

小康杂志—脱贫托屏系列公益创意

— 苹果篇、橘子篇、栗子篇、水稻篇、蔬菜篇、鱼篇

- ◆ **品牌名称**：小康杂志
- ◆ **所属行业**：传媒杂志
- ◆ **执行时间**：2021.07.10-07.28
- ◆ **参选类别**：公益营销类

**农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题
没有农业农村现代化，就没有整个国家现代化**

——习近平 2018年

小康创新模式，让助农更有力量

**央媒求是《小康》杂志社，链接品牌、整合、营销三方力量，成立众创平台，
打通产品端到销售端全链条，开启数字化电商扶贫新模式。**

案例结合创意性与公益性，以“屏”扶“贫”，通过小小的数字屏幕，聚合八方善美互助的力量，一个小小举动，就能让农民的辛苦不白白浪费，为他们的家庭实现更多美好的可能，为助农取得更好的传播效果！



“

”

扶困济

小康 INSIGHT CHINA

托“屏”致富
公益助农·助力美好生活











创意传播载体：

- 1、自有媒体（双微）、小康杂志进行传播。
- 2、政府公益传播渠道、扶贫公益宣传栏、社区灯箱。

效果&反馈



双微总计曝光量: 50w+

双微总点赞及互动量: 5.2w



小康杂志自媒体传播

- 小康杂志月刊，每月发行量**16万册**
- 广告每月至少到达**16W+**人次
- 通过宣传，为更多农民解决了产品销路问题



社区灯箱广告传播

- 在政府资源的配合下，将在**10个城市**的部分社区进行了公益宣传。
- 通过宣传，让更多市民关注农民和农产品，市民更支持购买农民的产品。