



2016「百度公益+」儿童安全AR项目

目录

1

背景

2

创意

3

执行

4

效果

背景

百度

百度在2012年6月1日联合百度联盟伙伴共同发起了“公益一小时”互联网连续性公益项目。该项目每年以“儿童”为关注群体，旨在用互联网的创新模式驱动儿童公益发展。2016年“公益一小时”选择“儿童安全”话题，力图加入“创新技术”因素，打造更新奇的公益体验。

伊利

伊利QQ星儿童成长牛奶，是伊利集团牛奶饮品家族的重要产品，具有广泛的儿童消费群体。伊利品牌部门希望能通过公益活动，拉近与消费者的距离，实现消费者与自身产品的深度互动，提升品牌美誉度与感召力。

— 项目名称 —

百度公益+

与以往相比，本次将项目的公益外延，在时间上延伸至“一小时”之外，在形式上，除了**百度联盟峰会现场隆重发布、线上资源传播**外，增加了**伊利产品AR互动体验**，形成线上线下联动，内容将更加立体丰满。

— 公益方向 —

关注儿童安全

围绕“儿童安全”公益方向，引导用户使用“手机百度APP”对伊利QQ星包装拍照，即可以AR(增强现实)的形式体验“**儿童防拐安全**”、“**儿童乘车安全**”、“**儿童居家安全**”三个典型场景，通过充满科技感的**AR创新体验**，进一步提高大众对儿童安全的科学认知。

执行

— 伊利公益版包装上市 —

伊利QQ星依托旗下三款口味产品“均膳”、“全聪”、“健固”，推出公益专属包装；三款产品对应不同的AR公益场景，用户扫描不同产品，体验不同的儿童安全公益知识。



执行

— AR 场景设计开发 —

依托“手机百度”APP内嵌的AR插件，开发三个儿童安全AR场景。用户体验路径如下：

第1步：

打开手机百度APP，
点击拍照按钮



第2步：

对伊利QQ星包装盒
正面拍照



第3步：

选择“儿童安全AR”



第4步：

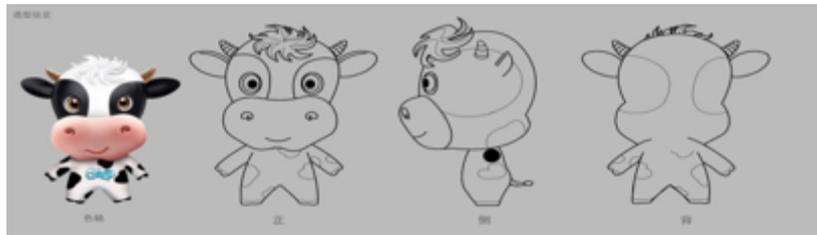
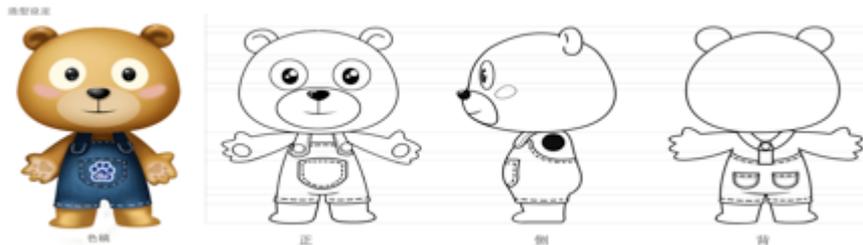
进入AR场景体验



执行

— AR 场景 人物 设定 —

结合三个AR公益场景的情节需要，设计相关人物形象：



效果 中国第一个儿童安全公益AR互联网营销案例



官方页面 PV: **2KW+**
(活动上线2天, 首日突破千万)



附件：有关AR设计的相关素材成果

人物设定-狐狸



DA YUAN

人物设定-河马



DA YUAN

人物设定-牛奶奶



DA YUAN



场景A：防拐骗—全景

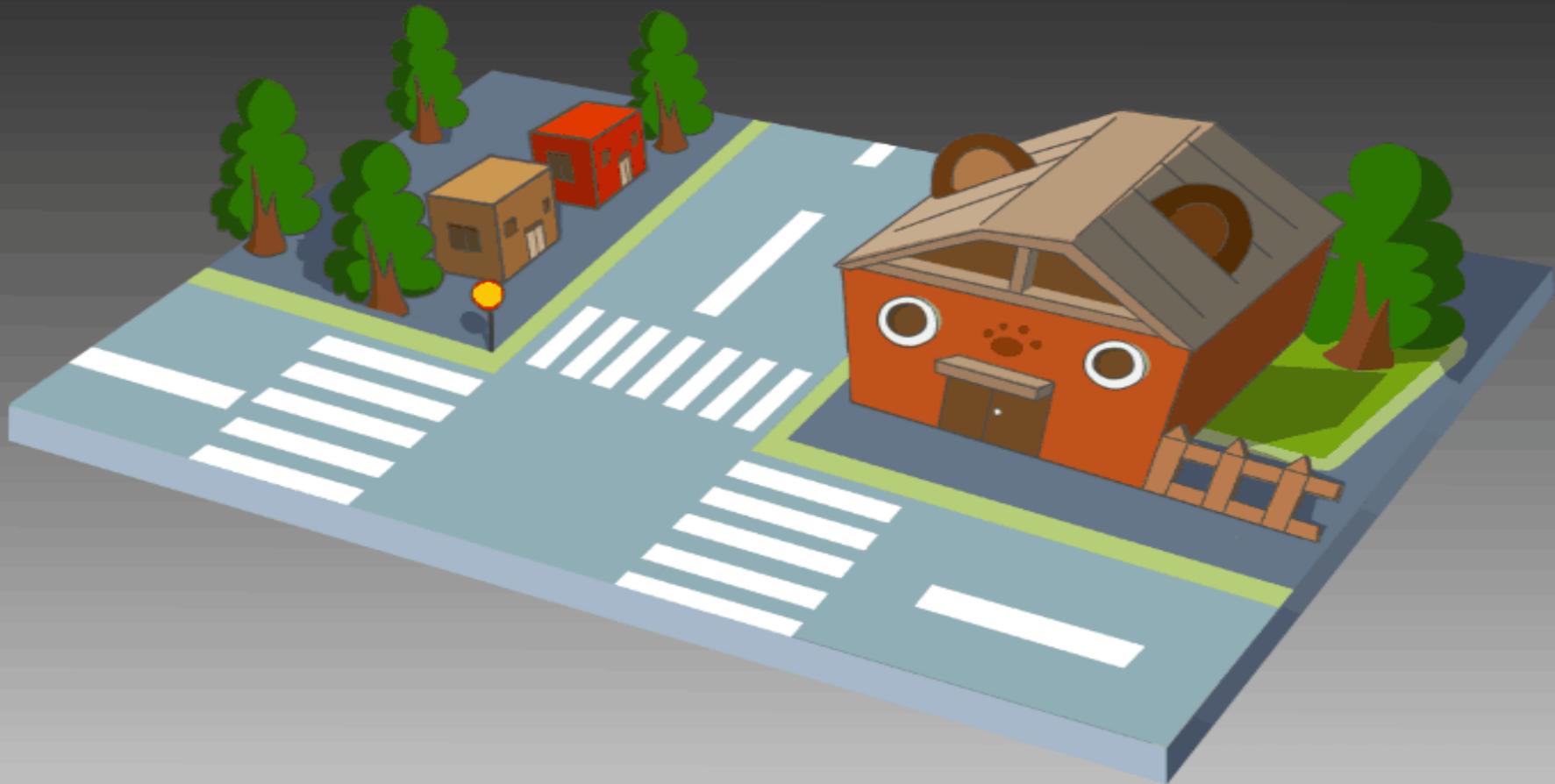
防拐骗分场景-1



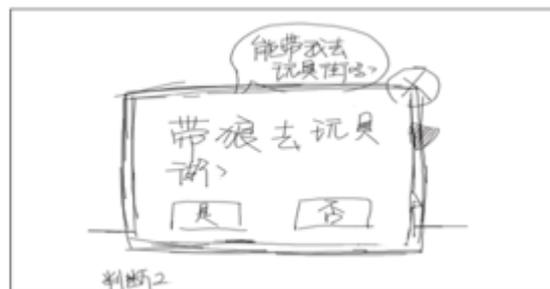
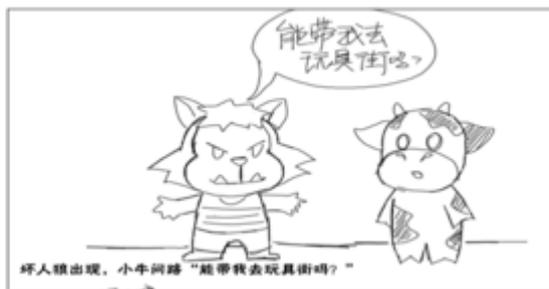
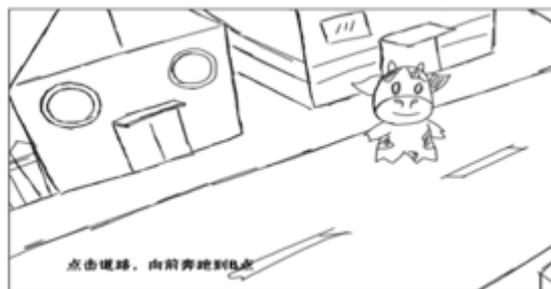
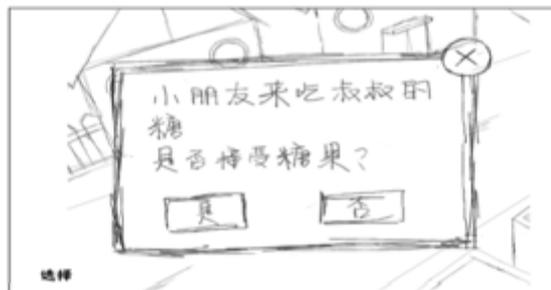
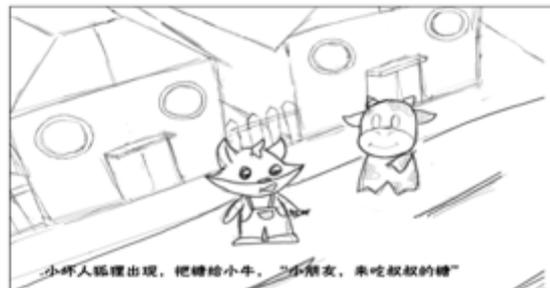
防拐骗分场景-2



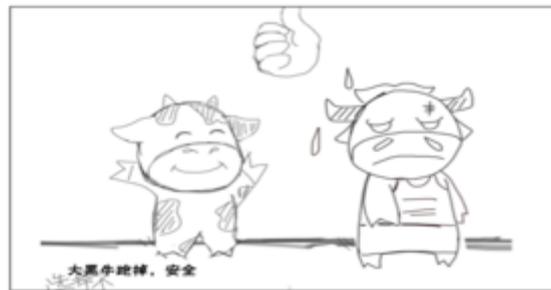
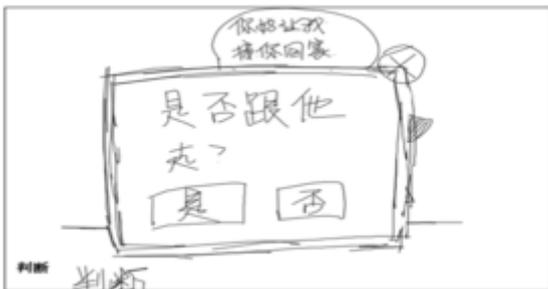
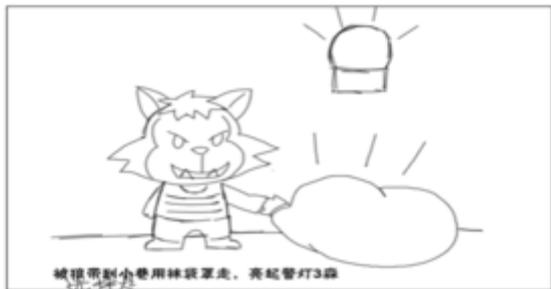
防拐骗分场景-3



防拐骗分镜



防拐骗分镜

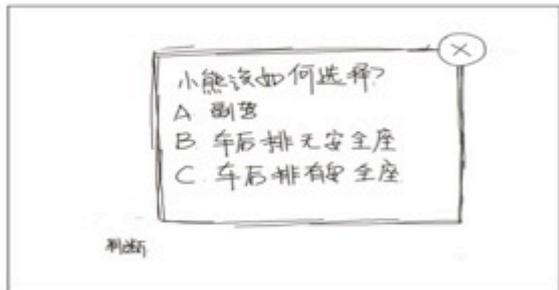
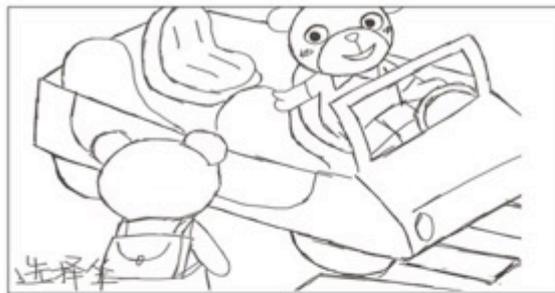
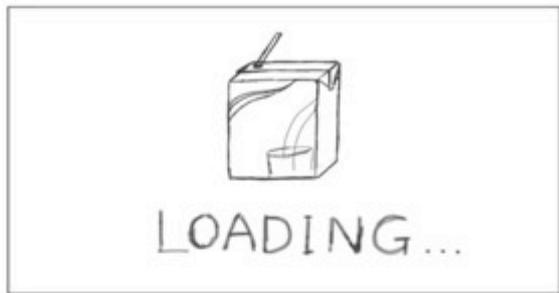


场景▶：乘车安全—全景



效果图展示

乘车安全分镜



场景C：儿童室内安全-全景



室内安全分场
景一

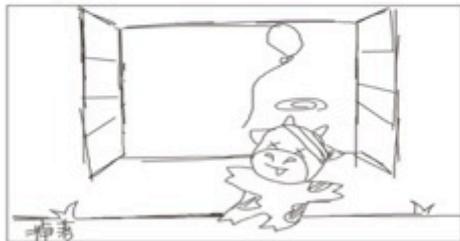
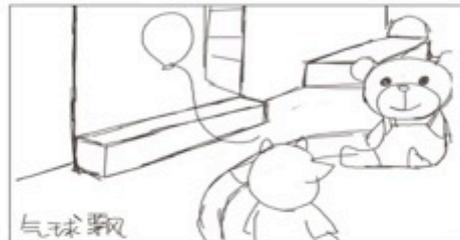
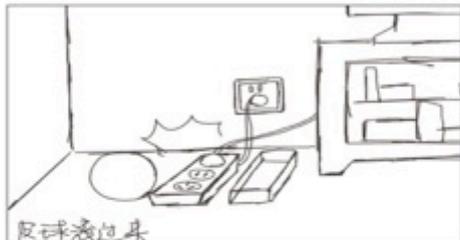
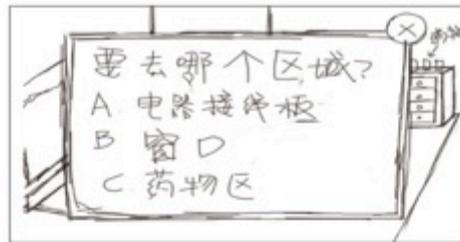
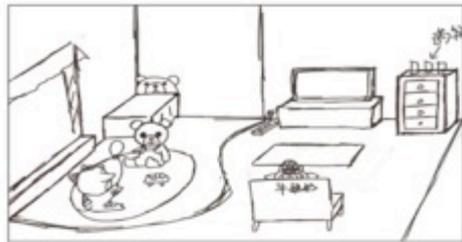


室内安全分场
景—2



室内安全分场
景—3





更多知识Tips, 跳转H5收看

室内安全分镜

谢谢！