

“网易云阅读*乐敦易起读好书漂流” 公益活动

- ◆ 广告主：曼秀雷敦
- ◆ 所属行业：医疗保健
- ◆ 执行时间：2017.04.23-06.30
- ◆ 参选类别：内容营销类

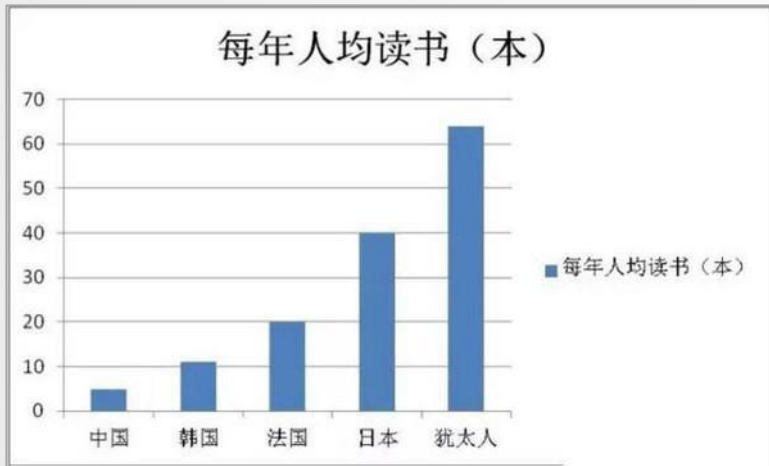
案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<http://v.163.com/paike/VCF4QFDSR/VCPT83SJH.html>

或者
扫一扫看视频



社会背景



国人的阅读量居世界排行低位

数据显示，我国国民人均纸质图书阅读量为4.58本，报纸和期刊阅读量分别为54.76期(份)和4.91期(份)，电子书阅读量为3.26本。

掌上阅读已成普遍习惯

随着移动互联网的发展，掌上阅读已经成为大多数年轻人的选择，尤其是在拥挤的地铁公交上。

网易云阅读易起读：致力公益开创图书O2O新公益模式

全新公益模式，彰显企业社会责任



- 首创爱心书籍跟踪平台
- 让闲置书流转起来
- 互联网+公益的思路
- 让公益透明化



2016年8月，易起读公益计划与陈坤发起的心灵公益项目“行走的力量”、人民日报微博共同举办“带上好书进川藏”公益众筹活动，为当地希望小学的小朋友送上了5000册爱心书籍，这也是易起读好书漂流系列行动的开启。

乐敦眼药水期望打造全新公益品牌

随着“互联网+”对公益形态的影响，乐敦眼药水希望将“阅读”、“护眼”和“公益”深度结合，用创新公益形式和内容打造全新公益品牌，影响更多年轻人对乐敦眼药水的关注和认知。



曼秀雷敦乐敦眼药水长期以来致力于公益事业，拥有“乐敦护眼工程”，“乐敦天使校园行动”等公益品牌。



2017乐敦X网易云阅读

三大核心目标

全新公益
品牌造势

激发阅读兴趣
提升文化氛围

资源再利用
建公益图书馆

收获
关注

鼓励全
民阅读

让知识
流转

所面临的挑战与威胁——

1. 竞品威胁，乐敦眼药水急需通过场景营销巩固地位

乐敦较早在中国大陆深耕一二线城市市场，且占据领先地位。但近年来由于如珍视明等品牌的投放扩大，乐敦品牌的市场地位收到威胁，因而品牌需要结合各个用眼场景，为消费者提示眼药水的重要性，并宣扬乐敦多年来一直是专业护眼专家的形象。

2. 移动阅读浪潮正盛，乐敦需要借势突围

数据显示，2017年第一季度中国移动阅读覆盖人群已破3亿人，数字阅读移动端月度平均有效使用时长超过14亿小时。而移动阅读场景中对于用眼护眼的倡导成为刚需。乐敦需要深化用眼场景，贴合移动阅读浪潮。

受众洞察

- 1、核心受众：**都市白领，文化水平中等及以上，有阅读习惯，有着对自身健康及教育、趣味的追求和标准，集中在一线及沿海城市；广义受众是都市人群，喜爱阅读，有爱心。
- 2、受众行为习惯：**他们在繁忙的都市生活中有着视疲劳、干眼症及轻度眼炎症困扰，是品牌的主要消费群体。而热爱阅读的群体对于护眼的重要性也是极其重要的。如果能够在这一群体的生活场景及习惯中根植品牌护眼健康理念及主张将对于品牌未来的商业增长有长远的价值激励。
- 3、合作平台网易云阅读APP受众完美契合：**19-35岁的大学生及都市白领群体，男女比例为6：4，热爱阅读，对生活品质有一定的追求，他们对于护眼健康理念同样关注。（来源：网易云阅读调研报告）

策略创意

在繁忙大都市的33个地铁站建立O2O移动图书馆

让每个匆匆的赶路人停下来

打开心扉

共享阅读的快乐



- 1、我们在北深杭等忙碌都市的33个地铁站建立O2O移动图书馆，发起了一场阅读共享运动；
- 2、移动图书馆吸引了都市赶路人，让他们愿意慢下来，打破人际圈层，与几百万同好分享好书，释放阅读快乐；
- 3、我们通过大数据追踪，将每个人的点滴分享又变成了三座乡村小学图书馆，让快乐更具深意，实现全民阅读；

启动

线上线下开启图书漂流，吸引关注参与

联合地铁设立好书流转专区、线上线下书籍参与漂流、二维码跟踪系统

联合北杭深地铁设立好书流转专区和图书漂流站点



人民大学站



中关村、北京大学东门、国家图书馆、魏公村、圆明园

北京：4号线人民大学站（实体书+电子书），另有5个小站广告传播



杭州：凤起路站，文海南路站（实体书+电子书），另有16个小站广告传播



深圳：市民中心站（实体书+电子书），另有8个小站广告传播



O2O海量书籍资源参与漂流



- **1.5万本**电子书+实体书参与漂流。
- 同时每周专人管理，保障地铁站点内的书架不会空置。吸引公众长期持续关注
- 书单包含**人文社科、小说文学、成功励志和品质生活**几大热门品类，根据网易云阅读上受读者喜爱的书目和编辑的专业意见进行综合挑选。
- 结合大数据对三个城市不同人群有差异化的特色推荐。**3个城市，书单60%一样，40%不一样。**

北京：偏重文化、人文相关的书籍，符合城市与人民大学站点周边大学人群的需求

杭州：以白领人群为主，较多女性白领，因此在选书上更多都市、情感、热门影视剧原著小说等内容。

深圳：市民中心站点集中了大量的上下班年轻白领职业人群，书目偏重都市、职场相关内容。

线上利用网易云阅读电子书资源，扫码阅读方便快捷

让习惯掌上阅读的人群，积极参与扫码读书。电子书成本更低，更容易传播且无损耗。



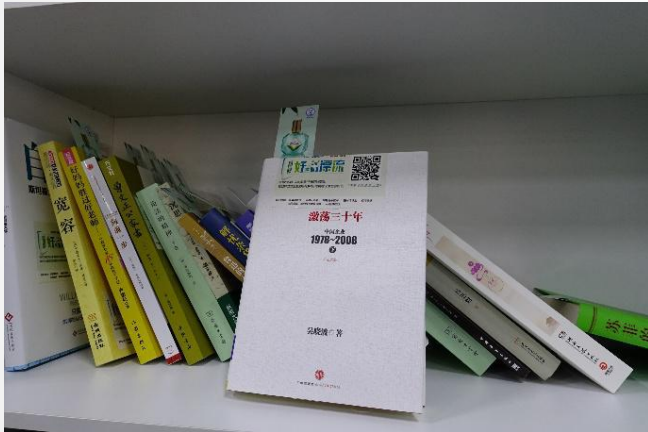
线下免费领取书籍，引发市民积极参与

乘客可以在好书流转专区领取书籍阅读，并将其继续传递下去。同时设立捐书邮筒，鼓励乘客将闲置书籍捐赠出来，加入图书漂流。



二维码追踪贴纸，记录图书漂流动态

每本书上会贴有二维码贴纸，扫码进入活动专题页，乐敦品牌公益形象最大程度曝光。



扫码引流至线上专题，实现乐敦品牌大曝光

ROHTO 乐敦眼药水 X 网易云阅读

易起读 好书漂流

让眼睛深呼吸

分享一本好书，让通勤路上不孤「读」

现在加入由乐敦眼药水、网易云阅读联合发起的「好书漂流」行动

每50000次漂流分享，我们将为乡村小学筹建1座图书馆

您是第 0 5 4 3 3 5 个支持者

第2座「乐敦梦想图书馆」已完成87%

漂流大使 邱晨 宋祖儿 王千源

以上名人顺序，排名不分先后

线上好书漂流

海量优质好书免费读，选择下方心仪好书，开启漂流。分享好书，让阅读与爱同行。每50000次好书漂流分享，我们就会为乡村小学筹建一所梦想图书馆。

所有漂流图书均来自 网易蜗牛读书「专业领读人推荐」

免费阅读 免费阅读 免费阅读 免费阅读

展开全部书单

线上漂流书单将定期更新

读好书 护好眼

眼药水高冷题，你是学霸你就上

乐敦眼药水曾凭借出色的销量荣获哪一项殊荣？

A 吉尼斯世界纪录

B 金手指网络营销奖

获取护眼产品

十五年持续助力公益 乐敦护眼工程邀请您关注

中小學生护眼网

每达到5万人次的流转 就捐一座图书馆
 激发网民公益参与感的同时，实现品牌信息的大曝光

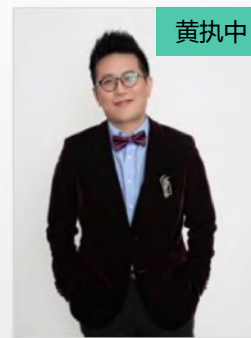
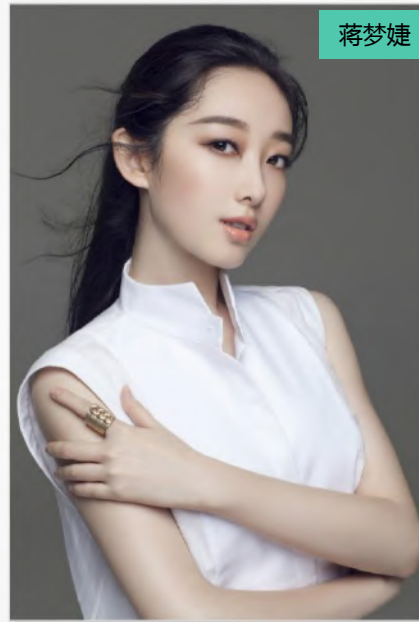
扩散

名人图书漂流大使号召参与，引爆活动

名人发布SNS、线上视频&H5宣传、品牌名人联合定制书签

邀请名人作为图书漂流大使，带头率先开启图书漂流之旅

这些名人中不仅有知名作家，而且有网络时代的风趣公知，他们跟阅读高度契合，更能号召公众参与到“免费读好书，随手做公益”的活动中来。



名人参与图书漂流行动，并发布SNS扩散传播

邀请不少于10位KOL率先作为图书漂流大使，带头开启图书漂流之旅，他们将在三地活动地铁内放置图书，并在自己的SNS平台上互动发布，并号召自己的粉丝加入到公益地铁图书流转行动中。

“我参与地铁图书漂流公益行动，
为孩子们的书馆努力！”



名人视频&H5邀请函上线，号召公众参与行动

由明星KOL通过H5邀请函和视频将共同发出诚挚邀请，传播“图书漂流公益行动”是什么的同时，号召全民加入，共同为贫困山区的孩子们的图书馆助力。

“我们诚挚的邀请您加入地铁图书漂流公益行动”



乐敦品牌与名人联合书签



定性

公益收尾，线下图书馆落成

捐建图书馆公益发布会、共同发布公益成果、捐赠护眼器材教材

结合爱眼日，捐建图书馆公益发布会



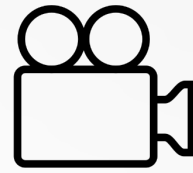
邀请联合发起方
分别致辞、阐释活动意义



嘉宾上台进行授牌仪式，
落成图书馆



专业人员为学生们进行眼
部视力测试



现场嘉宾和学生进行
互动交流



邀请乐敦代表、公益界代表
及活动负责人进行现场访谈



好书漂流与护眼工程共同发布公益成果，获得更大的传播声量



公益发布会配合“爱眼日”主题与好书漂流活动成果分享乐敦对现代人视界的关注和关怀、对护眼事业的贡献。



以乐敦名义捐建小学图书馆，图书馆以品牌命名“乐敦护眼图书馆”，品牌公益形象再度曝光。

护眼电脑、护眼知识教材捐赠，进一步推广乐敦护眼教育

护眼关怀公益捐赠



发布会上乐敦捐赠电脑给乡村希望小学图书馆
既能检验视力，又能开拓孩子视界

护眼知识教材



捐赠护眼教材，助学生培养护眼意识

定量

1. 进行到2/3的时间点阶段已经累计参与漂流人次超过**150000人次**，提前完成活动目标，完成了**3所**乡村小学图书馆的捐建，并且成功组织并完成了第一所图书馆的捐建发布；（ 网易云阅读监测数据 ）
2. #易起独公益计划#微博话题**3385.4万**；（ 数据来源于微博话题 ）
3. 行业自媒体相关报道累计阅读量**10万+**；（ 来源于网易云阅读监测数据；微博、广告主统计数据 ）
4. 公益发布会直播参与人数：**50万+**；（ 来源于网易媒体监测 ）
5. 图书漂流活动专题曝光：**600万+**；（ 网易云阅读监测数据 ）
6. 品牌总曝光超过**12亿**，并且有效带动了品牌的正面形象，百度指数、微信指数有效提升。（ 来源：网易统计数据，百度及微信指数监测数据 ）