

# 基诺浦爱的跑道计划

- **品牌名称：**基诺浦
- **所属行业：**母婴类（儿童机能鞋）
- **执行时间：**2025.06.20-10.24
- **参选类别：**公益营销类



## 案例视频

<http://t.cn/AXwYReJH>

面对母婴行业竞争深化与消费者情感需求升级，品牌需建立差异化社会价值  
基诺浦自**2023年发起“爱的跑道计划”**将旧鞋回收、环保再生与乡村学校运动场地捐赠结合，形成独特公益IP  
2025年，项目面临如何深化用户参与、拓展生态合力、实现公益效能与品牌价值双增长挑战



### 01 品牌价值目标

持续强化基诺浦“关爱儿童足部健康”与“践行低碳环保”的品牌社会责任形象，将公益行动深度融入品牌基因

### 02 用户互动目标

广泛动员用户参与，通过“旧童鞋回收”的捐赠机制，提升用户参与感与荣誉感，深化品牌与用户家庭之间的情感纽带与互动关联

### 03 终端赋能目标

通过项目落地丰富线下门店及合作终端的公益形象与体验内容，提升导购人员的参与积极性与服务价值感

### 04 数字资产目标

借助项目联动，为合作亲子公益平台“小小碳”引流沉淀高质量种子用户，构建品牌的公益数字化社群基础

核心策略：将“物资循环”（旧鞋→跑道）与“爱心循环”（城市家庭→乡村儿童）深度融合  
**打造一个可视、可感、可参与的闭环公益生态**



老旧硬地



捐赠旧鞋



鞋底橡胶粉碎



铺设塑胶

创意亮点：

**01 创意转化，物尽其用：**将回收的旧鞋经过专业拆解、加工，转化为安全环保的塑胶跑道原材料，让“废弃”重获“新生”

**02 生态联动，破圈共益：**2025年联合天猫母婴亲子行业、阿里巴巴公益、爱德基金会等权威公益力量发起“跑道新生”定向捐助，并联动“小小碳”低碳公益平台、孩子王、银泰等商业生态伙伴，扩大活动声量与覆盖范围，实现公益与商业价值的共振

**03 体验融入，深度卷入：**设计“捐赠旧鞋-获得公益奖励/认证”的参与机制，让亲子家庭在实际行动中体验环保与奉献的快乐，从小培养孩子的公益与环保意识，使品牌互动更具教育意义与情感深度

### 权威启动

联合天猫、阿里公益发布“跑道新生”年度计划，定向捐助滁州学校，奠定高起点



(滁州中心学校项目揭牌仪式现场)



### 全民回收

线上线下全渠道设点 (门店、孩子王、银泰) 通过“捐旧鞋建跑道”机制激发家庭参与，并引导至“小小碳”平台沉淀用户



### 体验深化

门店发起旧鞋DIY改造活动，极大强化了低碳环保理念的沉浸式传递与情感共鸣



### 全域传播

项目在“95公益周”荣获“公益先锋”奖项。并联动152家权威媒体进行扩散，总曝光量近200万，形成立体传播声浪



### 坚实的公益成果

成功为贵州六龙小学/五凤小学、滁州中心学校建成全新跑道。截至2025年“爱的跑道计划”累计回收旧鞋超20万双，**铺设7条跑道，总惠及学生超2600名**



### 卓越的品牌与传播收益

获得阿里公益高规格奖项认可，品牌公信力大幅提升。项目实现跨圈层传播，受助学校/参与家庭/合作方及媒体多方赞誉，**生动诠释“成为爱，传递爱”**



### 可持续的用户资产

成功为“小小碳”平台**引流并沉淀 13,961名精准用户**；深度激活线下终端，品牌美誉度提升

