



Top  
Mobile  
Awards

---

# 安吉星 - 平稳出行 · 安星到家

- ◆ **广告主:** 安吉星
- ◆ **所属行业:** 交通类
- ◆ **执行时间:** 2018.05.30-06.06
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

# 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频  
<https://v.qq.com/x/page/s07193u2i3s.html>

或者  
扫一扫看视频



## 项目背景



## 智能车联网系统安吉星 诠释新一代车联网智能科技温度

通过APP记录和提醒车主养成良好驾驶行为，更好地**避免急刹急加和疲劳驾驶**，减少车主出行安全隐患。



# 营销挑战

G-BOOK



inkaNet



CARWINGS



SYNC



BAT



随着BAT入局车联网市场，智能车联系统的竞争愈发激烈  
如何更好与目标TA实现沟通，是品牌突出重围的关键

营销目标

品牌声量提升+传递品牌科技温度

# 社会洞察

## 道路交通安全造成的伤害成为新一代儿童隐形杀手

全球每年有**1000**万儿童因交通事故受伤或者致死

统计全球每**3**分钟就有一儿童因交通伤害而死亡

交通事故伤害上升成为我国儿童伤害致死的第**2**位原因

### 造成道路交通安全对儿童伤害飙升的3大根源因素

儿童安全座椅普及率低  
紧急情况无保护



车外儿童道路步行  
安全隐患意识不够



车内儿童事故发生  
自我救援意识比较差



## 社会洞察

我国作为世界第一的汽车产销国，日常驾驶过程中，平均每个车主急刹急加的次数是邻国日本的25倍，不规范的驾驶行为随处可见。

一次小的急刹急加行为

却是造成**车内车外**孩子们意外伤害的罪魁祸首

不良驾驶行为导致事故的概率超过55%，为日常孩子出行埋下了严重隐患。

核心问题

# 如何减少急刹急加对儿童造成的伤害



## 受众洞察

### 安吉星核心TA人群

- **身份**：男性车主群体为主（多数已有家庭）
- **家庭月收入层级**：城市新晋中产阶级
- 具有社会责任心、具有前瞻视野、追求生活品质
- 追求互联科技高效便捷出行

以**儿童出行公益**为切入点，与核心TA形成有效沟通

# 我们从**车主和儿童**两方面保障儿童出行安全环境

直击受众痛点，以安吉星产品为纽带，让孩子和家长展开互动，  
车主父母建立良好出行习惯，孩子们提升自我保护意识



## 车主父母的良好驾驶行为养成

父母希望时刻守护自己孩子的道路出行安全，但在自我开车上路时往往交通安全意识较差，很容易急刹、急加、疲劳驾驶。



## 安吉星构建道路安全出行环境

智能互联科技更好协调人、车、路三者之间的关系，让车主文明驾驶出行，让孩子们遵守交通规则，加强自我保护。



## 儿童出行的交通安全意识提升

孩子们的自我保护意识较差，对于道路交通行驶规则的认识和理解较弱。面对突发的交通事故反应不够及时。

打造儿童安全公益营销，与目标TA深度沟通

# 核心创意

BIG IDEA

安吉星希望从父母和孩子两方面出发，携手创造的和谐道路出行，这才是六一儿童节送给孩子们最具意义的礼物，“平稳出行，安星到家”的campaign也由此展开。

鳳凰網 | OnStar  
IFENG.COM



## 针对车主家长

儿童节邀请更多的车主父母走进学校，我们发放了交通安全趣味拼图，通过孩子与家长的互动强化父母安全意识，提高文明驾驶意愿。



## 针对学校孩子

孩子们的节日以情景剧、安全操表演进校园的形式在儿童节走进校园，帮助孩子们建立和提高交通安全意识，寓教于乐。

深度挖掘儿童出行安全问题的根源所在  
在孩子和家长的**场景化互动**中传递安全出行理念  
选择在儿童节这天进入学校，让更多的人关注到儿童啊安全出行

# 创意执行



## 平稳出行 安星到家

### 病毒视频+海报

引发全民关注儿童出行安全



选取社会上儿童暖心道路行为，剪辑汇聚为大的公益行动号召，田亮，叶一茜作为明星家长，加入到公益号召中来。

### 孩子家长6.1创新学校互动

《平稳出行 安星到家》创新互动



邀请车主父母儿童节到学校，以交通安全趣味拼图的孩子家长互动强化安全意识，同时用儿童剧表演以及形体操的形式，更好地帮助孩子们提升儿童出行安全意识。

### 儿童出行安全实地探讨

汇聚各方力量儿童节公益助阵



邀请明星家长、交警部门，媒体记者、公益达人、老师校长等齐聚花学校，共同探讨如今城市交通安全中儿童安全问题突出所面临的几大问题。

# 第一阶段

线上儿童道路安全暖心病毒视频  
戳中TA情感痛点，引发社会关注



选取社会上儿童暖心道路行为，剪辑汇聚为大的公益行动号召，让更多的人注意、关注儿童出行的安全现象，用简单行动，加入到公益号召中来。

# 第一阶段

线上预热明星ID视频+海报  
带来持续热度和关注，话题持续发酵



## 明星家长加入 携手发出公益最强音

田亮·叶一茜作为明星家长，携手儿童公益大咖孙雪梅拍摄公益海报以及公益ID视频，集合品牌元素与公益主张，传递公益行动，在传播的同时也助力安吉星品牌声量得到提升。

## 第二阶段

### 线下儿童节邀请家长父母走进校园

## 孩子们和家长互动传递出行安全理念

### 家长

我们发放了8000份交通安全拼图，儿童节邀请家长进入学校，通过[孩子与家长的游戏互动](#)强化了父母安全意识，提高文明驾驶意愿，以孩子的视角让车主家长更好地认识到安全出行的重要性。



## 第二阶段

# 以孩子最喜欢的情景剧和形体操表演 更好地向孩子传递安全出行意识

## 孩子

针对孩子，以孩子们表演节目的形式作为突破口，通过孩子们的视角，借助[儿童剧的场景化故事](#)再现，还原最真实的马路儿童出行现状，给我们的爸爸妈妈（车主）去看。同时交警部门和孩子一起表演[安全形体操](#)，帮助孩子们建立交通安全意识，寓教于乐。



# 第三阶段

## 大咖线下助阵 共同启动汇聚各方为公益发声

### 媒体高层

代表媒体公信力



凤凰网高级副总裁  
池小燕

### 明星家长

儿童公益明星践行者



歌手明星家长  
叶一茜

### 企业高层

展现品牌科技温度



安吉星客户总监  
施骏

### 公益组织

官方机构背书



儿童公益组织代表  
张咏梅

### 慈善人士

关注社会问题



儿童公益发起人  
孙雪梅

### 学校领导

孩子基层教育



花家地小学副校长  
赵祖名

### 一线交警

道路安全管理部门



一线交警代表  
周立平

## 第三阶段

# 社会各界强势发声 儿童安全主题公益探讨

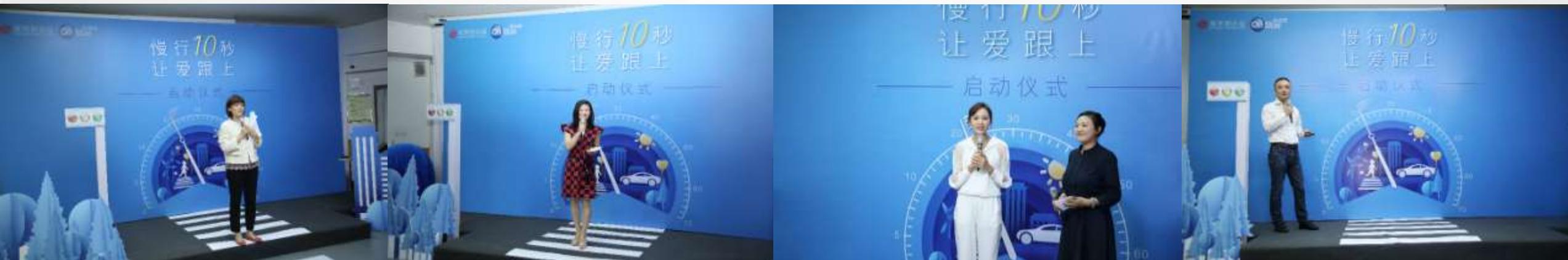
## 各路大咖齐聚花家地实验小学探讨安全出行

### 关注安全出行核心问题

现场由凤凰公益频道主编孙雪梅主持整个过程，分别邀请池小燕、施骏、叶一茜、张咏梅、赵校长结合各自专业领域以及亲身经历和见解，共同[探讨如今城市交通安全中儿童安全问题突出所面临的几大问题](#)。

### 安吉星温度科技 为儿童出行保驾护航

安吉星分享了公司超过1200万辆汽车的车联服务大数据洞察，以此呼吁广大车主，尽可能减少一些看似无关紧要的驾驶陋习，威胁到儿童出行安全。与此同时，安吉星正以智能车联科技，提醒每一位车主，减少急加速、急刹车、疲劳驾驶等不良习惯，守护起每一个孩子在道路出行安全。



## 营销效果

更多人开始关注儿童出行安全，在此基础上形成TA  
对于安吉星智能车联网系统的品牌认同，并提升了品牌美誉度。

持续打响品牌声量  
安吉星科技温度成功传递



平稳上路 安星到家

安吉星儿童定位产品  
在短时间内实现了十几倍的销量突破

## 营销效果

整体项目合作获得  
客户一致高度认可

《平稳出行 安星上路》项目，以儿童安全出行公益作为洞察点，与凤凰联手打造了儿童节创兴公益营销，以孩子和车主父母儿童节在学校展开互动的形式，**开创了智能安吉星的传递科技温度的营销先河**，我们非常认可项目的创意。通过站内海量硬广与站外线上线下资源配合传播，**在短时间内为打响了品牌声量，从广告曝光、数据表现、受众互动方面都远超预期**。接下来我们将以这一波项目推广为模式，**复制到深圳、厦门、天津等更多的城市，实现安吉星科技温度的全国传递**。

## 社会影响

越来越多的人开始关注儿童出行安全  
给孩子们创造更安全的道路出行环境



朝阳区教委决定，在**朝阳区所有中小学**中普及印发交通拼图，帮助孩子建立交通安全意识，**覆盖15万学生**。



儿童剧和形体操表演获得**公安部门的**  
**高度认可**，接下来将由他们联合教育部门推广进入**更多的学校**。

## 数据表现

PC专题：<http://biz.ifeng.com/gongyi/special/onstar/>

移动端专题：<https://m.creatby.com/v2/manage/book/uuxphx/>

小结期限：2018.05.30-2018.06.06

微博话题阅读数：**1,458**万 网友讨论：**9,414**

网络媒体：人民网、新华网、腾讯等32家主流媒体

自主转发机构：海南电视台、新京报、财经周刊官微  
交警部门官微、SAFEKIDS等

项目总曝光：**1.98亿+**

项目总点击：**132万+**

全媒体传播矩阵  
事件影响力成倍增长