

a2微笑行动，让更多孩子可以“益”起笑

- ◆ 品牌名称: a2
- ◆ 所属行业: 母婴类
- ◆ 执行时间: 2023.03.10-04.15
- ◆ 参选类别: 公益营销类



中国新生儿中：每600个新生儿中就有1例唇腭裂

45分钟的手术+6000元的费用就可以让孩子重获微笑，但由于科普不足和经济困难唇腭裂儿童依旧会面临无法手术、进食困难、语言障碍、社会歧视等我们无法想象的困难

我是演员李昊
我愿意捐出我的笑
帮助唇腭裂宝宝找回微笑

公益微笑者
NO.18422

找回至初的生命微笑

捐1个微笑 = 捐出1顿奶[®]

在中国，每年约有2.5万[®]唇腭裂宝宝诞生，他们无法吮吸母乳，普遍营养不良，达不到手术标准，他们需要你我的帮助。

你我小小善举 改写孩子人生

微博公益计划 | 微公益 | 公益微光

品牌背景

a2在站内作为**头部**的奶粉品牌，一直保持深度合作&行业高站位

社会背景

2023年，a2微笑行动首次牵手小红书，希望达成更佳效果

传播目标

引起社会对唇腭裂儿童的关注，**增加**新用户对品牌的**好感**

捐1个微笑 = 捐出1顿奶[®]
扫码捐笑在分众 三亿人都能看到

吸管模拟的就是唇腭裂宝宝吮吸的日常

有漏洞
吮吸困难



硅胶封套
向上滑动



堵住洞后
正常吮吸

本次传播创意围绕**一根吸管**
通过破损的吸管尝试进行吮吸
让用户切身体验唇腭裂宝宝日常的困难

强化公益活动传播种草 让需要被关注的无限放大

社区onebox资源



品专上线



品合内容：围绕唇腭裂宝宝的KOL内容，更弱的产品广告展现，更强的公益活动描述



商业助力公益，巧用惊喜盒子：调动更多的用户一起参与吸管挑战

高互动玩法吸引用户

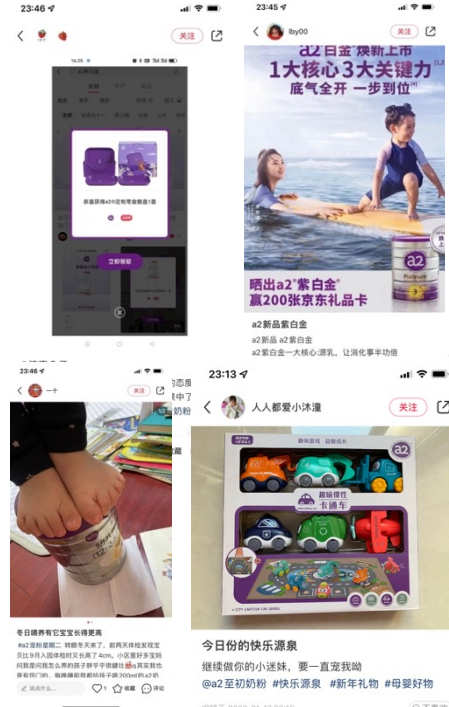
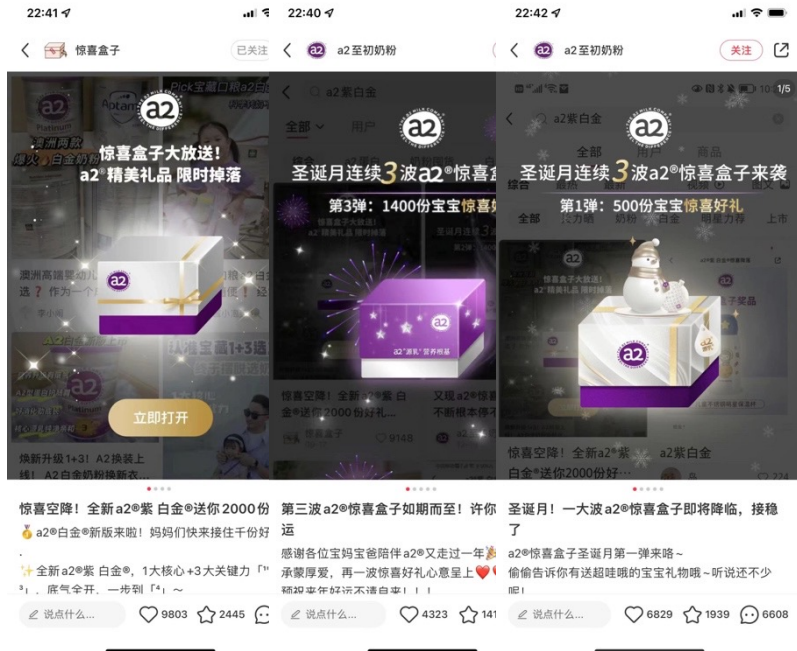
在小红书积累喜欢品牌的用户

调动用户一起去做有意义的事情

铺垫：22年站内7波惊喜盒子收获了忠诚用户

寄送吸管给过往部分的惊喜盒子获奖用户

用户收到吸管后自发分享相关内容

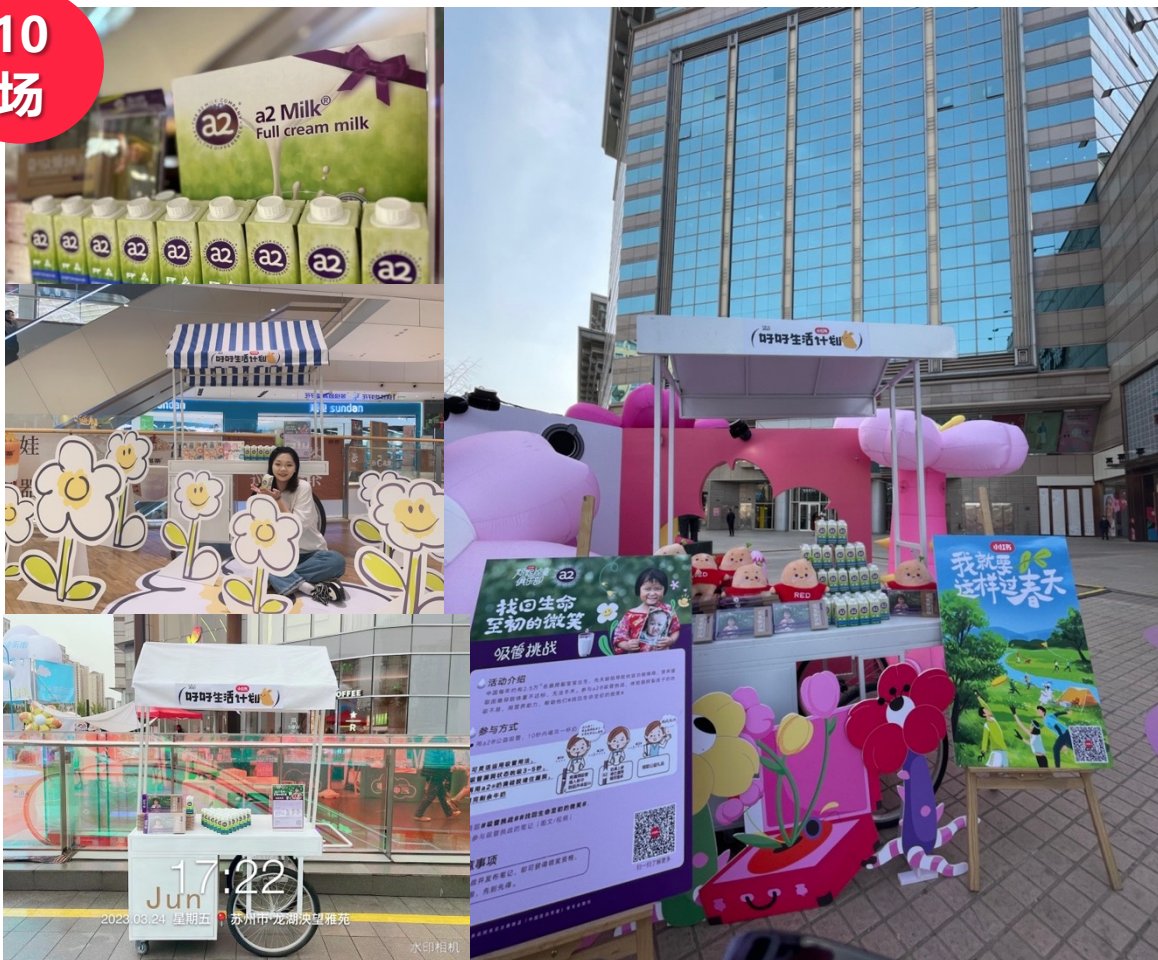


线下扩散：每多一个曝光多一个搜索就有可能带来多一份关注&关爱

北上广深苏-五大城市
高端商超活动拉动有效关注

回归线上主阵地
让用户真正关注唇腭裂人群

10
场



线下
活动曝光

用户看见并关注
浅层曝光任务√



上小红书回搜
真正做到深层了解

回流线上
活动阵地



35万块
分众屏幕

分众资源几乎all in导流至
小红书 平台承担重要收口作用

握手多个头部平台 只为做一件好事!
更多的曝光尽可能触达全域用户, 引发关注

3 大主流媒体 + 3 大母婴垂媒 + 1 个电商平台



为了这些孩子们的笑容, “微笑行动”
再出发

用吸管喝奶, 是不是一件很简单的事情? 如果.....吸管上有漏洞呢?
最近有这样一个特殊的“吸管挑战”, 要求大家在10秒内, 用一根带有漏洞的吸管喝完一杯牛奶。
满怀自信来参与的网友纷纷败北而归。就连a2公益大使惠若琪也直呼: 这也太难了吧!
“吸管挑战”是为了让宝妈们亲身体验一下, 这些特殊孩子每天要经历怎样的困难, 这些特殊孩子每天要喝多少奶, 这些特殊孩子每天要喝多少奶。

比起让妹妹做个淑女, 我更愿意她在大自然中摸爬滚打, 茁壮成长, 同时能有一颗温柔的心, 可以共情他人。
这次和妹妹一起参加“吸管挑战”, 是为了兔兔宝宝们, 因为唇腭裂, 这些宝宝吮吸困难, 导致营养不良, 难以达到手术标准。
今年, a2@联合国儿童基金会微笑行动, 发起了“吸管挑战”, 希望大家都能更 展开 >



成果一：公益效果达成，携手促成 **35亿+** 曝光让更多人看见唇腭裂人群

成果二：关注度拉满，让用户真正关注到唇腭裂宝宝且产生搜索

小红书线上广告曝光

3700w

线下活动曝光

29亿次

【微笑行动】环比搜索上升

+206%

【唇腭裂】环比搜索上升

+16%



*此处曝光含全媒体，包含线上线各个资源总和
*导流小红书曝光资源+小红书广告资源合共8000万+

商业向善，本次真正做到了通过商业化资源去辅助公益影响力**更大化**

首个**母婴公益**

母婴行业公益试水
打开合作『新』模式
平台品牌双向奔赴

平台**责任担当**

商业也可向『善』而生
『善』用平台优势
一起传播『善』意

成功**唤起关注**

唤起用户了解特殊群体
实现滴水穿石力量
未来仍携手为公益努力