

拿什么触动你,陌生人

见习记者 范鹏 实习生 左珊仪



▲今年“十一”,60岁的赵亦沁(右)阿姨完成了最后一次捐血,画师为她记录了这一刻
▶“触动心灵,为爱举手”已举办线下活动22场,一名女白领在等待体检

▲陈可宁与环球小姐共进午餐

▲“触动心灵”公益项目组织白领到山区支教
◀触动传媒出租车屏幕上的“小红人送血袋”小游戏

▲“触动心灵,为爱举手”项目走进企业,伽蓝集团员工排队献血

滚雪球 13万人次留号码

据了解,三年来,“触动心灵,为爱举手”系列公益广告在北京、上海、广州、深圳、杭州和青岛6个城市、5万辆出租车上持续滚动播出。北京、上海两地,有意献血的乘客可以输入手机号预约献血,目前已有13万人次通过互动屏表达了献血意愿。

罗剑表示,与商业广告一样,公益广告的播出也讲究规划。“前两年,每月都会更新一到两条新的视频,每条45秒到60秒。高频率更新是为了提高‘无偿献血’的曝光度。”进入第三个年头,广告更新的频次则转为两个月,侧重点向线下主题活动转移,“比如环球小姐,比如春节期间的《把爱留下来》活动,鼓励人们回乡前参与爱心献血活动。”

除了线上宣传,“触动心灵,为爱举手”也走入企业宣传无偿献血。迄今为止,已举办了22场线下活动,共计600多人在现场献血。活动结束后,企业参与的视频会更新到出租车的互动屏上。

章悛认为,在出租车上做公益宣传,最大

的帮助是扩展了宣传渠道,传播了正能量。“不仅帮我们精确定位目标人群,而且,把企业参加无偿献血的活动‘晒’出来,是对正能量的鼓励和强化。这些都有助于引领大众关注无偿献血。”章悛表示,目前,在出租车上填写了自己号码的乘客到血液中心可走已预约通道。未来,血液中心可能会与触动传媒探索更深入的合作方式,“比如怎样利用大数据管理的方式定向招募献血者。”

播种子 相信总会开花的

章悛介绍,世界卫生组织认为,一个国家要维系医疗系统的正常运行,每一千个人里须有10至30个人捐献血液,这个数字被称为千人口献血率。“目前,上海这个数字接近15。”记者疑惑,这是否意味着上海的血库比较充足?章悛解释道:“10到30的千人口献血率是城市医疗用血保障的‘底线’。尽管近年来上海市的血液募集量总体呈上升趋势,但由于医院扩建、医疗技术进步导致需求增长,上海作为全国的医疗中心,用血需求的增长大于采血量的增长。在一些欧美发达国家和

地区,千人口献血率接近50。”

据了解,目前上海市血液中心在市区范围内有21个献血点,包括13个固定场所和8辆献血车。谈到血液的募集,章悛表示挑战很多。“天气不好、经济放缓、网购普及、流动人口向二三线城市转移、老龄化、社会负面事件,都会直接影响到献血者的招募。”

记者在血液中心门口随机采访了十个路人,一半人表示曾献过血,大部分是集体组织的。一位王先生表示,自己学的是生物专业,知道献血无负面影响,集体献血活动后没有再自行献血,是“因为没有天灾人祸之类的大事发生”。一位从未献过血的李小姐说,虽然担忧献血对身体有害,但“如果有什么事情”,自己也会参与献血。来自四川的胡女士则表示,2003年曾在上海火车站的流动献血车上献过血,“但这十多年一直忙着上班就没有再去”。

“很多人缺乏动因,他们会说你给我一个理由,”章悛说,“说到底这是个人心工程,涉及到政策、文化、教育等方方面面。我们希望在每一个人身上埋下一颗爱的种子,用时间来浇灌它,相信总有一天会开花结果。”

新民图表

制图 叶聆

输送营养、排出代谢产物、抵御细菌侵袭、调节渗透压和酸碱平衡,血液于生命的作用至关重要。但以现代医学之发达,仍未研制出能完全替代血液的人造品。一个人失血需救,必须使用另一个人的鲜血,这两个人往往素昧平生。从彼之血管,到此之心脏,这一腔热血,如何才能流动起来呢?

抽大奖 “赢得”环球小姐

“环球小姐真人比照片看起来舒服,还很有爱心。”今年25岁的陈可宁从事市场工作,不是“思聪”,他的朋友圈里怎会有选美冠军?

去年八月,下班打车途中,陈可宁在出租车内互动屏上看到一则公益短片,“有吕良伟,还有霍尊,呼吁大家无偿献血”,陈可宁说,“没多久我去虹桥路办事,附近就是血液中心,我就顺便去献了个血。整个过程很顺利,护士也很和气。”

此后,常打车的陈可宁又看到一则广告,“献过血的爱心男士,可报名参加抽奖,和环球小姐共进午餐”。他觉得好玩,便填了手机号。“没有想到,竟然中奖了。”陈可宁告诉记者,自己当场“蒙掉”。时隔一年,他对“奖品”的细节仍记忆犹新,“真正午餐要到12月份了,吃的日本料理。环球小姐喜欢小动物,她还问我,献血疼不疼?”

让陈可宁跌破眼镜的是,午餐结束,事情没结束,今年1月,他和环球小姐的视频竟然出现在了出租车上。一夜之间,从北京到杭州,陈可宁被朋友点赞无数,“环球小姐好看吗?”“献血有这么好?”陈可宁说,微信好友里有环球小姐让自己感觉很“潮”。他表示,今年还会再献一次血小板,“因为白血病患儿有需要”。

赶时髦 激发受众好奇心

三年前,触动传媒创始人冯晖中偶然得知上海血液的需求量巨大,便萌生了做献血公益项目的想法,刚巧上海市血液中心和上海市血液管理办公室也在寻找社会资源宣传无偿献血,三方一拍即合。2012年8月26日,“触动心灵,为爱举手”公益项目正式启动。

“约会环球小姐的活动是我们去年做的,反响很好。”触动传媒企业社会责任部负责人罗剑介绍,除了主题活动,项目开展至今,还有超过100位明星为无偿献血站台,“我们请的明星形象必须正面、健康,比如田亮。”

罗剑认为,公益也要有品位。“出租车上的互动屏,受众七成是都市白领。只有时尚、好玩,才能激发他们的认同感。”她向记者展示了一款名叫“小红人送血袋”的小游戏。一辆救护车连着一个巨大的输血袋,上面不断变幻着A、B、O、AB等字样,画面下方则“站”着彩色、有表情的血型们,20秒内,游戏者需要点击相应的血型为救护车里的病人输血,点对一次,拯救一个生命。“与创意的同事讨论后,我们决定使用有趣的方式传递有用的信息,从而吸引更多的年轻乘客来关注无偿献血。”

上海市血液中心采供血部部长章悛表示,血液中心也越来越多地使用好玩、时髦的内容吸引民众,“今年十一我们请了民间艺人为献血者画像,此前我们还做过捏泥人、转盘抽奖、微信小游戏。我们希望引起大家的好奇心,让大家都来关注无偿献血。”献血宣传员诸广宇告诉记者,血液中心也有自己的吉祥物血宝家族,他指着大厅里三个微笑的雕塑介绍,“三个形象分别是红细胞、血小板和白细胞,有自己的中英文名字、星座、喜欢的食物和爱好。这是一位卡通形象设计师友情为我们画的,很有动漫感。”三个雕塑前用中英文写着:感谢您挽救我的生命。