

社会大创意

天与空创始人 / 杨烨炘

这 个 世 界 还 有 很 多 问 题

当今世界面临的14个全球性问题

1, 人口问题

2, 环境问题

3, 资源问题

4, 金融问题

5, 政治问题

6, 恐怖主义问题

7, 核安全问题

8, 能源安全问题

9, 网络安全问题

10, 粮食安全问题

11, 毒品泛滥问题

12, 移民(难民)潮问题

13, 卫生问题

14, 贫困问题

当代中国比较突出的18个社会问题

1, 贫富差距问题

2, 劳动就业问题

3, 婚姻家庭问题

4, 生态环境问题

5, 人口生态问题

6, 留守问题

7, 公共健康问题

8, 医患问题

9, 过度消费问题

10, 网络安全问题

11, 过度加班问题

12, 食品安全问题

13, 食物浪费问题

14, 道德失范问题

15, 教育危机问题

16, 男女平权问题

17, 侵犯隐私问题

每个人，每个品牌，每个组织都需要回应这些问题

小问题成就小人物，大问题成就大人物
小问题成就小品牌，大问题成就大品牌

在不同的历史时期，一个国家和民族都会根据所面临的主要问题而确立所要实现的理想目标，并对个人提出相应的使命要求。
这是每个人，每个组织，每个品牌的生命价值所在。

什么是社会创意？

让创意渗透到社会的每一个角落，参与社会，并塑造社会，以创意手法促进社会进步的作品，我将它称之为社会创意。

社会创意可运用于公益广告创作之中，也可运用于商业广告创作之中。

社会创意可以藉由个人、品牌、组织或政府发起。

由个人发起的社会大创意

A black and white portrait of Hu Shih, a Chinese intellectual, wearing round glasses and a dark jacket. The image is partially obscured by a text box on the left.

社会创意：胡适《大nn主义》



社会问题：清末民初，人们认为女子小脚和平胸才是最美的，于是，女子们都穿上了“小马甲”。将女性的胸部紧紧勒住，虽使女性感到不舒服，可是，却能使女性的胸部看起来较为平坦，达到当时人们的“审美标准”，于是束胸便这样开始了。甚至上海市政府还发布公告，禁止穿着低胸露乳、赤裸胳膊、小腿的服饰或奇装异服，违反者则有牢狱之灾。



社会创意：1919年，胡适在中西女塾毕业典礼上，做了著名的“大nn主义”的演讲，轰动一时。他提出：“没有健康的大nn，就哺育不出健康的儿童！”
演讲中，胡适把“乳房”与“政治”挂钩，大声疾呼：“女性作为母亲，必须有健康丰满的‘大nn’，才能哺育出体格强健的后代，民族才有希望！”



社会成果：“大nn主义”让大众对女性审美的观念迅速发生转变，束胸渐渐不被欣赏，自然、充分发育的乳房为大众接受。其后引发的“天乳运动”最终取得了胜利，妇女解放向前迈了一步。胡适也于1939年和1957年分别被提名为诺贝尔奖候选人。



A black and white photograph of John Lennon and Yoko Ono lying in bed. John is on the left, wearing glasses and a beard, looking towards the camera. Yoko is on the right, with long dark hair, looking towards the camera. They are both wearing light-colored, possibly white, clothing. In the foreground, there are some flowers and a small object on the bed. The background shows a window with a view of a city.

社会创意：列侬 + 小野洋子《床上和平行动》



社会问题：1959年—1975年，越南战争爆发，越战是美国历史上最长、耗资最大、参战人数最多、影响最重大的战争。这场战争从两个国家深化为两大国际政治阵营的斗争，造成近一百三十万的伤亡。

社会创意：1969年3月25日，列侬和小野洋子在阿姆斯特丹希尔顿酒店总统套房，发起了著名的“床上和平运动”。这对夫妇躺在床上整整七天，以反对战争与暴力，那时他们正在度蜜月。



社会成果：成为反战和平运动的重要事件，为此全美各地爆发了大规模的反战示威游行，“要做爱，不作战”成为当年最流行的反战口号，对结束越南战争产生了重要的影响。



**做出创意比想到创意
难1000倍！**

由品牌发起的社会大创意

A middle-aged man with dark hair, wearing a light purple button-down shirt, is captured in a medium shot. He is speaking and gesturing with both hands. His right hand holds a small, dark, rectangular object, while his left hand is open with fingers slightly spread. A small black lavalier microphone is clipped to his shirt. The background is a light-colored wall with several rectangular panels, some of which have the Chinese characters '砸冰箱' (Smash the Refrigerator) visible. A black text box with yellow text is overlaid on the center of the image.

社会创意：海尔《砸冰箱事件》



社会问题：1984年，张瑞敏来到濒临倒闭青岛电冰箱厂。虽然张瑞敏一再向工人们强调遵守质量管理对于企业发展的重要性，但工人们蔑视规则，不遵章守纪的陋习并没有完全改变。



社会创意：1985年，张瑞敏收到一封用户来信，信里说厂里电冰箱的质量有问题。张瑞敏立马带人检查了仓库，发现仓库里400多台冰箱竟然有76台不合格。张瑞敏的心被深深地刺痛了，他意识到是下决心彻底解决这个问题的时候了。

随即他宣布，把这些不合格的冰箱全部砸掉，说着他抡起大锤亲手砸毁了第一台。接着他又说，这些质量不合格的电冰箱是谁生产的，就由谁来砸。见状在场的很多老员工含泪砸掉了自己生产的电冰箱。



社会成果：那一锤一锤的榔头砸毁的不仅仅是有质量缺陷的冰箱，也砸毁了工人们“差不多、能凑活”的旧观念，也正是这一砸，将重视质量、重视细节的观念深深印在了每个海尔人的心中。1988年12月，海尔获中国电冰箱史上的第一枚质量金牌，从此奠定了海尔冰箱在中国电冰箱行业的领军地位。





社会问题：全球博爱尽管是个伟大主题，但其仍然是一个乌托邦构想，摒除仇恨以及抵制仇恨文化是一个远大而现实的目标。贝纳通产品的多元颜色，喻意产品是为来自不同国家、不同肤色的年轻人而设计，用色概念来自种族融和、和平及尊重不同文化和背景。





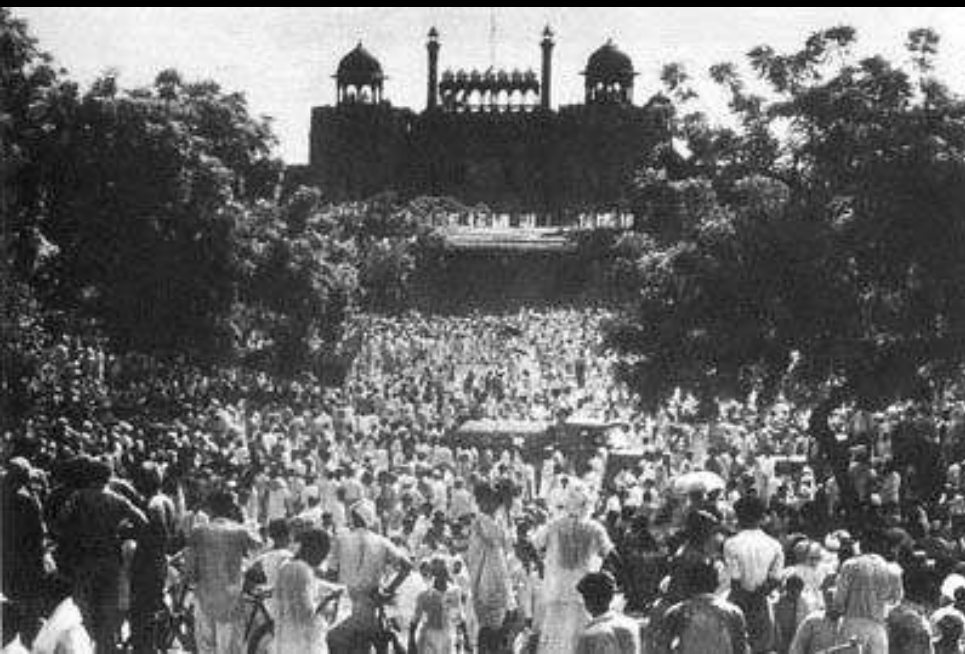
创意无形式，
任何能创造性解决问题的
的都叫创意。

由政府发起的社会创意



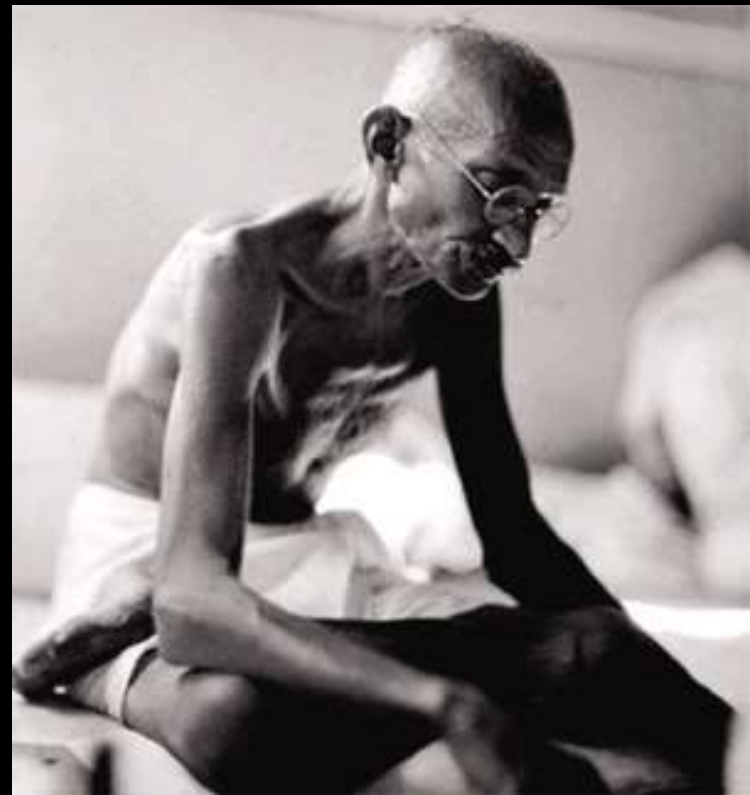
社会创意：甘地《国父绝食》

社会问题：1947年，印度刚独立，因穆斯林和印度教徒的分岐对立由来已久，加之印巴分治的影响，各教派仇恨之火再次被点燃，印度变成了巨大的火药库。

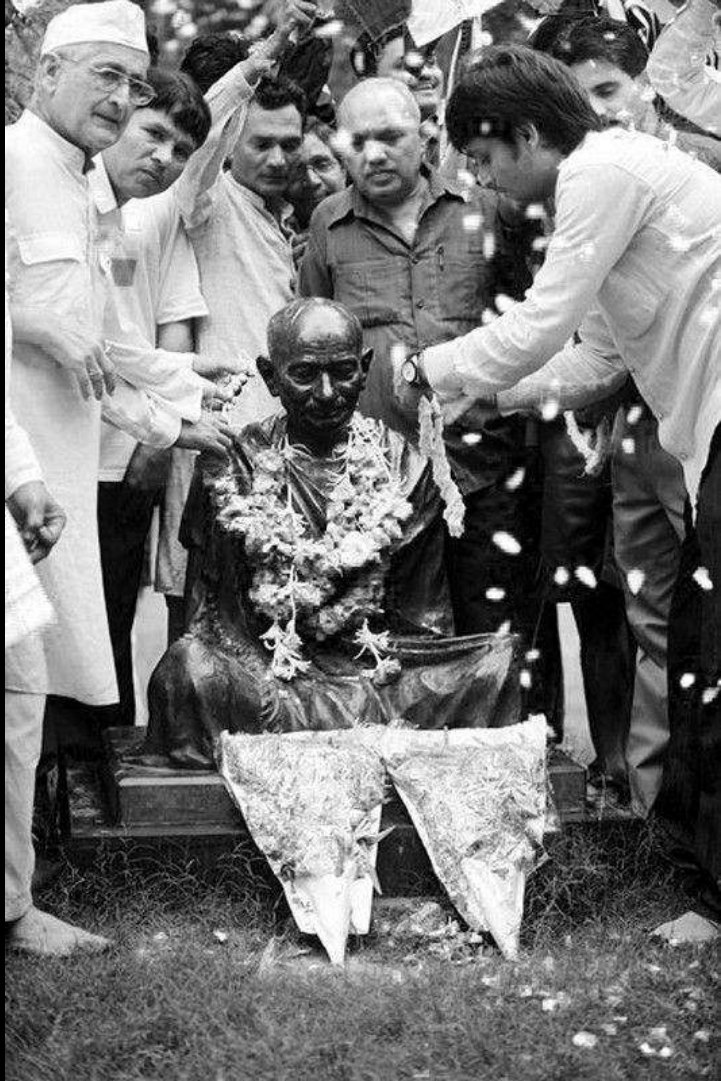




社会创意：1947年9月1日，78岁高龄的甘地蹲在草垫上起草了一份声明：“为了使印度恢复理智，决定绝食，直到生命最后一息”。



社会成果：穆斯林和印度教徒停止了暴行，呼吁恢复印度的秩序与平静，展开民主进程。



**没有撬动社会议题的创
意永远也出不了圈！**



SKII 《相亲角》



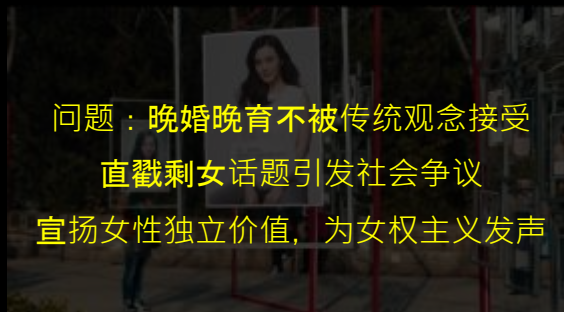
Apple 《三分钟》



腾讯 《一个人的球队》

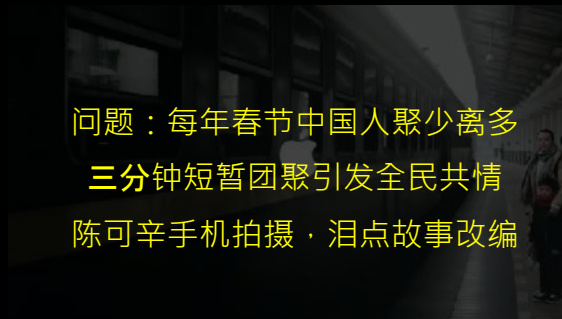


中国移动 《啥是佩奇》



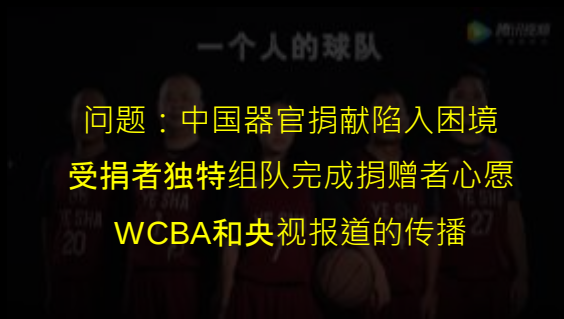
问题：晚婚晚育不被传统观念接受
直戳剩女话题引发社会争议
宣扬女性独立价值，为女权主义发声

SKII《相亲角》



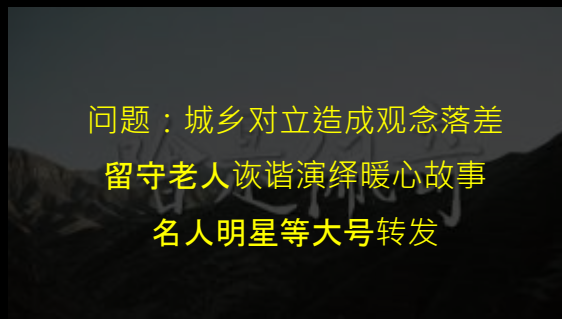
问题：每年春节中国人聚少离多
三分钟短暂团聚引发全民共情
陈可辛手机拍摄，泪点故事改编

Apple《三分钟》



问题：中国器官捐献陷入困境
受捐者独特组队完成捐赠者心愿
WCBA和央视报道的传播

腾讯《一个人的球队》



问题：城乡对立造成观念落差
留守老人诙谐演绎暖心故事
名人明星等大号转发

中国移动《啥是佩奇》



B站《后浪》



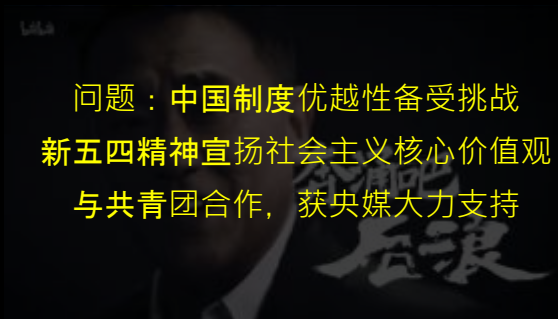
李宁《中国李宁》



招商银行《番茄炒蛋》

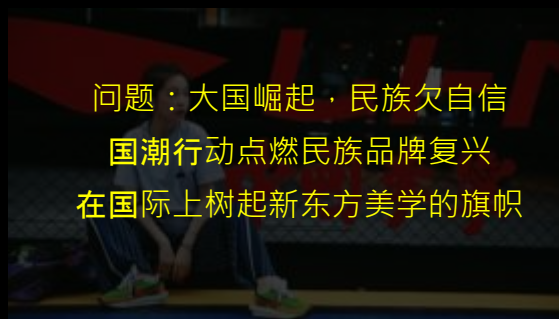


网易云音乐《乐评专列》



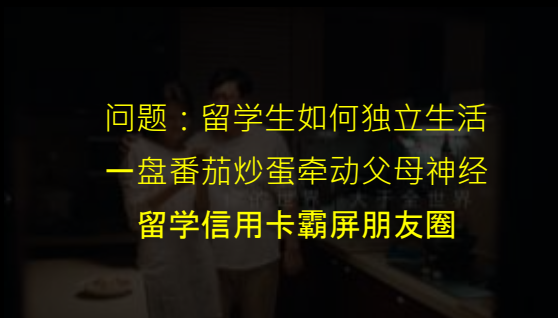
问题：中国制度优越性备受挑战
新五四精神宣扬社会主义核心价值观
与共青团合作，获央媒大力支持

B站《后浪》



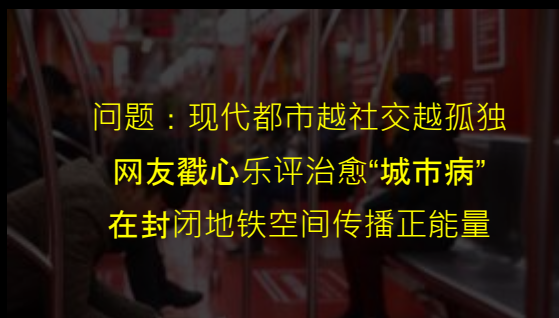
问题：大国崛起，民族欠自信
国潮行动点燃民族品牌复兴
在国际上树起新东方美学的旗帜

李宁《中国李宁》



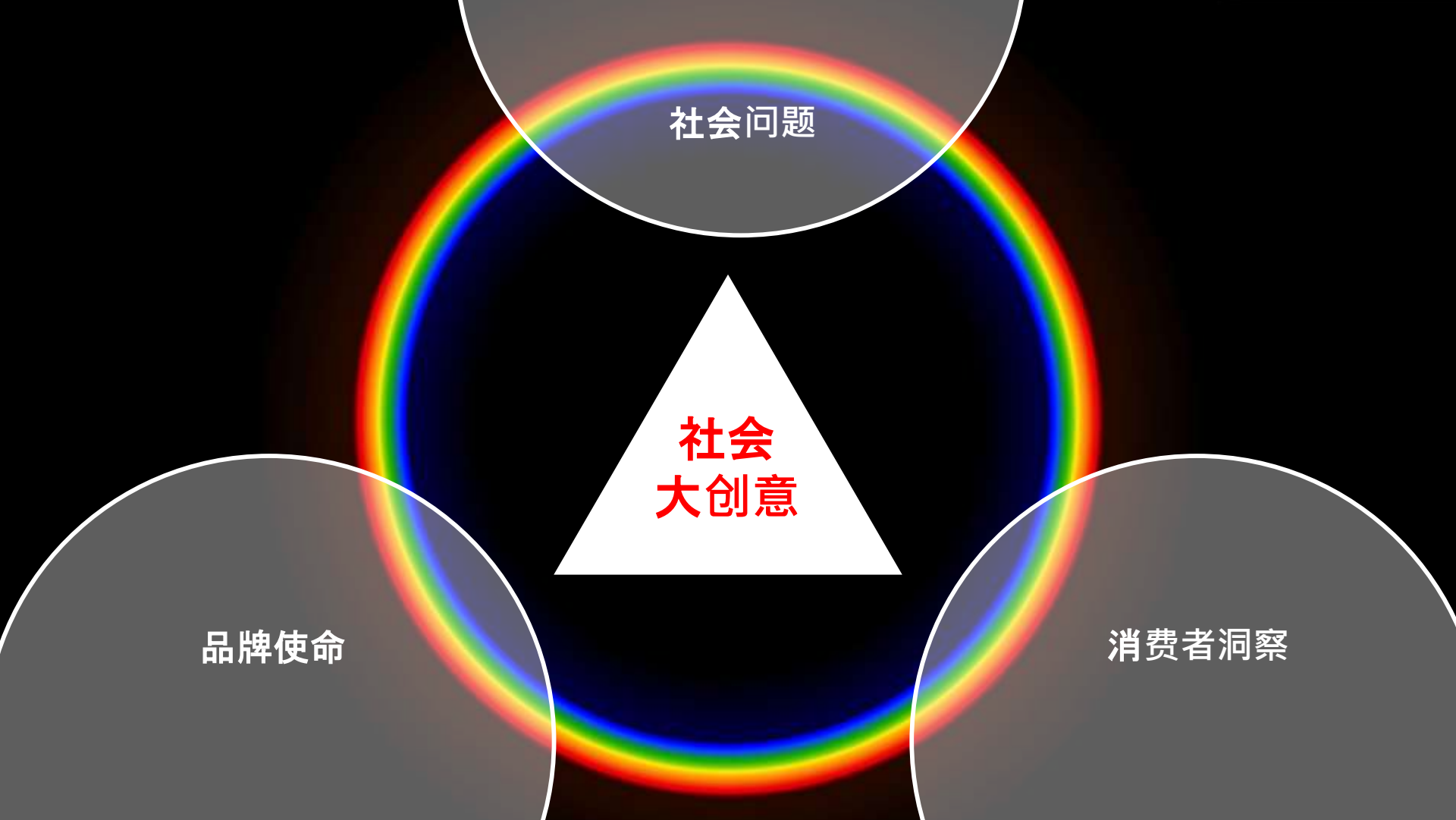
问题：留学生如何独立生活
一盘番茄炒蛋牵动父母神经
留学信用卡霸屏朋友圈

招商银行《番茄炒蛋》



问题：现代都市越社交越孤独
网友戳心乐评治愈“城市病”
在封闭地铁空间传播正能量

网易云音乐《乐评专列》

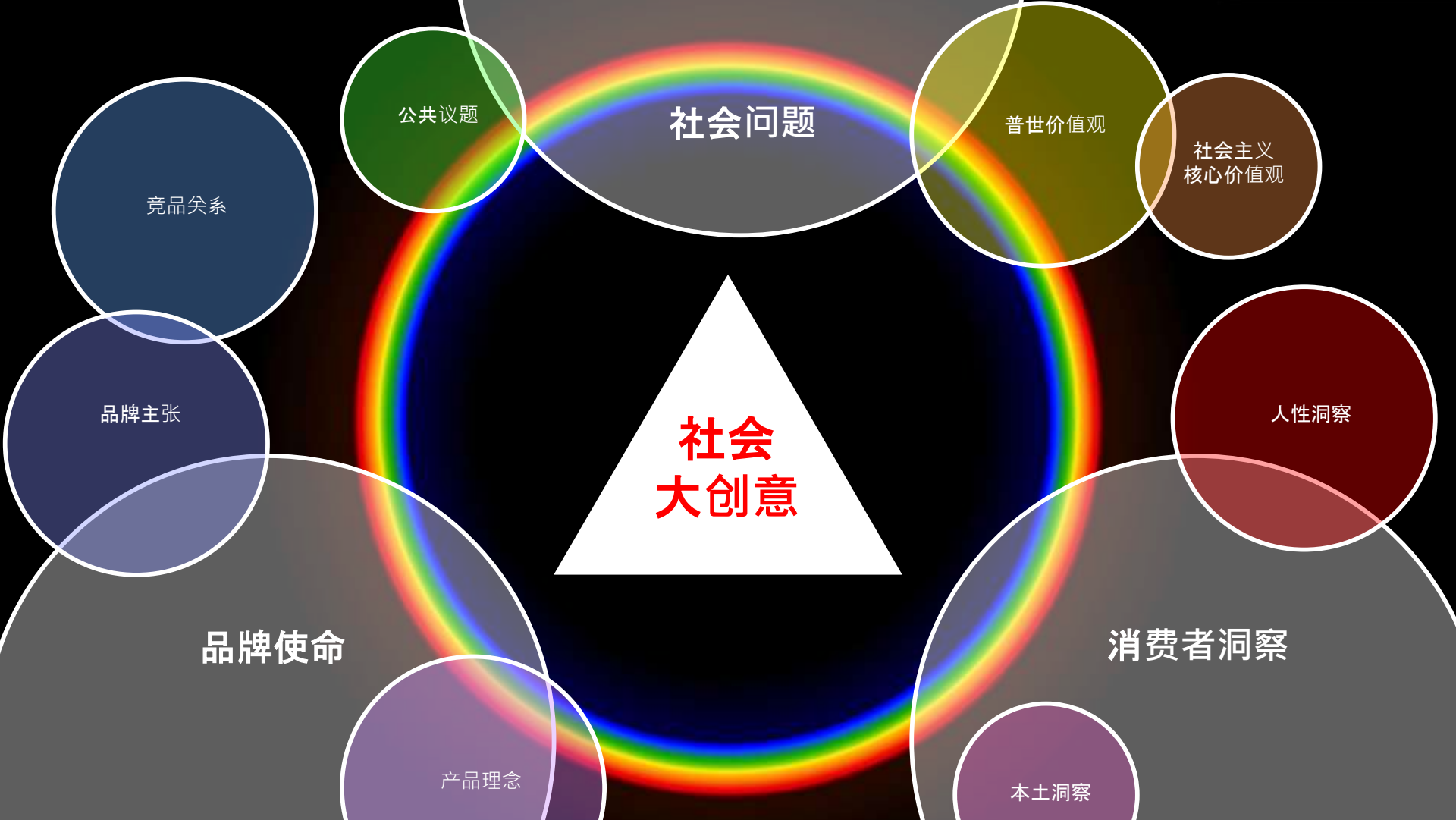


社会问题

社会
大创意

品牌使命

消费者洞察



社会问题

普世价值观

社会主义
核心价值观

人性洞察

消费者洞察

本土洞察

产品理念

品牌使命

品牌主张

竞品关系

公共议题

社会
大创意



百度手机助手《全民道歉行动》



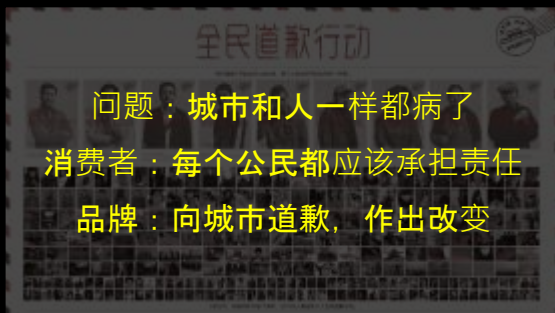
生活家家居《白发家书》



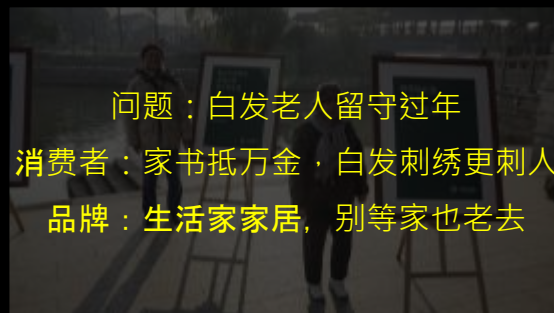
顾家家居《816不加班》



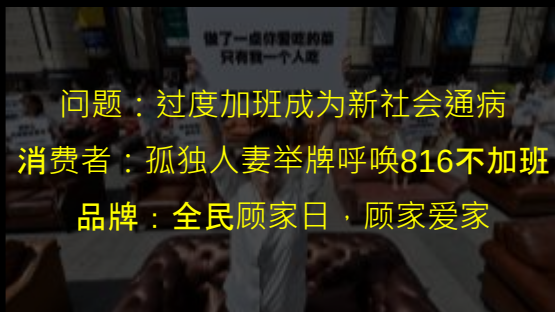
罗莱家纺《柔软计划》



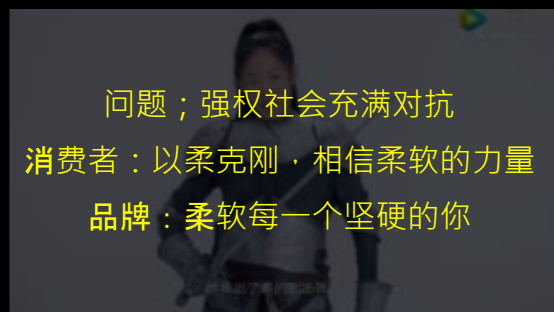
百度手机助手《全民道歉行动》



生活家家居《白发家书》



顾家家居《816不加班》



罗莱家纺《柔软计划》



银联《诗歌Pose机》



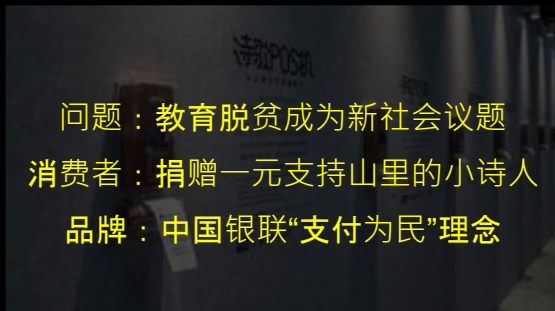
天猫《加油白衬衫》



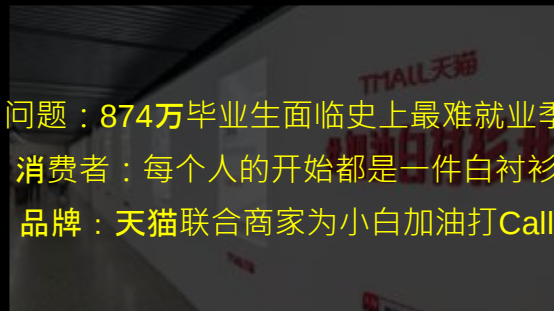
自然堂《支流大学》



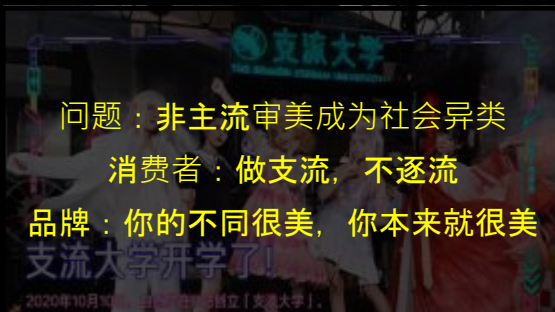
腾讯新闻《为鄂A加油》



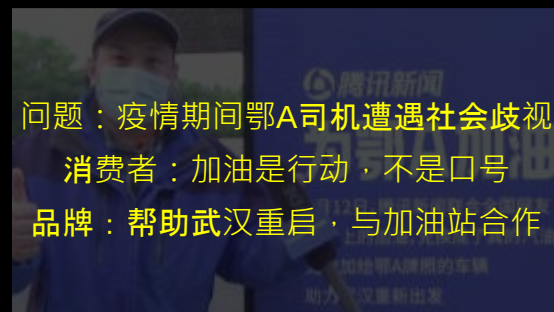
银联《诗歌Pose机》



天猫《加油白衬衫》



自然堂《支流大学》



腾讯新闻《为鄂A加油》

社会
大创意

读书的人有梦可做

只有生活，才有生意

为鄂A加油

加油白衬衫

折扣大学

支流大学

洗衣服，多一步

中国不怕难

奇怪的想法真多

支付就用支付宝

让山里的才华被看见

尽管贪新

一成首付弹个车

饿了么改了一万个名字

不打开APP就支付

飞要自由

我快我鲜说

每一秒都妥妥的

酷后新生

我要上春碗

1.2米艺术展

我不想洗碗

解放双手半小时

有灵感活出彩

一万种，可劲造

今天不说话

先踢为敬

全民道歉行动

我的买手街

816不加班

白饭行动

头顶食物

假装吃大餐

下雨就免单

好事不怕晚

从轻出发

床单电影院

柔软计划

肤色和平

买的漂亮

一起玩大的

一鸭一鸭哟

社会大创意 16步路经

社会大创意 16步路经

- 1, 找到品牌诉求点
- 2, 找到社会问题点
- 3, 找到消费者痛点
- 4, 找到三者之间的共鸣点
- 5, 想无数的创意，继续想
- 6, 一句话能概括的新观点，挑战旧观点
- 7, 文字上要做到一鸣惊人，又要通俗易懂
- 8, 视觉上要有冲击力，有震撼性和艺术性
- 9, 执行上要精益求精，不要脱离原创点
- 10, 和头条新闻对比一下，哪一部分还需精进？
- 11, 是一个行动吗？如何让大家参与？
- 12, 要有追随者，并奖励追随者，成为运动
- 13, 整合线上线下一切传播资源快速引爆
- 14, 制造正方和反方，制造争议
- 15, 有计划，有步骤的持续发酵，维持热度
- 16, 胆量

社会大创意 16个特征

社会大创意 16个特征

单纯性 关联性

戏剧性 原创性

共鸣性 实效性

网络性 通俗性

新闻性 争议性

互动性 观念性

科学性 艺术性

时代性 世界性

社会大创意 30种手法

社会大创意 30种手法

- 1, 夸大社会问题
- 2, 夸大消费者问题
- 3, 夸大竞品问题
- 4, 赞美时代
- 5, 赞美品牌或产品
- 6, 赞美消费者
- 7, 情怀
- 8, 比喻
- 9, 比较
- 10, 拟人拟物
- 11, 幽默恶搞
- 12, 名人素人证言
- 13, 吉祥物
- 14, 神转折
- 15, 魔性洗脑
- 16, 植入式广告
- 17, 示范式广告
- 18, 批判式广告
- 19, 新闻式广告
- 20, 恐吓式广告
- 21, 主旋律广告
- 22, 无厘头广告
- 23, 悬念营销
- 24, 对赌营销
- 25, 饥饿营销
- 26, 体验营销
- 27, 增加产品附加值
- 28, 品牌跨界联合
- 29, 结合公益
- 30, 全民参与行动

社会大创意

天与空创始人 / 杨烨炘