

呼吸之痛

广告主：腾讯基金会

所属行业：互联网公益

执行时间：2018.09.01-12.31

参选类别：公益营销类

营销背景

很少人知道，尘肺病已成为中国头号职业病！

更少人知道，中国约 600 万尘肺病患者中，90%是农民工！

“这是一群正跪着等死的人”！

TA 们日常呼吸极其痛苦，每一次呼吸都是出气多，吸气少，很容易窒息。只有依靠吸氧机，TA 们才能维持正常呼吸。

但是，由于丧失了劳动能力，TA 们中很少人能买得起吸氧机。

营销目标

让更多人知道尘肺病农民工这一痛苦的群体，并筹集善款帮助 TA 们

策略与创意

一般人无法体会尘肺病患者那超乎想象的呼吸折磨，如不亲身所见所感，很难产生触动；

而出于人情味浓厚的“老乡”情结，中国人也往往会帮助与自己有地域渊源的患病同乡。

所以，我们创作了一个能亲身体会尘肺病患者呼吸痛苦的互动 H5，让公众在简单互动中受到触动，从而触发行动帮助尘肺病老乡。

执行过程/媒体表现

呼吸之痛 H5：

扫码体验尘肺病农民工呼吸之痛





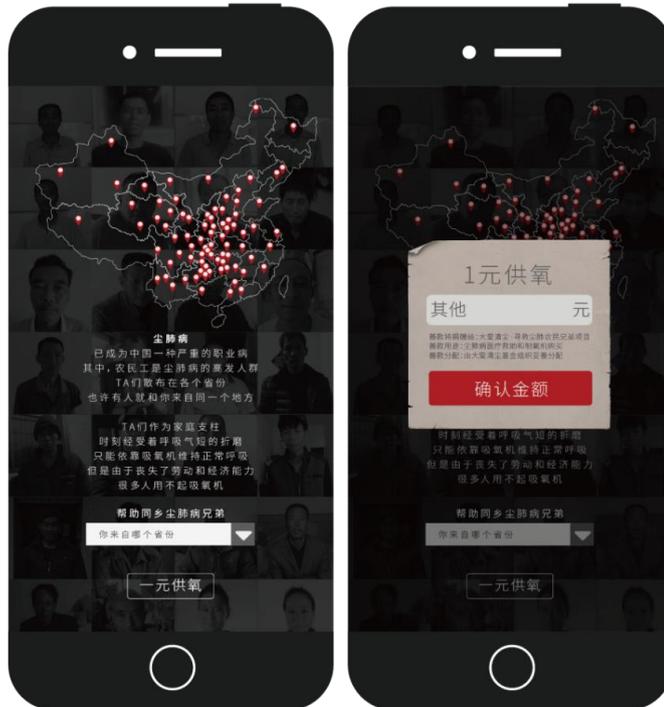
Loading 完，真实展示一位尘肺病农民工的艰难呼吸



当病人呼吸越来越痛苦，出现氧气瓶图标引导用户给病人“输氧”。

用户按住“氧气瓶”，尘肺病人的呼吸逐渐平缓。一旦松开，他的呼吸就变回气促。

直到输氧进度条充满，病人的呼吸才真正变回正常



图文动画说明全国各省尘肺病农民工的比例和生存现状，引导用户选择自己的出身省份

为同乡尘肺病农民工捐助



生成老乡感谢海报分享朋友圈

媒体表现：

以朋友圈广告为传播主阵地，腾讯新闻平台接力发声



案例视频：<https://v.qq.com/x/page/g08315bi919.html?>

营销效果与市场反馈

H5 上线后，引起各界公益人发声支持，媒体人也点赞跟进，卷入了不同圈层用户转发。

H5 上线当天，曝光量超过 3000 万，H5 点击互动量超过 51 万，善款捐助超过 10 万元。

据微信官方数据显示，呼吸之痛 H5 成为 Q4 用户最喜爱的朋友圈广告 TOP10