



安全守护独家计划

“守护爱、守护自己”

安全守护独家计划



安全项目背景



项目介绍



以往活动分享



活动的传播与形式

为什么要关注儿童、青少年安全教育？

校园欺凌、儿童走失、儿童性侵，这些近年来屡见报端的事件，已经成为了伤害孩子的“几大猛虎”。

世卫组织和联合国儿童基金会报告显示，每天有200名儿童死于非故意伤害和意外造成的伤害，每年全球有83万儿童死于非故意伤害，另据报告，中国每年有近5万名0-14岁儿童因意外伤害而死亡，平均每天近150名，此发生率是美国的2.5倍，韩国的1.5倍，之前还有消息报道中国每年失踪的儿童高达20万。

面对这些，除了思考如何保护儿童及青少年的安全以往，更多的应该从身边，从点滴教育开始，培养孩子们保护自己的安全意识形态，当面临危险的时候，他们能够更好的去面对突发事件。

项目单位背景介绍

- **项目背景单位：中华志愿者协会青少年安全教育委员会**
其主管单位：中华人民共和国民政部
其指导单位：中央文明办

- **项目背景单位：北京市慈善义工联合会
青少年安全防卫志愿服务专业委员会**
其主管单位：北京市民政局
其指导单位：中共北京市委社会工委

安全系列课程规划

四大计划

八大课程

校园安全

户外安全

家庭安全

危机逃生

反校园暴力

知识点：心理技巧、躲避动作

被动防御等

适合品牌：服装、汽车、教具

旅游安全

知识点：环境探测、危机监测

封闭空间逃生等

适合品牌：旅游、快消、汽车等

防性侵主题

知识点：适度对抗、躲避动作

反跟踪、群体游戏等

适合品牌：儿童安全设备等

特定环境逃生

知识点：逃离技巧、运动姿势

有效反击、国际手语等

适合品牌：儿童运动品牌等

家庭安全计划

知识点：亲子密码、食品安全

安全区域、自救方式等

适合品牌：家庭用具、食品、汽车、乐园等

野外生存系列

知识点：野外急救、求生方式、

使用地图、辨别方向等

适合品牌：户外运动、户外装备、汽车、旅游、硬件设备等

防拐骗系列

知识点：有效挣脱、安全距离

被动防御、防诱拐讲练等

适合品牌：儿童服装、鞋类、教具、硬件设备等

灾难逃生计划

知识点：逃生路线、运动保护

听声辨位、自救方式等

适合品牌：运动品牌、旅游、汽车、食品、硬件设备等

安全主题课程介绍

校园安全

《儿童防走失》
《青少年防拖拽》
《青少年安全距离控制》
《青少年防搂抱》
《青少年防拥挤踩踏》
《青少年反校园霸凌》

户外安全

《灾害逃生演习》
《防汽车防冲撞》
《反电信诈骗》
《反毒品侵害》
《宠物伤害预防》
《青少年应急急救》

家庭安全

《女性防跟踪》
《女性防搂抱》
《女性饮用水防投毒》
《女性电梯防骚扰》
《女性高跟鞋防卫术》

危机逃生

《车辆自燃逃生》演习
《车辆涉水自救》演习
《反劫持》演习
《车辆反劫持》演习

活动的传播与展示

前期推广：线上+线下
传播方式：门户媒体PR预热；
垂直儿童行业精准招募宣传；
KOL、学校、线下渠道精准招募宣传预热；

前期推广：线上+线下
传播方式：门户媒体PR长尾品宣；
垂直儿童行业长尾回顾；



预计触达用户量达到
5000万

内容：活动直播、现场图片、
现场新闻

传播方式：门户媒体、指定直播
平台同步内容（可指定）

线上形式：

录播课：指定课程内容+指定专家+指定传播平台

直播课：指定课程内容+指定专家+指定传播平台

线下形式：

录播课：指定课程内容+指定专家+指定传播平台
+指定城市+指定场所

直播课：指定课程内容+指定专家+指定传播平台
+指定城市+指定场所

安全实战演习1，国家级反恐教育的“逃生计划”



安全实战演习2, “真枪实弹”的野外生存训练



校园系列——应急疏散



顺城街一小



月坛中学



培新小学



和平里九小



府学胡同小学



临河里小学



北苑小学



汇文一小

部分案例赏析



华夏小小银行家



银行贵宾安全防卫



大客车火灾逃生



车辆自燃逃生演习



车内反劫持



灾难逃生演习



女性徒手防卫



涉车安全防冲撞

2020年全国城市计划



第一季度

环北京地区

第二季度

环北京地区

第三季度

江浙沪地区

第四季度

中西部地区

重点城市:

北京、河北、天津

重点城市:

北京、河北、天津

重点城市:

上海、南京、苏州、杭州

重点城市:

成都、重庆、长沙、武汉等

以上地域非指定区域，可根据用户及客户需求，进行定制

合作与权益

特约赞助 合作金额：75W元/场

- “安全守护独家计划” 的名称增加品牌冠名，全方位全角度展示；
- **A 线上资源**
 - 1、品牌logo或名称，在H5开屏页、尾页鸣谢；
 - 2、与其相关产品，与活动进行软植，将在线上大礼包体现；
 - 3、“安全守护独家计划” 长文类自媒体新闻稿含冠名方品牌logo
 - 4、官方微博微信等短文类自媒体内容含冠名方品牌logo
 - 5、享受20家主流媒体品牌或logo曝光。
- **B 线下资源**
 - 1、宣传单上体现品牌LOGO，宣传单上，规定区域广告位体现，会场宣品摆放，实物奖品可入礼品袋；
 - 2、主持人口播不低于3次

配合线上宣传

项目名称	刊登频道名称	尺寸规范	是否可点击	预估日曝光	预估日点击	单位	数量	备注
视频软性推广资源 (360儿童卫士资源)	APP首页开屏	1125*1688、1125*2025 , ≤300k, JPG	是	100w-220w	6w-10w	天	1	预热期, 跳转儿童卫士APP
	发现首页banner广告位 (第一帧)	1035*540, ≤200k, JPG	是	600w-120w	4k-8K	天	1	预热期/推广期
	线上主题活动 (定制)	儿童安全绘画线上主题活动	是	60w-80W	6w-10w	期	1	宣传周期5-7天
	发现频道-热门 (非标) -家长课堂 “安全视频”	660*460, ≤200k, JPG, 标题16个字以内	是	30w-40w	3k-5k	天	1	与家长课堂安全视频定制打包, 推广展示 “安全视频” 内容



THANK YOU

