



北京三一公益基金会

“三一学者”分享会(2018 下)传播影响力报告

2018 年 11 月

三一公益基金会研究推广团队及品牌传播团队

项目名称：三一学者分享会（2018 下半年场）

项目编号：

归档日期：2018 年 12 月

归档人：彭鹏

一、背景信息

三一学者分享会，是围绕三一基金会「三一学者」项目展开的 2018 年传播项目。该传播项目全年计划共举行两次，分为上半年场、下半年场。

其中，本次传播活动（下半年场）采用分享会+内容传播的方式，旨在扩大「三一学者」项目在行业内的项目认知度和品牌影响力，并首次尝试以「案例报道」（媒体深度报道）的形式进行面对行业与公众的跨界传播。目标：（1）通过邀请三一学者代表进行研究成果分享，为公益行业展示和提供科学公益实践案例与经验，提升对行业内外科学公益内涵和实现路径的认知；（2）通过成果分享会，聚集和联结媒体、基金会、研究机构伙伴，为推动科学公益和科学影响评估搭建伙伴网络基础。

本次传播活动的内部分工，研究支持团队负责前期策划、主嘉宾邀请、演讲设计、现场执行；公众倡导团队负责前期预热及宣传文案、活动视觉、现场执行协助、后期传播。团队共同完成总结及报告。

二、具体执行情况

（一）线下活动部分

时间：2018 年 11 月 16 日周五 14:00-17:00

地点：圆恩空间（北京市东城区后圆恩寺胡同甲 1 号）

参与对象： 对活动主题感兴趣的公益行业从业者，包括基金会资助官员、操作型基金项目官员、公益组织项目官员、企业社会责任部门项目官员等。

参与名额： 50 人

主要合作伙伴： 陕西师范大学教育实验经济研究所（CEEE）

分享会主题与内容：

1、分享主题：如何进行社会问题的识别？

2、分享内容：

1) “农村学生视力问题的发现与解决——以看清未来项目为例”

分享嘉宾——关宏宇：南京理工大学管理学博士，2016 年加入陕西师范大学教育实验经济研究所（CEEE），任师资博士后。目前研究集中在如何用可持续的方式为农村学生提供高质量的视力保护服务，提高农村学生的学业表现。

2) “优绩优酬：教师激励与学业表现的实验研究”

分享嘉宾——常芳西北大学经济学博士，2014 年加入陕西师范大学教育实验经济研究所（CEEE），任讲师。目前的研究工作集中教师激励和教师培训等教学与教法相关研究项目。

分享会流程：

时长	时间	环节	负责人	备注
5m	14:00-14:05	开场致辞	主持人（待定）	开场，介绍到场嘉宾
10m	14:05-14:15	三一基金会理念及三一学者项目介绍	刘洋轩	
45m	14:15-15:00	研究成果分享	关宏宇	TED 演讲形式：前期 2 次线上沟通，演讲设计师参与指导
15m	15:00-15:15	现场提问	主持人、嘉宾	
45m	15:15-16:00	研究成果分享	常芳	TED 演讲形式：前期 2 次线上沟通，演讲设计师参与指导
30m	16:00-16:30	现场提问	主持人、嘉宾	
30m	16:30-17:00	自由交流		提前准备茶歇

工作周期：

事项	负责人	10月										11月																
		22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1.活动策划&执行																												
分享会整体策划	劳铃茜																											
现场执行策划（报名&执行）	劳铃茜																											
演讲设计沟通	刘洋轩																											
现场执行	劳铃茜																											
2.嘉宾邀请																												
三一学者嘉宾邀请	刘洋轩																											
特邀嘉宾邀请	刘洋轩																											
参与者定向邀请	刘洋轩																											
3.传播计划																												
文案素材	劳铃茜																											
文案撰写	公众教育团队																											
文案发布&渠道转发	公众教育团队																											
新闻稿发布&渠道转发	公众教育团队																											

参与者表现评价：

现场气氛热烈，活动反响较好。观众踊跃提问和记录，演讲者与观众互动较多。观众多关注农村教育问题和有关科学公益理念阐述的问题。

1、分享会带给您的感受如何？				
非常好（5个）	好	一般	不好	非常不好
2.您对分享会的期望是否得到了满足？				
非常满足	满足（5个）	一般	不满足	非常不满足
3、哪些部分您不喜欢，或未来的分享会中值得改进？				
建议尝试扩大宣传力度，让更多的人了解活动				
第二个实验讲得有点草				
时间偏短				
圆恩空间挺凉的，不适合低温天气使用。现场拍照，并未征求过参会者意见。建议增加提示及使用说明环节，并配备“不欢迎拍照”牌，供参会者自主取用。				

活动反馈意见：

反馈问卷设计了 4 个问题，回收了 5 个反馈问卷。其中分享会感受这一个问题中，反馈者都选择了“非常好”这一项。在“您对分享会期望是否得到满足”这个问题中，回答都集中在“满足”，说明我们的分享会情况与参会者的期望还存在一定差距，说明分享会主题和目标受众需要进一步明确。对于“最喜欢的分享会的哪个部分”，80%的反馈提到了科学公益的定义与阐述，说明本次分享会一定程度促进科学公益理念在从业者中的传播。

（二）内容传播部分：

1、内容筹备：

1) 预热推文：根据本次三一学者分享会的项目材料，由公众倡导团队编写分享会活动的预热和招募推文，在 3ESPACE 公众号上发布

2) 报道稿件：

聘请记者出身且熟悉行业的外约撰稿人，提前沟通主题和文章要求；

按照媒体深度报道的格式和要求，提前完成相关采访；

活动现场邀请撰稿人和记者亲临体验、参与观众与主讲嘉宾的互动；

活动结束后结合前期采访素材完成完整的深度报道稿件；

稿件完成后，进行对稿件的审核、进行必要编辑及修改。

2、本次渠道推发：

官方媒体 1 家+行业门户 1 家+大型综合新闻平台 1 家+行业自媒体 4 家
(具体推送情况及数据整理见报告第四部分)

四、投入产出分析

(一) 成本及投入 (略)

(二) 成果及产出

1. 线下活动部分 :

1) 报名情况 (报名表单 : <http://lxi.me/kunpn>)

总浏览数 (PV)	独立用户浏览数 (UV)	表单提交数
126	67 (53.2%)	18 (26.9%)

预计报名 50 人 , 实际报名 18 人 , 现场到达 14 人。人数较少的原因可能是活动举办时间为工作日时间 , 活动的宣传力度不够 , 前期传播力度有限等。

2) 反馈情况 (反馈表单 : <http://lxi.me/4xo11>)

总浏览数 (PV)	独立用户浏览数	表单提交数
-------------	---------	-------

	(UV)	
31	14 (45.2%)	5 (25.7)

预计收集反馈 14 份，实际收集 5 份，反馈人数较少。

2.内容生产部分：

1) 形成预热推文一篇

[《想要孩子学得好，农村教育该如何突围？》](#)

2) 形成媒体深度报道一篇

[《科学公益视野下的“三一学者”项目：投资于人，创造一种新的酷》](#)

3.渠道传播部分：

媒体名称	触达人数	备注
公益时报	35000+	
中国发展简报	1400+	
澎湃新闻	10000+	

社会创新家	1700+	
3espace	380+	
北京三一公益基金会	310+	
爱心公益集结号	15000+	
公益善行	34000+	
微公益一起来	15000+	
新华善举公益	200+	
总计	11 万+	

附：渠道推发情况可视化材料及背景信息

《公益时报》于2018年12月4日刊13版，整版刊登《科学公益视野下的“三一学者”项目——投资于人，创造一种新的“酷”》，触达人数3万5千。

《公益时报》简介：



有十七年发刊历史，是中国基金会年度工作报告发布的指定媒体，行业内资源汇聚的重要平台。《公益时报》由中国社会工作联合会主办，民政部主管，我国目前唯一一份面向社会公益领域的报纸。每期报纸发行量在3万5千左右，发行于民政系统、科研院所、社会组织机构等。

《中国发展简报》：由于三一学者项目的社会价值和文章本身的内容价值，《中国发展简报》主动转载刊登《科学公益视野下的“三一学者”项目，投资于人，创造一种新的“酷”》，触达人数1410。



有二十三年发刊历史的《中国发展简报》以中英双语面向社会发展领域的行动者、公益组织及其在企业、政府和研究机构中的支持者进行传播报道、研究咨询，并提供平台和服务。

澎湃新闻，以《被忽视的3000万中国农村近视儿童》为题目，自发刊登了三一学者分享会的相关内容。该文章曾作为澎湃思想频道的头条文章发布。截至撤稿前，获得400多点赞，评论近百条，单个评



论点赞突破 100。预估总阅读量为过万；新浪等媒体抓去转发若干。（以下截图数据仅到 11 月 30 日中午，稿件于当天傍晚撤除）

社会创新家

活动结束后两周内，[《科学公益视野下的“三一学者”项目：投资于，创造一种新的酷》](#)一文在社会创新家公号首发，引起了行业内对三一基金会及三一学者项目的关注。

科学公益视野下的“三一学者”项目：投资于，创造一种新的酷

原创：常夏中 社会创新家 1周前



社会创新家自 2018 年年初创刊以来引起了公益圈的关注，徐永光、何道峰、陈越光、金锦萍、王振耀等业界知名人士写先后为其撰写创刊贺词。自创刊以来，关注【社会贫困】、【中国农村】、【创新项目】、【公益话题】等方面的内容，其公众号的内容走向、粉丝阅读偏好与三一学者分享会的内容契合度较高。

爱心公益集结号

在新榜公益板块排名中，综合评分第三

公益善行



账号名称	简介	预估活跃粉丝
爱心公益集结号	公益，需要从我做起。只要人人都献出一点爱，世界将变成美好的人间。	173,861
公益善行	关注社会公益热点，传播正能量！	381,799
微公益一起来	关爱多一点，幸福多一点，一起寻找、分享、传递爱。	154,786

平均每篇阅读量在 2-4 万之间，据新榜统计活跃粉丝（有互动性的粉丝）在 38.1 万左右

微公益一起来

平均每篇阅读量在 1.5-3 万之间，据新榜统计活跃粉丝（有互动性的粉丝）15.5 万左右。

五、经验小结

研究团队成员意见：

- 1) 项目设计：①目标逐渐明确，与工作坊的目标群体形成一定区分度；②TED 形式和演讲设计师介入目前相对都比较合适；③后期问卷反馈值得保留，但问题精准度需提升。
- 2) 传播影响力：①主题和内容上与传播密切配合，对形成传播影响力有较好效果；②未来优先考虑全年计划，以及各项目间的资源合力，比如三一学者、行动支持团队等。

传播团队成员意见：

- 1) 引发关注：自从三一学者分享会在社会创新家首发后，很多媒体找到我们，比如中国发展简报、新华善举公益等媒体自动转发这篇文章，

并表示会持续关注三一基金会，这是一个好的信号。

- 2) 介入时间：为了可以更好的了解项目内容，以便做好传播工作，我们希望从项目的一开始就介入和跟进。
- 3) 渠道试点：本次渠道合作发现，行业内媒体普遍缺乏高传播度，需跨界传播、吸纳不同圈层的潜在读者和粉丝，把我们优质的公益项目相关内容推向公众视野。
- 4) 我方首发：未来要争取我方平台作为内容首发，实现粉丝引流。
- 5) 反馈良好：从澎湃新闻、3ESPACE、中国发展简报、社会创新家等公众号和平台得到一些反馈，文章引起社会热评乃至部委关注、大众为三一学者项目叫好、还有一些学者和机构想要参与进来。

品牌与传播总监意见：

本次传播项目是传播团队更新之后进行首次以案例报道和媒体思维，进行「内容挖掘」、「内容传播」的尝试。

总体评价：在内容形成和后续传播方面有所成果，形成了三一基金会所资助的三一学者项目在行业内一定程度的关注度和反响。分析不足在于前期预热配合和现场活动招募上有所欠缺。

1、 工作衔接要有机制

因机构缺乏新人培训的习惯和机制，加之新同事所获取到的知识和内容并不足以支撑一个优质的招募文案的写作（可以与后来的脱口秀优质文案做对比），综合多方面原因，前期招募及现场情况不是很理想。

2、 传播价值要能固化

本次聘请了外部专业的记者按照传播团队提出的主题、结构、思路进行了内容的采写。两个团队配合默契，加上外约撰稿人的专业记者背景和传播团队的内容修改编辑，所产出的媒体报道文章受到好评。采写+头条发布总价格 8000，是优质公号的友情价。缺憾：前期洽谈时候并未足够明确地规定本次合作的内容产出的性质，是为我方渠道进行撰稿，因此我们自己的 3espace 应当拥有优先发布权。由此导致一个现象就是稿件首发于社会创新家公众号。这样对对方形成了一定的引流作用，却对我方渠道削弱了原本应该实现的引流作用。是为经验。

3、 跨界传播要敢突破

外部主流媒体参与，是一件极好的事情。以本次活动为由头，以新闻的方式对三一学者项目的价值进行梳理，进入《公益时报》、澎湃新闻等主流媒体视野，并留有报道，实现了传播价值固化。

澎湃新闻的稿件内容从新闻专业的层面看不存在任何问题，仅仅是对主讲嘉宾内容的忠实记录。标题《被忽视的 3000 万农村近视儿童》具有合理的悚动效应，且并未违背事实。但是由于某些非团队可控的原因，发布一天之后不得不进行联系删稿，本着保护合作伙伴的初衷，我们完成了删稿工作。总结原因，未来要在“新闻稿”与“品牌稿”之间更进一步靠近品牌稿，提升传播的安全性。