

热爱不止 向善而行——埃尚汽车后备箱守护计划

- **品牌名称：**埃尚汽车
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2025.10.08-11.30
- **参选类别：**公益营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://my.feishu.cn/wiki/Z2SzwNx1wi46t8kE7CqcPBXCnn7>

项目背景

宠物经济盛行 —— 宠物情感陪伴价值凸显，但流浪动物仍生存艰难

01现状

千亿级宠物经济高速繁荣，宠物从“情感玩伴”升级为“家庭一员”，流浪动物救助、宠物福利保障等公益议题从边缘走向大众视野

02共识

宠物友好与生命关怀具备广泛群众基础，并成为强大社交传播潜力的高共鸣社会议题。

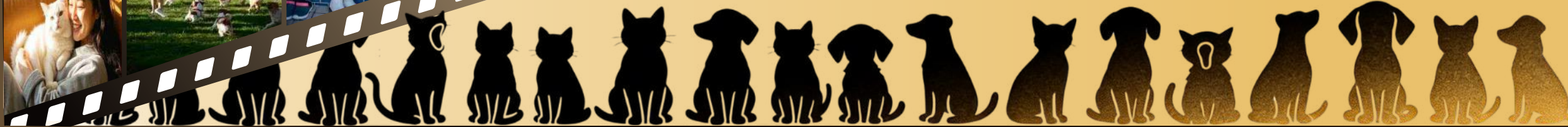
03困局

救助资源分散、资金可持续性不足、流浪动物基数庞大、科学养宠普及不均、福利保障机制不完善等困境，规模化、长效化推进阻力显著。

04契机

宠物经济的情感属性与大众公益共识，为品牌联动社会资源、落地公益行动提供绝佳契机，既能破解公益落地难题，又能传递品牌温度、实现商业价值与社会价值双赢。

以公益为锚，借市场之势，聚社会之力，让宠物公益从“零散行动”走向“体系化落地”



痛点分析



救助难度大

目前民间救助组织缺**资金、场地、人力、医疗与绝育资源不足**。
 领养渠道不畅、二次弃养频发，相关法规机制待完善，政企社联动不足，难形成长效救助体系。



发现与响应脱节

公众发现受伤流浪动物时
往往缺乏即时救助工具和知识



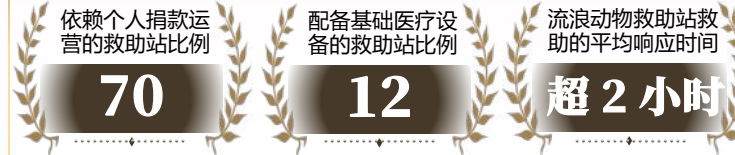
运输困难

普通车辆难以安全运输受伤动物
缺乏临时安置空间



救助资源分散

救助站通常位置固定
无法快速抵达现场



核心洞察

埃尚汽车凭借其后备箱和移动互联能力能够成为连接“发现者”与“专业救助”的关键节点



埃尚汽车以宠物经济为情感纽带，依托后备箱空间属性打造**移动救助舱**，以有温度的品牌行动传递情感内核与社会价值，精准破解流浪动物救助痛点。

01. 品牌破局挑战

埃尚汽车作为2025年全新发布的联合品牌，需快速打破市场陌生感，契合“热爱、创进、自信、愉悦”的品牌内核，需通过高情感附加值的社会化行动实现心智破冰。



02. 情感共鸣机遇

宠物经济盛行，在日常生活中给予温暖的陪伴与情绪价值。宠物友好与生命关怀具备广泛群众基础与社交传播潜力的高共鸣议题，为品牌沟通提供了天然的情感入口。



03. 产品功能嫁接点

汽车后备箱的本质是一个“可移动、私密、承载的空间”，这与构建一个“随时待命的移动救助舱”的概念高度契合，为将产品功能转化为社会解决方案提供了绝佳载体。



04. 社会痛点洞察

城市中流浪动物逐年增多，但因缺少专业装备、找不到就近救助站、响应不及时、资源对接低效等难题，导致动物救助意愿无法转化为即时有效行动，充满无力感与遗憾。



价值分析

热爱不止，向善而行：埃尚汽车以公益为桥，让车企责任汇聚社会大爱，反哺品牌价值



热爱不止 向善而行

铸品牌温度

以流浪动物救助的生命关怀，呼应埃尚“守护出行”核心，延伸品牌价值边界，打造差异化温情标签，筑牢市场竞争护城河。

拓精准客群

精准触达养宠人群及动物爱好者，借其强社交属性实现公益内容圈层裂变，低成本提升品牌口碑与声量，铺垫消费转化基础。



车企公益



担社会责任

深度参与高关注度的流浪动物救助，践行企业社会责任，对外树立有担当的品牌形象，对内凝聚员工共识、增强团队凝聚力。

融产业资源

依托车辆、渠道、技术三大产业优势赋能公益，保障项目长效落地；同时将公益理念融入产品创新与运营，构建“公益+商业”的良性循环生态，反哺品牌价值提升。

品牌目标

通过公益场景验证产品核心卖点，绑定有爱心的潜在用户群体，塑造**有温度、负责任**的品牌形象，助力解决流浪动物救助痛点，实现从陌生新品牌到社会价值共创者的认知破局。

品牌形象目标

超越产品功能沟通，塑造埃尚“有温度、负责任、能行动”的全新品牌形象，实现从“陌生新品牌”到“社会价值共创者”关键认知破局。



产品感知目标

在真实的公益应用场景中，自然、有力地验证并展示埃尚A100C在“空间灵活性”、“智能互联性”及“设计人性化”方面的核心卖点。



用户关系目标

与具有爱心和社会责任感的潜在用户群体建立深层情感绑定，构建“埃尚车主=热心守护者”的身份认同，促进品牌好感与忠诚度。



社会价值目标

切实为解决流浪动物救助“最后一公里”的痛点提供创新方案，倡导“领养代替购买”的文明理念，彰显品牌社会责任感。



传播策略

通过 “产品 + 场景 + 用户” 三维联动，将埃尚 A100C 的产品优势转化为公益救助能力，构建全链路流浪动物守护生态，实现新品牌破圈并与用户建立情感纽带。

产品功能公益化

以埃尚 A100C 为核心，将车辆后备箱转化为移动救助站，搭载便携救助箱



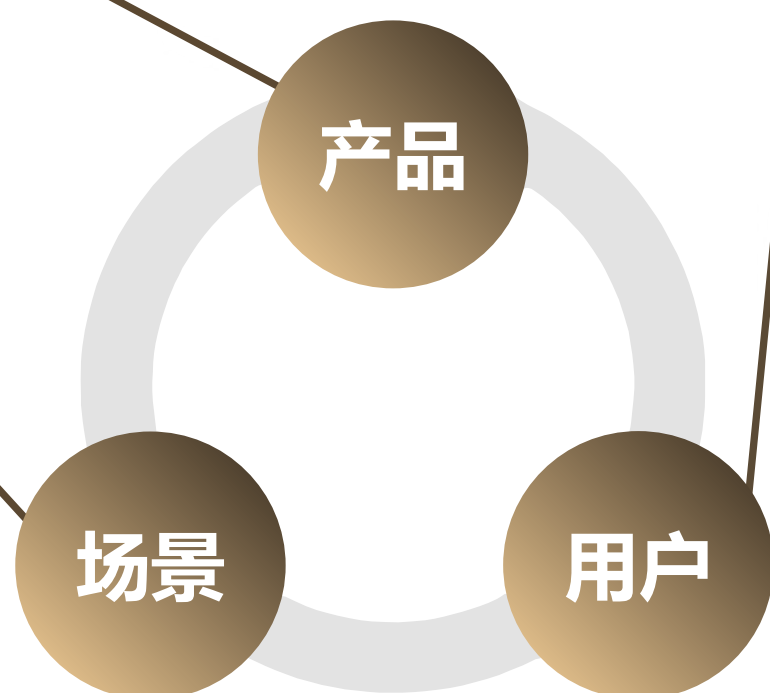
公益行动场景化

联动救助站，依托守护车主小程序配套防水折叠碗、疫苗、包扎工具、防割罐头餐盒等周边，构建落地的流浪动物守护生态



品牌价值情感化

号召车主参与守护行动，以用户参与强化情感联结，推动埃尚快速破圈



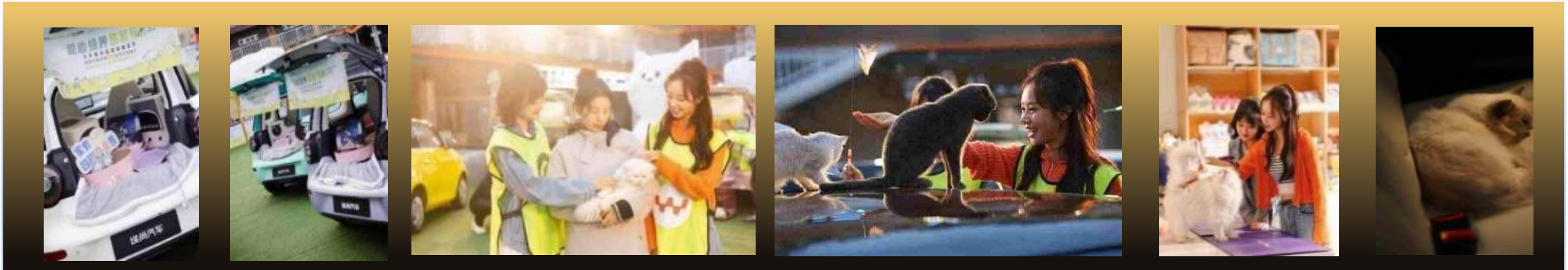
产品赋能——救助硬件定制与落地

埃尚汽车后备箱 = 移动百宝救助舱

为车主及公益机构免费提供定制救助装备，充分发挥埃尚A100C后排一键放平的扩展空间优势，
将后备箱改造为“移动百宝救助舱”，让车型空间**亮点转化为公益救助实效。**

- 折叠隔离笼
- 止血带
- 无菌敷料
- 饮水装置
- 一次性尿垫
- 猫/狗粮

联动救助机构——定制救助装备——利用空间优势——现场指引培训——宠物救助帮扶——互动传播



产品赋能——产品即公益工具

深度挖掘 **车型硬件优势与守护车主小程序**，定制流浪动物救助专属解决方案。

硬件可扩展空间

后排座椅一键放平后，可容纳大型犬只或同时运输多只动物



守护车主小程序

作为连接车主与流浪动物救助的工具，车主可在出行途中发起救助、安置和运输流浪动物、与救助站联系等



让汽车从代步工具升级为“移动爱心庇护所”
实现产品价值与公益价值的深度绑定

产品价值升级



硬件空间赋能救助场景
赋予产品情感温度

公益价值落地



从小众行动 →
大众可参与的日常

持续绑定——用户共创公益生态

发起 **“认证守护车主”** 计划，鼓励车主参与领养市集、义工行动，以车主故事传递品牌温度，形成 **“品牌 + 用户 + 公益机构”** 的共振效应，让公益成为品牌与用户的情感纽带。

品牌

发起认证计划，搭建公益联动平台；联动公益机构落地场景，为车主公益行动提供支持与赋能，传递品牌温度



用户

参与领养市集、义工行动等公益实践；完成认证成为守护车主，分享自身公益经历与暖心故事，带动圈层参与，扩大公益影响力



公益机构

提供领养、义工等专业公益渠道、场景与培训；与品牌共建公益落地机制；联动品牌、车主传播公益价值，扩大公益覆盖面



情绪传播——情感化内容传播

以 **“热爱不止，向善而行”** 为主题，**推出TVC**，聚焦流浪动物救助的温暖瞬间，传递品牌 **“热爱、愉悦”** 的核心精神，引发大众情感共鸣。



埃尚汽车x365+公益文案

在喧嚣的缝隙里
 总有无声的生命等待光的回应
 当后备箱成为移动的庇护所
 埃尚让每一次出发
 都载满对生命的敬意
 从冰冷的金属 到温暖的羁绊
 从独自前行 到共鸣的旅程
 埃尚 让热爱在车轮上生长
 我们相信
 真正的时尚 是低下身为生命铺路
 真正的高尚 是让责任成为本能
 以行动书写品格
 让微光汇聚星河
 埃尚汽车x365+公益
 让热爱向尚 让责任闪光

视频链接: <https://pan.baidu.com/s/1BJ52KZ3HlyS8lVDs5Pa7A?pwd=2i4e>
 提取码: 2i4e

链路设计——全链救助闭环

打造 “**发现 - 救助 - 转运 - 对接**” 全流程解决方案，**硬件**层面提供专业救助装备，**软件**层面通过 “守护车主计划” 解决导航、资源对接、信息记录难题，破解传统救助痛点。

全流程闭环

硬件专业支撑

智能场景赋能



传播矩阵

365+爱宠行动是一个由爱宠人士发起的公益组织，旨在倡导对伴侣动物的恒久责任。

埃尚汽车发布流浪动物救助**痛点短片**，官宣与**365+公益合作**并发布活动核心内容，引发大众对流浪动物救助问题的关注。



微信

公众号发布活动图文、视频号发布流浪动物救助 TVC，依托私域精准触达核心粉丝，传递“领养代替购买”的主张。



小红书

分享市集活动图文笔记和移动爱心舱细节，触达年轻粉丝群体，强化品牌温暖公益调性，带动自发传播与话题扩散。



微博

发布救助 TVC 及市集动态，依托平台社交传播特性，扩大活动声量，凝聚群体共振，传递品牌责任主张。



抖音

发布救助TVC、借助算法精准触达泛用户，提升活动曝光度，让“热爱不止向善而行”的品牌主张触达更广泛受众。



创意执行——领养市集落地

2025年10月16日,埃尚举办流浪动物领养市集, 联动车主自驾参与, 现场展示救助型后备箱及车型空间、安全等核心卖点, 搭建流浪动物领养对接平台, 推广“领养代替购买、绝育代替捕杀”的公益理念。

场景营销
公益联动



价值赋能
车主社群



核心城市全域布局
打造规模化公益市集

车主深度联动
构建沉浸式参与场景

公益场景融合产品展示
直观传递车型核心卖点

搭建专属领养对接平台
实现公益行动精准落地

深度传递公益核心理念
强化品牌价值共鸣

创意执行——车主公益联动计划

发起“**认证守护车主**”招募，组织车主参与流浪动物投喂、救助物资运输、领养市集志愿服务等义工行动，收集车主救助故事，培育核心用户群体，让车主成为品牌公益理念的传播者。

流浪动物投喂

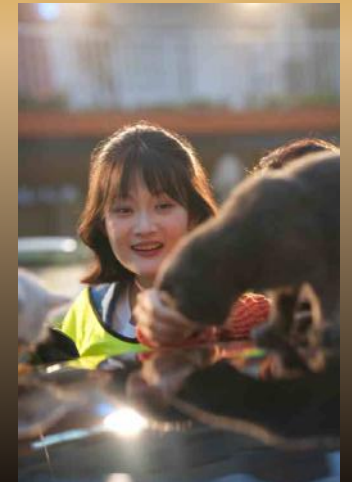
组织车主**开展流浪动物投喂**，规范投喂品类与频次，传递科学关怀理念

救助物资运输

依托**埃尚车型空间优势**，协助公益机构完成救助装备、粮食等物资的安全高效转运

领养市集志愿服务

负责现场救助舱布置、领养咨询对接、公益理念宣讲及秩序维护



创意执行——生态可持续长效共建

携手多方公益力量搭建全域线下救助资源网络，推动“守护计划”公益行动常态化落地，
将暖心守护沉淀为**专属品牌公益 IP**，持续传递品牌温度与社会责任。

资源网络搭建

与 365 + 公益、全国 100 + 家宠物医院及救助站达成长期合作，构建稳定线下救助资源网络

成效传播扩散

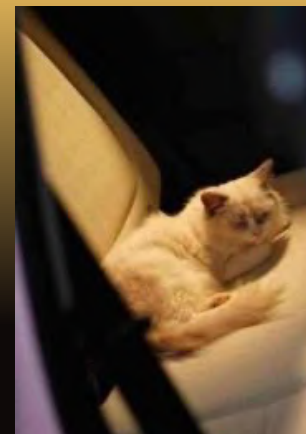
发布流浪动物救助数据报告，总结活动成效，联动媒体宣发，凸显活动社会价值

活动常态化运营

将“守护计划”纳入长期公益体系，实现常态化开展，形成可持续公益模式

公益 IP 沉淀

打造专属品牌公益 IP，深化品牌社会责任传递，强化品牌公益形象与用户情感联结



传播效果

活动全平台曝光量

48万

+

视频总播放量

10万+

企业美誉度同比提升

18%

图文总互动量

70000

线下集市参与人次

2000

守护车主招募

36人

救助流浪动物

300+



项目背景

流浪动物救助面临资源匮乏、管控缺失等痛点，公众救助意愿难转化。埃尚汽车作为新品牌，需打破市场陌陌感，其后备箱空间属性适配移动救助站，可承接公益需求。

项目目标

塑造埃尚“有温度、负责任”的品牌形象，倡导“领养代替购买”的文明理念，展示车型核心卖点，绑定爱心用户并构建身份认同，实现从新品牌向社会价值共创者破局。

传播策略

通过“产品+场景+用户”三维联动，将埃尚A100C的产品优势转化为公益救助能力，构建全链路流浪动物守护生态，实现品牌破圈并与用户建立情感联结。

传播洞察

宠物友好与生命关怀具备广泛群众基础与社交传播潜力，埃尚产品空间属性与移动救助站高度契合；新品牌需借高情感附加值公益行动破冰，解决公众救助意愿难转化的痛点。

策略执行

长效运营：携手多方公益平台搭建救助资源网络，打造专属公益IP。

用户联动：招募“认证守护车主”，鼓励车主参与义工行动。

产品赋能：定制后备箱救助装备，搭建守护车主小程序。

情感传播：通过抖音、微博、微信等矩阵发布 TVC。

场景落地：举办全国核心城市领养市集。

48万+

活动全平台曝光量

10万+

视频总播放量

1万+

图文总互动量

36人

守护车主招募

18%

企业美誉度同比提升

2000+

线下集市参与人次

300+

救助流浪动物

热爱不止 向善而行

♥ 埃尚汽车后备箱守护计划 ♥

