

疫情下的逆行者： 滴滴抗疫司机形象平面广告

- ◆ **品牌名称：**滴滴出行
- ◆ **所属行业：**交通出行
- ◆ **执行时间：**2020.02.20-03.20
- ◆ **参选类别：**内容营销类

项目背景

疫情中期，消费者对于出行行业安全性的担忧，网约车市场低迷，需要一场战役重塑人们对出行安全的信任。

实现目标

通过抗疫司机故事，传递全民一心抗疫情下的品牌价值沉淀，树立滴滴全力保障民生服务出行的品牌主张。

疫情后期，品牌的核心目标是

推动疫情后网约车出行需求复苏

抗疫故事持续传播
持续传递平台防疫举措

强化乘客心智

恢复社会对网约车安全出行的信任

树立滴滴全力保障民生服务出行品牌主张

#党建 #爱国 TO G/C, 爱国敬党, 民族精神

#社会责任感 #可信任 TO C/B, 建立社会信任, 提升品牌好感度, 司机荣誉感

#出行健康保障 TO C, 防疫措施透传, 推动疫情后需求复苏

洞察

在武汉疫情期间，当地人民尽自己的能力为这座城市奉献自己的力量，其中不乏退役军人、坚强的妈妈、汶川地震幸存者，同时也是滴滴平台众多司机中的一员，他们平凡而伟大，默默的扛起抗疫的战旗，为祖国贡献一份力。通过提取代表人物信息，为战疫而坚守在岗位上的付出，强化品牌的可信赖感。

策略

抓取滴滴抗疫司机背后的人物故事，形成抗疫司机群像故事，奋战在抗疫一线的故事不断涌现，感人至深；滴滴出行App端、全国14个头部机场航站楼、航空杂志刊物、摄影与营销垂类新媒体的传播方式，辐射全国出行人群，在其中传播感人至深的抗疫司机故事，传达出滴滴全力保障民生服务出行的品牌主张，强化乘客心智，树立对网约车安全出行的信任。

亮点

创造性地深度挖掘奋战在湖北前线抗疫司机背后的人物故事，诸如“逆行的摆渡人”，描写医护人员出行保障和社区保障；体现滴滴司机的民族品质和中国精神。

抗疫司机故事，是抗疫传播中**最有感染力的抓手**

平台大数据 + 司机群像故事

湖北前线 司机抗疫故事

“逆行的摆渡人”
医护人员出行保障+ 社区保障

体现滴滴司机的**民族品质、中国精神**

疫情期间 全国司机服务故事

社会民生正常运作保障
乘客出行健康保障

树立**负责任的、可信赖的企业形象**

平台大数据 + 司机群像故事

从一线+ 后方保障故事中，综合选取9个维度，进行拍摄及包装。

核心数据维度：抗疫车队总里程数、服务时长、党员司机、退役军人司机、女性司机、乘客致谢、极端天气、社区保障

(画面示意)



光线

- 利用自然光线打造具有层次感的光影质感；
- 使用灯光器材辅助，不影响自然光感的情况下，提升画面质感。

构图

- 横构图为主，竖构图为辅。
- 调度现场环境、场景、人物关系等，打造**有画面冲击力的构图**；
- 司机永远为画面核心，视觉重点。

故事

- 以司机支持疫情的行为，打造故事线，**强化“逆行者”的故事性**；
- 与摄影师沟通故事表现手法；
- 形成故事线框架，强化疫情期间，**在框架内抓人文**；

情绪

- 捕捉职业坚守的瞬间感，**积极、专注、无畏、大爱**；
- 生活画面在真实的情绪表达基础上，传达角色本身在关键时期的故事性。

拍摄策略—逆行者：人物角色画面元素

(展示疫情下，各行各业角色的滴滴司机，阐释职业的使命感)



特写、近景画面

构图：室内环境下 拍摄司机特写/近景镜头。

故事传递：退伍军人义无反顾加入滴滴保障车队，借用道具为载体诠释丰满角色，表达使命感与责任感。

画面：主要以捕捉表达人物表情为主，传达情绪的拍摄。

场景：室内特写

道具：摆正/擦拭军帽、三等功徽章

人物：程科意

拍摄策略—逆行者：通用画面元素

(疫情期间司机的专注，持续接单工作，疲惫但又坚毅的状态)



服务画面（特写、近景）

构图：人与车之间的互动，拍摄司机特写镜头。

故事传递：21年党龄的老党员，只要国家有需求，第一时间从湖北老家赶回武汉，成为滴滴医护保障队一员。

画面：充分体现夜晚环境和疲惫但坚毅满足的人物状态。

场景：室外车内

道具：党徽佩戴、口罩等相关防护措施齐全。

人物：郝军政

拍摄策略—逆行者：通用画面元素

(以疫情期间司机的专注，持续接单工作，保护自己和乘客)



服务画面（近景、中景）

构图：人与车之间的互动，拍摄司机近中景镜头。

故事传递：滴滴司机总是乘客下车后第一时间完成标准消杀，全面保护乘客安全

画面：以人与车互动为主，展现专业态度。

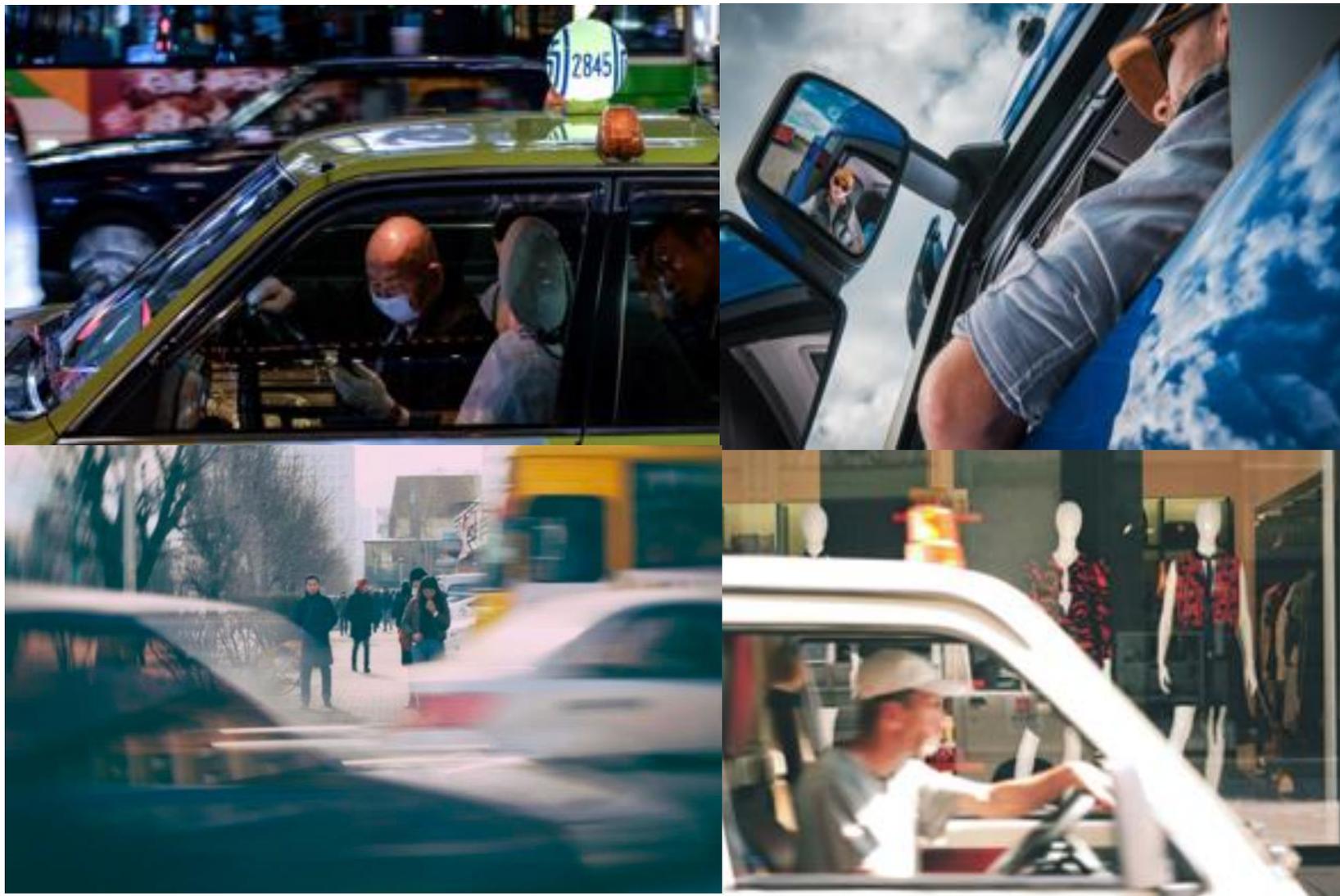
场景：室外车内

道具：口罩、防护服等相关防护措施齐全

人物：王利

拍摄策略—逆行者：坚守城市画面元素

(服务场景为示意，会以司机个人习惯为角度展开)



车行城市（表现滴滴司机坚守城市）

构图：车流中人物呈中景或远景，画面中出现车流等一些元素的速度线，动静结合使画面更生动。

故事传递：为居民提供便捷的出行服务，作为防护队长，帮助居民、车队搬运防护服、口罩等物资。

画面：主要以捕捉人物动势为主，同时也表现了人物的忙碌专注状态。

道具：口罩等相关防护措施齐全。

人物：钟瑶

拍摄策略—逆行者：肖像

(表达情绪为主, 凸显司机个人形象和性格)



构图：以人物为中心的肖像特写

故事画面：突出表现人物性格和积极状态。

道具：口罩等相关防护措施齐全

人物：姜峰

责任肩负 (表现滴滴司机的个人及职业形象)

实施过程

- Step1: 分析疫情状态下网约车出行市场现状
- Step2: 挖掘平台司机背后的人物故事, 产出创意拍摄方案
- Step3: 邀请纪实摄影师前往武汉定向创作拍摄
- Step4: 人物背后故事与画面强关联, 文案辅助视觉呈现, 以小见大
- Step5: 出行媒介、营销媒体精准传播分发

媒介执行

- 图虫营销端: 图虫自有渠道、自媒体、广告营销网站、摄影垂类共16家平台, 辐射广告营销与摄影垂类媒体
- 滴滴营销端: 滴滴出行App端、全国14个头部机场航站楼以及航空杂志刊物, 全方位精准锁定出行人群

“疫情就是战情，
若有战，召必回！”

社区服务保障车队 | 程科意 退役军人



在滴滴平台上总计**12%**的
网约车司机是退役军人，每当
困难发生，他们总能冲在一线。

*本数据来源于滴滴平台真实数据



“想用地震里捡回来的命，
为我爱的城市做点事。”

社区服务保障车队 | 王利 曾亲历汶川地震



滴滴成立社区服务保障车队，
疫情期间总计服务社区居民
超100,000次。

*本数据来源于滴滴平台真实数据，统计截止至2020年3月12日





“国家有难，匹夫有责，
国家好了，我们小家才会好。”

医护保障车队 | 郝军政 退役军人 党龄21年

滴滴医护保障车队已在全国
15个城市，免费接送医务
工作者**超330,000次**。

*本数据来源于滴滴平台真实数据，统计截止至2020年3月10日



“这是为祖国做贡献的机会，
不参加我会后悔的。”

医护保障车队 | 米玉龙

滴滴紧急研发口罩佩戴AI识别
算法，监测出车司机口罩佩戴情
况，识别准确率**超过98%**。

*本数据来源于滴滴平台真实数据



“我也没把自己想得有多伟大，
干也就干了。”

医护保障车队 退役军人 | 翟柏林 (出车前 儿子为其消毒)



滴滴已在199个城市设立线下防疫站，为车辆消毒、发放物资**超300万件**。

*本数据来源于滴滴平台真实数据，统计截止至2020年3月13日



儿子说：“妈妈，
武汉这么大，你行吗？”

医护保障车队 | 何明荣 坚强的母亲



在滴滴平台上有**超过300,000名**女性司机，她们用行动诠释坚韧。

*本数据来源于滴滴平台真实数据，统计截止至2020年1月1日



“因为爱这座城市，
所以我一定要守护好它。”

社区服务保障车队 | 钟瑶 红安人在武汉



疫情期间，滴滴平台收到
近10万名司机的主动申请，
志愿加入医护、社区保障车队。

* 本数据来源于滴滴平台真实数据，统计截止至2020年3月15日

 滴滴出行



“如果需要有人站出来，
那我就必须站出来。”

医护保障车队 礼橙专车队长 | 邓大伟

滴滴在疫情期间陆续在全国
231个城市，为网约车安装
透明防护膜。

* 本数据来源于滴滴平台真实数据，统计截止至2020年3月16日

 滴滴出行

聚合优质内容 多平台 精准分发

摄影爱好者

图虫社区
图虫新媒体

营销媒体

数英网
广告门
梅花网等

摄影垂直媒体

中国摄影家网
中国摄影在线
大众摄影网等

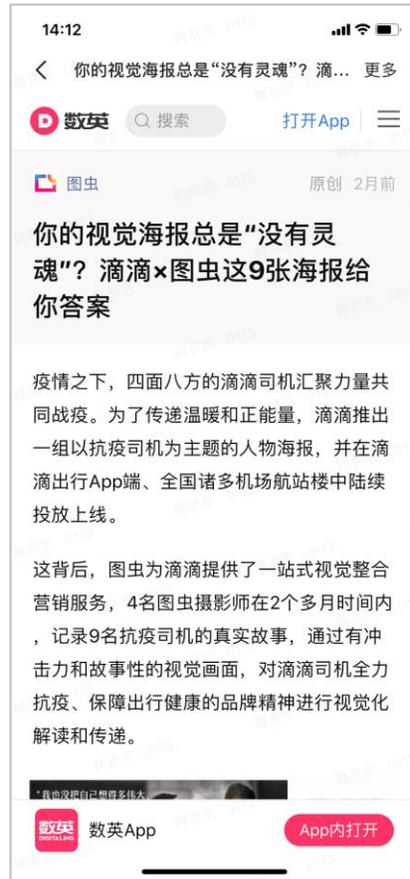
投放渠道覆盖图虫自有渠道、自媒体、广告营销网站、摄影垂类共16家平台，滴滴出行App端、全国14个头部机场航站楼以及航空杂志刊物均有投放。项目总曝光**7580w**，阅读量**156w**



图虫



自媒体类



广告营销类



摄影类

营销文章被**梅花网**首页推荐并被收录到其案例库；项目得到受众广泛关注并获得认可。

