

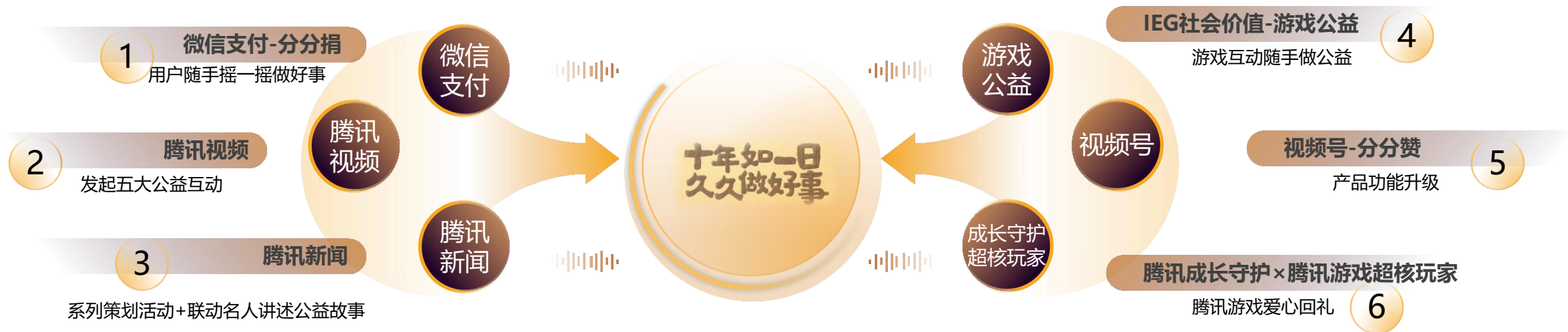
久久公益节：数字赋能，善行无界

- **品牌名称：**腾讯公益
- **所属行业：**互联网公益平台
- **执行时间：**2024.08.01-12.31
- **参选类别：**公益内容类

- **项目背景：**作为公益行业的重要代表活动，“99公益日”在2024年正式升级为“久久公益节”，这也是“久久”的第十年，今年以《十年如一日，久久做好事》为主题，汇聚120+腾讯产品、2.3万家爱心企业和超2200家公益机构，共同参与这场全民公益盛事，目标带动更多用户、行业持续参与公益，提升腾讯公益影响力。
- 在降本增效和公益广告政策收紧的背景下，腾讯公益推广预算持续加强控制。加之本次项目将联动多条业务、树立多个目标、跨越多端场景，因此面临巨大营销挑战。

- **整体目标：**腾讯公益品牌全新升级，带动更多用户、行业持续参与公益，提升腾讯公益影响力。
- 1. 品牌目标：项目在推广期间曝光量同比增加至少20%、总点击互动率增长100%以上。
- 2. 活动目标：活动期间的用户互动次数达历年最高。
- 3. 内容目标：在短视频、文章等内容版块，达成10支以上10w+点赞/阅读的内容产出，拉动用户的正向参与。

- “久久公益节” 腾讯公益联合微信、腾讯视频、腾讯新闻、游戏等推出六大分会场，以及125个产品及业务以多元形式连接公益用户，其中64%的业务实现捐款闭环，用户从更加多元的入口进入参与公益，感知更强，同时更多元的业务公益场景，通过本次营销逐渐成为常态化，并且可持续运营。



微信支付

微信支付-分分捐

携手微信支付上线“摇一摇，做好事”活动。用户参与活动即可解锁一笔由爱心企业与腾讯基金会提供的小额公益金，为乡村儿童、困境学生、环卫工人等群体助力。



游戏公益

IEG社会价值-游戏公益

通过“游戏公益+”，玩家可以与喜爱的游戏一起释放善意，记录自己的点滴善举、获取公益积分、兑换联动奖励，在游戏互动中随手做公益



腾讯视频

腾讯视频

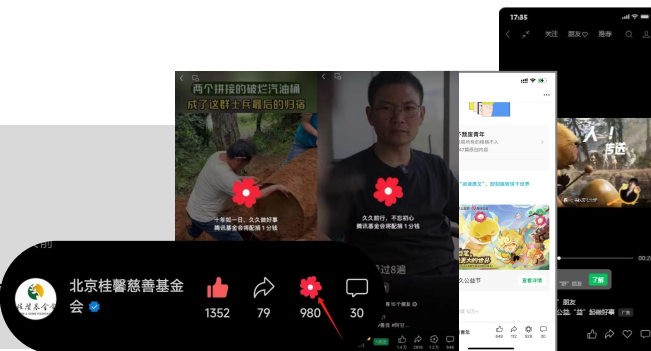
携手腾讯视频发起海底减“塑”、鸟类寻踪、少年心事、远程支教、心跳保卫五大公益互动，用户可以线上看视频免费领积分，最终将积分转换为善款捐赠给公益项目。



视频号

视频号-分分赞

联合微信视频号上线“分分赞”功能，把公益视频的爱心赞变成红花赞，用户为参加“分分赞”活动的公益视频点赞后，就有机会获得一份随机配捐。公益节期间，1800多个项目发布了3万个视频，获得点赞无数



腾讯新闻

腾讯新闻

联合腾讯新闻推出了益起讲、益起答、益起捐、益起守护、益起改变等系列策划活动，姚明、杨澜等数十位名人将讲述自己和公益的故事。



成长守护超核玩家

腾讯成长守护×腾讯游戏超核玩家

腾讯成长守护携手超核玩家，通过“腾讯游戏爱心回礼”联合57款游戏，与玩家一起继续关注乡村科技教育，让更多孩子看见未来的可能性。





2024年久久公益节整体数据

公众互动



2.89亿人
同比+135%

公众捐款

捐款人次近4600万

近2/3的善款关注乡村
振兴领域

行业参与



5337个，同比+6%



786个，同比+40%

生态联动



参与产品及业务125个
同比+56%



2.3万家
同比+132%

注：互动人数指在9月1日-9日期间，参与捐款、捐步、小红花互动等互动行为的用户数；数据统计配捐时间段，2024年9月5日-9日、2023年9月7日-9日；统计数据记录至少有0.01元筹款的公益项目和机构。

以“营销”撬动更大的社会价值

- **1. 从“99”到“久久”，公益成为生活的一部分。**“99公益日”今年升级为“久久公益节”，通过更大规模、更深层次的开放、共建，在多场景、多元化玩法中，进一步降低门槛、扩大公益影响力，让做好事变得更简单，让公益更深入每个人的日常生活中，实现人人和久久公益。
- **2. 公益场景更深度，模式更可持续。**今年“久久公益节”腾讯公益联合司内业务推出六大分会场，以及125个产品及业务以多元形式连接公益用户，其中64%的业务可实现捐款闭环，用户后续也将收到项目执行进展，公益感知更强，并且更多业务公益场景已成为常态化，可持续运营，共同打造公益生态。