



《

暖暖骑士团》

目录

我是创益人
CREATE FOR GOOD

1

作品名称

4

策略创意

2

公益理念

5

创意实施

3

洞察

6

投放方案



我是创益人
CREATE FOR GOOD



作品名称

我是创益人
CREATE FOR GOOD

《 暖暖骑士团 》

我是创益人
CREATE FOR GOOD

腾讯基金会
TENCENT FOUNDATION

腾讯广告

CDC

公益理念

我是创益人
CREATE FOR GOOD

儿童的身心健康是国民牵挂的重要问题

目前我国还有**4000多万留守儿童**生活在集中连片特殊困难地区

特别是在贫困农村地区，有超过**20%**的孩子

仍然由于家庭经济贫困，当地物资匮乏等原因

导致营养不良，影响身体发育

加上父母长期外出劳务，幼年便缺失家庭关爱

留守儿童正处于身心发育关键的年龄阶段

他们的健康成长值得社会你我共同关注

*数据摘自：2017年中国发展研究基金会的《中国儿童发展报告》



我是创益人
CREATE FOR GOOD

腾讯基金会
TENCENT FOUNDATION

腾讯广告

CDC

公益理念

我是创益人
CREATE FOR GOOD

截至2020年3月底

中国社会福利基金会发起的“免费午餐小善大爱”项目

联合多方力量累计在全国**26个省市**自治区**1275所学校**开餐

共计帮助**超过33万人**吃上热气腾腾的午餐

当前开餐学校共计**928所**

每个开餐日有**超过20万人**在学校享用着午餐

不断努力，为他们补给营养，传递爱心与关怀

*数据摘自：“免费午餐小善大爱”项目2020年进展汇报

我是创益人
CREATE FOR GOOD

腾讯基金会
TENCENT FOUNDATION

腾讯广告

CDC

公益理念

我是创益人
CREATE FOR GOOD

经过“免费午餐小善大爱”项目

过去**7年**的**不断努力**

贫困儿童的营养问题虽已得到一定改善

但我们希望这份爱与关怀能继续传递

公益理念

我是创益人
CREATE FOR GOOD

传播目标：

我们希望呼吁更多公众
关注贫穷留守儿童的身心成长，支持并积极投身公益事业

1

除了为孩子们日常营养加餐之外
还能关注他们的心理需求，纵使相隔千百里，也能让他们感受到爱与关怀

2

传播挑战：

如何让大众快速的了解项目

并能够轻松地参与进来

1

如何让“免费午餐小善大爱”项目，以符合当代潮流的形式，通过正能量内容传递善念

激发公众积极参与并持续投入的使命感

2

洞察

我是创益人
CREATE FOR GOOD

外卖小哥风里来雨里去
为我们带来可口的食物
当我们饿了的时候，只要拿起手机轻轻一点
这些骑手总能及时出现

洞察

我是创益人
CREATE FOR GOOD

在我们手握奶茶却在调侃自己的“吃土生活”时
贫困儿童的午餐，却可能只是一个红薯



我是创益人
CREATE FOR GOOD



腾讯广告



我们能否化身成为“爱心骑手”
为贫困儿童送上一份爱心午餐呢？

策略创意

我是创益人
CREATE FOR GOOD

这一次, 我们化身**暖暖骑士团**
来为这些孩子“送外卖”!



我是创益人
CREATE FOR GOOD

腾讯基金会
TENCENT FOUNDATION

腾讯广告

CDC

策略创意

我是创益人
CREATE FOR GOOD

不限配送范围

为千百里外的贫困孩子送上营养可口的饭菜

只要你我一起**相互接力**
爱与关怀，多远都能送达

策略创意

我是创益人
CREATE FOR GOOD

我们希望，通过最简单直接的“动动手指”
就能让更多人投身到这个公益项目中来
一起发扬新的“**骑士精神**”
让这一份温暖的爱意
送到每一个贫困儿童手中



我是创益人
CREATE FOR GOOD



腾讯基金会
TENCENT FOUNDATION



腾讯广告



CDC

通过一个互动H5，让你我一起传递“骑士精神”，将爱送达

情绪沉浸

利用漫画的表现手法
体现为孩子们
“送外卖”的迫切心情
唤起公众想要立刻参与的感觉！

角色代入

从第一人称视角
感受“骑士”在路上的
坚持不懈
感受与各行各业的人们
一起为孩子传递爱的满足感

互动体验

在体验故事发展的过程中
通过“动动手指”
与屏幕中的角色互动
大大增强传递任务的参与感
真正做到沉浸式体验

精神感召

通过H5所展现的故事
领悟“骑士团”精神
从而唤醒使命感



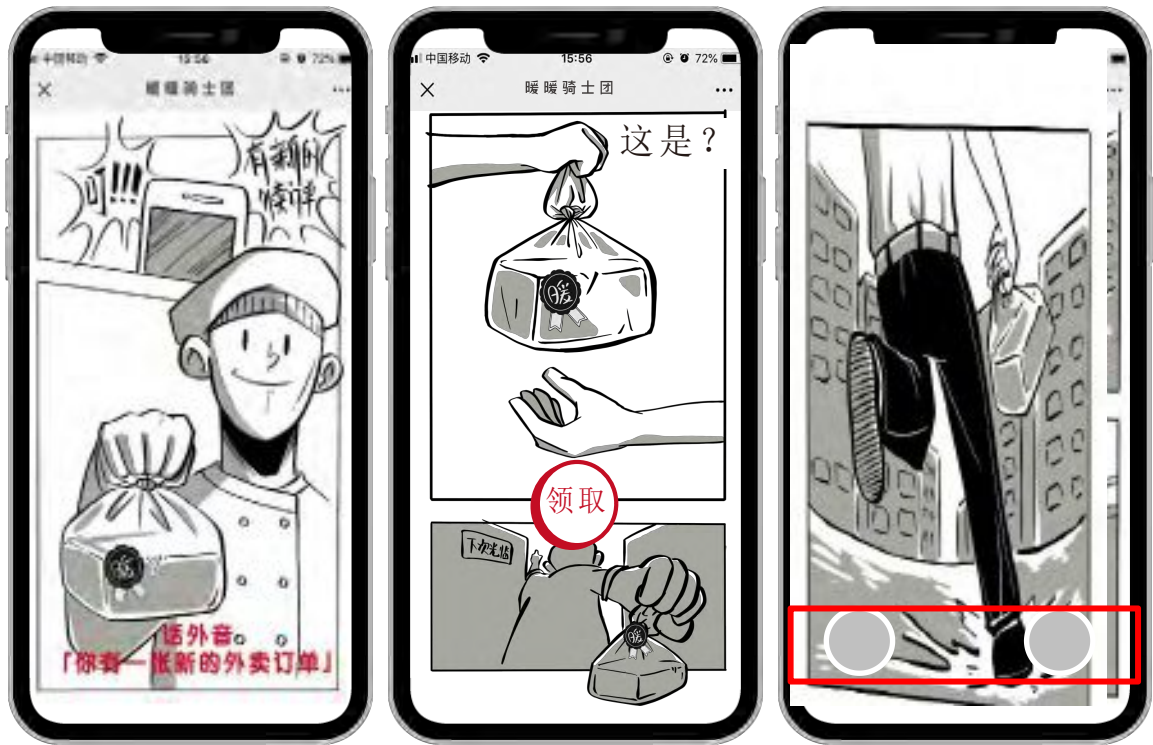
H5故事脚本内容：

H5 loading页：

数据读取进度，显示出一个可爱的儿童小饭盒，以奔跑姿态呈现，预示“饭盒”的传递已经蓄势待发。

H5 封面：

封面先以“暖暖骑士团”中的一员——厨师小哥为你递上一份即将送出的爱心外卖，引导用户点击开启骑士团的暖暖配送行程！



1

3

H5故事脚本内容：

画面1：

以漫画动画视频展示“骑士团”接单，开始爱的配送行程

画面2：

用户化身“白领”，点击屏幕“领取”，在厨师手上接
过待配送的爱心暖暖饭盒，接力奔跑，继续下一段路程

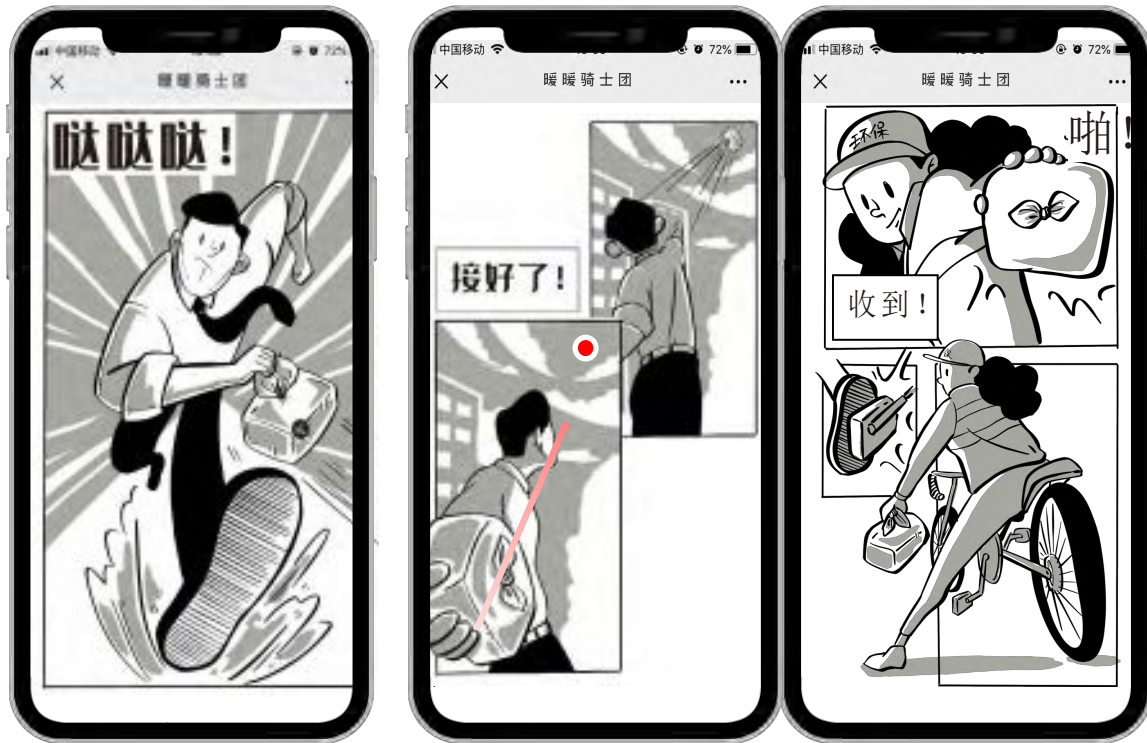
画面3：

在急忙配送过程中，加入屏幕触发跑步游戏功能

用户需快速用双手点击屏幕中的左右圆键，

方可控制画面角色快速跑步前进，限定时间内完成跑
酷，成功传递才可通过下一关

限定时间内，点击屏幕次数越多，所得分数越高，作为
骑士：“快”的评定标准！



4

6

H5故事脚本内容：

画面4：

“白领”奋力奔跑，订单配送刻不容缓

画面5：

白领将外卖抛给下一位接力骑士

加入重力感应游戏功能

用户需用手反向拉住白领手持便当盒的手，通过角度及拉动幅度，让便当盒能顺利投掷到指定点位。

投掷成功传递才可通过下一关，失败次数将会累计，影响到本环节得分呈现。所得分数越高，作为骑士：“准”的评定标准！

画面6：

下一位接力“骑士”，用户化身“环卫工人”，骑上车继续全力配送



7

9

H5故事脚本内容：

画面7：

环卫工人在山路骑行传递爱心外卖

用户需利用重力感应功能，手持手机左右平衡，让角色顺利在山路中通过直至顺利送达到指定点位。

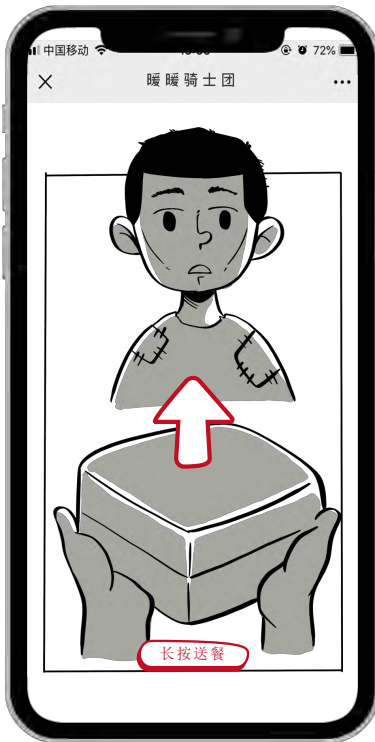
失去平衡环卫工人将会跌倒（但会抱住餐盒以免打翻），失败次数将会累计，影响到本环节得分呈现。所得分数越高，作为骑士：“稳”的评定标准！

画面8：

“环卫工人”骑行到了某个山区，把爱心暖暖饭盒传递给了当地“村民”

画面9：

“村民”看到订单后全力奔跑，攀山涉水，在划船的过程中，用户使用手机的重力感应控制“村民”前进的方向，力保订单的及时配送



10

12

H5故事脚本内容：

画面10：

“村民”辛苦地越过山丘，终于来到了当地山村的某希望小学

画面11：

此时，我们真正帮忙的主角终于出现，是一名贫困留守儿童，因营养不良而面黄肌瘦。用户通过与屏幕再一次交互行为，亲手将暖暖爱心饭盒，送给孩子

画面12：

画外音起，表示本次爱心传递送餐任务已完成，暖暖爱心午餐已送达！



13

14

H5故事脚本内容：

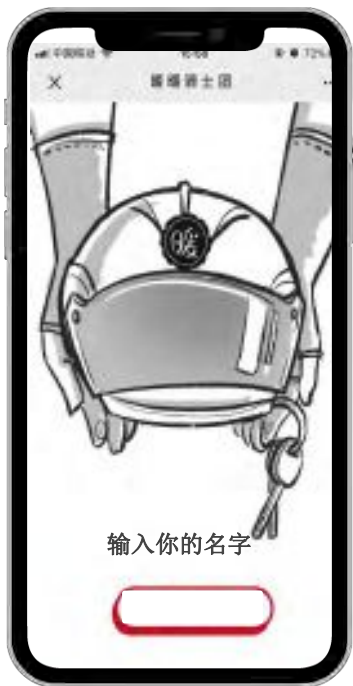
画面13：

贫困留守儿童接过了营养可口的爱心饭菜，露出天真的笑容

画面14：

此时弹出浮窗，揭示为什么“骑士团”要如此翻山涉水只为孩子送一顿午饭，引出“免费午餐小善大爱”项目的介绍内容，让更多人知道这群孩子的困难

画面出现“为爱接力下一棒”的行动按钮，引导用户继续点击，进入后续支助爱心流程



15

H5故事脚本内容：

画面15：

跳转“免费午餐小善大爱”项目捐赠页面

画面16：

用户完成捐款后，即可进入骑士加冕环节

画面中山区小孩双手递送“暖暖骑士团”的头盔勋章

用户即可输出用户名称，完成输入后，将出现第一人称双手接过头盔并戴上的动画过渡片段

画面17：

带上头盔，新晋骑士继续骑行，将爱送达更远的地方，人传人继续为公益助力！



骑士称号，以用户游戏最突出的环节评分决定：

1.疾风骑士 2.准点骑士 3.靠谱骑士 4.酷浪骑士 5.全能骑士

同时，在海报中

不同的骑士有不同的形象展示，骑士自豪地戴着勋章头盔，用户还可以上传

自己的大头照，生成属于自己的“骑士认证上岗海报”。长按即可将海报

18

20

H5故事脚本内容：

画面18：

不停壮大的“暖暖骑士团”，为更多的山村孩子送达爱心午餐

画面19：

每一位成功捐赠的爱心人士，都能输入自己的昵称，获得专属“骑士证”

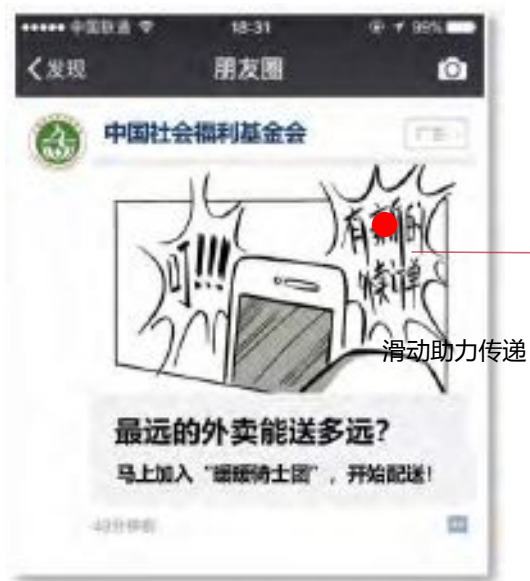
画面20：

生成个人光荣骑士认证证书，可分享到朋友圈作二次分享裂变，感染身边的人共同助力

投放方案

我是创益人
CREATE FOR GOOD

趣味沉浸式创意，选择滑动式卡片广告，分享属性内容直接提升用户参与度及转化



改为长按式卡片广告形式，画面为动画视频素材

表现动态“暖暖骑士团”把外卖递送到用户手里的动态动画

用户长按后，屏幕洒落一堆带爱心的便当盒，再进入H5。

朋友圈外层广告文案，以贴近时事新闻角度引起用户注意，看似中国福利基金会公开招聘外卖员，众人皆可轻松入职，引起网民好奇心与了解冲动，增加点击欲望。

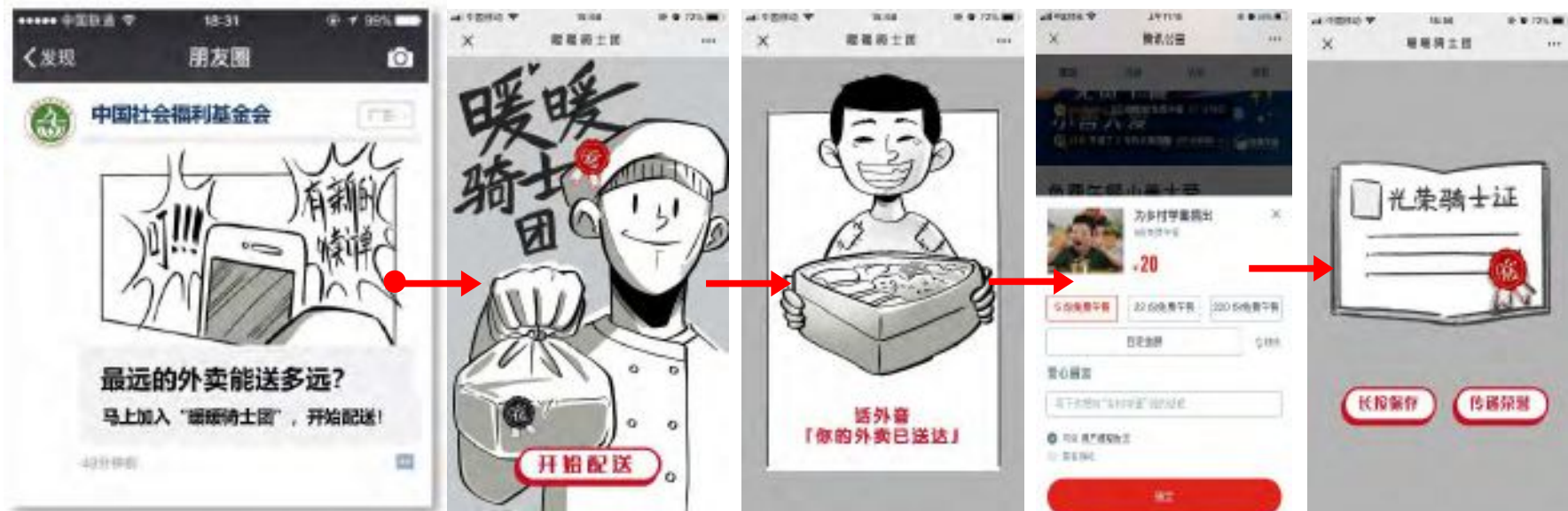
如：

1. “数十万外卖员急招？”“美团骑手”还改名了？”——长按一下，马上入职！
2. “大量城市白领涌入外卖骑手行业？”——骑手福利有多好，长按就知道！
3. “暖暖骑士团”骑手急招中！”——待遇好空间大，超越白领就是你！

投放方案

我是创益人
CREATE FOR GOOD

趣味沉浸式创意+低门槛行动按钮，分享属性内容直接提升用户参与度及转化



点击广告

开始游戏

完成游戏

跳转捐赠

二次分享

投放时间

2月5-10日

投放时机

作为中国最盛大的传统节日，春节也将迎来流量的高峰期
是线上广告投放的最佳时机。

投放方案



腾讯社交/资讯/搜索媒体触达目标传播人群
全面覆盖目标人群引发刷屏

投放媒体



QQ空间



朋友圈广告



腾讯新闻



QQ浏览器

定向标签



城市定向

北京、上海、广州、成都、深圳、杭州、
武汉、苏州、重庆、南京、天津、西安、
长沙、青岛、宁波、郑州、大连、厦门、
济南、福州、沈阳、哈尔滨、长春、乌鲁
木齐、贵阳、合肥

(全国一、二线及省会城市)



人群定向

年龄：18-45岁；

教育：大专及以上

兴趣标签：公益、环保、人文、社
会、教育、美食等



我是创益人
CREATE FOR GOOD



腾讯基金会
TENCENT FOUNDATION



腾讯广告



CDC

投放方案

我是创益人
CREATE FOR GOOD

多形式广告覆盖目标传播人群，精准触达泛人群日常场景



QQ空间

腾讯新闻

QQ浏览器



THE END
THANK YOU FOR YOUR
READING

CREATE GOOD FOR GOOD

