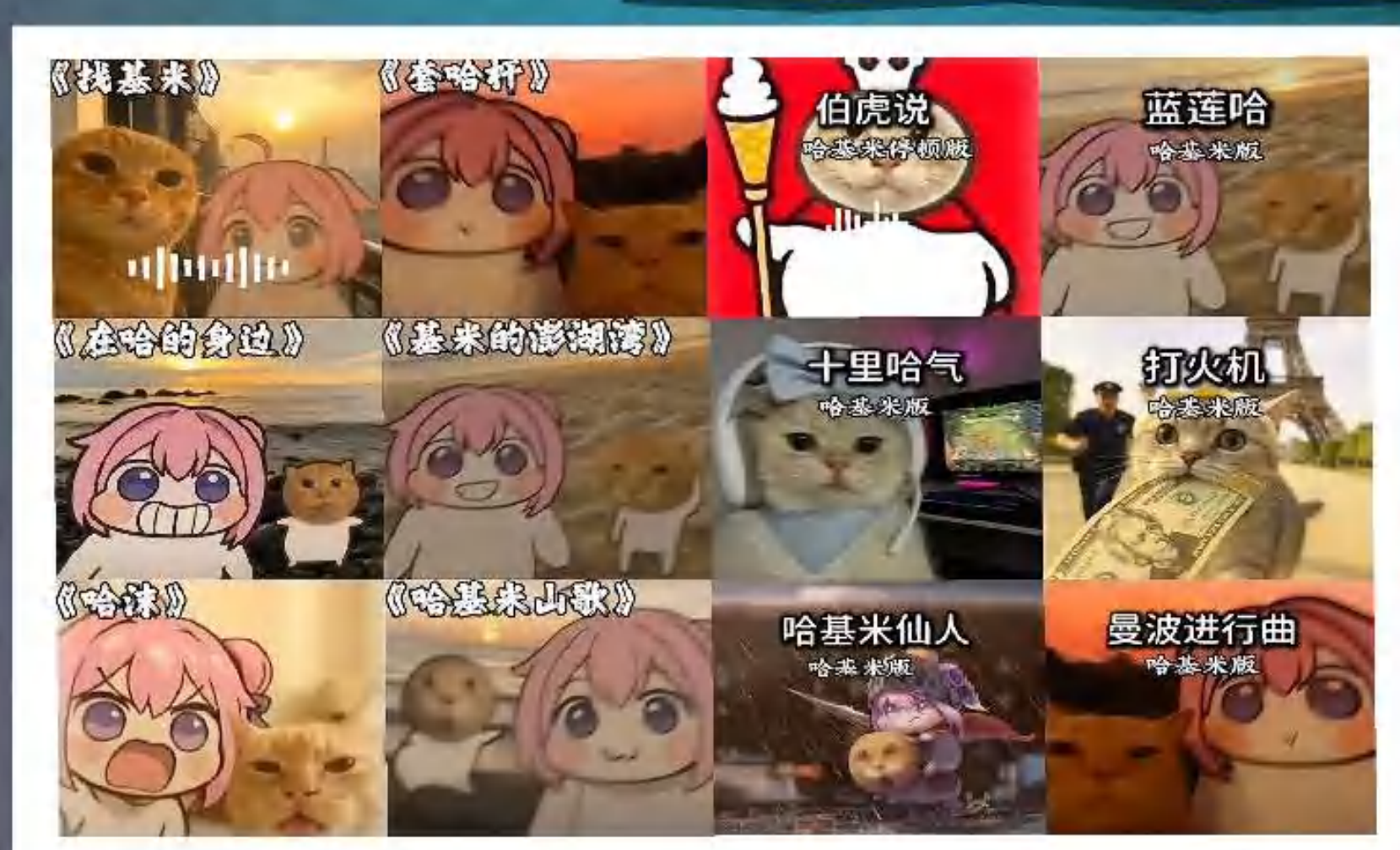
> 3.3亿次

AI音乐创作平台#suno
在抖音的相关作品播放量

数据来源: 公开数据整合、抖音内容数据

AI提升创作产能

AI加速爆梗的全网传播



AI赋能爆梗#哈基米的二创歌曲内容, 以更快速度、更广范围、更多形式渗透全网。

AI大幅降低音乐创作门槛



头部AI音乐博主@大头针以AI翻唱在抖音爆火月更可达**39首**歌曲, 高产高效, 质量稳定。



泛AI音乐创作者@Yapie程序员哥代表作《七天爱人》, 仅用**2小时**完成创作全流程。

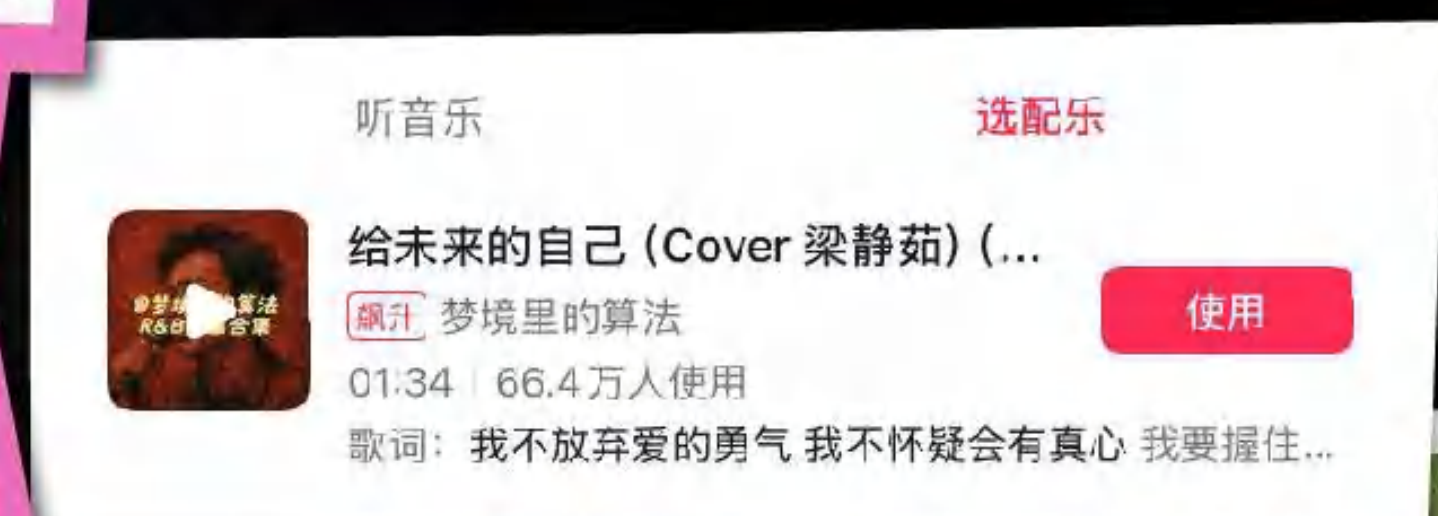
AI解锁音乐玩法新可能

AI改编曲爆火
带动歌手借势出新歌



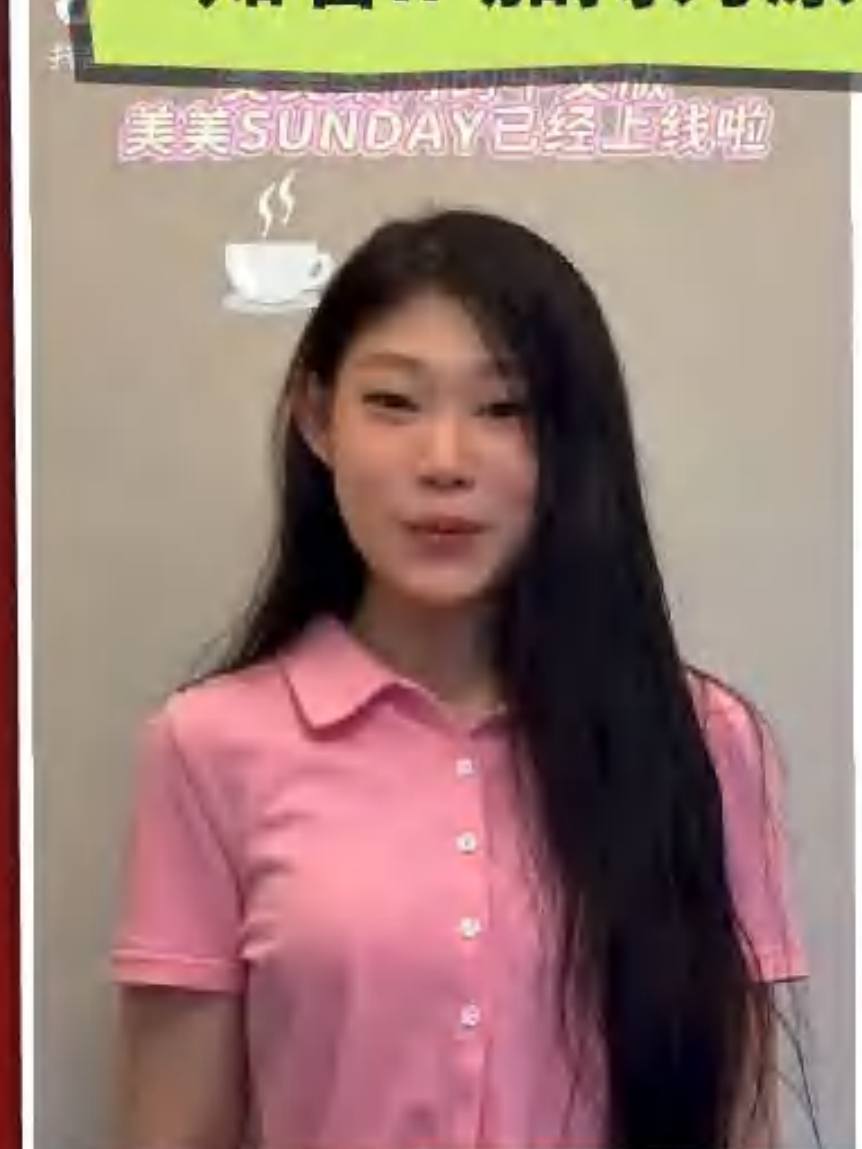
AI改编的爵士版《大东北我的家乡》爆火, 而因其风格与歌手袁娅维的标志性唱腔高度契合, 在网友呼吁下@TIA 袁娅维受邀进行全新演绎, 再次爆发大量热度。

AI声纹复刻
让只能脑补的歌声落地成真



AI孙燕姿版《泪桥》呈现动人音色、AI R&B改编版《给未来的自己》登上配乐飙升榜.....AI高精度声纹复刻技术已能实现“心仪歌手唱任何歌曲”, 受到广大听众喜爱。

AI跨界换声
知名IP加持为原作增添热度



因@沈佳润Nina音色与人气动画Chiikawa中角色小八声音神似, 部分网友利用AI工具让小八开唱新歌《One Shot》, 带动歌曲二次出圈。

PART 2

抖音爆款旋律图谱& 旋律趋势人群

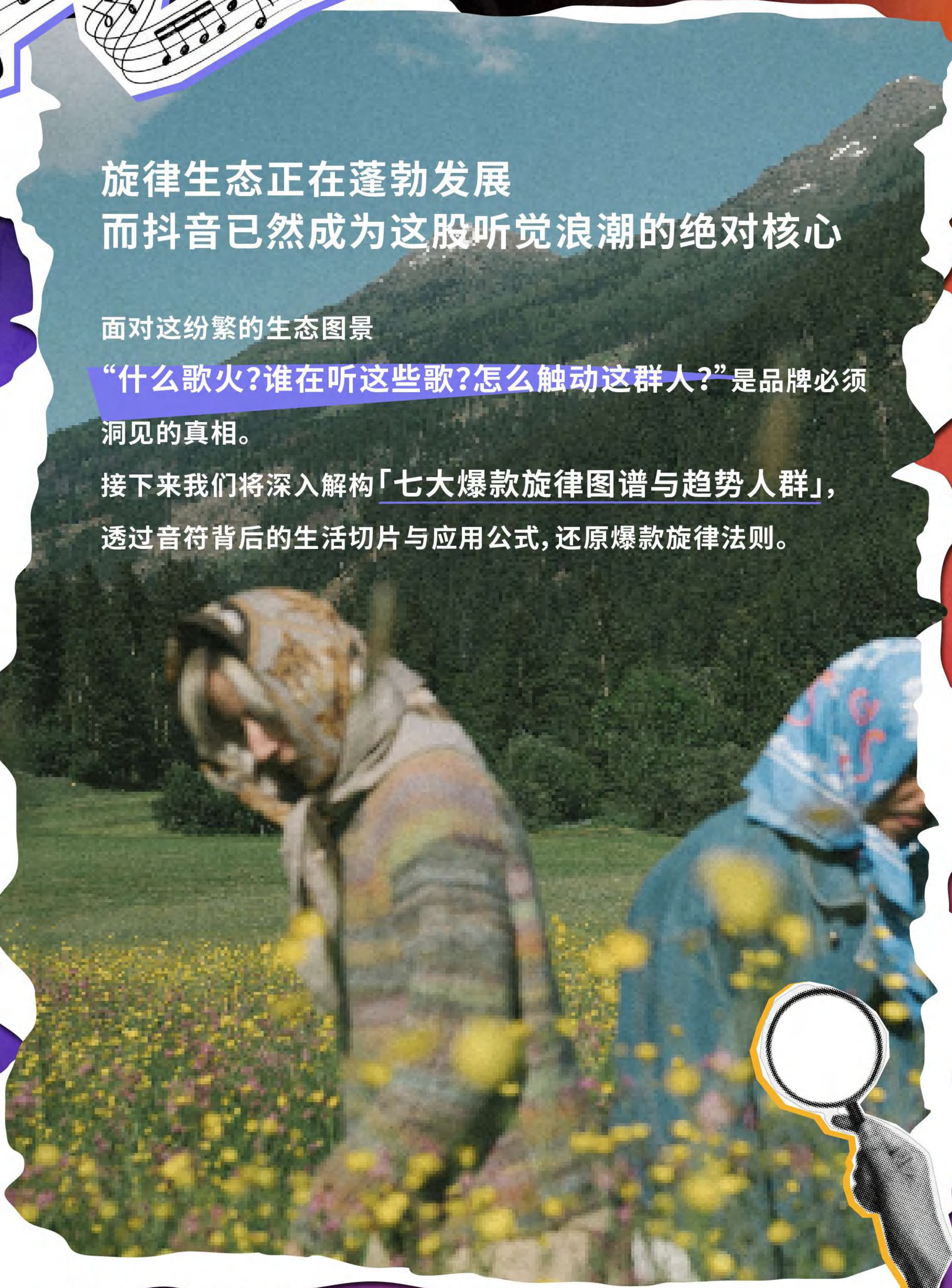


旋律生态正在蓬勃发展 而抖音已然成为这股听觉浪潮的绝对核心

面对这纷繁的生态图景

“什么歌火?谁在听这些歌?怎么触动这群人?”是品牌必须洞见的真相。

接下来我们将深入解构「七大爆款旋律图谱与趋势人群」，
透过音符背后的生活切片与应用公式，还原爆款旋律法则。



抖音爆款旋律法则



从凭借魔性副歌病毒式传播的《跳楼机》，到以生活化叙事结合抓耳beat破圈的《八方来财》，这些风格迥异的爆款，凭借各自特色赢得了大众喜爱。

但透过海量热门音乐、图文和内容的表象，我们发现——爆款旋律走红并非玄学，在“流量体质”的背后，是它们精准结合了「记忆点-情绪值-传播性」三大要点，踩中了一套可复制的爆款旋律应用法则。

旋律记忆点 旋律简单抓耳易上头



用户情绪值 歌词曲风与情绪共鸣

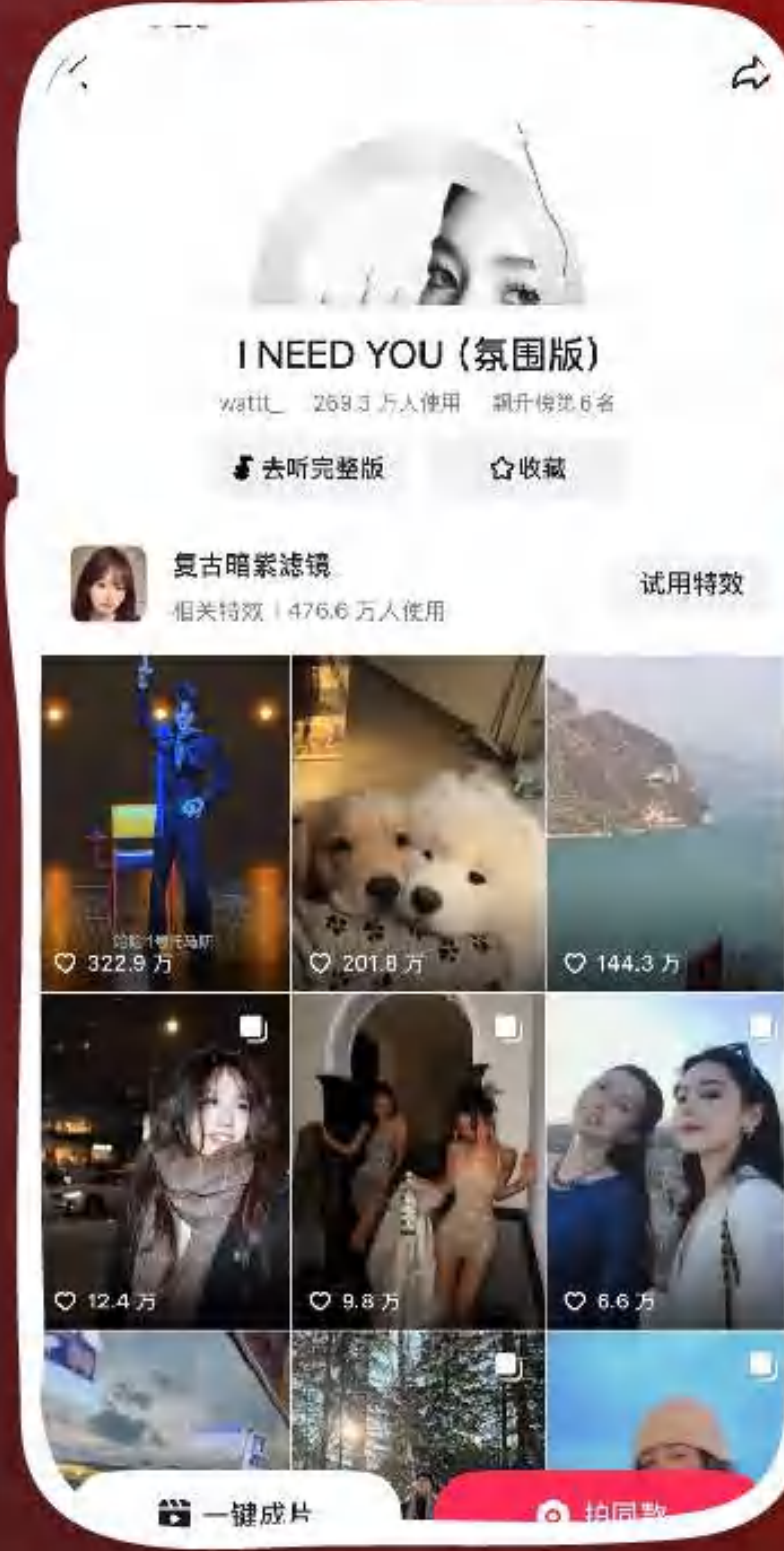
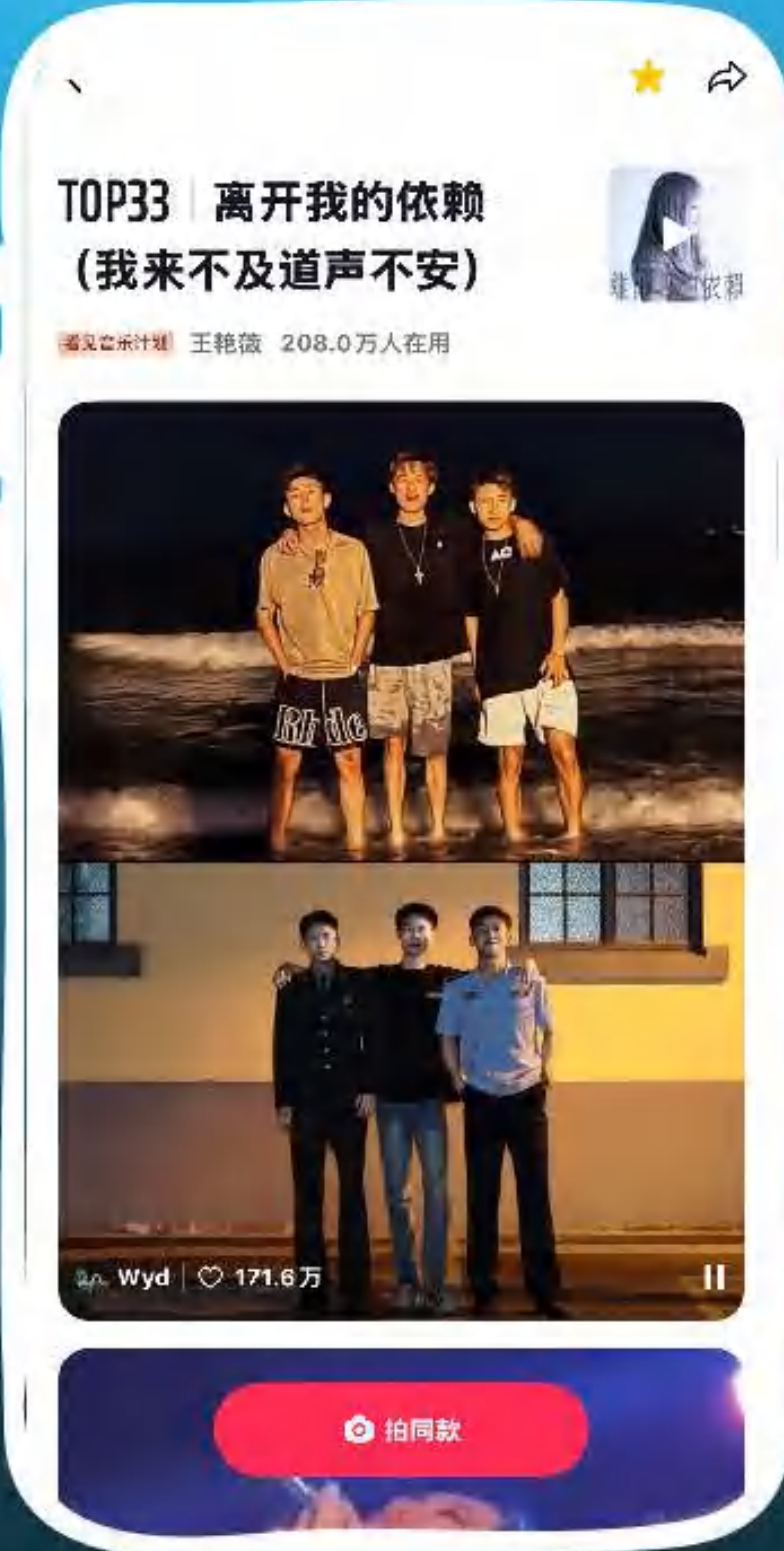


场景传播性 氛围兼容多元场景主题

直白好记的旋律搭配高辨识度的听觉钩子
短时间形成「耳虫效应」
深化听众记忆

精准捕捉大众高频情绪
产生「这首歌说的就是我」的代入感
促进主动分享创作

氛围兼具场景适配性与发散性
助力创作者在多元内容赛道中灵活运用
扩大传播范围



高热标签抓取

基于抖音爆款旋律核心架构

热门旋律记忆

抖音TOP热歌

抖音热门话题

抖音爆款图文

怀旧 激情

励志

快乐

治愈

emo

小确幸

松弛

洗脑神曲

动漫OP/ED

电音

80年代金曲

KPOP

抒情情歌

中国风

民谣

.....

颂钵音疗

玩梗弄潮

深夜网抑云

音乐节打卡

健身撸铁

淘黑胶

奔赴山野

cha舞

.....

抖音七大爆款旋律类型

根据抖音站内旋律高热标签话题播放量排名

TOP1

治愈系赫兹

#治愈 #emo伤感 #白噪音



TOP2

颅内复读机

#搞笑 #魔性二创 #洗脑



TOP3

多巴胺和弦

#轻快 #元气满满 #少女心



TOP4

锐舞炸场调

#舞曲 #k-pop #dj



TOP5

岁月金唱片

#怀旧金曲 #老歌翻唱



TOP6

新腔唱古韵

#国风新创 #方言rap



TOP7

燃感最强音

#电音 #摇滚 #重鼓点



数据来源:抖音内容数据



七大爆款旋律应用要点

找准旋律记忆点
旋律特征解读

洞察用户情绪
易敏人群描摹

提升场景传播性
爆款旋律内容公式

核心曲风分类

听觉特质

聆听场景

音色组合

听觉切入点

重点生活方式

人群简介

消费偏好

适配图文主题

热门话题标签

代表旋律

公式组成

治愈系赫兹

多元民谣 白噪音 抒情r&b

旋律里的「安心避风港」, 抚慰日常的松弛力量



身心平衡
疗愈共情派
松弛感



内容主题	沉浸自然旷野	声音舒缓疗愈	情感治愈/emo
爆款旋律内容公式	「自然风景」x「旷达沉浸感BGM」 x「慢镜头运镜 or 卡点」+「情绪文案」	「环境白噪音」or「颂钵/手碟」 x「疗愈画面」	「情绪抒发向自拍」x「氛围感情歌」 +「emo歌词」



懂的都懂
抽象梗学家
反精致审美
祛魅
痛文化

颅内复读机

抽象洗脑型 空耳玩梗型

旋律里的「怪味跳跳糖」, 打破逻辑的洗脑狂欢

内容主题	萌宠meme搞怪抽象 (如: 哈基米)	话题感热歌改编	出圈表情包模仿
爆款旋律内容公式	「抽象小猫形象」x「哈基米二创神曲」 +「倍速音效」	「夸张表演式模仿明星/歌曲特征」 x「原版热歌 or 热歌个人翻唱版」	「表情包动图」x 「表情包同款动作cos」x「热梗伴奏」

多巴胺和弦

元气流行 弹唱甜歌

旋律里的「气泡小甜水」, 主动加糖的焕彩能量



取悦自我
快乐寻宝人
创造快乐 积极乐观



内容主题	颜值展示	生活vlog	情侣合拍	甜宠萌娃
爆款旋律内容公式	「穿搭/自拍视频」 x「元气少女旋律」 +「简单轻快舞蹈律动」	「生活记录vlog/plog」 x「轻快流行歌」 +「碎碎念 or ASMR」	「情侣同框」 x「浪漫情歌」 +「镜头微晃卡点」	「萌态特写」 x「快节奏小甜歌」 +「宠物叫声 or 宝宝撒娇」



颜值至上
紧跟潮流
潮流律动党
社交为先



锐舞炸场调

k-pop电子舞曲 Bounce/dj版

旋律里的「节奏闪光弹」，点亮人设的高光时刻

内容主题

kpop舞曲翻跳/ cha舞

卡点换装

手势舞跟拍

爆款旋律内容公式

「KPOP热曲」
x「idol舞蹈还原」
+「舞房对镜 or 仰拍固定机位 or 随舞现场」

「节奏鲜明旋律」
x「鼓点/重音处切换」
x「多套look + 相同背景」

「表情模仿 + 手势模仿」
x「手势舞标配旋律」
+「节奏动感运镜」

岁月金唱片

黄金年代华语流行

复古Disco



怀旧情怀

致敬经典

时光旅行者

乐观主义

旋律里的「时光穿梭机」，重映时代的昂扬高光。

内容主题

金曲新编新唱

年代老歌种草科普

复古全套氛围烘托

爆款旋律内容公式

「经典老歌」x「翻唱挑战」
or「歌词or旋律改编」

「金曲集锦串烧」
x「音乐史介绍 x 怀旧共鸣向旁白」

「复古穿搭」
x「年代金曲」x「复古风格滤镜」



探索在地文化

古装体验

国风新主理

赛博国风



新腔唱古韵

诗意古风

国潮新曲

旋律里的「东方新风骨」，血脉觉醒的摩登共振。

内容主题

国风舞蹈

国风妆造变装

方言说唱/翻唱

爆款旋律内容公式

「民族舞or 国风手势舞」
x「国风穿搭」
x「诗意古风旋律」

「现代妆容妆造」
x「新中式妆容 or 古装转场」
+「戏曲 or 古装剧OST」

「方言」
x「在地文化内容」
+「国风新说唱」

燃感最强音

摇滚金属

电子脉冲

交响燃情

旋律里的「热血助燃剂」，激活潜能的进阶力量

简洁高效

激情效能党

理性乐观



内容主题

运动自律打卡

燃动爱国情绪

电竞/音乐现场记录

爆款旋律内容公式

「运动健身时刻 + 运动穿搭」
x「高能电音」+「自励宣言文案」

「祖国繁荣昌盛画面」
x「民族自豪感」
x「史诗感重鼓点配乐」

「电竞/音乐高燃现场」
x「摇滚、电音、交响进行曲」
x「台上台下互动 or 现场人群欢呼声」



01

爆款旋律类型

治愈系赫兹

旋律特点

以温暖舒缓、松弛平和为核心，旋律形态丰富多元—民谣勾勒日常暖意，纯净音铺就静谧氛围，抒情r&b转进人心，贴合不同心境情绪。

多元民谣

旋律关键词：

#温暖, #故事感
#心的深夜电台

听觉特质：

听感温暖柔和，旋律简洁平缓
歌词叙事性强，讲述生活片段

音色组合：

吉他为主，搭配简单弦乐和轻柔打击乐

场景适配：

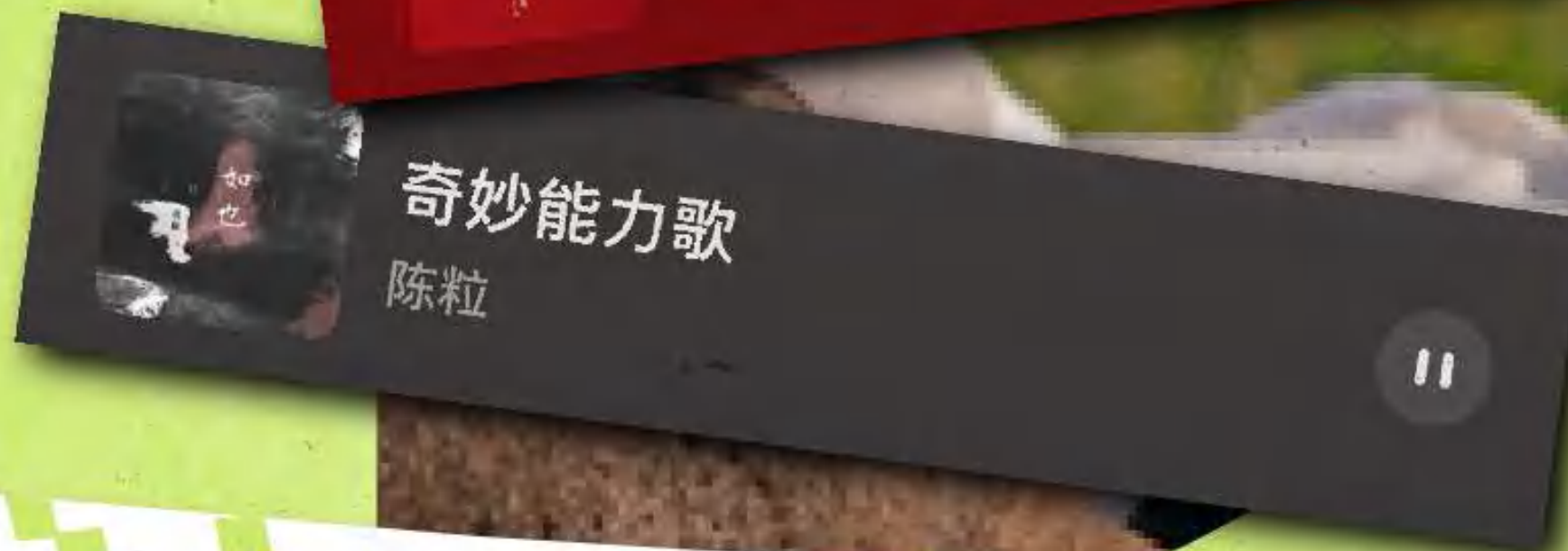
故事分享、生活感触记录

50.9 亿次

抖音平台上#声音疗愈
相关话题播放量

65 亿次

抖音平台上#白噪音
相关话题播放量



白噪音

旋律关键词：

#自然白噪音 #长音/延音
#空音色

听觉特质：

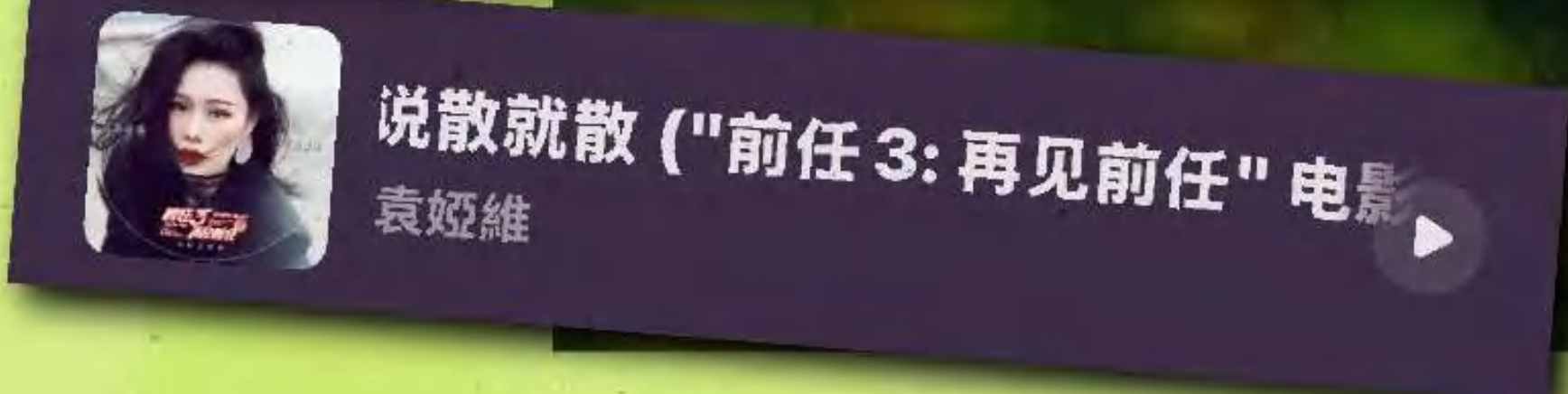
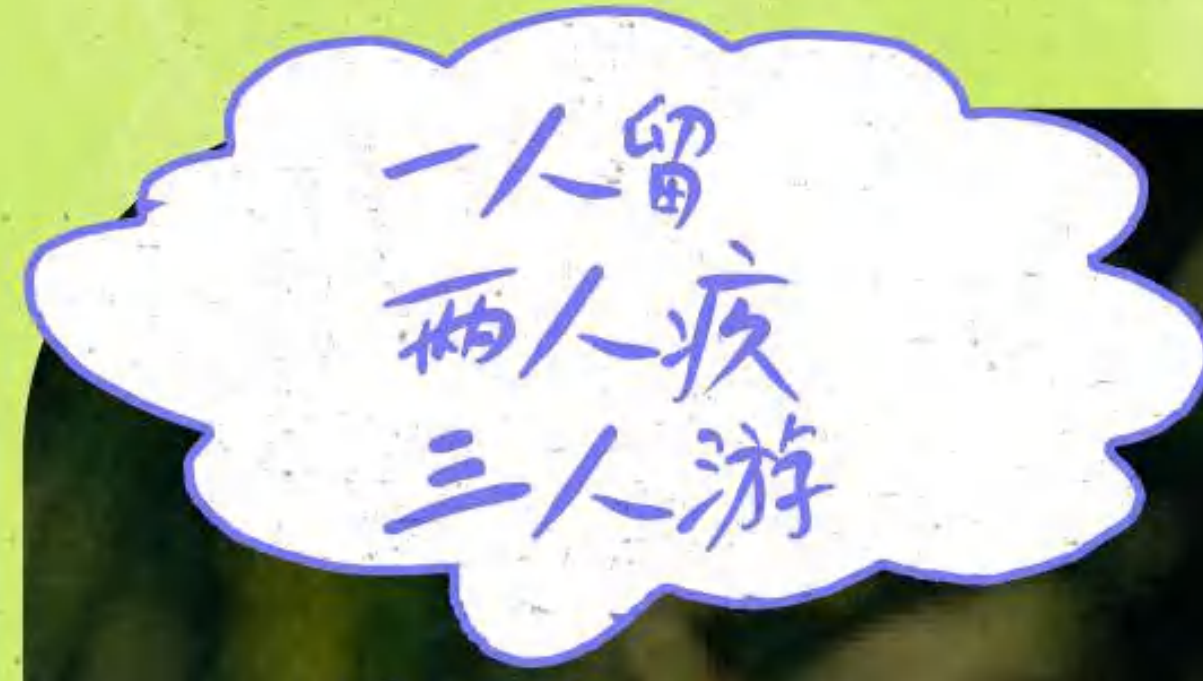
沉浸放松、平静舒缓

音色组合：

雨声、溪水声、蝉鸣声、鸟叫声、钢琴乐

场景适配：

深度睡眠、专注工作、冥想瑜伽



抒情R&B

旋律关键词：

#细腻情感 #氛围感
#深情倾诉

听觉特质：

标志性转音、诉说感演唱方式

音色组合：

电钢琴、大量和弦、适量Auto-Tune

适配场景：

深夜独处、情感抒发

旋律对Ta们来说是：

「安心避风港」、抚慰日常的松弛力量



让脚步慢下来，追寻舒适从容的生活，已成为全球消费者对冲倦怠、回归松弛的温和诉求。**治愈系赫兹**旋律精准契合了人们“忙里偷闲”以提振情绪、实现身心平衡的核心需求，成为适配多元治愈场景的关键听觉载体。

87% 的中国消费者将“**健康/疗愈**”视为日常生活中的重要或首要事项。- McKinsey

74% 的亚太受访者希望**放慢节奏、让生活更简单**。- IPSOS

趋势人群

慢生活

身心平衡

情绪主导

治愈系赫兹

年龄层：18-40岁

身份标签：

慢生活践行者、深夜走心 emo 党、压力出逃治愈家

画像描述：

Ta们是一群把心情放在第一位的人。他们不想总是紧绷着，而是渴望慢下来，去大自然里吹吹风，或者就在身边找个安静的角落“躲一躲”。他们内心很柔软，特别容易被走心的歌词或评论打动（比如深夜的“网抑云”时刻）。对他们来说，生活不需要多刺激，舒服、放松、有人情味，能让自己从压力里喘口气，才是最重要的。



消费偏好：悦己商品、健康养生、按摩放松

生活方式：颂钵冥想、奔赴山野

爆款旋律内容公式分析

用什么内容打动 **疗愈共情派**

沉浸自然旷野

「自然风景」×「旷达沉浸感BGM」
×「慢镜头运镜or卡点」+「情绪文案」

适用场景：

代表旋律：

旅行记录、美景分享、golden hour落日时刻
♪飞机落地氛围曲、♪山高路远、
♪世界尽头我会牵着你的手、♪夏天结束的瞬间

#我的旅行日记 402亿次播放

#拥抱自然 120.1亿次播放

#落日晚霞 76亿次播放

#白噪音 23.3亿次播放

声音舒缓疗愈

「环境白噪音」or「颂钵/手碟」
×「疗愈画面」

适用场景：颂钵声疗、舒缓瑜伽、ASMR、白噪音入睡、吃播

代表旋律：♪雨声白噪音、♪颂钵

#五音疗愈 106.5亿次播放

#氛围感 4373亿次播放

情感治愈/emo

「情绪抒发向自拍」×「氛围感情歌」
+「emo歌词」

适用场景：

代表旋律：

自拍分享、故事文案
♪世界尽头我会牵着你的手、♪I NEED U
♪恋人、♪左转灯

#inmyfeelings 848.5亿次播放

02

爆款旋律类型

颅内复读机

旋律特点

以无厘头重复片段为核心，旋律线条破碎跳脱、音程跨度夸张，混搭搞怪人声 / 音效采样，魔性洗脑，适配反差搞笑、沙雕整活类内容。

3793 亿次

抖音平台上#抽象
相关内容播放量

587 亿次

抖音平台上#发疯日常
相关内容播放量

抽象洗脑型

核心关键词：

#无厘头，#抽象整活

听觉特质：

无意义单音或音节重复、无固定曲式

音色组合：

廉价电子琴音色、不规则打击乐

场景适配：

抽象整活、鬼畜二创



阿里嘎蒂朵喵喵
阿里嘎蒂朵喵喵

空耳玩梗型

核心关键词：

#空耳谐音，#魔性改编

听觉特质：

熟悉又魔性

音色组合：

电子鼓组、电子音效、原曲采样

场景适配：

跨圈改编、名场面二创

灵感菇哩菇哩
菇哩哇擦灵感菇
灵感菇



灵感菇 (动感舞曲)

DJ大力

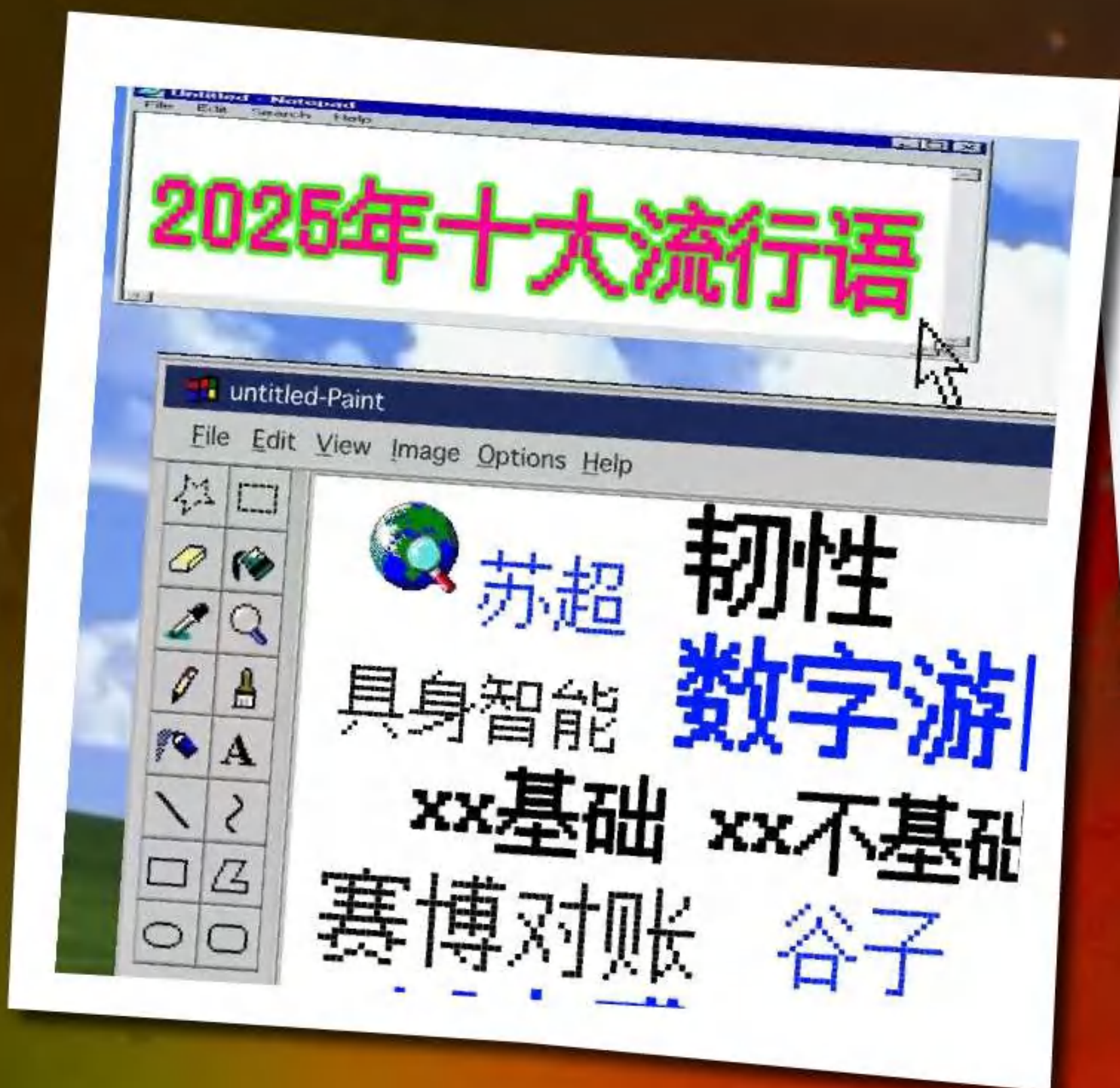


没出息

王博



旋律对Ta们来说是：
「怪味跳跳糖」，打破逻辑的洗脑狂欢



在信息碎片化的“快餐时代”，短视频原住民通过高密度的“抽象”表达解构严肃现实，试图借由高辨识度、反逻辑的**颅内复读机**旋律和搞笑内容，完成一场逃离现实的精神放松。

抖音上#猫meme 播放量 **1079亿** - 抖音

抖音上#梗图 播放量 **124.7亿** - 抖音

趋势人群

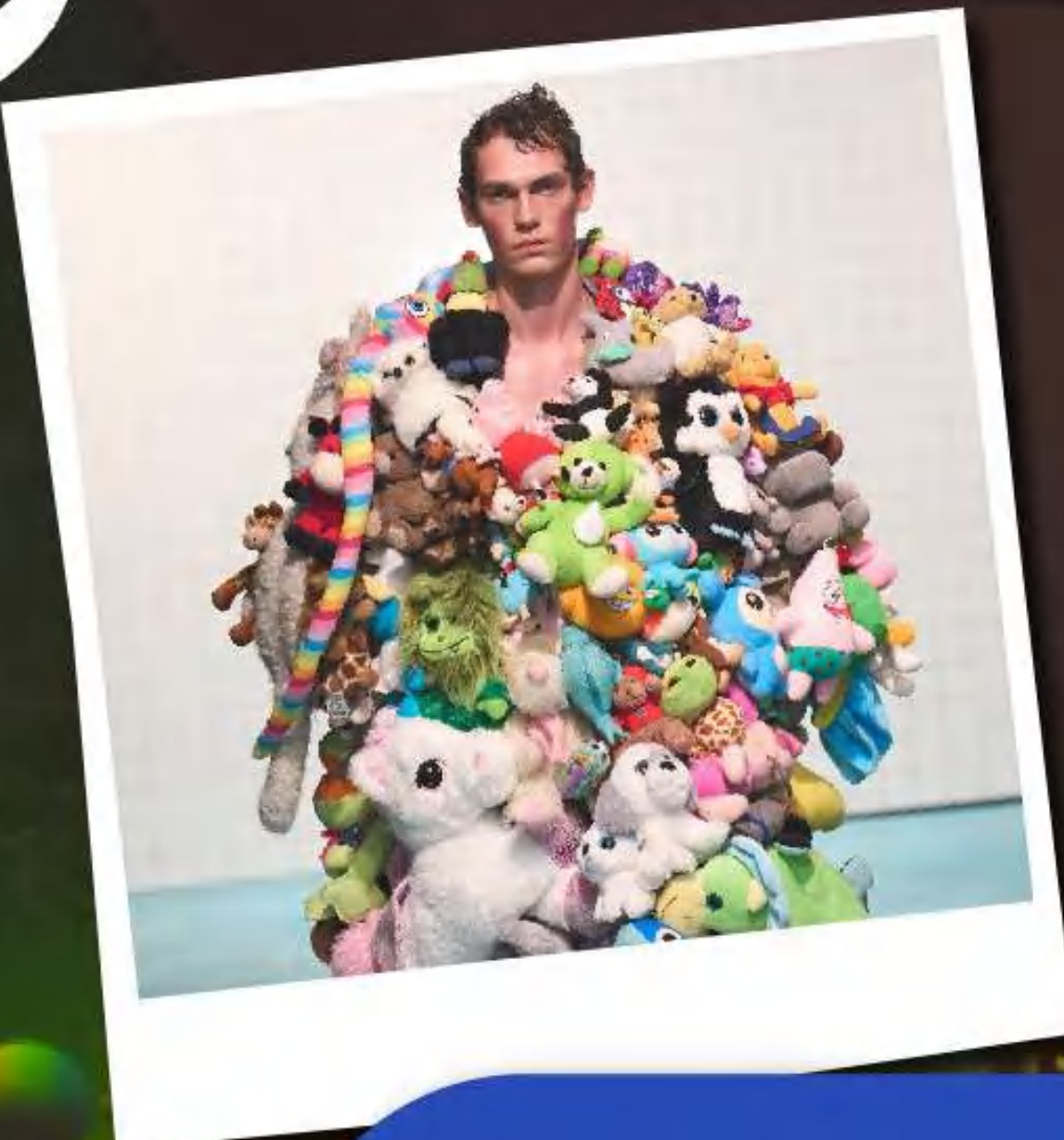
懂的都懂

祛魅

抽象梗学家

反精致审美

痛文化



年龄层：18-30岁

身份标签：

梗圈十级学者、二次元深度玩家、5G冲浪达人

画像描述：

Ta们是互联网时代的“现代达达主义者”。对他们而言，“抽象”不仅是搞笑，更是一种生活哲学：面对无序的世界，不如用更无序的幽默去拥抱它。他们通过“玩坏”现实将一切去严肃化，在“懂的都懂”的默契里，获得让大脑彻底“离线”休息的微喘息。

消费偏好：丑萌玩偶，抽象配饰，痛包痛鞋

生活方式：表情包是第一语言，倍速生活，大量互发抽象短视频

爆款旋律内容公式分析

用什么内容打动 **抽象梗学家**

萌宠meme搞怪抽象(如:哈基米)

「抽象小猫形象」×「哈基米二创神曲」
+「倍速音效」

适用场景:

代表旋律:

抽象片段记录、低脂小猫、AI内容创作
♪ 哈基米南北绿豆、♪ MONTAGEM MIAU

#哈基米 360亿次播放

#萌宠出道计划 9664.8亿次播放

#灵感菇 25.5亿次播放

话题感热歌改编

「夸张表演式模仿明星/歌曲特征」
×「原版热歌or热歌个人翻唱版」

适用场景: 改编、歌曲翻唱

代表旋律: ♫ 找自己-陶喆、♪ 没出息-王博、♪ 灵感菇

#从从容容游刃有余 8.6亿播放

#海豹舞 8.3亿播放

出圈表情包模仿

「表情包动图」×「表情包同款动作」
cos」×「热梗伴奏」

适用场景:

代表旋律:

表情包模仿、抽象热梗模仿
♪ Colder Than Ice、♪ 明月几时有

#高雅人士 23.8亿次播放

03

爆款旋律类型

多巴胺和弦

旋律特点

以明亮大调为基底，节奏灵动，配清甜人声与钢琴 / 吉他，歌词满是甜蜜意象，传递治愈快乐，易哼唱共鸣。

500 亿次
抖音平台上#甜歌
相关话题播放量

300+ 破亿单曲
抖音平台上甜歌类旋律

元气流行

核心关键词：**#心跳加速**，**#元气满满**
#少女心爆棚

听觉特质：明亮大调，阳光感十足，激发多巴胺分泌，听感愉悦度高
歌词多有日常快乐场景充满活力

音色组合：钢琴高音、清脆鼓点/碰铃打击乐、特色音效

场景适配：记录生活小确幸、萌宠可爱瞬间

你浅浅的微笑
就像乌梅子酱



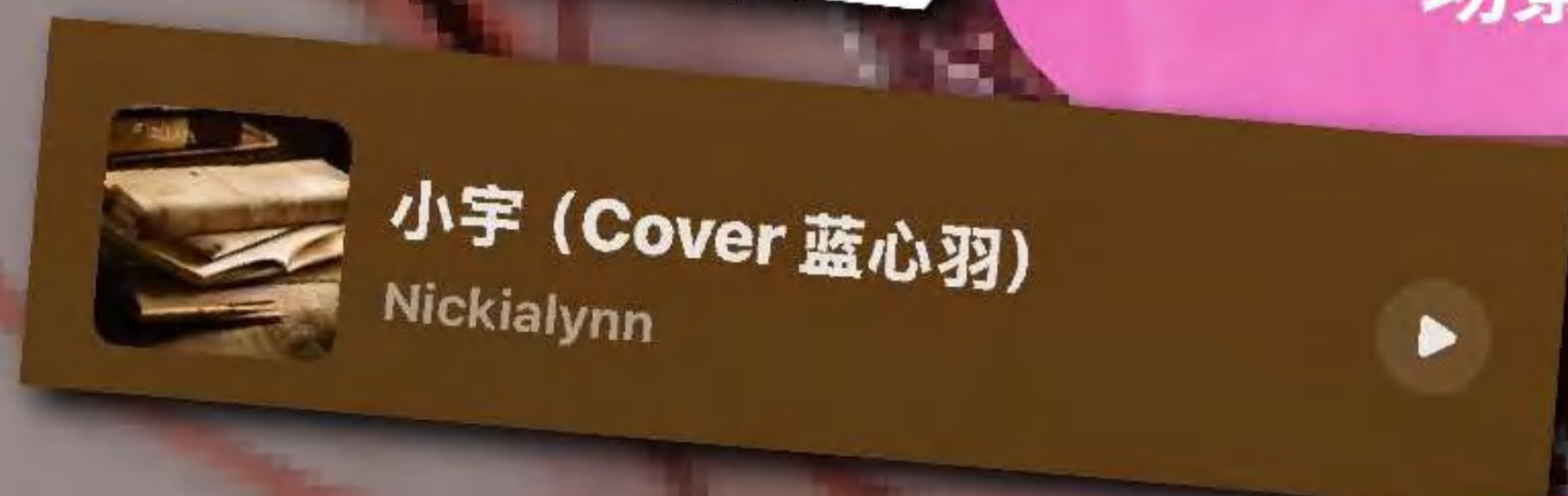
弹唱甜歌

核心关键词：**#青春回忆**，**#校园恋情**
#温柔陪伴

听觉特质：大调为主，偶尔融入清新小调，增添听觉“青涩感”，歌词通常甜蜜爆棚

音色组合：木吉他、少量弦乐点缀、纯净人声

场景适配：情侣亲密互动、手势舞挑战、校园场景回忆



好想你 好想你
好想你 好想你



旋律对Ta们来说是：
「气泡小甜水」，主动加糖的焕彩能量

在充满不确定性的当下，消费者借由多巴胺和弦旋律主动追求外放的快乐情绪，拥抱玩乐带来的正能量，试图将平淡琐碎的日常即兴重剪为充满希望的愉悦片段。

49% 的全球消费者可能会购买那些能激发快乐的品牌产品 - VML

74% 2024年6月11日全球首次庆祝
国际玩乐日 - 联合国

趋势人群

积极乐观

快乐寻宝人

创造快乐

取悦自我

年龄层：20-40岁

身份标签：

平凡生活发光者、多巴胺生活玩家、
小确幸捕捉达人

画像描述：

Ta们拒绝负能量，擅长给生活手动加糖：靠吸猫撸狗回血，对软萌和甜蜜毫无抵抗力。对Ta们来说，与其追求完美，不如搞点多巴胺配色或者鬼马小物来取悦自己。这群人能在平凡日子里精准捕捉那些BlingBling的微光瞬间，用无数个小确幸拼出愉悦日常。

消费偏好：彩妆，潮玩娱乐，甜品饮品

生活方式：云养宠，美食打卡，记录生活

爆款旋律内容公式分析

用什么内容打动 **快乐寻宝人**

颜值展示

「穿搭/自拍视频」×「元气少女
旋律」+「简单轻快舞蹈律动」

适用场景：自拍分享、穿搭记录、卡点变装、闺蜜合拍
代表旋律：♪ 你的微笑、♪ Nice Body、♪ Deja Vu

#手势舞 1551亿次播放

#甜妹 4674亿次播放

#变装 3299亿次播放

#vlog 2389亿次播放

生活vlog

「生活记录vlog/plog」×「轻快流
行歌」+「碎碎念 or ASMR」

适用场景：日常分享、做饭记录、清扫记录
代表旋律：♪ summer久石让、♪ 那个女孩

#plog 296亿次播放

情侣合拍

「情侣同框」×「浪漫情歌」
+「镜头微晃卡点」

适用场景：双向奔赴、逆光撒糖、投喂互动、舞蹈挑战
代表旋律：♪ Snowman、♪ About You、♪ 为你写诗

#情侣 10234亿次播放

#恋爱日常 1847.2亿次播放

#高甜来袭 1163亿次播放

#人类幼崽 7559.6亿次播放

#谁不为小猫咪着迷呢 69.1亿次播放

甜宠萌娃

「萌态特写」×「快节奏小甜歌」
+「宠物叫声 or 宝宝撒娇」

适用场景：萌宠分享、带娃记录、展示才艺、温馨家庭
代表旋律：♪ 罗曼蒂克的爱情心动版、♪ 蹦蹦跳跳
♪ Wait a minute (剪辑版)、♪ 蹦蹦跳跳

04

旋律特点

强旋律节奏感神曲，旋律是棱角分明的阶梯锯齿波：主歌以紧凑短音符“钉状”推进，副歌陡峭攀升+利落断奏，核心旋律片段反复强化，强拍联动让身体不由自主摇摆，记忆点拉满。

爆款旋律类型

锐舞炸场调

1000 亿次
抖音平台上#kpop
相关话题播放量

259 亿
抖音平台上#dj版播放量

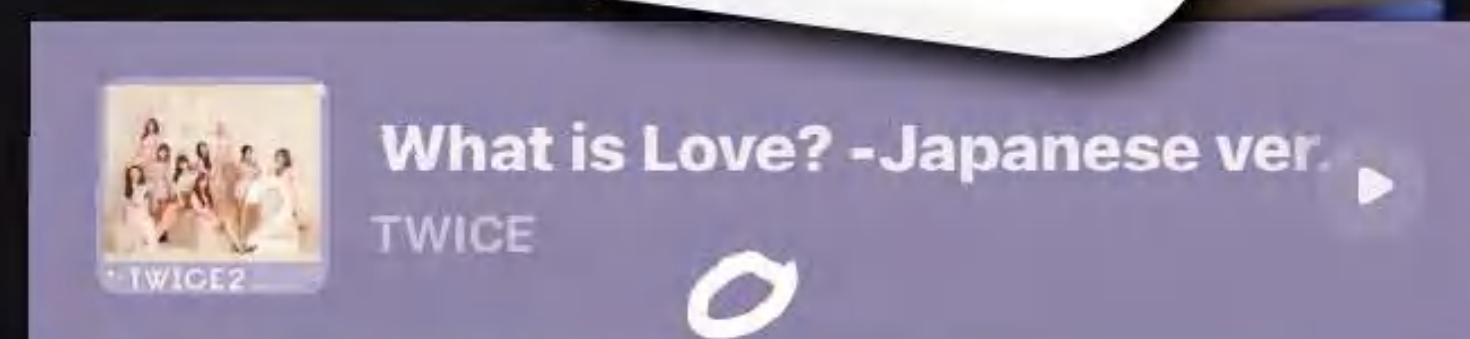
k-pop电子舞曲

核心关键词：#记忆点强、#上头循环

听觉特质：律动感强且容易被记住
核心歌词简单反复循环

音色组合：未来感合成器音色、厚重贝斯

场景适配：舞蹈挑战、短视频卡点



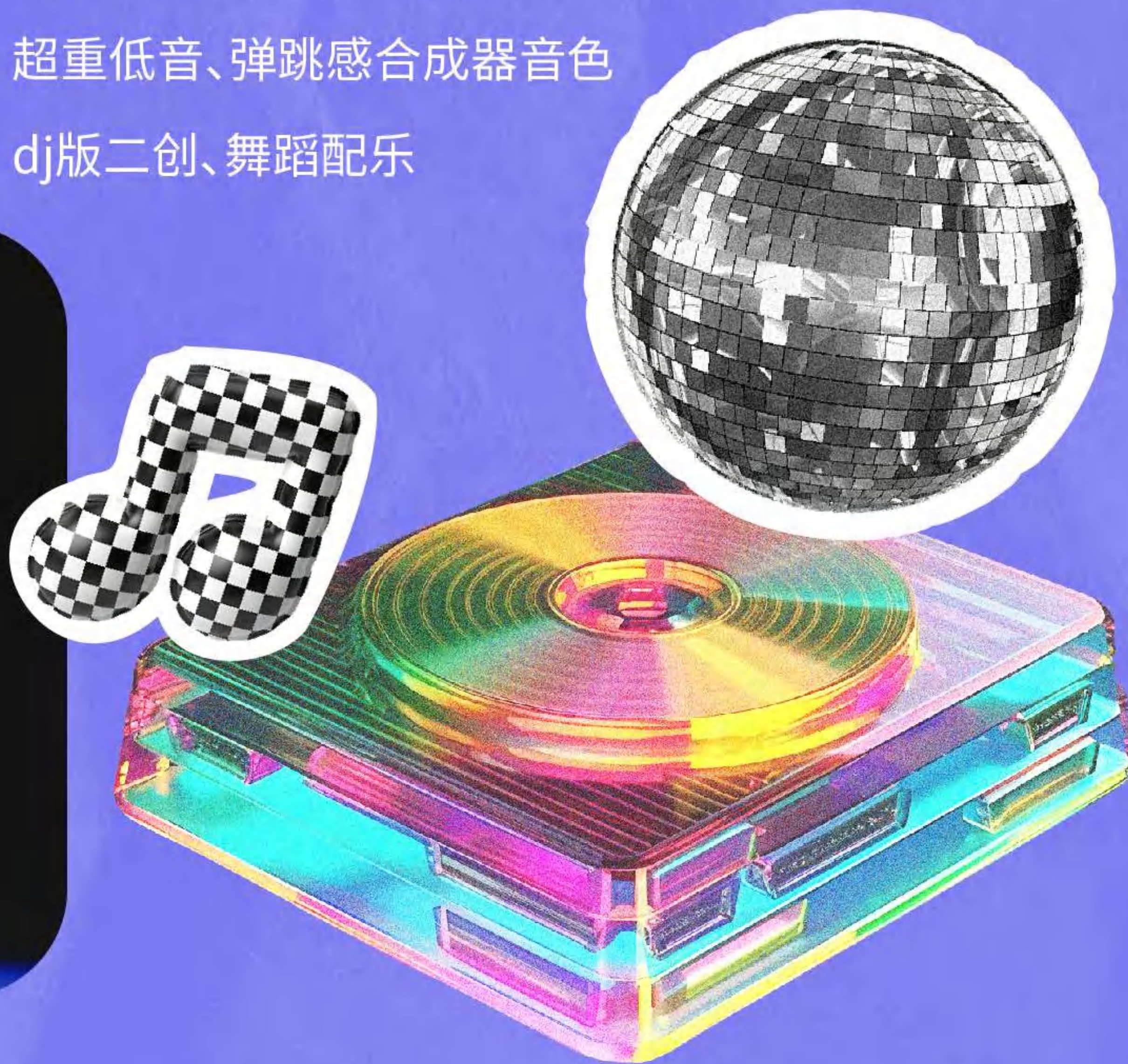
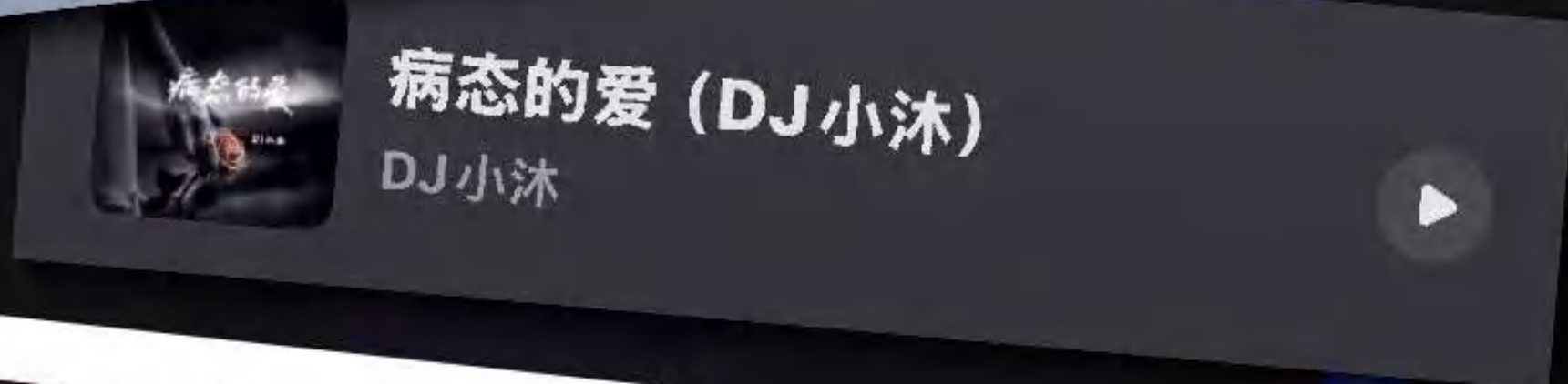
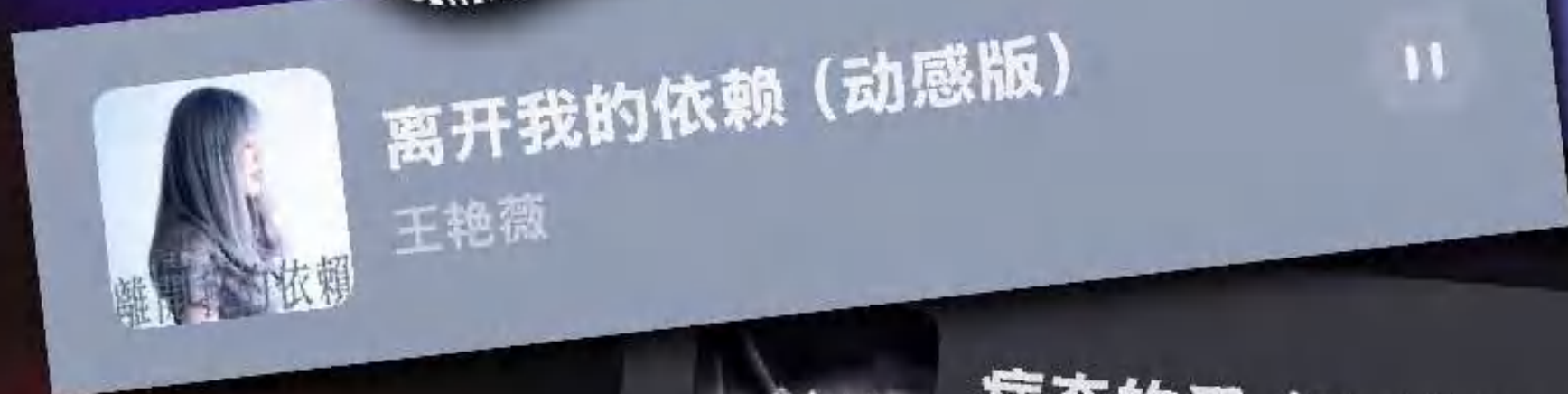
Bounce/dj版

核心关键词：#节奏病毒、#蹦迪必备、
#晃到停不下来

听觉特质：旋律紧凑精准适配脑波共振的肢体反应，
身体不由自主跟随摇摆

音色组合：超重低音、弹跳感合成器音色

场景适配：dj版二创、舞蹈配乐



旋律对Ta们来说是：
「节奏闪光弹」、点亮人设的高光时刻

在流量稍纵即逝的社交网络时代，潮流猎手们将**锐舞炸场调**旋律视为捕捉注意力的听觉诱饵，试图通过高辨识度的卡点互动，将个人生活与大众热点瞬间同频，以获取社群的即时共鸣。

2024年的演出票房收入中，音乐类演出撑起了

全部演出销售票房的 **92.4%** - 灯塔专业版

预计到 2030 年，现场音乐收入将攀升至

479.6亿 美元 - Statista

趋势人群

社交为先

潮流律动党

颜值至上

紧跟潮流

年龄层：20-35岁

身份标签：

前线弄潮儿、潮流打卡达人、舞蹈挑战常驻民

画像描述：

Ta们是潮流文化的活跃信徒与社交货币的收集者。他们拥有极高的数字敏锐度，热衷于探店打卡与收藏潮玩，将生活体验转化为社交媒体上的高光素材。Ta们时刻在线，积极投身舞蹈挑战等社媒热点，拒绝做旁观者。他们追求视觉冲击与即时参与感，永远跑在流行趋势的最前线，用“在场”标榜个性。

消费偏好：潮流服饰、强出片线下体验

生活方式：音乐节、蹦迪、舞蹈挑战

爆款旋律内容公式分析

用什么内容打动 **潮流律动党**

kpop舞曲翻跳/ cha舞

「KPOP热曲」×「idol舞蹈还原」
+「舞房对镜or仰拍固定机位or随舞现场」

适用场景：舞蹈翻跳、多人合拍、追星日常

代表旋律：🎵 GO-Cortis、🎵 what is love-TWICE、🎵 overdrive

#dancechalleng 80亿次播放

#抖音潮流舞蹈大赛 350.6亿次播放

#星奇摇 108亿次播放

#刀马刀马 52亿次播放

卡点换装

「节奏鲜明旋律」×「鼓点/重音处切换」×「多套look+相同背景」

适用场景：穿搭展示、日常分享、反差便装
代表旋律：🎵 Bass Down Low、🎵 PASSO BEM SOLTO

手势舞跟拍

「表情模仿+手势模仿」×「手势舞
标配旋律」+「节奏动感运镜」

适用场景：手势舞挑战、热点跟风、个人风格展示
代表旋律：🎵 《MENTE MÁ (刀马刀马)》、
🎵 《Limbo (星奇摇)》

#柠檬叉 63.3亿次播放

#小仙摇 10.9亿次播放

05

旋律特点

经典老歌深深根植于特定时代的集体记忆,满载着一代人的青春与岁月情怀,旋律一响起就能瞬间勾起共鸣,成为跨越时光的怀旧情感纽带。

黄金年代华语流行

核心关键词: **#80-90年代**, **#金曲**, **#怀旧氛围**

听觉特质: 旋律线条清晰,起承转合分明
保留原声质感,突出人声情感表达

音色组合: 钢琴、弦乐、木吉他,区别于现代电子编曲

场景适配: 短视频怀旧剧情二创(如港风穿搭变装、老电影片段混剪)、毕业季、老友重逢、老歌翻唱

爆款旋律类型

岁月金唱片

120 亿次

抖音平台上#怀旧金曲
相关内容播放量超

200 亿次

抖音平台上#老歌
相关内容播放量超

原谅我这一生不羁
放纵爱自由

海阔天空
Beyond

大约在冬季
齐秦

甜蜜蜜

邓丽君 | 108.9 万人使用

复古Disco

核心关键词: **#欢快奔放**, **#忍不住摇摆**

听觉特质: 自带律动感,音效明亮极具穿透力

音色组合: 电贝斯、迪斯科鼓组、电子风琴、高频音效合成器

场景适配: 复古disco舞蹈挑战、聚会派对、商场背景乐

Disco_金润吉

金润吉 | 69.6 万人使用

已收藏

去听完整版

护花使者
李克勤

失恋阵线联盟
草蜢

找一个承认失恋的方法
让心情好好的放个假

旋律对Ta们来说是：
「时光穿梭机」，重映时代的昂扬高光。



从‘繁花美学’的绮丽到‘Y2K’的千禧回潮，视听觉的双重复古正重塑流行。怀旧不再局限于年代的划分，而是升级为对“经济上行时期”的向往。人们借由岁月金唱片旋律这一听觉锚点，重温那个黄金时代的蓬勃生机与昂扬自信，也在旋律的旧梦中，寻找属于自己的时代共鸣。

抖音平台上#怀旧金曲 话题内容播放量超 **1500亿** 次 - 抖音

与非怀旧类广告相比，主打童年主题的营销活动能激发 **2倍** 的情感共鸣。 - Think with Google



趋势人群

怀旧情怀

致敬经典

时光旅行者

乐观主义



年龄层：20-50岁

身份标签：

年代感氛围控、怀旧风生活家、情怀党

画像描述：

Ta们是追溯黄金时代精气神的氛围猎手。在趋势极速更迭的当下，Ta们的怀旧精准锚定了经济腾飞期那股生机勃勃的昂扬希望。这群人并非守旧，而是沉醉于那个年代鲜活热烈的生活质感与乐观主义。Ta们致力于在旧时光的情感共鸣中，寻找能对抗当下平淡、重燃内心热忱的精神原点。

消费偏好：黑胶唱片、CCD、港风穿搭、

复古餐厅、怀旧IP周边

生活方式：音乐考古、胶片摄影、影视朝圣

爆款旋律内容公式分析

用什么内容打动 **时光旅行者**

金曲新编新唱

「经典老歌」×「翻唱挑战」
or「歌词or旋律改编」

适用场景：老歌翻唱挑战、老歌改编

代表旋律：♪ 月半小夜曲 (dj版)、♪ 我只在乎你-邓丽君、♪ 每天爱你多一点-张学友

#歌曲改编 241亿次播放



#老歌翻唱 11.6亿次播放



年代老歌种草科普

「金曲集锦串烧」
×「音乐史介绍 × 怀旧共鸣向旁白」

适用场景：音乐介绍内容、音乐分享

代表旋律：♪ 红日-李克勤、♪ 千千阙歌-陈慧娴、♪ 最爱-周慧敏

#经典老歌 5088亿次播放



#回顾老歌经典 53.7亿次播放

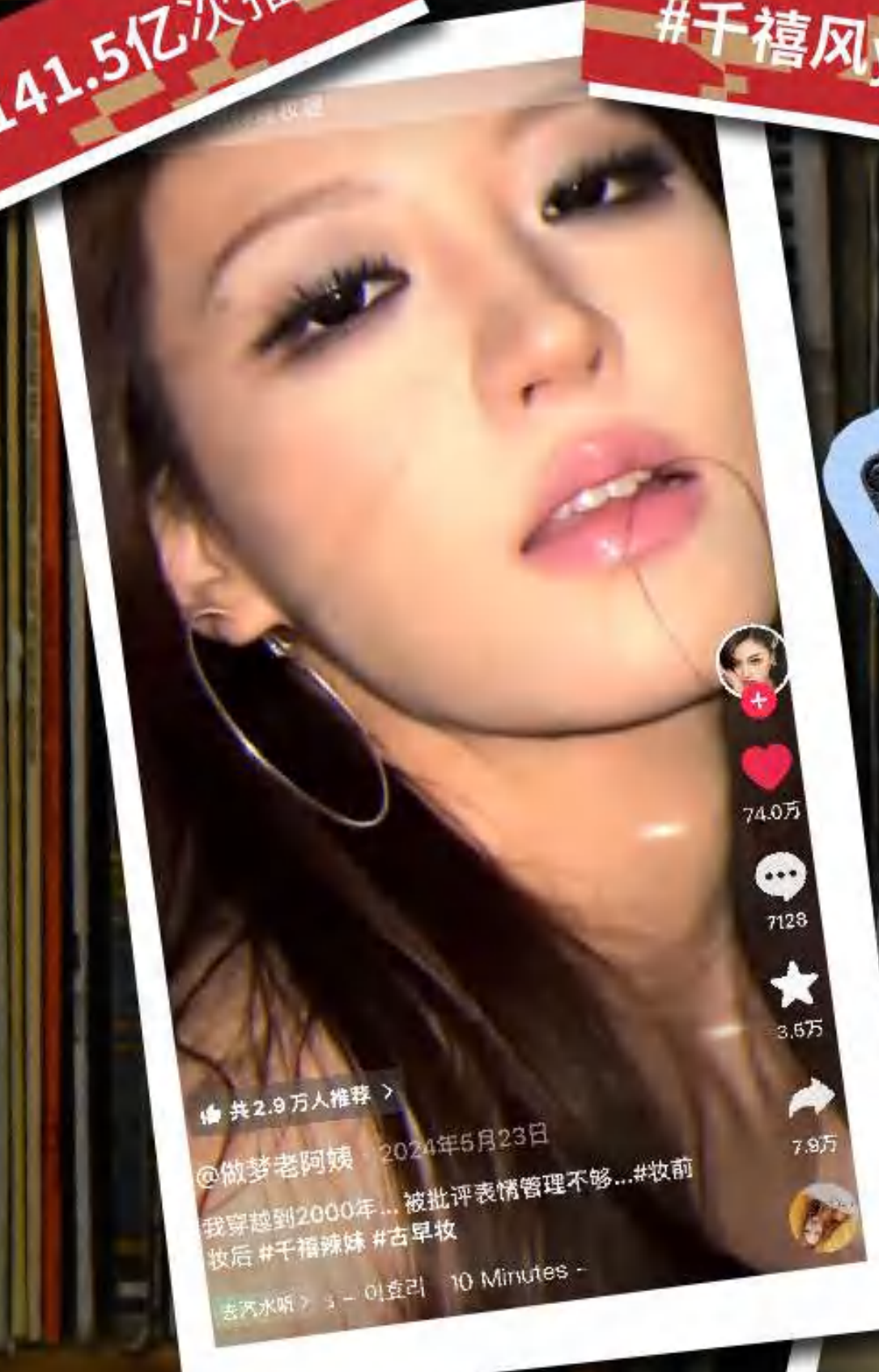
复古全套氛围烘托

「复古穿搭」×「年代金曲」
×「复古风格滤镜」

适用场景：复古风格穿搭分享、古早感生活记录、胶片摄影

代表旋律：♪ 表白-萧亚轩、♪ 半点心-草蜢、♪ 卡拉永远ok-谭咏麟

#古早 141.5亿次播放



#千禧风y2k 27.9亿次播放



#港风 405.7亿次播放



06



旋律特点

在丝竹民乐、戏曲唱腔或方言腔调中加入新编曲，旋律充满对比，自带东方诗意与地域文化辨识度。

爆款旋律类型

新腔唱古韵

100 亿次

抖音平台上#国风歌曲
相关内容播放量超

800 亿次

抖音平台上#戏曲
相关内容播放量超

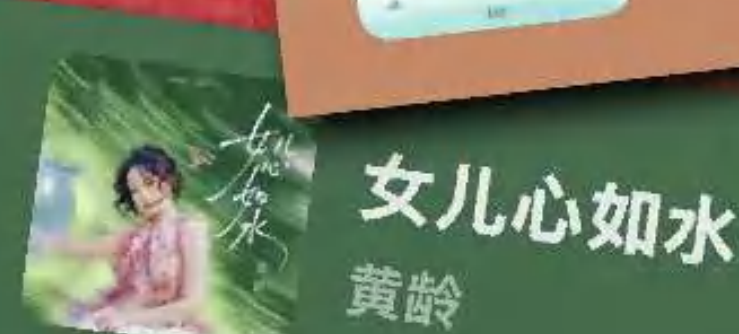
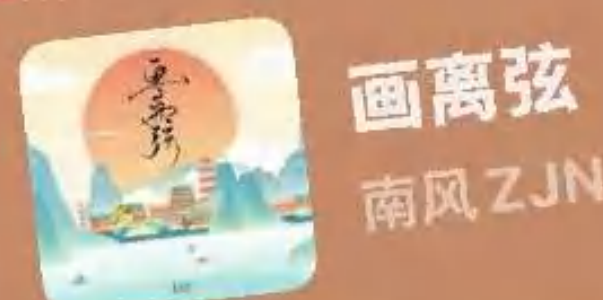
诗意古风

旋律关键词：**#清雅柔缓，#诗情画意**

听觉特质：情绪内敛有诗意，质感细腻绵长
歌词注重叙事与意境营造

音色组合：古琴/琵琶做主旋律，竹笛/洞箫/二胡/扬琴做点缀、
轻声鼓

场景适配：国风变装、古风剧情短视频、文旅宣传片



听夜雨 (DJ-lucky小阳版 x0.85)
礼越 | 10.5 万人使用



关山酒 (Cover Bao小易)
雨落江南

国潮新曲

旋律关键词：**#破次元，#反差张力，
#戏曲腔**

听觉特质：传统唱腔搭配现代节奏感

音色组合：底鼓、军鼓/锣、戏曲腔采样、古筝/琵琶旋律

场景适配：国潮二改、国漫/国剧主题曲、国风舞台、节日庆典

方言说唱

旋律关键词：**#方言俚语，#地域文化，
#自带辨识度**

听觉特质：方言强调自带辨识度，歌词充满画面感
川渝/陕西/长沙热烈外放，粤语/闽南语软糯顿挫

音色组合：鼓点基地搭配方言人声、民乐采样、街头市井音效

适配场景：城市美景/景点推广、非遗文化传播、在地生活、互动挑战

我们这的崽佬仔
膊上喜欢挂玉牌



八方来财
揽佬 SKAI ISYOURGOD



老子明天不上班
谢帝

旋律对Ta们来说是：
「东方新风骨」，血脉觉醒的摩登共振。



在华流即顶流的当下，年轻一代拒绝沉闷的博物馆式陈列，而是将唢呐、戏腔视为最硬核的“听觉时尚单品”。他们借由古今混搭的**新腔唱古韵**旋律，试图打破次元壁，在让老祖宗的DNA狠狠动起来的同时，宣示一种既传统又创新的文化主权。

超76% 的Z世代愿意为国货溢价买单，这一比例较五年前提升32%
- 艾媒咨询《中国新国货消费行为监测与商业趋势研究报告》

2024-2025年，抖音商城非遗商品订单量高达65亿单 - 抖音商城

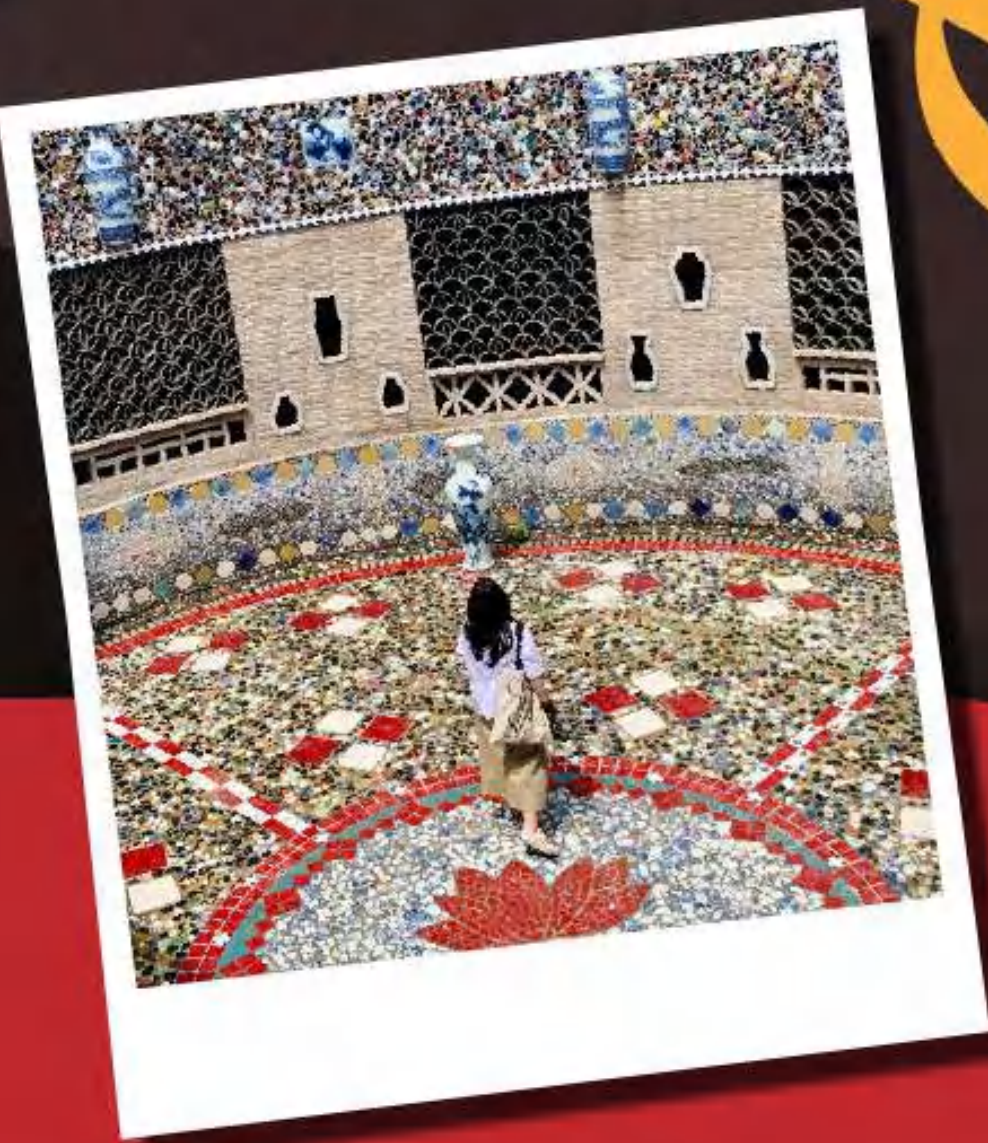
趋势人群

赛博国风

国风新主理

探索在地文化

古装体验



年龄层：25-55岁
身份标签：
文化潮玩玩家、非遗新潮体验官、博物馆探险者、国风新势力追随者
画像描述：
Ta们是自带“文化GPS”的玩家，Ta们拒绝老气横秋，擅长用脑洞给历史上色，把“老古董”玩成“新潮玩”。对这群人而言，博物馆是探险地，非遗是最新鲜的社交货币。他们既追求在地文化的深度，又迷恋有内涵的设计。作为传承文化但不泥古的行动派，他们致力于用现代语境重塑经典，让东方美学在日常生活中鲜活地蹦跶。

消费偏好：新中式服饰、非遗文创、说唱文化周边
生活方式：「小镇旅游、非遗手工坊」

爆款旋律内容公式分析

用什么内容打动 **国风新主理**

#民族舞 107.4亿次播放



#鹏友摇 16.7亿次播放

国风舞蹈

「民族舞+国风手势舞」
×「国风穿搭」×「诗意古风旋律」

适用场景:

国风舞蹈、手势舞挑战

代表旋律:

三拜红尘凉(鹏友摇)、浪人琵琶、入画江南

国风妆造变装

「现代妆容妆造」×「新中式妆容」
or「古装转场」+「戏曲or古装剧OST」

适用场景:

妆容变装、国风变装专场

代表旋律:

浪漫田园诗意江南古风、秋殇别恋(DJ版)

#新中式妆容 13.9亿次播放



#国风变装 15.9亿播放

#中文说唱 219.7亿次播放



方言说唱/翻唱

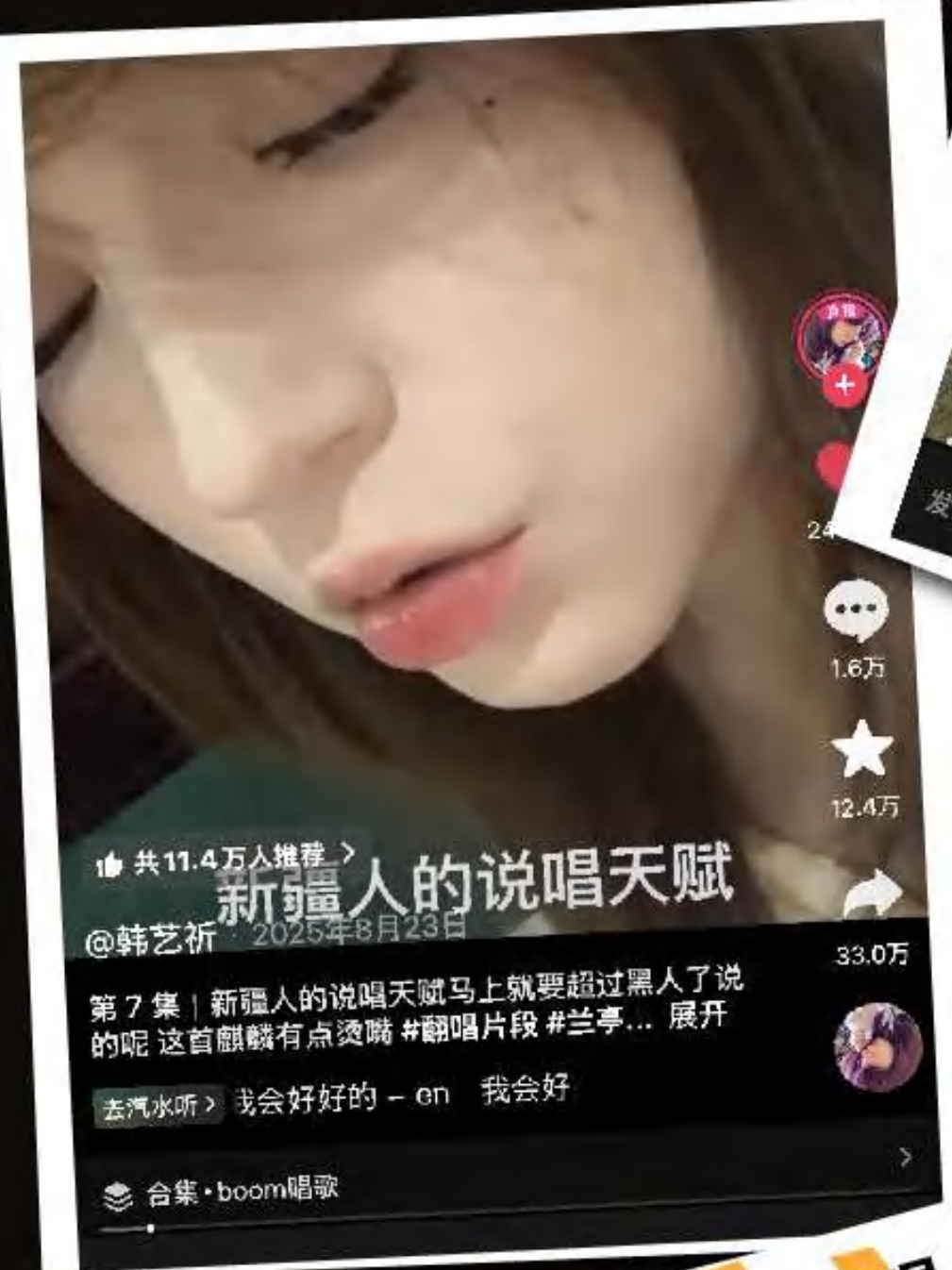
「方言」×「在地文化内容」
+「国风新说唱」

适用场景:

歌曲翻唱、歌曲改编

代表旋律:

沧海一声笑-GAI、西安人的歌-程渤智



#方言说唱 10.3亿播放

07

旋律特点

燃系旋律以强劲、快速节奏为基础，搭配强鼓点，旋律渐升、情绪递进，融多元音色，传递热血、坚定或庄重的能量。

摇滚金属

旋律关键词：

#热血沸腾、#逆风前行
#破茧成蝶

听觉特质：

充满蓄势待发的力量，听感愉悦度高
歌词正向，传递能量

音色组合：

电吉他高失真音色、厚实贝斯低频

场景适配：

高强度健身、极限运动、驾驶视频

Montagem Tomada (超燃曲)
Grimmmz

For the Win
Two Steps From Hell | Thomas ...

交响进行曲

旋律关键词：

#铿锵有力、#情怀
#精神升华

听觉特质：

燃系能量中的庄重派战歌
歌词强调宏大叙事传递信念和荣誉感

音色组合：

弦乐、铜管主旋律、打击乐点缀、合唱团和声

适配场景：

体育赛事/竞技、创业记录、电影/剧集混剪

爆款旋律类型

燃感最强音

800 亿次
抖音平台上#燃系
相关内容播放量

168 亿次
抖音平台上#电音相
关内容播放量超

We Never
Hi Noise

Eifersucht
Rammstein

电子脉冲

旋律关键词：

#向上突破、#充满能量
#无限可能

听觉特质：

高频电子音、充满科技感与未来感

音色组合：

贝斯、电子鼓、电子音效

场景适配：

游戏直播、健身运动、卡点视频

Viva La Vida-Coldplay

Shed a Light
Robin Schulz | David Guetta | Cheat ...

Axel F
MELON | Dance Fruits Music

旋律对Ta们来说是：

「热血助燃剂」、激活潜能的进阶力量



在追求极致自我优化的当下，高效能的自律人士将高频节奏视为保持内在秩序的听觉燃料，试图借由**燃感最强音**旋律主动调控身心阈值，以确定的能量输出应对外界的高压挑战。

听觉工具使专注进入时间缩短约

50%

- UCL认知神经科学研究所

听 120-140 BPM 节奏型音乐的受试者，运动耐力平均提升

15%-20%，

主观疲劳感降低

23%

- 中科院心理所

趋势人群

简洁高效

激情效能党

理性乐观

功能至上



年龄层：28-50岁

身份标签：

效率工具控、硬核参数党、碎片时间电竞选手

画像描述：
Ta们是极致的自我管理者，将自律视为通向自由的基石，致力于全方位的自我提升。在职场与学习中，他们推崇深度工作，善用工具剔除干扰以追求极致产出；在健康管理上，热衷量化自我，用智能设备精准监控高强度训练与身体数据。Ta们善用听觉工具调节身心状态，致力于在每一个日常环节实现高效。

消费偏好：

科技数码，游戏竞技

生活方式：

校园教育，个人管理，健身运动

爆款旋律内容公式分析

用什么内容打动 **数情效能党**

运动自律打卡

「运动健身时刻+运动穿搭」
×「高能电音」+「自励宣言文案」

适用场景：

代表旋律：

户外跑步、健身撸铁

♪ Cinderella Man、♪ Swag、♪ Starlight

#自律 3167亿次播放

#健身 2715.1亿次播放

#精神氮泵 804.5亿播放

燃动爱国情绪

「祖国繁荣昌盛画面」×「民族自豪感」
×「史诗感重鼓点配乐」

适用场景：庆典内容、时事更新

代表旋律：♪ 豪庭-DJ沈默、♪ 钢铁洪流进行曲、♪ Desmit Pichen

#祖国万岁 235亿次播放

#阅兵 379亿播放

#演唱会转场 7.9亿次播放

电竞/音乐现场记录

「电竞/音乐高燃现场」×「摇滚、电音、
交响进行曲」×「台上台下互动or现场人群欢呼声」

适用场景：

演唱会/演奏会现场、盛典记录、游戏直播

代表旋律：

♪ Viva La Vida、♪ Not Shy、♪ Aura of glory

#游戏直播 9.3亿次播放

七大旋律传播公式

治愈系赫兹

多元民谣
白噪音
抒情r&b

传播公式

初传期·情绪适配

情绪向 KOL (emo / 治愈博主)
x 睡眠 / 学习场景定向推广

扩散期·场景绑定

用户 UGC 场景打卡 (深夜 /
独处) x 氛围片段剪辑

深化期·圈层共鸣

专业疗愈博主背书 + 轻内
容二创 (台词混剪)

特色氛围

需营造安全、柔软的情绪空间, 搭配画面美学、文字共鸣、慢节奏生活片段, 强化“陪伴感”与“解压感”。

起势期·达人尝鲜

传播公式

搞笑达人 x 魔性片段卡点首发

裂变期·反差玩梗

不同圈层 (职场 / 学生) x 反差
场景 (严肃场合跳魔性舞)

破圈期·全民整活

官号 / 明星跟风 + 鬼畜
二创混剪

特色氛围

强调“上头循环”“万物皆可配此BGM”, 突出搞笑、无厘头、跨场景适配性。

颅内复读机

抽象洗脑型

空耳玩梗型

多巴胺和弦

弹唱甜歌

元气流行

传播公式

起势期·视觉美学植入

少女感达人/偶像元气舞蹈/
心动瞬间

升温期·日常 UGC 撒糖

美妆 / 穿搭博主 x 日常 vlog
BGM 植入

扩散期·场景破圈

情侣 / 校园/萌宠日常 UGC
x 甜度卡点剪辑

特色氛围

画面明亮、色彩饱满、表情灵动, 营造“糖分超标”“初恋感”氛围, 突出青春与甜蜜情绪。

预热期·圈层渗透

传播公式

韩娱 / KOL x 片段混音卡
点引流

发酵期·舞蹈翻跳

舞蹈博主翻跳 + 合拍挑战话题

爆点期·线下破圈

夜店 / 市集现场演绎 + 平台
流量扶持

特色氛围

强节奏、强视觉冲击, 突出“踩点爽感”“肢体表现力”, 适合群拍、街舞、派对场景。

锐舞炸场调

k-pop电子舞曲

Bounce/dj版

岁月金唱片

黄金年代华语流行

复古Disco

传播公式

预热期·回忆锚点

影视怀旧号 x 经典片段剪辑
+ 纪念日话题

发酵期·二创适配

网络歌手翻唱 + 情感向歌词改编

爆发期·场景联动

文旅打卡 (影视取景地)
+ 各圈层博主合拍

特色氛围

主打“回忆杀”“时代共鸣”, 画面色调可做复古处理, 情感指向鲜明、怀旧情绪浓郁。

起势期·国风圈层

传播公式

国风博主 x 传统元素 (汉服 / 民
乐) 卡点演绎

扩散期·文化反差

方言达人 x trap 节奏反差改编

破圈期·官方背书

非遗官号联动 + 文化类综艺提

特色氛围

融合古典与现代视觉元素, 突出“文化碰撞”“地域特色”, 兼具酷感与传统韵味。

新腔唱古韵

国潮新曲

诗意古风

燃感最强音

摇滚金属

交响燃情

电子脉冲

传播公式

铺垫期·圈层激活

游戏 / 动漫博主 x 高能片段
BGM 绑定

升温期·场景适配

运动 / 励志博主 x 卡点混剪
(健身 / 赛事)

引爆期·全民燃情

演唱会 / 音乐节现场直拍
+ 平台燃情话题

特色氛围

节奏强烈、情绪高涨, 搭配快剪、冲击力画面, 突出“逆袭”“热血”“斗志”情绪。

PART 3

MFL

抖音旋律影响力模型



爆款旋律基因已解构, 趋势人群画像已锁定, 摆在品牌面前的下一个命题便是: 如何利用这些听觉洞察, 撬动未来的营销增长?

在抖音这片爆款旋律的「核心声场」, 单纯的跟风已不足以突围, 品牌需要的是一套能全方位渗透用户心智的系统化打法。

基于此, 我们提出「MELO 抖音旋律影响力模型」—— 从创作品牌旋律到沉淀旋律资产, 旨在为品牌构建未来旋律营销的标准范式, 助力其从海量声浪中找到确定的增长路径, 将转瞬即逝的「流量」, 转化为声入人心的「留量」。



MELO是旋律营销的「总谱」

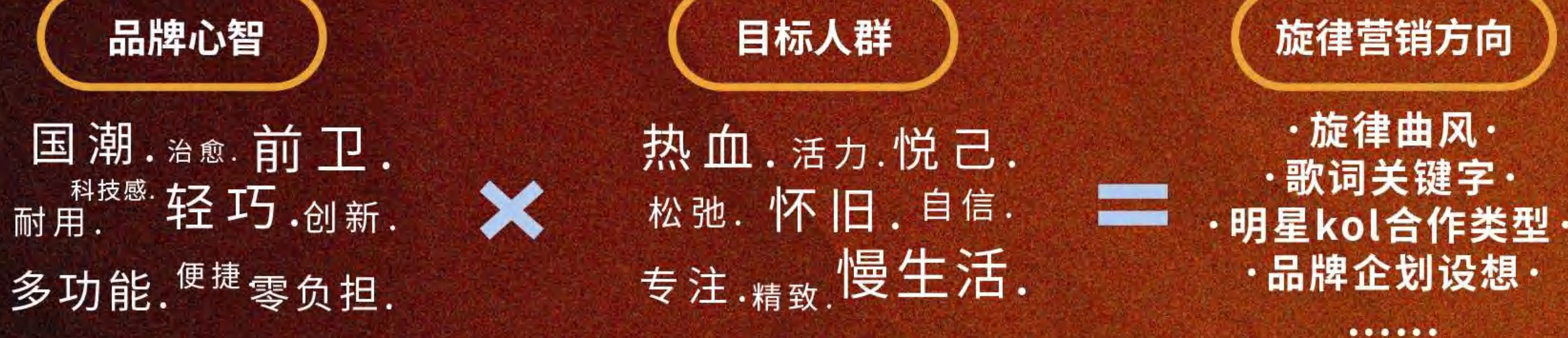
MELO贯穿旋律「从诞生、引爆到留存」的全生命周期，以「四大乐章」层层递进，指引品牌全链路旋律营销，确保每段品牌旋律都能实现从「瞬间声量」到「长效增量」的价值跨越

第一章

Map 旋律定调

• 明确「为何而奏、为谁而唱」

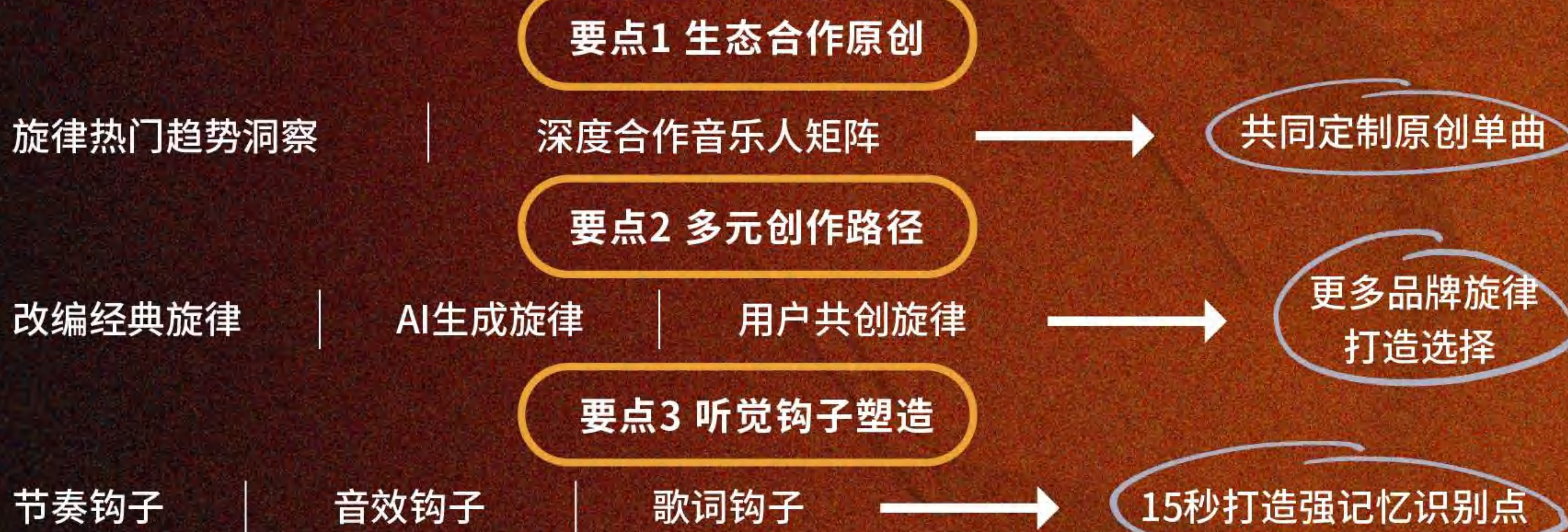
品牌产品特质及目标人群画像及交叉验证，锚定关键情绪、场景、调性，输出旋律营销方向。



第二章

Execute 创造旋律

• 多元路径，打造「听觉钩子」



第三章

Link 链接全域

• 分层传播，撬动「声量杠杆」

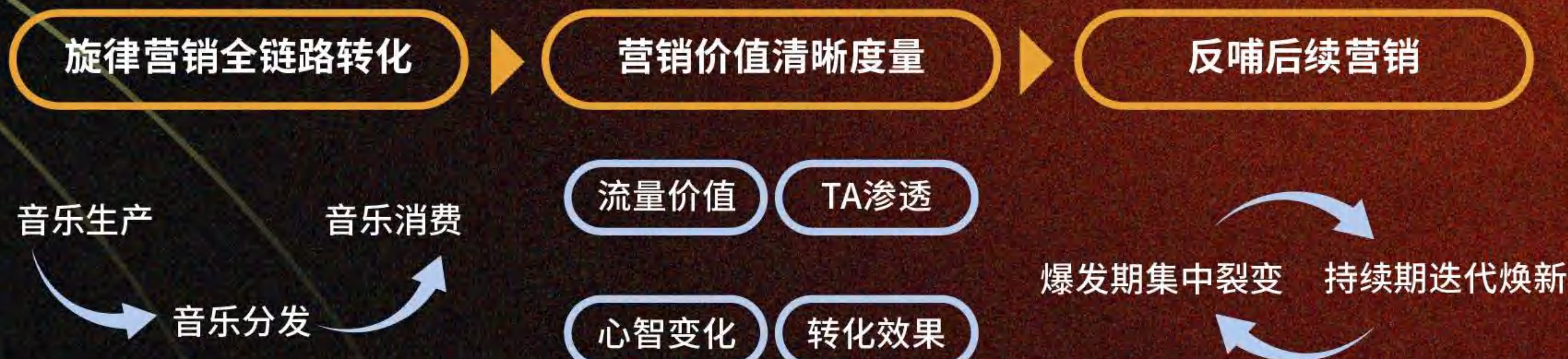
由内至外层层激活交互传播势能，实现旋律热度与品牌转化的裂变共振



第四章

Own 沉淀资产

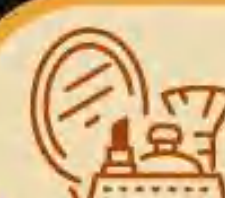
• 持续转化，实现「声入人心」



Map 旋律定调

明确「为何而奏、为谁而唱」

找准品牌心智——梳理三大心智认知, 提取重要特质与关联情绪

行业	商品 (成分 / 功效 / 技术)	场景 (人群角色 / 使用场景)	品牌 (身份认同 / 理念 / 地位)	关联情绪
 即饮咖啡	浓郁咖啡香, 快速提神	职场通勤、自习备考	高效生活倡导者	专注、活力
 国货护肤品牌	东方植萃, 温和修护	敏感肌换季、日常养肤	东方草本护肤	舒缓、疗愈
 运动服饰	高弹透气面料, 人体工学剪裁	户外跑练、日常穿搭	自在运动引领者	激情、无畏

定位目标人群——了解目标受众内容偏好及旋律喜好

巨量云图相关产品捕捉目标受众的基础画像和内容偏好

人群包交叉匹配「旋律趋势人群」
根据渗透率确定目标受众旋律喜好



- #潮流律动党
- #抽象梗学家
- #激情效能党
- #疗愈共情派
- #快乐寻宝人
- #国风新主理
- #时光旅行者

20-35岁
元气流行、弹唱情歌
身心平衡 松弛感
情绪主导



提炼输出旋律营销方向——以智能影音品牌为例

(主打轻量便携、马卡龙色系外壳、目标受众为18-25岁一二线城市白领女性)



品牌心智



目标人群



旋律营销方向

便携、多彩、放松

快乐寻宝人

“轻快小甜歌”为营销基调

·商品·
小巧轻便、多彩、AI美颜
·场景·
闺蜜合拍、户外娱乐
·品牌·
兼顾颜值与实用
·可挂钩情绪·
愉悦、自信、轻松

·人群特质·
取悦自己、追求快乐
·核心情绪·
小确幸、松弛、乐观
·偏好旋律·
清新小调、元气流行等

·旋律创意·
元气清新小调、轻快吉他和弦打底、产品拍摄音效、歌词聚焦不同小确幸瞬间。
·UGC形式·
#我自己的松弛小旋律活动, 用户用产品录制生活场景音来搭配官方旋律伴奏。
·明星合作标准·
元气派男女歌手、阳光感小鲜肉
.....

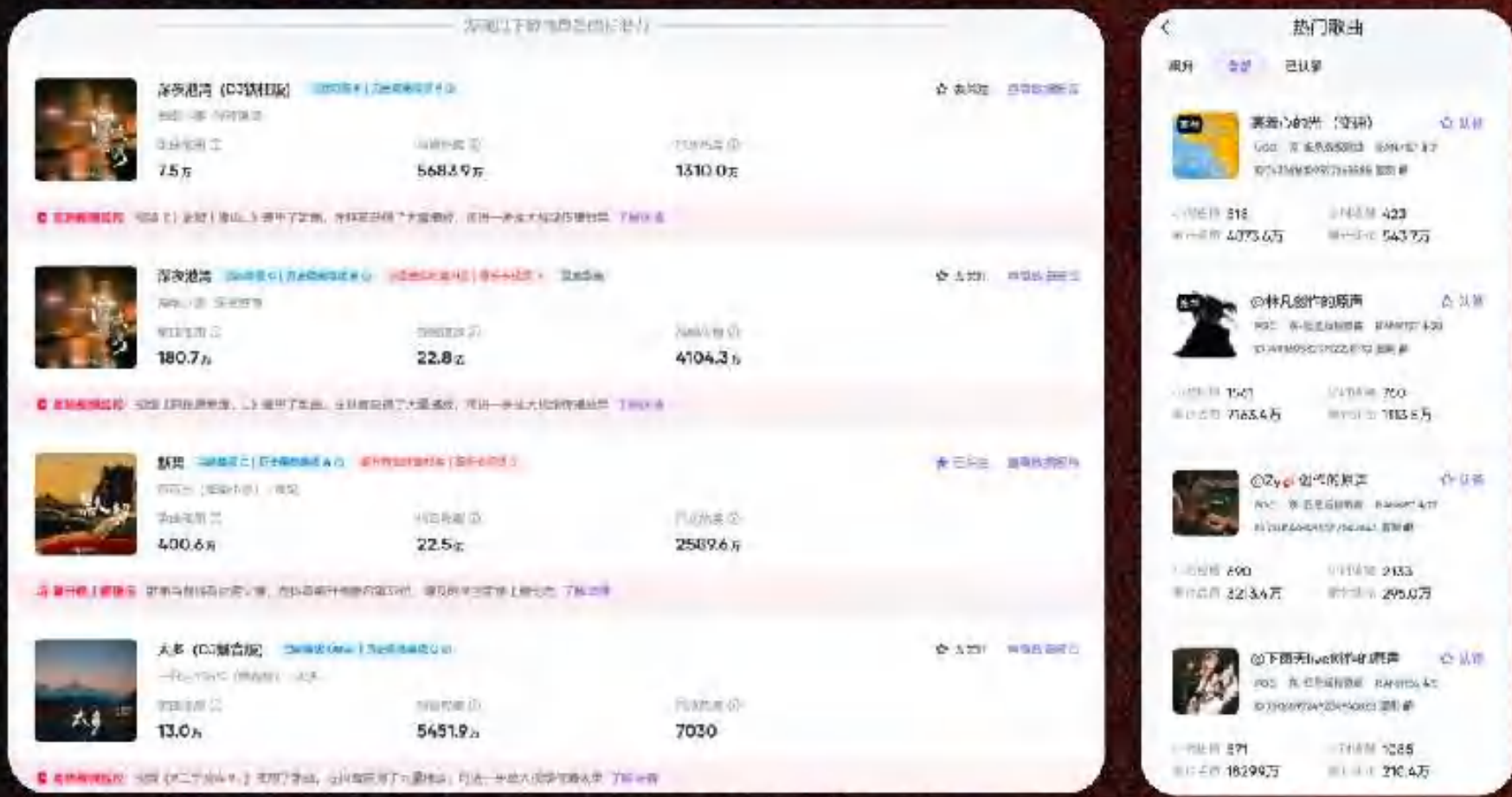
Execute 创造旋律

多元路径, 打造「听觉钩子」

● 抖汽生态合作自主原创——与专业平台团队及深度合作音乐人共同定制原创单曲

旋律热门趋势洞察

授权
新歌
飙升
监控



大盘
潜力
线索
挖掘

深度合作音乐人矩阵



● 多元路径拓宽旋律创作边界——三类特色路径为旋律创作提供更多选择

取材经典旋律

快速建立品牌听觉关联, 降低创作试错成本
撬动跨年龄层用户的情感共鸣



快克改编经典《生日快乐歌》
以轻快曲调提醒大家新年记得预防感冒

AI生成旋律

无需专业团队, 高效灵活, 精准匹配品牌调性,
同时传递品牌拥抱前沿科技的态度



荣耀以AI模拟14000员工声音重新演绎AI共创版
主题曲《GO BEYOND》传递对品牌未来的展望

用户共创旋律

强化用户对品牌的认同感与归属感, 自带 UGC
基因, 能够引起用户自发传播裂变



蔚来与用户乐团共创演唱了NIO Day 2025
的主题曲——《生长》致敬向上生长的力量

● 听觉钩子塑造旋律记忆核心——15秒内抢占听觉注意力, 让旋律瞬间入脑

PO PO PO PO POKI!



节奏钩子: 重复洗脑旋律、卡点强节奏

以品牌名为洗脑片段创作品牌主题曲

我左拍右拍
上拍下拍



歌词钩子: 标语直接植入歌词场景

将产品核心卖点「无影抓拍」融入歌词

冻冻冻 冻冻冻
冻冻冻冻



音效钩子: 融入产品标识性音效

新品结合冰冻音效打造动感舞蹈旋律

Link 链接全域 分层传播,撬动「声量杠杆」

旋律营销传播层级模型

● 中心场—品牌热点旋律符号释出,抖音站内心智冷启

悬念预热

官号/硬广预埋内容悬念

评论区预埋玩梗热点

营销号预埋解读方向

品牌官宣发布

官号发布旋律/MV
@核心合作明星/达人
矩阵账号联动扩散

发布会/内容直播间
全量发布旋律创意
官方领玩旋律情绪(怀旧/
玩梗抽象/xx主义)

明星/头达响应领唱

带#主话题发布旋律内容
传递旋律核心情绪价值
声量瞬时爆发冲榜

以粉群为圆心扩散活动
影响力号召全民参与
「旋律记录」



官方带动历年奥运夺冠精彩瞬间混剪
燃情一夏

● 发酵场—旋律 + 场景化内容,强化旋律对消费决策的影响力

卖点场景植入

短视频场域:

歌词意向x卖点x使用场景
提升卖点联想度

Bgm氛围x卖点x生活场景
提升情绪影响力

直播场域:

主题带货直播bgm
主播口播 + 旋律高潮片段
循环促销口号旋律化

玩梗多维裂变

才艺类专业达人花式二创:

旋律翻唱 | 翻跳 | 翻弹 | 解读
提升热点效应

跨圈层达人/营销号创意接梗:

职场摸鱼 | 宅家放松 | 吃播必备BGM

用户低门槛模板化创作响应:

混剪 | 转场 | 卡点



营销号改编翻唱
致敬生活中“所有的不甘”

● 体验场—旋律破圈抖音,线下体验引流反哺品牌

实体包装

旋律情绪主题/玩梗文化/
歌词信息x限定包装设计
系列包装集卡领优惠/
兑换权益

门店体验

门店BGM循环播放,
强化听觉识别
门店陈设用户bgm打卡
角,拍视频领优惠

辐射演出现场

植入调性契合的音乐现场
如水饮x夏日清凉音乐节
邀请艺人现场演唱品牌旋律



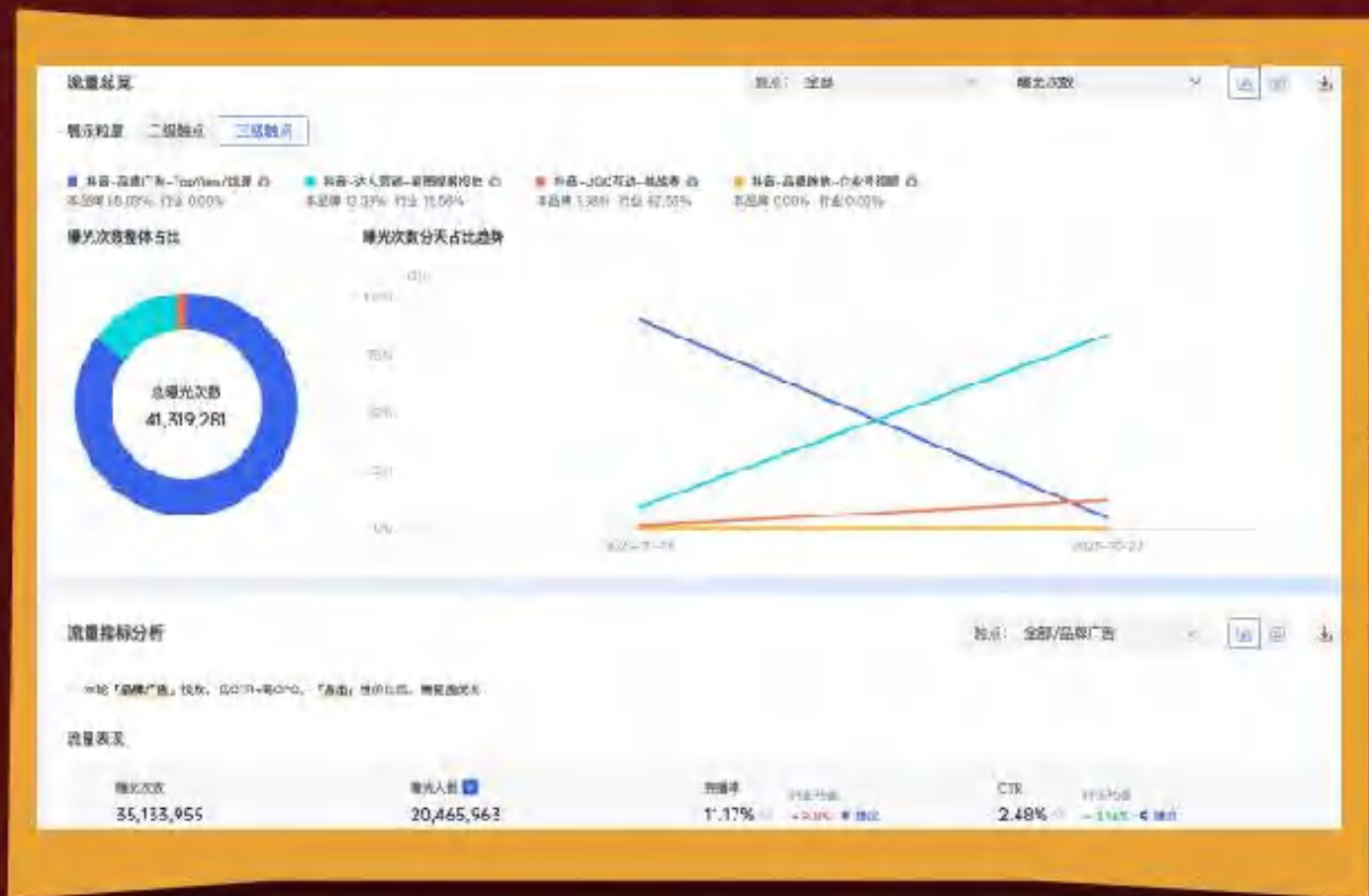
达人线下探店解锁今夏最有型穿搭

Own 沉淀资产 持续转化, 实现「声入人心」



营销价值清晰度量

流量价值可度量



TA渗透可度量



心智变化可度量



转化效果可度量



爆发期集中裂变

名创优品于各品牌营销渠道中充分复用主题曲《名创优品开心舞曲》，并配有英文版供海外推广，深化品牌旋律记忆

舞蹈挑战

门店大屏

品牌广告



持续期迭代焕新

三星每年会以新风格重制标志性铃声《Over the Horizon》，融入当下重要情绪, 让品牌与旋律不断焕发生机与活力

2023年
俏皮电子元素版

2024年
韩国传统音乐风格版

2025年
活力爵士乐版



MELO通过理性的框架为旋律营销谱写了一张精密的总谱，
但要真正演奏好这首乐章，终究要回归到感性层面——去聆听「人」的声音。

当我们回顾七大爆款旋律类型对「人」心智的触达时，
会发现它们正如一把把钥匙，由浅入深地打开了听众的心智大门：

表层-感官刺激

在快节奏与信息过载的高压下，
用户本能地追求「即时满足」与「多巴胺释放」。

● 锐舞炸场调 ● 颅内复读机

中层-情绪催化

回归日常生活切片，用户渴望「情绪调节」与「场景化陪伴」，
寻求一种能接纳当下状态的情绪容器
(无论是E人的狂欢还是I人的独处)。

● 多巴胺和弦 ● 燃感最强音 ● 治愈系赫兹

深层-价值认同

在流动与不确定的时代，用户寻求「身份认同」与「精神归属」，
渴望通过文化根基或时代共鸣确认自我，获得安全感。

● 新腔唱古韵 ● 岁月金唱片



这种分层递进的听觉体验，恰好与三大行业的营销命题形成了精准同频：

快消品主攻

感官刺激

旋律在这里不需要承载过多的意义，品牌借着强律动的节拍，制造最直接、不假思索的快乐，激发“瞬时多巴胺”，
便能在人群中引发一场病毒式的传递与狂欢。

耐消品深耕

情绪共鸣

针对长决策周期的信任痛点，品牌倾向于用有故事感的旋律，去回应人们对生活温度的渴望，在听觉陪伴中，
逐渐成为融入生活、承载情绪的鲜活注脚。

奢品则锚定

价值认同

不追逐短暂的流行，而是选择重塑经典或关联文化符号，这种深度的听觉质感，让旋律超越了榜单的起伏，
化作一种精神上的图腾，匹配圈层审美，彰显品牌格调。

快消品类- 魔性洗脑 × 轻快爆发

食品饮料 | 美妆日化 | 服饰

行业特质

短决策周期、低客单价、高频复购, 主打“即时快乐+社交共鸣”

MELO核心

病毒式渗透—魔性旋律+轻快节奏+强互动模板, 实现“一听就上瘾、一看就想跟、一跟就想买”

M 旋律定调

E 创造旋律

L 链接全域

O 沉淀资产

项目阶段

预热期 (3-7天)

大促爆发期

大促延续复购期

核心目标

魔性旋律预埋+节奏引导
建立“听感记忆”与初步参与感

全网挑战引爆+电商直播联动
将旋律热度转化为购买行为

模板延展+场景渗透
旋律沉淀为品牌“声音符号”, 持续拉动复购

旋律类型

引起简易裂变的轻快魔性曲风: 推荐颅内复读机/锐舞炸场调

绑定当下高热度强裂变旋律热点, 节奏明快、旋律简单、歌词重复性强, 易于跟唱与二次创作

关键动作

旋律钩子生产

原创15s内魔性短旋律 / 经典舞曲热歌改编

直播间中心场—品牌领玩BGM

主播口播+旋律高潮片段循环 | 促销口号旋律化

旋律全链路推广+二创演绎

线下门店氛围音乐 | 直播氛围音乐
长效广告投放配乐 | 持续二创激励

内容画面匹配

夸张产品使用瞬间 | 生活确幸场景 | 色彩明亮氛围

旋律场景玩梗视频+歌词玩梗素材包

音乐圈旋律二创
美食圈玩梗吃播 | 搞笑达人bgm reaction

跨界联动+文化渗透

联名remix | KOL/明星翻唱 | 集包装兑换小

旋律热点借势+旋律热梗预埋

音综/歌星热点 | 谐音歌词梗预埋 | xx节点旋律解冻中

旋律激发全民共鸣参与

零门槛创作模板 (混剪 | 转场 | 卡点)

旋律线下轻量演绎

音乐节现场 | 校园/商场快闪

TA分层

品牌老客 | 大促囤货党 | 旋律爱好者

泛娱乐用户 | 冲动型消费者 | 圈层传播人群

复购老客 | 周边收集者 | 圈层传播人群

资源匹配

跨端开屏大曝光 (抖音 | 汽水 | 剪映) | 搜索旋律彩蛋 | 星聚力x共创 | 自然热榜 | 定制专题页

冲饮品牌J x 魔性洗脑歌

追“哈基米”旋律梗文化热度, AI造玩梗新品包装

哈基米呀

南北绿豆

AI搭配热梗旋律构想产品蓝图+用户共创旋律梗抽象产品→品牌活人感契合Z世代需求

热选

共创

落地

借势

紧盯年轻人选取旋律
相关热梗——#哈基米

AI生成旋律梗形象包装
用户征集形成社媒热议

产品名/包装融入旋律梗
快速上线, 价格匹配消费力

蹭平台节点直播上线
转自然流

品牌声量暴增
豆浆行业联想份额 TOP1

品牌新客涌入, “看到”即转化
77%拉新人群直接形成消费转化

自然流转化能力UP
自然流GMV占比80%
ROI +271%



耐消品类-情绪催化 × 波段式共鸣

手机数码 | 家电 | 贵价个护仪器 | 汽车

- 行业特质 长决策周期、高客单价，强品质关联，主打情绪催化；
- MELO核心 共感性触动—聚焦叙事性、高共鸣的情感聚焦型旋律资产，各阶段差异化落地。

M 旋律定调 E 创造旋律 L 链接全域 O 沉淀资产

项目阶段	预热期（1-2周）	发布会+首销周	首销月
核心目标	埋设情感钩子 建立故事氛围与初步认知	点燃集体共鸣 将情感势能转化为话题热度与购买决策	深化品牌烙印 旋律长效沉淀为品牌声音标识
旋律类型	引起情感共鸣的叙事性曲风：推荐岁月金唱片/治愈系赫兹/多巴胺和旋/燃感最强音 歌词或旋律能与产品功能（如听、静、陪伴、运动、放松）巧妙结合，引发强烈情绪共鸣，或具有怀旧或温暖质感		
关键动作	旋律钩子生产 原创完整叙事性旋律 经典旋律复刻	旋律中心场官宣—发布会 旋律主创阵容 旋律内容发布 旋律现场演绎	旋律全链路推广二创演绎 线下门店氛围音乐 直播氛围音乐 长效广告投放配乐 节日热点新编
	内容画面匹配 生活品质陪伴 悦己治愈时刻 记忆高光碎片	旋律圈层发酵+热点冲榜 科技圈bgm测评 舞蹈圈bgm挑战 音乐圈旋律翻唱 旅行圈bgm记录	央媒跟随热点发酵渗透 央媒 文旅 圈层KOL 营销号
	旋律热点预埋 娱乐性：音乐路透 专业性：制作阵容	旋律激发全民共鸣参与 零门槛创作模板（混剪 转场） 情绪话题	旋律线下舞台二次演绎 音乐节现场 专题见面会 纪念日
TA分层	旋律主创粉丝 潜力换机TA 科技发烧友	圈层兴趣人群 潜力换机TA 音乐爱好者	圈层兴趣人群 音乐爱好者 泛人群
资源匹配	跨端开屏大曝光（抖音 汽水 剪映） 搜索旋律彩蛋 星聚力x共创 自然热榜 定制专题页		

手机品牌R x 老歌金曲

旋律情绪营销做行业音频趋势赛道突围

真真切切，听见每种情绪
方寸之间，声动我心

产品转型音频赛道



K机型

核心卖点转变：
从主打「性价比」到主打「音质」策略转变
产品专业力打造：
联合音频技术头部品牌做联名产品

明星 x 旋律情绪营销



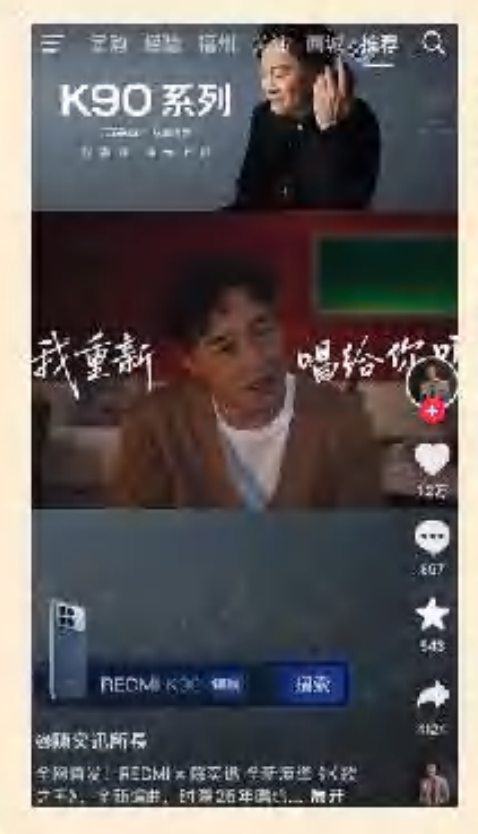
营销策略公式：

[音质]卖点 x 怀旧 x 治愈系 x 产品名称
= 陈奕迅 x 《K歌之王》歌曲重录
治愈系歌手 经典怀旧 听到旋律细节
+产品联想
一线造热点 熟悉旋律传播度高 卖点突出

一个治愈系旋律热点



一个传播放大器



情绪场景种草
演绎植入&治愈情绪文案

不必讨好世界，
无惧世事变迁，
倾听你的心，
不OK也OK的”

场景关联
• 户外散心
• 居家办公
• 街头同频

星聚力情绪粉丝有效触达
演绎植入&治愈情绪文案

主要触达：大众怀旧党、内向治愈者

一场沉浸式体验



14亿+
项目营销声量

TOP1
音质心智行业联想
&同城热搜

4倍
投后日均搜索

+400%
活动门店客流

奢品品类-文化共鸣 × 沉浸式旋律叙事

奢牌美妆 | 奢牌服饰

- 行业特质 高情感附加值、强文化认同、仪式感消费、圈层影响力
- MELO核心 电影式格调种草 — 聚焦文化叙事 + 圈层专属的奢享沉浸型旋律资产构建

M 旋律定调 E 创造旋律 L 链接全域 O 沉淀资产

项目阶段	预热期（2-3周）	爆发期（大秀/发布活动）	沉淀期（大秀后1个月）
核心目标	文化情绪埋点 营造东方美学氛围，引发文化共鸣与期待	沉浸式音乐叙事现场 将音乐、文化、走秀融为一体，打造话题性艺术事件	旋律资产全域渗透与二创裂变 让音乐成为品牌文化符号，持续触发圈层传播
旋律类型	内涵在地文化/前沿/复古曲风：推荐国潮remix/ 老歌金曲 在地文化 + 经典旋律融合/老歌金曲重编，注入高定质感		
关键动作	旋律钩子生产 结合当季发布理念匹配高定旋律 内容画面匹配 品牌历史与东方美学 匠艺纪录 城市文化地标视觉 旋律裂变预埋 发布文化旋律先导片 艺术家合作路透 老歌改编预告	★ 大秀现场—旋律质感发布 大秀现场音乐首演（跨界艺术家即兴二创） 音乐叙事短片首发（匠心 文化 设计理念） 大秀音乐与服装材质、色彩节奏呼应 大秀 VIP 音乐品鉴区 + 线下门店旋律沉浸体验 圈层格调二创 高奢/挚友KOL大秀现场vlog 高奢/文化/美妆时尚kol解读旋律x文化xi设计理念 音乐人kol开放旋律二创改编范例	旋律全链路推广 + 二创演绎 门店氛围音乐 品牌广告配乐 会员活动背景乐 节日文化衍生版 ★ 圈层深度绑定+ 文化渗透 VIP私享音乐会 艺术联名展 音乐数字藏品 资产长效沉淀 旋律注册品牌声音商标 + 收录奢品文化档案
TA分层	文化爱好者 品牌资深会员 艺术圈层	高净值新客 时尚圈层意见领袖 音乐艺术爱好者	音乐爱好者 Z世代潮流人群 品牌泛兴趣用户
资源匹配	跨端开屏大曝光（抖音 汽水 剪映） 星聚力x共创 自然热榜 定制专题页		

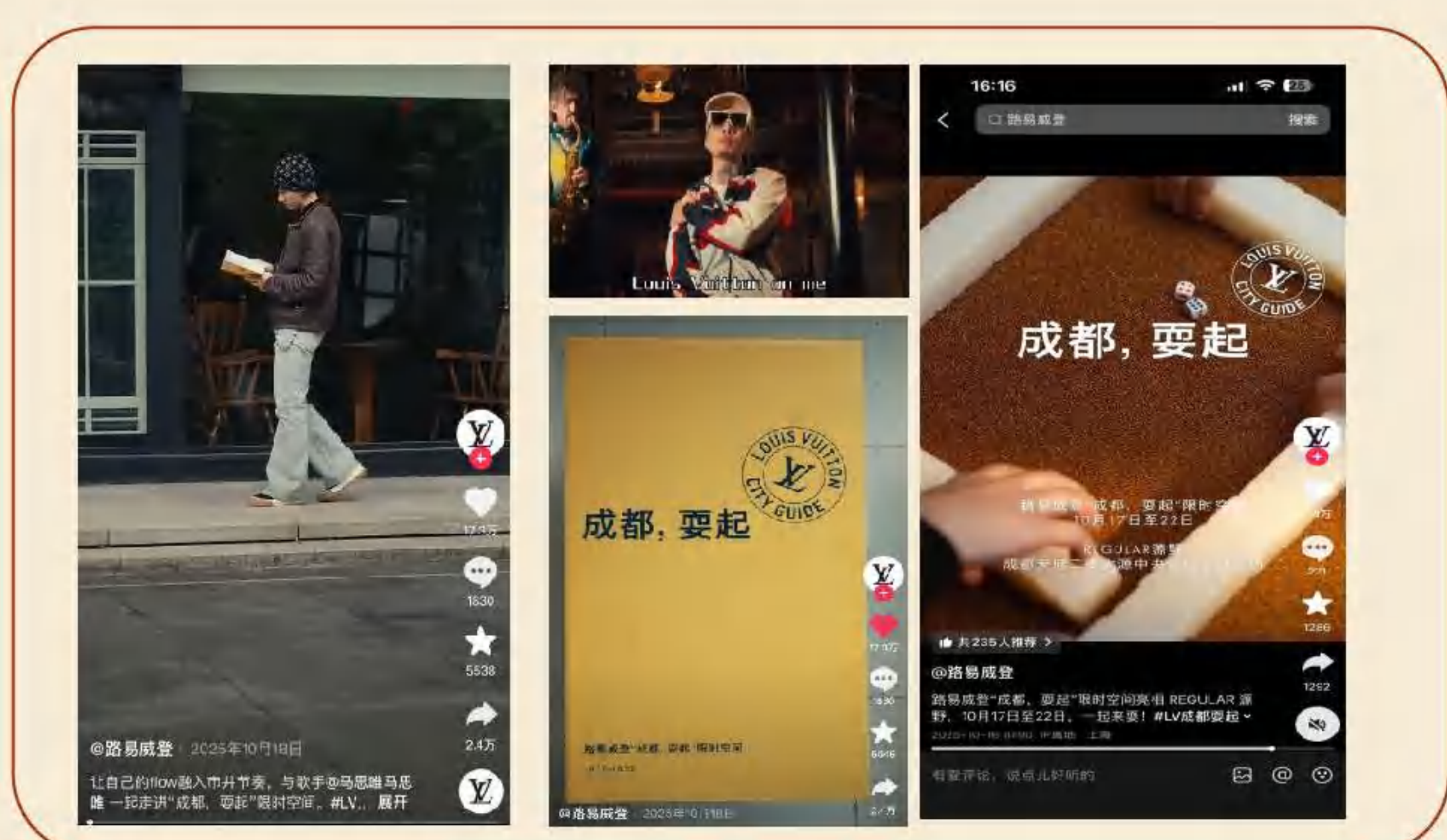
奢侈品品牌 x 国风remix/金曲新生

经典再塑与文化赋能深化品牌质感，匹配圈层调性

奢侈品品牌L x 国风remix

以音乐搭配在地文化为区域快闪造势

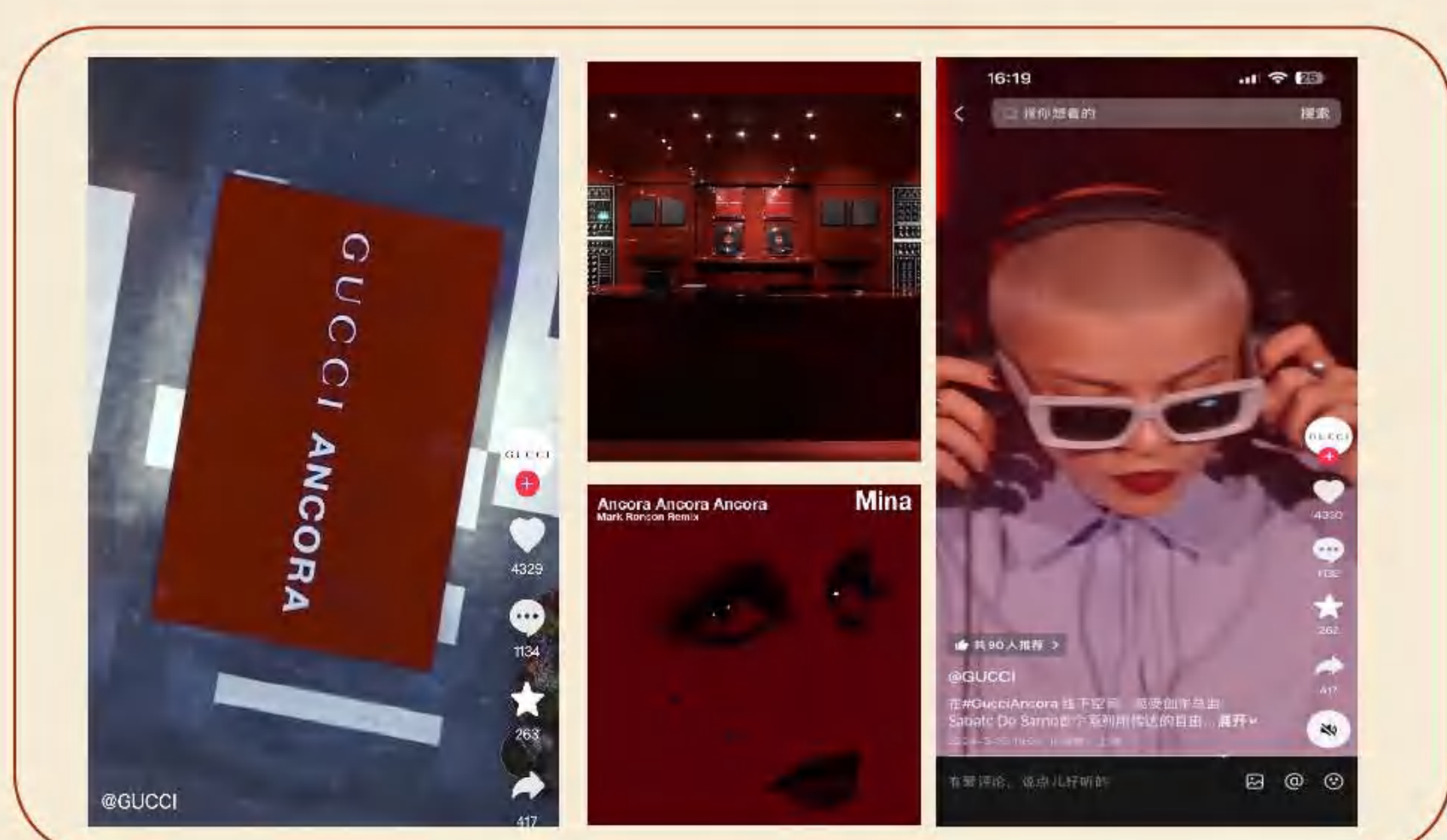
路易威登联合说唱歌手马思唯
打造独具在地文化特色的歌曲旋律
为“成都，耍起”限时空间造势



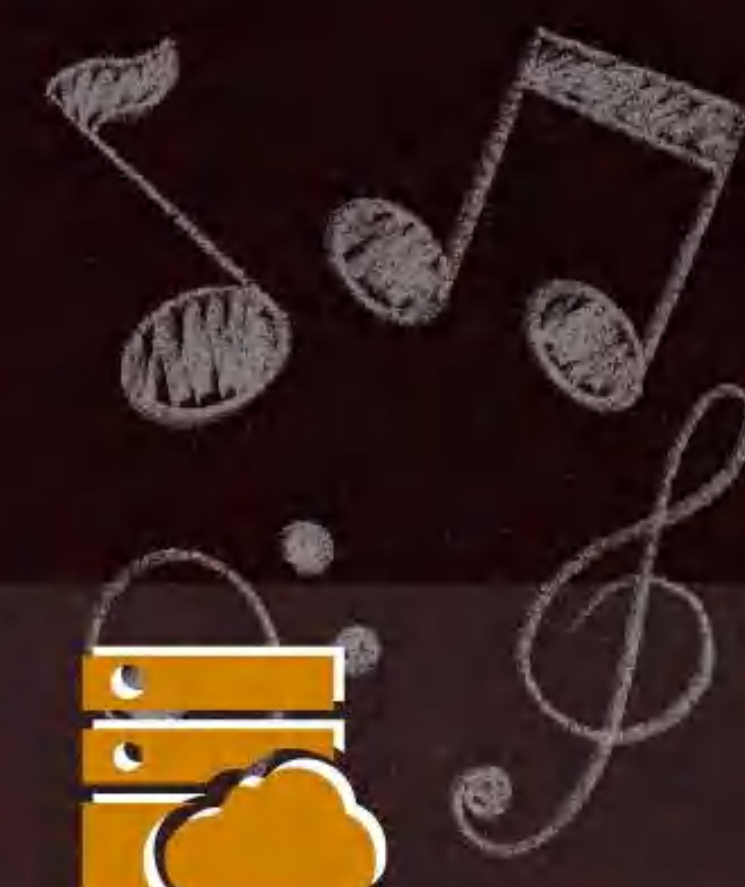
奢侈品品牌G x 金曲新生

以改编经典歌曲焕新演绎品牌格调

经典歌曲<<Ancora ancora ancora>>
在当代编曲下焕发摩登魅力
知名音乐人 将经典音律与现代编曲相融合，注入新鲜活力



旋律 x 品牌音符定制—专属声浪镌刻独家心智



音乐流量

=

平台企划 共创歌曲素材

平台企划中单曲首发合作

获取抖音热门单曲授权

X

用户经营流量 获得投稿量

音乐人参与歌曲创意玩法

引导用户主动搜索分享

X

资源转化 爆款催化

抖音音乐榜热点歌曲打造

汽水音乐强曝光点位助推

玩转爆款素材：歌曲/歌词/实体

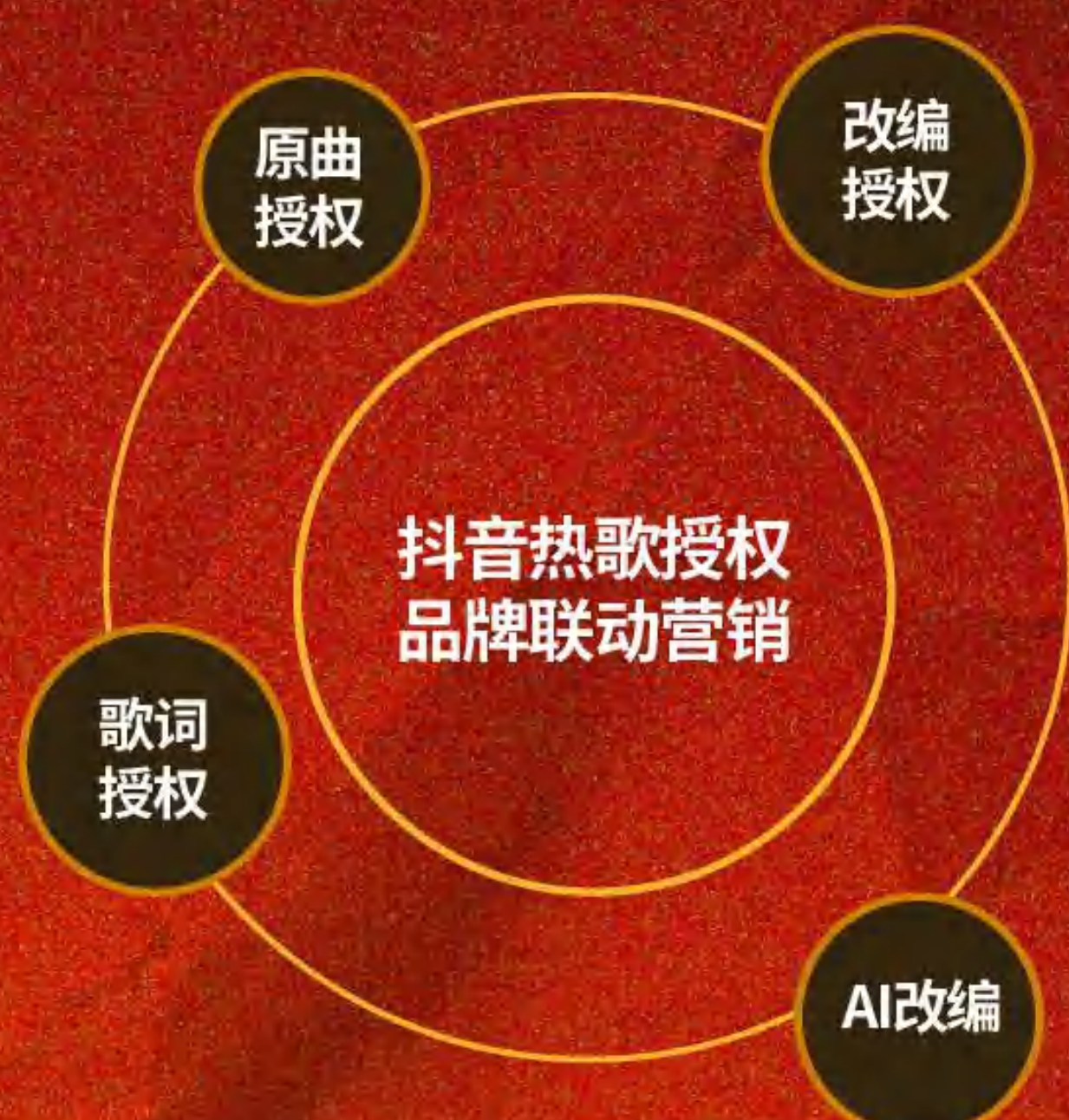
中国音乐市场
93%新歌

从抖音完成
发酵推爆

83%
年轻用户

从抖音短视频
获悉新歌

品牌通过
热歌授权曝光
歌词上的包装
获得消费者
收藏喜爱



定制品牌音符：音乐人/AI歌曲定制

65万

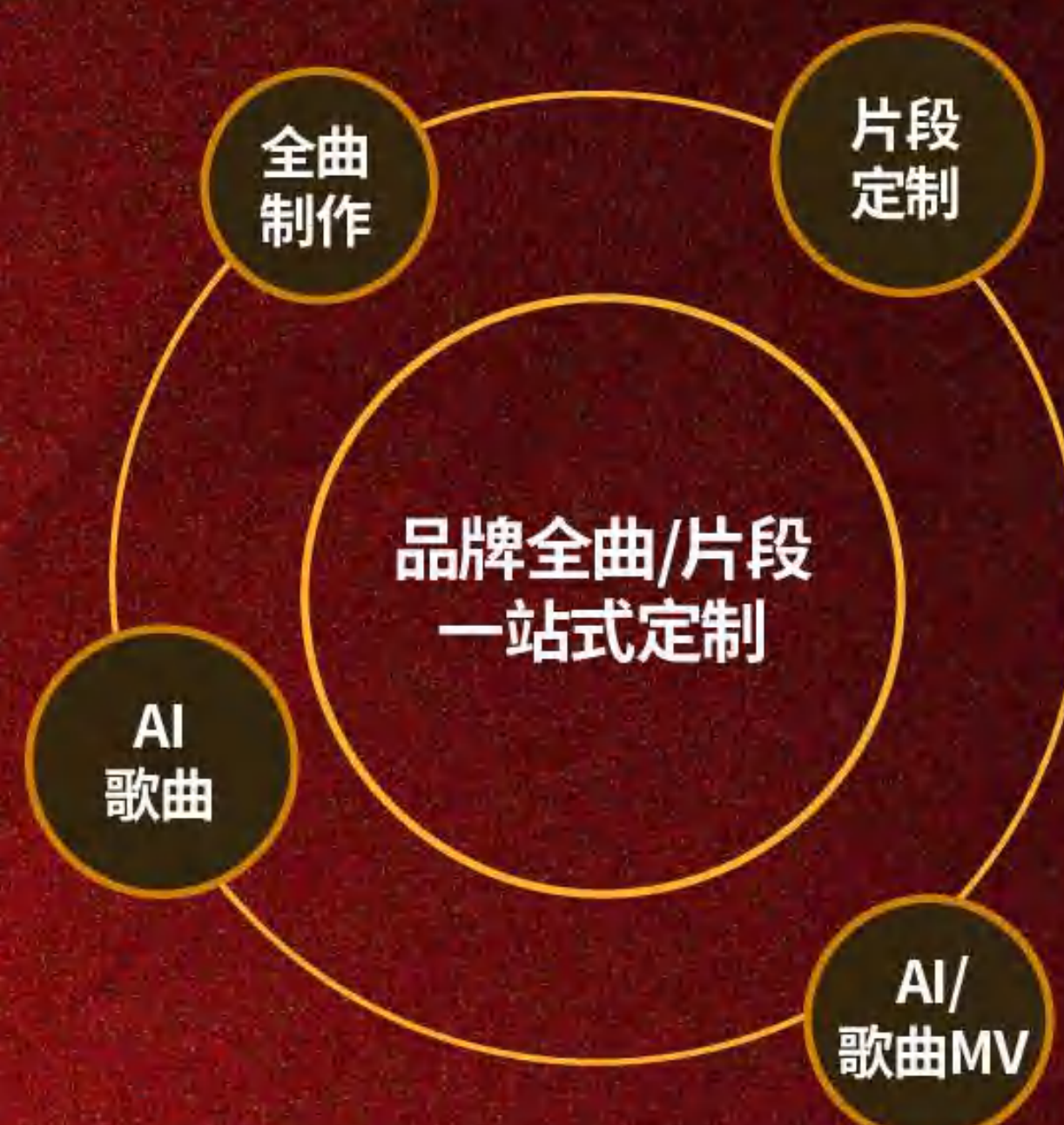
PGC高粉音乐达人
和娱乐明星

1000+

音乐人年度汽水
音乐红心数破万

深度合作

OGC领域
各大头部音综



自造节点事件：平台营销活动共创

抖音音乐

于营销节点
(CNY/情人节等)
推出平台运营活动

通过
音乐人
定制合作

策划抖音用户
裂变投稿玩法

通过
品牌
共创植入

音符深入用户记忆
强化产品心智



全域推广资源：线上宣推打榜 线下活动推广

抖音音乐

可为合作品牌提供
线上线下
整合营销资源

线上包含

抖音音乐热点榜
开屏等核心资源

线下包含

全国城市商圈/餐/餐饮
门店等推广渠道



旋律 x 灵活轻音挑战—三大AI玩法快速响应声场热点

好热点

节点 x 行业爆款旋律包

好写手

AI旋律达人团

好模式

BGM x 转场模板

AI实时监测旋律内容热点

热点x旋律歌单匹配

推荐风格AI旋律写手

推荐行业适配bgm转场模板

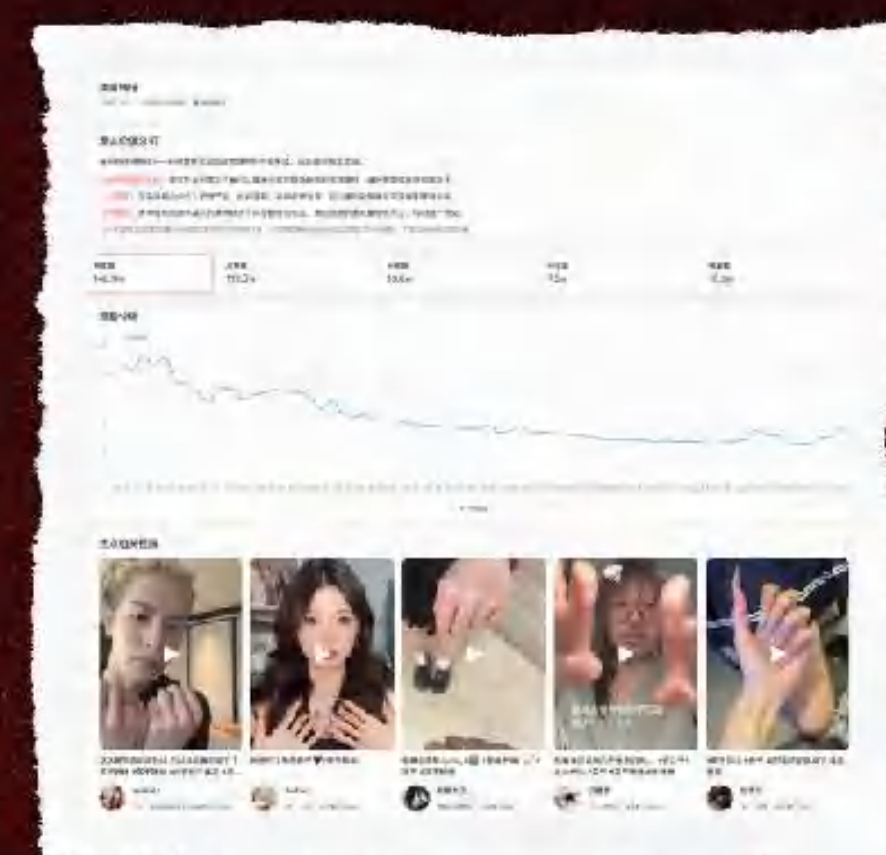
热点歌单x行业特性匹配

匹配旋律内容裂变玩法

靶向匹配创作者发起转场挑战

歌名	歌手	所属专辑	发行时间	播放量	评论量	收藏量	分享量	热度
卡路里	周洁琼	卡路里	2019年	1.2亿	10万	50万	10万	95
卡路里	周洁琼	卡路里	2019年	1.2亿	10万	50万	10万	95
卡路里	周洁琼	卡路里	2019年	1.2亿	10万	50万	10万	95
卡路里	周洁琼	卡路里	2019年	1.2亿	10万	50万	10万	95
卡路里	周洁琼	卡路里	2019年	1.2亿	10万	50万	10万	95

达人昵称	粉丝数	获赞数	作品数	活跃度
达人昵称	100万	1000	100	高
达人昵称	50万	500	50	中
达人昵称	20万	200	20	低



旋律 x 心动现场奔赴—体验声临其境的触手可及

现象级平台营销事件 - 汽水音乐节

现象级平台营销事件 - 汽水音乐节

汽水音乐节

2025年数据

整合



汽水音乐嘉年华

场景



汽水校园派对

情绪



汽水音乐chill派对

风格



汽水音乐国潮派对

100亿
活动最高总曝光

超70%
受众观众年龄30岁

近6万人次
线下活动最高人流量

80余家
品牌招商下单深度合作

百余名
人气歌手及抖音音乐人合作

品牌定制展区/直播间/装置
明星进直播间/现场种草打卡

舞台舞美深度联动
产品展示

官方指定品牌背书
新品售卖



S+级平台大事件

10+城市30场演出

丰富场景品牌定制

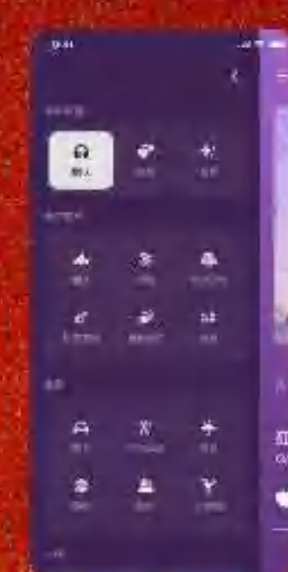
汽水音乐创新产品资源

定制品牌场

汽水二楼合作

创意组件联动

汽水开屏引流



抖音热曲惊喜呈现

万人规模聚焦年轻人

汽水资源高效引流



旋律 x 情绪定制IP—《你听，生活有回音》

你听 生活有回音

生活从未静音
每一刻，都自带配乐、光影与剧情
只是我们常常忘记按下“收听”键
没有BGM的画面只是「客观记录」
配上旋律才成了「生活大片」
让每段记忆，不止于光影，让情绪乐章自然流淌
把生活，播给你听，映给你看

我们以“音画合奏”为创作原点，为每一个命题设计了一个可沉浸、可参与、可传播的解答方案
构成了本次项目的四大生活主题篇章，以“旋律+影像+场景”的核心玩法，将品牌深度植入用户生活的情绪节拍中

第一篇章 公园叙事诗



3大品牌定制感官资产

品牌定制爆款BGM
品牌定制AIGC音乐贴纸
品牌定制音乐TVC

第二篇章 通勤变奏曲



达人共创多样玩法供给

音乐人加盟造曲/手势舞达人团/
品牌共创/短直联动

第三篇章 夜的协奏曲



精选线下资源供给

音乐 x 达人 x 生活场景
4大精选城市打卡路线定点植入

彩蛋篇 远方交响诗



2场音乐高点事件

数字人音乐会
芭莎时尚音乐盛典



旋律 x 情绪IP整合营销—让音符共鸣流入多样情绪场景

治愈系赫兹 x 《晚上好呀》

燃感最强音 x 《雪山练习生》

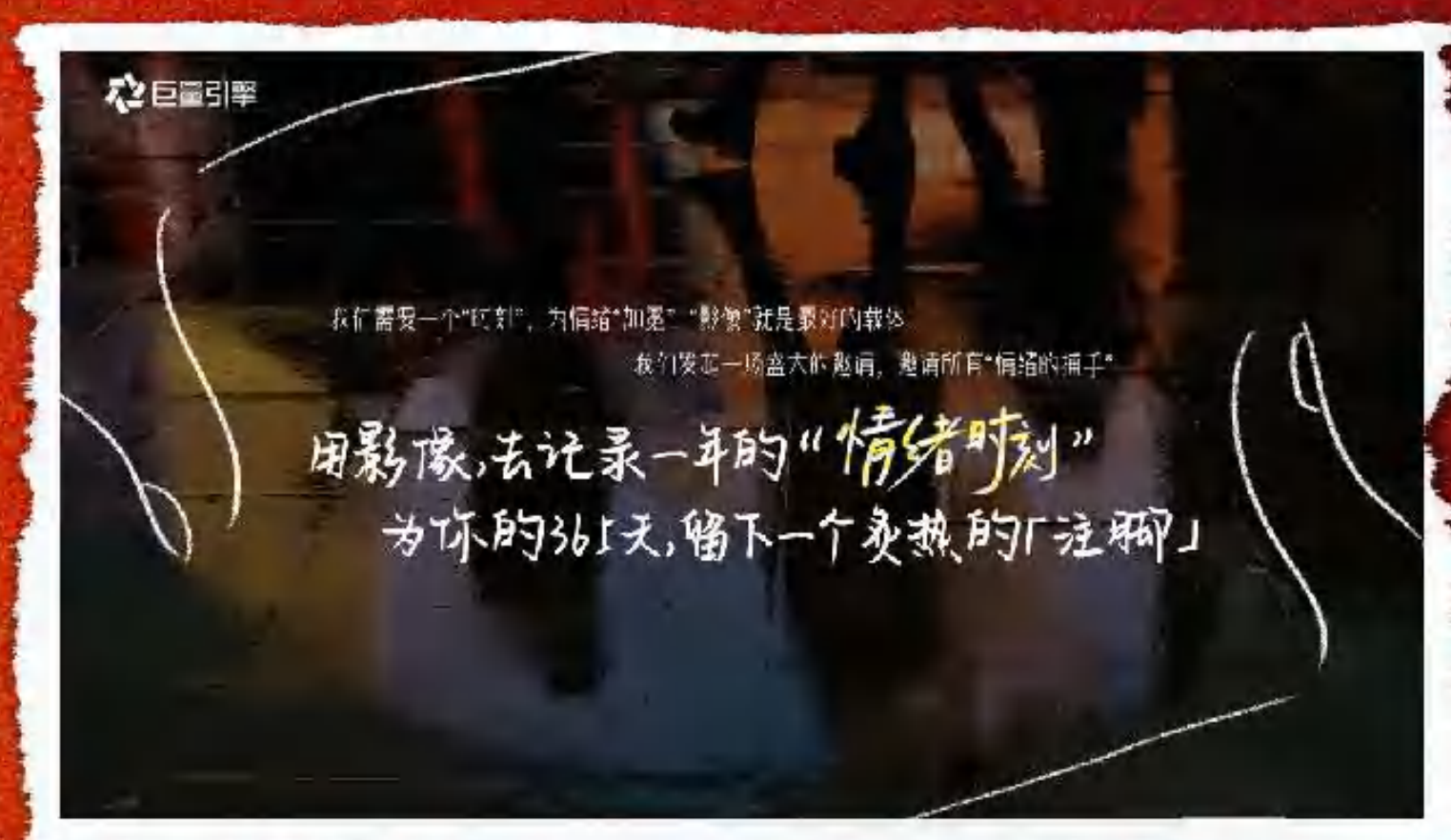
颅内复读机 x 《人生副本大冒险》

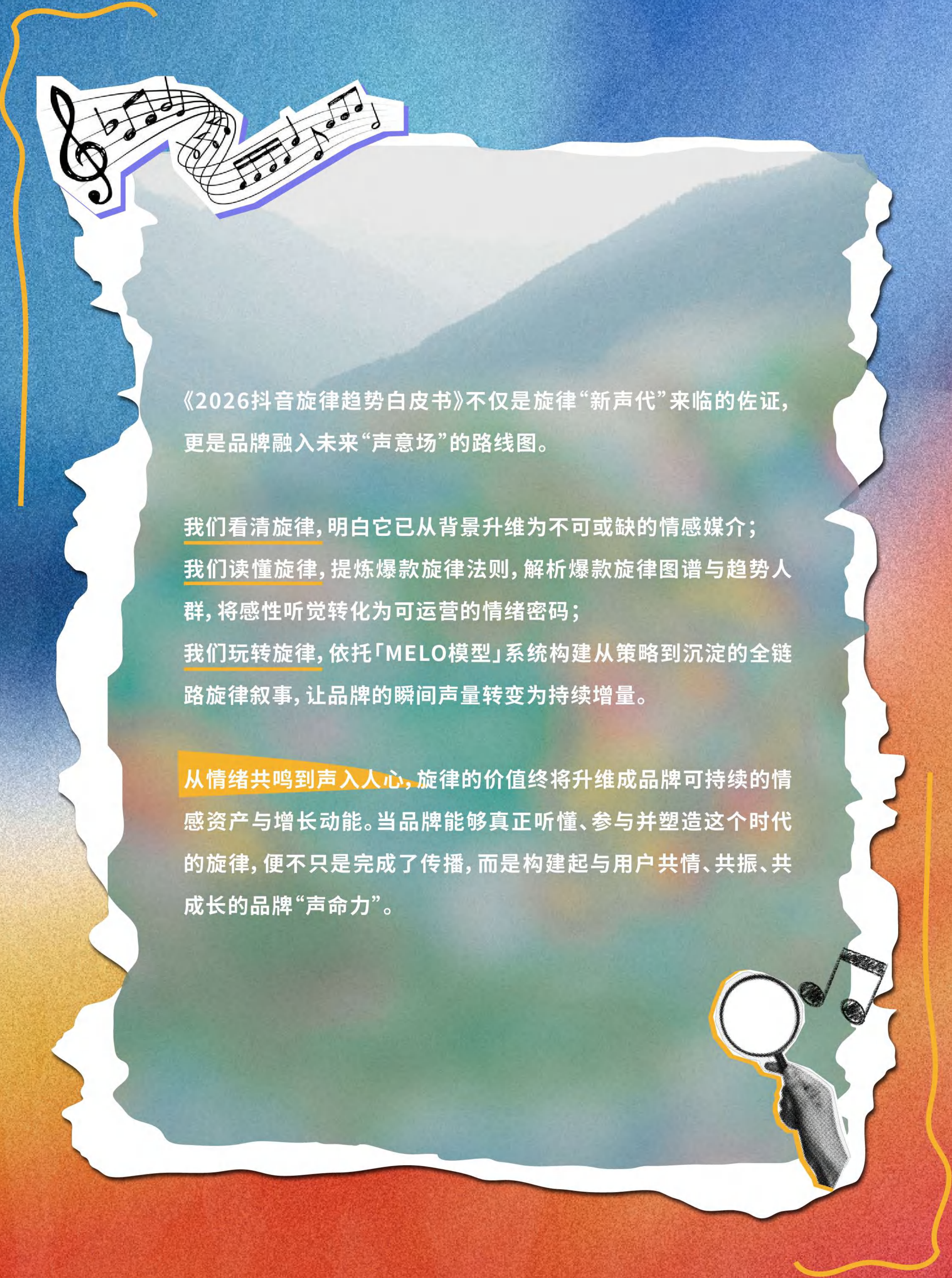


多巴胺和弦 x 《开个美方》

岁月金唱片 x 《情绪年度时刻》

锐舞炸场调 x 《在场即秀场》





《2026抖音旋律趋势白皮书》不仅是旋律“新声代”来临的佐证，更是品牌融入未来“声意场”的路线图。

我们看清旋律，明白它已从背景升维为不可或缺的情感媒介；
我们读懂旋律，提炼爆款旋律法则，解析爆款旋律图谱与趋势人群，将感性听觉转化为可运营的情绪密码；
我们玩转旋律，依托「MELO模型」系统构建从策略到沉淀的全链路旋律叙事，让品牌的瞬间声量转变为持续增量。

从情绪共鸣到声入人心，旋律的价值终将升维成品牌可持续的情感资产与增长动能。当品牌能够真正听懂、参与并塑造这个时代的旋律，便不只是完成了传播，而是构建起与用户共情、共振、共成长的品牌“声命力”。

报告作者&致谢

特别指导委员会

巨量引擎直客业务3C行业运营负责人：孙维恠

WGSN 中国区总经理：马力

报告共创

本报告由【巨量引擎】与【WGSN】联合制作

巨量引擎直客业务3C行业运营经理：冷怡静

WGSN：陆毅、芝澍、张景丽

视觉设计

WGSN：芝澍、王柳洁、王琳、刘佳玲、刘玥



「扫码查看更多报告亮点案例」