

“东芝小艺术家计划” 公益儿童美育合作

- **品牌名称:** 东芝
- **所属行业:** 家电
- **执行时间:** 2025.11.28-12.12
- **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://view.inews.qq.com/a/20260116V04TBG00?no-redirect=1>

美育 是塑造儿童完善人格的关键抓手，其价值远超越单纯的技能传授，更是留守儿童情感表达、心灵成长的重要出口。然而在我国乡村教育场景中，美育发展长期面临多重困境：专职美育教师缺口大、专业能力薄弱，美育设施设备匮乏，艺术材料短缺，许多乡村孩子缺乏接触艺术教育的机会，内心的情感与梦想难以通过艺术形式表达。

留守儿童 尤其处于6-13岁的人格发展关键期，亲情疏离与表达困境叠加，部分孩子出现心理问题或电子产品成瘾等现象，而美育正是填补这一空缺的有效途径。



- 在此背景下，腾讯新闻联合东芝艺术品家电发起“东芝小艺术家计划”，携手麦田教育基金会“彩虹口袋”项目，以解决乡村美育痛点为初心，整合线上传播与线下实践资源，构建多元化公益生态，让美育的微光照亮乡野童年，为乡村儿童搭建起通往艺术世界的桥梁。

- 通过多方强强联合，实实在在为乡村美育带来改变，构建乡村儿童艺术桥梁
 1. 树立品牌爱心公益社会形象
 2. 传播公益捐赠帮扶内容，引发社会共鸣
 3. 让更多内容触达的用户，参与到乡村儿童美育帮扶的公益事业中

1、精准对接需求，筑牢线下公益根基

- 项目聚焦河南、四川、湖南等乡村美育资源薄弱地区，首批覆盖四省 18 所乡村小学，精准惠及 3338 名学生。东芝艺术品家电直接捐赠价值 50 万元的美育课程与物资，为乡村学校补齐美育硬件短板。
- 依托专业志愿者团队，项目深入三地校园开展差异化线下美育支教：河南洛阳站以黏土手工为载体，引导孩子创作“情绪小怪兽”；四川绵阳站开展手印画、海洋风铃制作等协作类课程；湖南株洲站聚焦“梦想”主题开展星空绘画课。

2、创新线上传播，构建全民参与生态

- 线上端打造立体化传播矩阵，让乡村美育获得广泛社会关注，包括公众号深度推文、系列 vlog、乡村儿童美育纪录片等，发起视频号“寻找小艺术家计划”活动，鼓励网友以镜头记录孩子的艺术创意，添加活动话题并挂载腾讯公益“小红花链接”参与捐赠，活动总播放量破千万，形成强大传播声势。
- 同时打通线上捐款通道，在“东芝家电”微信小程序嵌入腾讯公益捐款入口，将品牌流量高效转化为公益支持，累计筹集善款 17.2 万元，为项目持续开展提供资金保障。

3、链接线下场景，打造公益实践阵地

- 全国 30 家东芝门店同步变身公益空间，创新构建“消费 + 公益”的参与场景。同时在门店设置专属“小红花码”，消费者扫描即可了解项目详情、便捷捐赠，将日常消费场景与公益行动无缝衔接，降低公益参与门槛。
- 此外，项目团队还通过实地探访、回访等方式，跟踪物资使用情况与课程实施效果，

执行动作概览

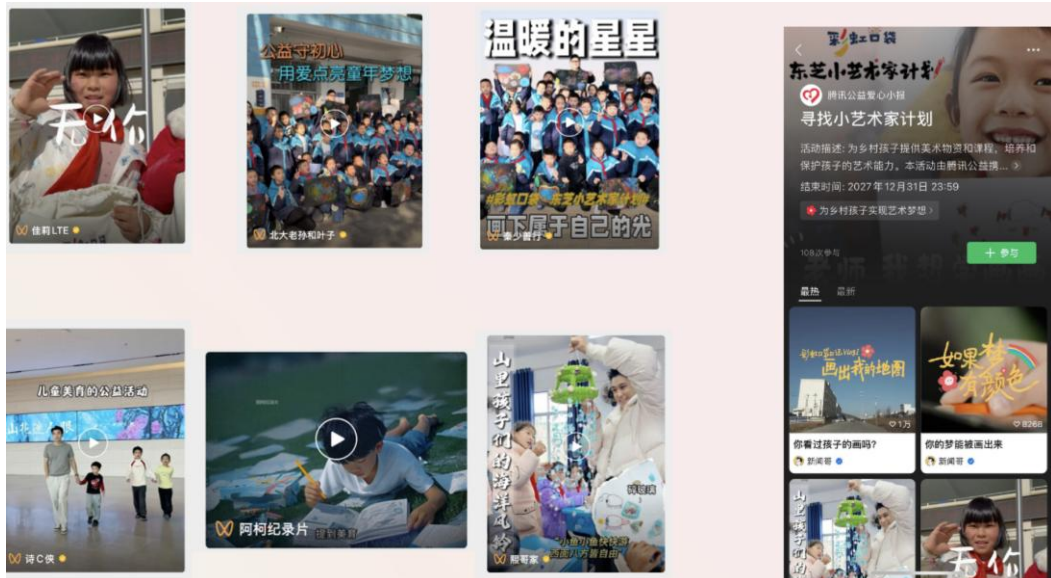
1. 视频号内容传播
2. 公众号内容传播
3. 腾讯公益事件传播
4. 线下店铺联动
5. 三方开展三场线下公益活动，员工参与学生互动捐赠
6. 官央网媒联合转发传播

1. 视频号内容传播:

执行过程/媒体表现



项目周期上线三场线下公益行为记录vlog、一条收官纪录片和一条二创视频。

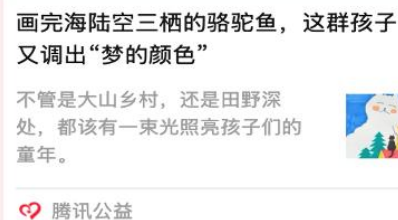


视频号话题活动“寻找小艺术家计划”，6名kol参与，数百名koc自主参与活动

2. 视频号内容传播:

腾讯新闻-新闻哥 (400w 粉丝大号), 新闻哥公众号产出五篇图文, 全流程、多视角记录品牌行动。

腾讯新闻出品公众号、腾讯公益公众号、麦田计划公众号同步转载收官文章。



新闻哥五篇推文
记录品牌行动

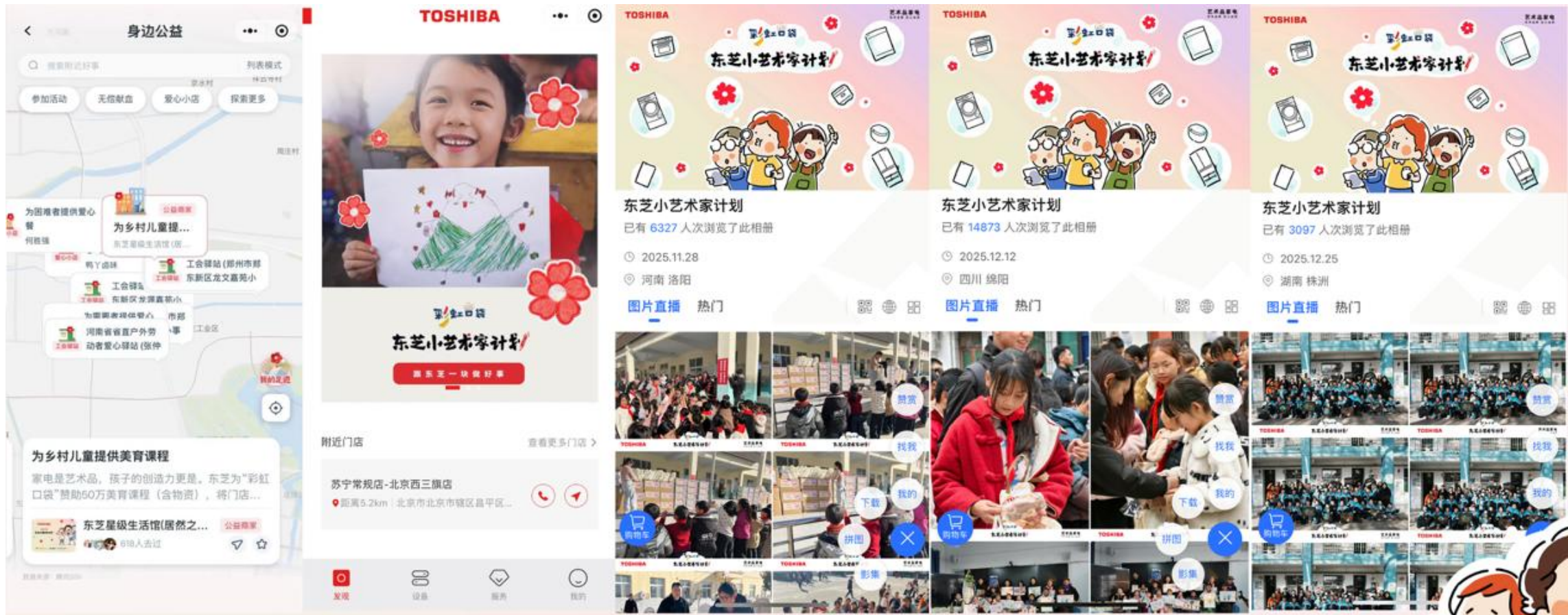


3. 腾讯公益事件传播：

执行过程 / 媒体表现



对内强化东芝品牌公益属性，品牌门店上线腾讯公益爱心地图，打通品牌小程序跳转腾讯公益，线下活动期间云相册直播公益现场，实时展示公益进程



4. 线下店铺联动:

执行过程 / 媒体表现



线下店铺入驻小红花码，建设公益角。河南、四川、湖南三省三十家门店公益改造，建设公益角，植入小红花码，品牌携手消费者“一块做好事”，第一批150份公益周边作为捐赠回馈。



5. 三方开展三场线下公益活动，员工参与学生互动捐赠：

执行过程 / 媒体表现



品牌携手麦田教育基金会“彩虹口袋”项目走进河南、四川、湖南三地学校举办线下公益活动。



东芝小艺术家计划
—守护童真，绘梦前行—

家电艺术品，孩子的创造力乐园。
和东芝一块助力乡村儿童美育，久久做好事。

TOSHIBA 东芝 | 腾讯视频 | 腾讯公益



TOSHIBA 东芝小艺术家计划 / 艺术品家电



TOSHIBA 东芝小艺术家计划 / 艺术品家电

TOSHIBA 东芝小艺术家计划 & 彩虹口袋项目

捐赠学校名单

地区	学校名称	服务学生数量	
湖南	湖南株洲八里小学	332	
	湖南益阳宁乡县实验小学	21	
	湖南省长沙市雨花区跳马镇中心小学	90	
四川	石安镇实验小学	112	
	新金镇实验小学	138	
	香泉镇中心小学	154	
	四川省凉山州会东县会东镇中心小学	610	
河南	郑州市管城区江山路实验小学	299	
	濮阳市华龙区江山路实验小学	101	
	河南省郑州市中原区实验小学	134	
	河南省郑州市中原区实验小学	238	
	信阳市浉河区董家河镇董家河中心小学	47	
	广东	肇庆市高要区高要镇中心小学	151
		肇庆市高要区高要镇中心小学	374
肇庆市高要区高要镇中心小学		150	
肇庆市高要区高要镇中心小学		145	
肇庆市高要区高要镇中心小学	119		
肇庆市高要区高要镇中心小学	123		

全国美育教育品牌学生数量达3338人

6. 央视网媒联合转发传播：

执行过程 / 媒体表现



中国日报、中新网、新浪网、新华网等20家央视网媒发布活动宣传稿，传播品牌公益善行。



1.项目整体传播达成:

截止1月26日,“东芝小艺术家计划”美育项目全网总曝光1.6亿+,企业捐款完成50w,品牌与公益基金发起的一起捐+小红花码累计捐款19.5w元。共计8000人次参与善款筹措。

2.视频传播数据:

A、3场线下vlog,一条收官纪录片和回访视频,累计曝光1200w+,发布于新闻哥视频号、腾讯新闻出品视频、腾讯新闻客户端、央视频和微博,总播放量500万,互动量超30w+

B、“寻找小艺术家计划”视频号活动。6位线上达人围绕公益主题参与活动,近百名素人发布美育相关内容,活动视频累计曝光超470w,互动量14.2w次。

3.公众号稿件传播:

新闻哥公众号产出五篇图文,全流程、多视角记录品牌行动,每篇带捐5w+,客户端同步分发,全网阅读量超100w,腾讯新闻出品公众号、腾讯公益公众号、麦田计划公众号同步转载收官文章,触达2600w+人群

4. 三场三地线下捐赠活动:

三地学校举办线下公益活动,实打实捐赠美育物资(含课程)以及暖冬物资,50万元捐赠辐射18所学校,3338名学生。