



360儿童安全守护独家计划

为爱守护

CONCENTS



安全项目背景



360儿童安全守护站



独家儿童安全活动



活动的传播

为什么要关注儿童安全？

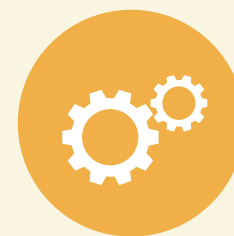
校园欺凌、儿童走失、儿童性侵，这些近年来屡见报端的事件，已经成为了伤害孩子的“几大猛虎”。世卫组织和联合国儿童基金会报告显示，每天有200名儿童死于非故意伤害和意外造成的伤害，每年全球有83万儿童死于非故意伤害，另据报告，中国每年有近5万名0-14岁儿童因意外伤害而死亡，平均每天近150名，此发生率是美国的2.5倍，韩国的1.5倍，之前还有消息报道中国每年失踪的儿童高达20万。

为了守护孩子的安全，我们在儿童智能硬件领域做出了很多努力，团队开发了儿童智能手表、儿童机器人、故事机等产品，并且用这些智能设备融入了600多万用户的生活当中。我们还优化了与硬件配套的软件功能，让软件和硬件相配合为家长提供更周全的服务。

除了这些，我们还想在生活中给予孩子更多的保护，于是我们搭建了360儿童安全守护站，策划了独家的安全系列活动。

360儿童安全守护站

2020



360儿童安全守护站

2017年11月4日在第八届中国孕婴童行业发展峰会上，我们与多家机构联合成立了360儿童失联儿童守护站，通过这个项目我们联合了**1000+会员机构和线下门店**，为失联孩子搭建回家之路，也非常欢迎大家成为安全守护站的一员，一起守护我们的孩子。



360儿童安全活动

2017.07.02-2020



360儿童安全实战演习课程现状

时间：2017年7月2日-12月16日

场次：6场

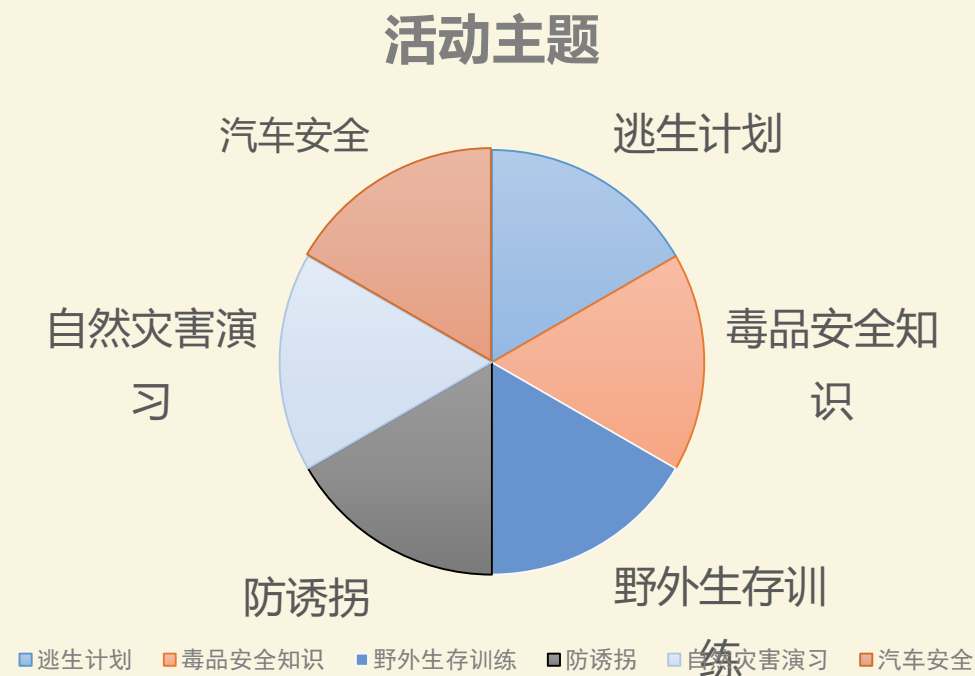
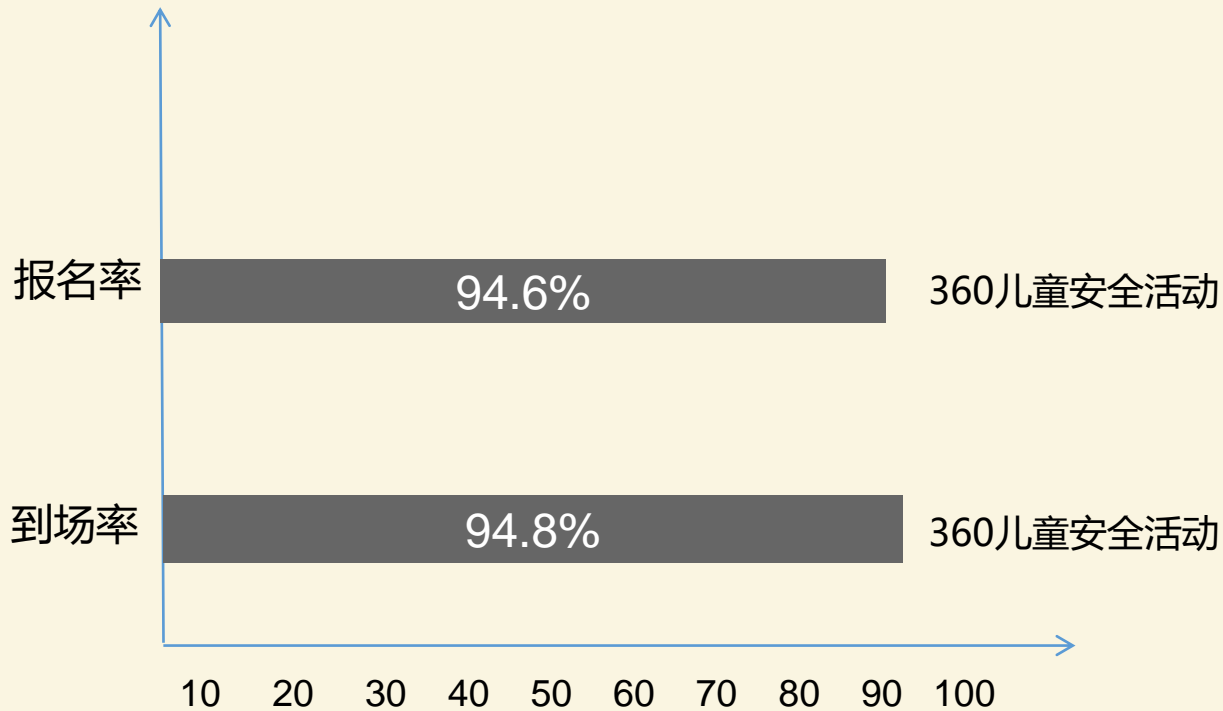
地点：北京

平均观看量：189万+

最高观看量：331.9万

累积观看量：1000万+

https://open.weixin.qq.com/connect/oauth2/authorize?appid=wx754181a1a5be5ec2&redirect_uri=https%3A%2F%2Fbaby.360.cn%2Ftalk%2Fpost%2Finfo%3Fpost_id%3D5568679%26from%3Dshare_url&response_type=code&scope=snsapi_base&connect_redirect=1#wechat_redirect



聪明小孩的安全实战演习1，国家级反恐教官的“逃生计划”

时间：2017年7月2日（周日）

地点：360大厦报告厅

参与人数：30组家庭

观看人数：136.7万

主要内容：个人安全基础防御练习、被动防御、防诱拐讲练、亲子密码制定、逃生计划制定

链接地址：https://baby.360.cn/talk/post/info?post_id=5516001

适合互动合作品牌类型：服装、器械、玩具、图书、食品、文具、童鞋





时间：2017年7月23日 (周日)

地点：360大厦报告厅

参与人数：35组家庭

观看人数：98.5万

主要内容：儿童反侵害理论、“生存survival”、“躲避EVASION”、“抵抗RESISTANCE”、“逃脱ESCAPE”讲练。

链接地址：https://baby.360.cn/talk/post/info?post_id=5531750

适合互动合作品牌类型：服装、器械、玩具、图书、食品、文具、童鞋



聪明小孩的安全实战演习3, “真枪实弹”的野外生存训练

时间: 2017年8月26日 (周六) **地点:** 河北省三河市TT战士产业园总部基地

参与人数: 30组家庭

观看人数: 153.8万

主要内容: 有效挣脱与被动防御、防拥挤防踩踏技巧、防性侵游戏、亲子CS对战

链接地址: https://baby.360.cn/talk/post/info?post_id=5554433

适合互动合作品牌类型: 汽车、服装、器械、玩具、图书、食品、文具、童鞋、户外装备

独家活动 安全课堂

聪明小孩的 安全实战演习³

“真枪实弹”的野外生存训练
2017.08.26 (周六) 9:00-17:00



聪明小孩的安全实战演习4，毒品“捉妖记”



时间：2017年9月24日（周日）

地点：360大厦报告厅

参与人数：40组家庭

观看人数：331.9万

主要内容：禁毒知识介绍与互动问答、社会调查技巧指导、“禁毒知识”社会调查、调查数据汇总与汇报

链接地址：https://baby.360.cn/talk/post/info?post_id=5568679

适合互动合作品牌类型：服装、玩具、图书、食品、文具、童鞋、调研问卷

聪明小孩的安全实战演习5，从自然灾害中全身而退



时间：2017年10月21日（周六） **地点：**北京市昌平区绿骑士蟒山森林营地

参与人数：35组家庭

观看人数：238.9万

主要内容：特定环境逃脱技巧、运动姿势、逃生路线选择、火灾逃生模拟演习、地震逃生模拟演习、飞机迫降模拟演习

链接地址：https://baby.360.cn/talk/post/info?post_id=5582747

适合互动合作品牌类型：汽车、教育、服装、器械、玩具、图书、食品、文具、童鞋、户外装备



聪明小孩的安全实战演习6，别让汽车成为小怪兽

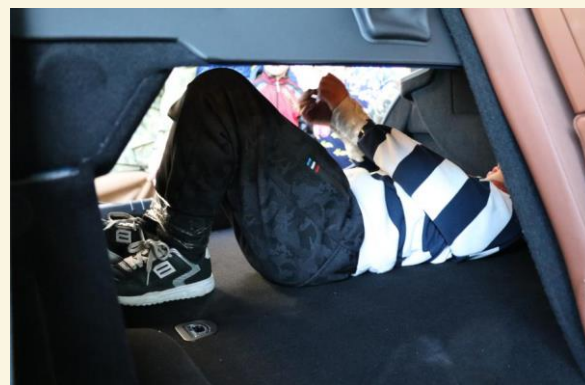
时间：2017年12月16日（周六） **参与人数：**15组家庭 **观看人数：**171万

地点：北京市亦庄经济技术开发区中和街16号豪骏行玛莎拉蒂

主要内容：玛莎拉蒂车间参观、汽车安全知识及逃生技能讲解、汽车安全逃生实战演习、玛莎拉蒂石膏车模涂鸦、儿童汽车试驾

链接地址：https://baby.360.cn/talk/post/info?post_id=5602356

适合互动合作品牌类型：汽车、教育、服装、器械、玩具、图书、食品、文具、童鞋、户外装备



聪明小孩的安全实战演习7，上海站

时间：2018年1月21日（周日） 参与人数：15组家庭 观看人数：263万

地点：上海市长宁实验小学&虹越教育三林园

主要内容：个人安全基础防御练习、被动防御、防诱拐讲练、亲子密码制定、逃生计划制定

链接地址：https://baby.360.cn/talk/post/info?post_id=5614285

适合互动合作品牌类型：服装、器械、玩具、图书、食品、文具、童鞋



时间：2020年5月

形式：以短片形式，结合实景拍摄，生成系列内容

适合互动合作品牌类型：汽车、旅游、服装、器械、玩具、图书、食品、文具、童鞋

儿童防拐卖——甜蜜的陷阱



儿童防侵犯——奇怪的游戏



儿童家庭安全——致命的零食



儿童校园安全——可怕的约会



儿童网络安全——吵不赢的架



儿童动物安全——小心大黄



儿童交通安全——看不见的杀手



自然灾害——不能藏的角落



活动的传播与展示

内容：活动招募帖

传播方式：APP开屏、首页Banner、活动页Banner、热门推荐文章、APP PUSH、弹窗、微信、微博、站外资源

内容：活动回顾帖、用户原创内容

传播方式：活动页Banner、热门推荐文章、微信、微博



触达用户量达到1000万

内容：活动直播、现场图片、活动评价

传播方式：现场直播、用户朋友圈转发、热门推荐文章、APP开屏、首页Banner、活动页Banner

360儿童APP活动的传播与展示

APP开屏



活动页banner



故事banner



线上主题活动定制



发现频道-首屏icon



发现频道-教育头条



KOL群活动的传播与展示

朋友圈转发



朋友圈转发



朋友圈转发



朋友圈转发



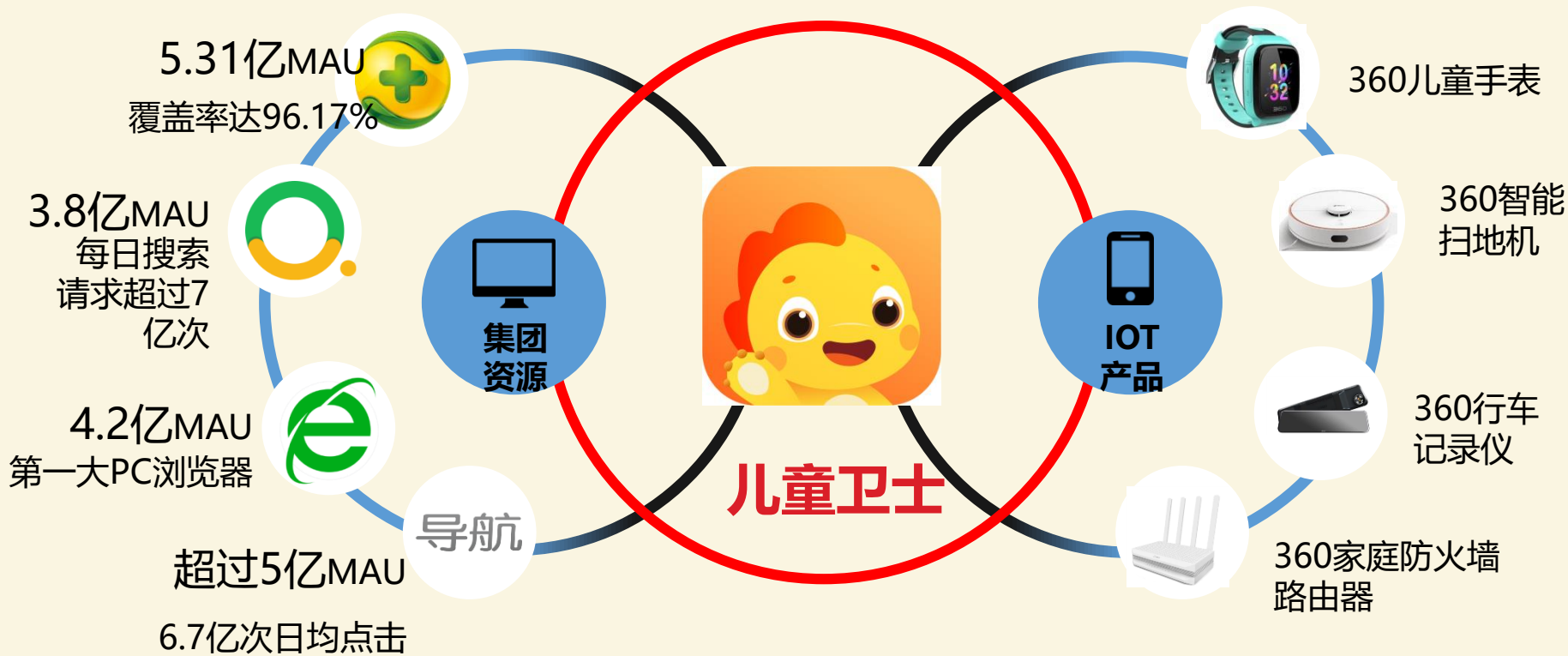
朋友圈转发



朋友圈转发



360集团媒体矩阵传播与展示



双屏联动，八大拳头级产品，直达13亿用户终端

覆盖用户从开机到搜索、浏览、下载等全行为链

IOT硬件产品线全量支持

其他PR媒体的传播与展示

其他PR矩阵媒体：



安全系列课程规划

四大计划

校园安全

户外安全

家庭安全

危机逃生

八大课程

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

2021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

吉利汽车（安全课堂=线上+线下场景结合）

资源展示

案例背景

根据“吉利汽车-小小梦想家”推广活动需求，结合360儿童优势媒体资源。增加品牌知名度，促进增加客户需求。

推广策略

根据360儿童媒体优势，精选匹配资源进行结合提前预热，官方APP综合资源宣传，在合作期间紧密配合宣传推广。

投放时间

2018.7.16-7.27

推荐适合合作品类

电商、快消品、汽车、地产、金融、教育.....

数据评估

曝光量：3000W+



吉利汽车（安全课堂=线上+线下场景结合）现场图集赏析



长城汽车VV6款 (安全课堂+视频直播+图文专题+有奖互动=线上+线下场景结合)

资源展示

案例背景

根据“长城汽车VV6儿童呵护版”推广活动需求，结合360儿童优势媒体资源。增加品牌知名度，促进增加客户需求。

推广策略

根据360儿童媒体优势，精选匹配资源进行结合提前预热，官方APP综合资源宣传，在合作期间紧密配合宣传推广。

投放时间

2020.11.10-30日

推荐适合合作品类

电商、旅游、汽车、地产、快消品、教育.....

数据评估

曝光量：5000W+



合作与权益

- “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，在相关宣传页面鸣谢展示；
- 2、与其相关产品，与活动进行软植，将在线上大礼包体现；
- 3、官方微博、微信等短文类自媒体内容含冠名方品牌logo；
- 4、规定时间内活动回顾展示；

- **B线下资源**

- 1、现场宣品规定区域广告位体现；
- 2、相关产品、宣品会场摆放，实物奖品可入礼品袋；
- 3、主持人口播不低于3次；

线下权益备注：（如有指定需求，可单议相关权益）

主持人：非电视台、广播台类专业主持人（推荐1-3位，儿童行业内主持经验丰富相关人员）

现场物料包含：背景板/LED电子屏，易拉宝、海报、伴手礼（限价）

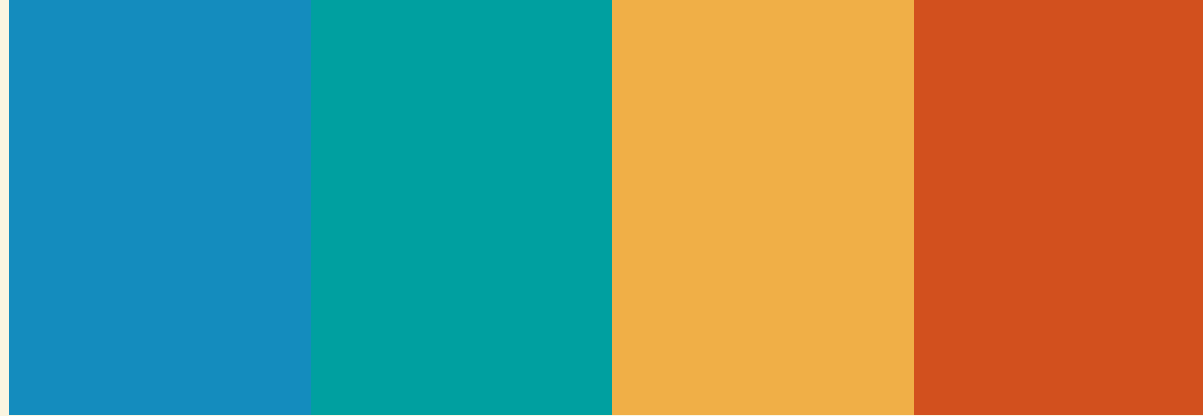
场地：不包含星级酒店宴会厅、大型商圈中央广场等指定场地，可推荐1-3个包含教育、培训等人群匹配场地

素材采集：现场摄影、摄像采集及粗剪；

合作与权益

网站名称	刊登频道名称	尺寸规范	是否可点击	预估总曝光	预估总点击	单位	备注
360站内线上宣传	发现首屏banner	1035*540(宽×高), ≤200k, JPG	是	50w-80w/天 (独占)、18w-30w/天 (3轮播之一)	1w(独占)、4k-6k(3轮播之一)	天	
	故事频道首屏banner	1035*540(宽×高), ≤200k, JPG	是	70w-100w/天 (独占)、18w-30w/天 (3轮播之一)	1w-1.5w(独占)、4k-8k(3轮播之一)	天	精准绑定手表用户可见
	发现-热门推荐	660-460(宽×高), ≤150k, JPG	是	50w-80w/天	2k-4k	天	精准锁定北京、上海用户
	发现-家长课堂banner	1035*540(宽×高), ≤200k, JPG	是	7w-10w/天 (独占)、1.8w-3w/天 (4轮播之一)	1.2k-2k(独占)、0.6k-1.2k(4轮播之一)	天	
	发现-教育头条软文	标题12个字以内, 5000字内图文内容	是	50w-80w/天	2k-5k	天	
	APP启动页	1125*1688/1125*2025(宽×高), ≤300k, JPG	是	130w-170w	4.5W-8W	天	
线下互动	安全课堂	750*360	是	70w-100w/天 (独占)、18w-30w/天 (7轮播之一)	5k-8K(独占)、2k-4k(7轮播之一)	场	20组家庭 (北京以外地区, 另计差旅费, 不包含4星级以上酒店场地费用, 并不享受折扣优惠)

备注：三个banner资源可购买轮播形式，如资源包客户意向拆分资源，或3个轮播资源有轮播&有独占的话，均可单独沟通价值。基础权益以上资源活动期内仅限一天，若有其他需求一事一议。



THANK YOU

