

## 万科新年马零废弃公益营销

广告主：万科

所属行业：地产

执行时间：2019.12.06-12.11

参选类别：公益营销类

### 营销背景

马拉松会使用大量的如一次性纸杯等用品从而产生海量的垃圾。垃圾问题不能只靠活动后的清理来解决。真正有效、可持续的解决方法是在各环节中治理。为减少赛事对环境造成的压力，万科新年马拉松倡导“零废弃”赛事，遵循 3R 原则，即 Reduce (减量)、Reuse (重复利用)、Recycle (分类回收)，通过努力使赛事无限接近零废弃。

除了赛事主办方的各种努力，更重要的是能够提升参赛者的环保的意识并鼓励更多参赛者用实际行动来践行“零废弃”理念。

### 营销目标

让更多人了解马拉松赛事对环境产生的压力，并公开招募“零废弃”跑者，呼吁跑者携带环保杯参与赛事，从而减少一次性纸杯的使用。

### 策略与创意

一次性纸杯是马拉松常用的补水用品。据环保组织“自然之友”的数据，一场 3 万人参与的马拉松赛事会废弃约 50 万个纸杯，每分钟约废弃 1388 个。马拉松赛道补给站附近满地被废弃的纸杯的景象是每一位跑者及观赛群众熟悉的画面。

从洞察出发，我们提出核心创意：通过突出大量一次性纸杯极其短暂的生命来引起跑者深刻的反思并唤起为环保做贡献的内在欲望。

# 拯救杯具

## 的分秒一生



**CHALLENGE**

马拉松赛事会产生海量的垃圾。据环保组织“自然之友”的数据，一场3万人规模的马拉松赛事会废弃约50万个用于给跑者补给的一次性纸杯。要减少一次性纸杯的使用，需呼吁跑者尽可能地携带可重复使用的环保杯参与赛事，成为“零废弃”跑者。

**INSIGHT & CREATIVE**

马拉松赛道常常可以看到一个触目惊心的场景—各个补给站附近满地都是被废弃的各种形状的一次性纸杯。跑者从补给站拿起纸杯，喝完水，然后扔掉纸杯，整个过程只有几秒钟。基于此观察，我们构思了一个纸杯博物馆并制作了这条视频《杯具的分秒一生》。博物馆展出的是各种在马拉松赛事中被使用后废弃的纸杯，每一个纸杯都有自己的编号和被废弃的时间，每一个杯具的一生都只在分秒之间。为了让这样的悲剧不再发生，赛事呼吁跑者成为“零废弃”跑者，携带环保杯完成这场马拉松。

**RESULTS**  
TO BE UPDATED








视频链接: <https://v.qq.com/x/page/a3030050xzn.html>

基于核心创意，打造纸杯博物馆的概念并通过一条视频来呈现创意。视频中纸杯博物馆展出的是各种在马拉松赛事中被使用后废弃的纸杯，每一个纸杯都有自己的马拉松编号和被废弃的时间，每一个杯具的一生都只在分秒之间，与马拉松的漫长形成强烈对比。为了让这样的悲剧不再发生，赛事招募携带环保杯的“零废弃”跑者。

## 执行过程/媒体表现

此公益作品的宣传对象为万科新年马拉松赛事的参赛者和关注赛事的马拉松爱好者，发布渠道为万科新年马拉松自媒体（同名微信公众号及微博）及万科自媒体（万科周刊微信公众号）。

另外，我们认为公益的最大传播力量是人际的榜样力量。因此为达到最大化传播，我们将一分钟的横屏视频编辑成一条竖屏的 13+2 秒短片，供“零废弃”跑者添加 2 秒个人内容生成个性化“零废弃”跑者宣言 UGC 视频在朋友圈等社交媒体二次传播。把每一位身体力行的环保跑者，转变为万科新年马拉松的 KOC。



媒介端，该作品仅在万科新年马拉松自媒体（同名微信公众号及微博）及万科自媒体（万科周刊微信公众号）发布，上线当天获得超过 2 万播放量。39 分钟内成功完成 300 名“零废弃”跑者的招募目标，并且由于报名踊跃组委会临时增加的 18 个名额也被秒清。二次传播通过 300 多名“零废弃”跑者的 UGC 小视频，人际触及超过十五万人，广泛而又精准地传递了万科新年马拉松零废弃的理念。

## 营销效果与市场反馈

**具体效果及相关数据：**39 分钟内成功完成 300 名“零废弃”跑者的招募目标，并且由于报名踊跃组委会临时增加的 18 个名额也被秒清。二次传播通过 300 多名“零废弃”跑者的 UGC 小视频，人际触及超过十五万人。

**广告主表示：**创新洞察，以公益形式打造零废弃赛事，万科新年马拉松又跑到了全国人民前面

**业界认可：**万科新年马拉松在“零废弃”赛事方面做出的努力得到了国家体育总局的积极认可，并被国家冬奥会组委会邀请前往北京分享“零废弃”赛事的组织和宣传推广经验。

**受众反馈：**

📶 61% 6:11

× 万科新年马拉松 ...

今天才看到这个链接。真心希望能推广到所有赛事。我是一个环保主义者。之前在比赛中，坚持只用一个纸杯，但有时候有的志愿者（以下同，指少数）很固执-说了很长时间都不给你倒水（主要是不给碰那个水瓶），但是你一碰纸杯，就会被志愿者丢弃。在志愿者培训中应该宣讲这个理念。希望这个活动能长久~成为万科的品牌文化进行推广。在行业里、跑圈里推广到每一处 🌱

作者

云上的海浪

我已报名，非常支持响应环这种特别的方式来跑步，感谢大鹏提供新的环保能量方式，这种新的方式将会引领更多马拉松参与进来，大家一起来环保!! 爱大鹏，爱环保! 2020大鹏新年环保马拉松!

小鱼儿

去年的零废弃，今年还想去，可惜由于时间。路程又远。完美错过。心疼。

作者

👉 大鹏君记得你哦!

秋雨

报名网站停止访问了 🙄

作者

🕒 开放39分钟已报满。

Sean-冯苑硕

我觉得可以支持一下，上个月的小赛事组织方准备不完善，10km后面就没纸杯了，好多

📶 61% 6:11

× 万科新年马拉松 ...

LNT无痕迹跑步，很棒的理念，就是名额有点少，溜达完一圈回来就没有名额了，建议大会增加更多名额

王琦Keway

又是拼速度啦! 表单已停止收集数据...

时光

我愿意: 为什么说我手机号已被占用?

作者

不支持非参赛运动员的手机号报名哦

骆映霜LuoLuo

这个真的很好，值得推广，鹏马棒棒的!

烟雨红尘

真好，实实在在。环保，我们在路上。

老牛

水杯接水会损失时间啊，追求速度的人肯定不行。

卡农

第一时间报名了 😊

kayak

首先给我一个名额

作者

😊

懒洋洋在天空灰

好m就吼吼

今天才看到这个链接。真心希望能推广到所有赛事。我是一个环保主义者。之前在比赛

📶 61% 6:10

× 万科新年马拉松 ...

我跑过后，这条路还是原来那般整洁美丽。慢跑生活 零废弃

魏国俊

支持，若这一次能申请成功，以后也将杯子带到赛道上

指尖·青丝弄

我从去年跑马拉松开始，一个纸杯都没用过，可惜没报名成功 😞😞😞

武金

已报名加入零废弃跑者队伍! 爱护环境! 为环境减少一些杯具! 人人有责! 希望更多的赛事，更多的大众跑者加入到零废弃赛事中去! 🌱

Jainson

户外爱好者，一直倡导LNT无痕户外! 加油，尽一份小力，圆一场跑马 😊

啊嘞

潜爱珊瑚跑团来报到，一群为减排奔跑的小伙伴 😊😊

磐石

报名提交不了，提示手机号码不能提交

作者

需要使用报名时手机号，其他不能提交。

孤独跑者

已报名成功，希望以本次比赛为契机，在以后的比赛中也坚持零废弃，为减排做贡献