

千年敦煌 无声守护

广告主：中国华夏基金会

所属行业：文化产业

执行时间：2019.05.01-06.20

参选类别：公益营销类

营销背景

敦煌是人类的艺术殿堂，历经千年，无情的风沙，让这座满誉全球的文明的古都，一点一滴地被岁月掩埋，璀璨的壁画与沙漠的绿洲，危在旦夕，也许再过一世纪，人们已无法见到敦煌的瑰丽。保护敦煌，迫在眉梢。

营销目标

然而敦煌作为人类的艺术殿堂，要守护好她，并不是一句口号或几声呼吁就可以了，而是需要大量专业的人员，用他们的才华和专注，去修复、延展、创新和传承敦煌文化。

于是，身处于敦煌的月牙泉小镇，希望联合中国华夏文化遗产基金会，发起一次公益活动，让敦煌文明有更多的发声和关注。

策略与创意

中国八大美院之一的西安美术学院，有一批特殊的学生.他们天生聋哑，虽然听不见，不能说，但是他们却有着极高的艺术修养和技艺。

无声的世界让他们比普通人更加专注，但听障，却让他们比普通艺术家少了很多展现才华的机会。而敦煌，非常需要专注的艺术家，能够沉下心来专心奉献。

于是敦煌月牙泉小镇，联合中国华夏文化遗产基金会千年敦煌专项基金，邀请了西安美术学院特殊教育艺术学院的师生，前往敦煌公益研学和实地创新壁画，为守护敦煌贡献他们特殊的力量。

执行过程/媒体表现

首先，为了让这群艺术特种兵加深对敦煌的理解，在千年敦煌专项基金和月牙泉小镇的组织下，这群听障艺术生，前往莫高窟实地参研，近距离感受 1650 多岁的莫高窟，通过对前秦、十六国、北魏、西魏、北周、隋、唐、五代、宋、西夏、元等不同朝代的壁画的调研和学习，用心学习敦煌壁画的艺术辉煌和古人高超的技艺，加深了对敦煌艺术价值的理解。

公益执行1：莫高窟考察

首先，为了让这群艺术特种兵加深对敦煌的理解，在千年敦煌专项基金和月牙泉小镇的组织下，这群听障艺术生，前往莫高窟实地参研，近距离感受1650多岁的莫高窟，通过对前秦、十六国、北魏、西魏、北周、隋、唐、五代、宋、西夏、元等不同朝代的壁画的调研和学习，用心学习敦煌壁画的艺术辉煌和古人高超的技艺，加深了对敦煌艺术价值的理解。



紧接着，这群听障艺术生在月牙泉研学基地，在老师的带领下，深入探讨和创作了敦煌文化和艺术，将莫高窟所见所学，转化为理解，用作品演绎出来。六天高强度实地研学，让这些优秀听障“特种兵”亲眼见到不同朝代壁画的造型、线条、肌理，与笔触间所传递的故事。

公益执行2：师生研讨

紧接着，这群听障艺术生在月牙泉研学基地，在老师的带领下，深入探讨和创作了敦煌文化和艺术，将莫高窟所见所学，转化为理解，用作品演绎出来。



并结合所学所悟，打造 70 平米的壁画墙，并取名为“梵韵”，传递聋哑人对“大声希声”境界的特有领悟，呼吁人们对敦煌的保护。并表达愿意默默无闻，无声守护敦煌的意愿。

公益执行3：壁画创作

六天高强度实地研学，让这些优秀听障“特种兵”亲眼见到不同朝代壁画的造型、线条、肌理，与笔触间所传递的故事。

并结合所学所悟，打造70平米的壁画墙，并取名为

“梵韵”，传递聋哑人对“大声希声”境界的特有领悟，呼吁人们对敦煌的保护。

并表达愿意默默无闻，无声守护敦煌的意愿。



同时，为了让壁画的影响力更深远，这些听障学生的创作的作品，还被做成明信片，让来到月牙泉小镇的人，可以盖上“千年敦煌，无声守护”的印章，寄给远方亲朋，将守护敦煌的呼吁，扩散到世界各地。



此外,为了让更多的人关注并保护敦煌,在月牙泉小镇的官方微博,还发起了“寻找敦煌守护大使”的微博活动,让网友参与抽奖,获得前往敦煌的机会,共同守护千年敦煌。



视频链接：<https://www.bilibili.com/video/av83491818/>

营销效果与市场反馈

活动期间,获得 2452 万曝光量。微博话题十天百万阅读量,引发热议。抽奖六天月牙泉小镇增粉 1016 倍。公益活动在微博获得 40 万人围观,近 3 千互动量。活动获得近 20 家新闻媒体的报道。

活动既让特殊艺术群体受到关注,同时又为敦煌保护发出特殊的声音。这是一场公益与口碑兼得,曝光与热度兼得的公益活动。