



## 北京三一公益基金会

# “益想天开”公益脱口秀传播影响力报告

2019 年 4 月

三一公益基金会公众倡导团队

项目名称：“益想天开”公益脱口秀

项目编号：

归档日期：2019 年 4 月

归档人：张飘雪

## 一、背景信息

益想天开公益脱口秀活动，活动邀请公益从业者、脱口秀专业演员等多方参与，深入浅出、有的放矢地讨论公益议题及社会热点话题，吸引更多民众进行互动参与，进行思想的交流碰撞。

其中，本次活动采用线下脱口秀+线上内容/视频传播的方式，旨在打造一个进行公众倡导的社会议题发声平台，进一步向公众宣传和科普“科学公益”理念，打造热点公益话题脱口秀，以轻松的态度探讨公益话题。促使公众通过此活动了解公益背后的问题，并启发公众的对问题的关注与思考，并进一步传播“科学公益”。

### 活动目标：

#### (1) 提升公众公益意识

通过和现下热门的脱口秀活动结合，进行独特而有引领性的公益演说，进而实现公众的公益意识提升；期望通过活动能够使公益参与者得到有效的意识提升及行为改变，共建充满活力、善意和信任的社会，从而推动科学公益，助力公益实现价值，创造世界真实改变。

## (2) 社会议题多元趣谈

脱口秀尝试传递多元、包容的价值观,提倡辩证和独立思考,打造一个向公众开放的公益议题发声平台,进一步向公众宣传和科普“科学公益”理念,吸引更多民众进行互动参与,进行思想的交流碰撞。

(更多信息请详见附件0)

## 二、具体执行情况

### (一) 线下活动部分

**活动时间：**2018年12月10日(周日)14:00-21:30

**活动地点：**东方梅地亚中心M剧场

**活动标题：**“益想天开”脱口秀

**活动主题：**科学公益

**参与对象：**对公益及脱口秀感兴趣的都市青年群体,各路媒体

**活动预期效果：**活动产出为线下现场演出、线上视频传播、线上活动文案三部分。

预计到场人数为 300 人/场，共计 2 场；全网视频触达人数为 5000000 + 人/期，微博话题关注量为 500000+ 人次。

### 活动合作方背景：

北京脱口秀俱乐部——简称“北脱”：成立于 2010 年，属于“北脱传媒”旗下脱口秀演出平台。是目前北京实力最强、规模最大的脱口秀俱乐部，俱乐部由中国第一批脱口秀元老级从业者共同组建，截至目前举办专场脱口秀演出 3000+ 场，近 1000 多位脱口秀爱好者登上过北脱的舞台，平台目前囊括了北京脱口秀圈所有实力最强的演员和演员。

### 活动主题与内容（具体可参见附件 1）：

活动名称：

“益想天开”脱口秀

活动选题：

公益领域热门议题及社会热点事件

活动嘉宾画像：

每期邀请 3 位脱口秀演员，3 位公益各领域代表人物，嘉宾需对当期话题有深度研究或思考，有明确的观点和态度；需思维敏捷、逻辑清晰的素质，开放健谈。

活动流程设计：

### 1、脱口秀环节：

首先主持人进行活动主题介绍及演员介绍，以及简单热场；

然后，6位脱口秀嘉宾依次针对社会热点议题，表述主题观点，并结合脱口秀形式进行演说；期间进行一些相关案例进行调侃吐槽（主题、观点及案例由嘉宾讲述，北脱进行艺术加工）。

3位公益KOL及3位脱口秀演员依次交替上场，脱口秀演员阐述主题分别与公益KOL阐述主题对应一致。

### 2、惊喜嘉宾环节：

邀请一位公众影响力较高的嘉宾进行压轴表演，并进行主题升华。

### 3、互动交流环节：

就当期的公益热点进行讨论交流，并选取2~3位现场参与者就当期话题进行1~2分钟的话题互动交流（此环节提前确定互动人员）。

**工作周期**（具体可参见附件2）：

事项	负责人	十月											十一月																									
		15	16	17	18	19	22	23	24	25	26	29	30	31	1	2	5	6	7	8	9	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24				
活动策划定稿	张飘雪																																					
传播方案及传播物料确认	张飘雪																																					
传播渠道确认	彭鹏、王阳																																					
各团队沟通对接	张飘雪、北脱																																					
活动嘉宾确定	王阳																																					
活动VI沟通确认	张飘雪、北脱																																					
活动文案撰写	孟蕾																																					
活动文案发布	孟蕾、北脱																																					
嘉宾对接交流	张飘雪、北脱																																					
内容初稿拟定	孟蕾、北脱																																					
设计物料制作	北脱																																					
嘉宾排练指导	北脱																																					
活动现场招募宣传	孟蕾、北脱																																					
活动志愿者招募	张飘雪																																					
嘉宾内容确认	王阳、北脱																																					
活动渠道传播预热	彭鹏																																					
活动执行流程确认	张飘雪、北脱																																					
活动物料准备确认	张飘雪、北脱																																					
活动流程彩排	张飘雪、北脱																																					
活动来宾邀请	张飘雪																																					
活动现场布置	全体																																					
活动执行	全体																																					

## （二）内容传播部分：

### 1、内容筹备：

- 1) 预热推文：根据本次活动相关资料，由公众倡导团队编写活动的预热和招募推文，并在 3ESPACE 公众号上进行首推发布
- 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；

活动现场邀请撰稿人和记者亲临体验、参与脱口秀现场活动；

活动结束后结合前期访谈及现场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、渠道推发：

官方媒体 7 家+行业门户 3 家+新媒体 5 家+纸质媒体 3 家+视频平台 2 家+活动平台 1 家+其他二次传播力量

( 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

1、费用 ( 略 )

### ( 二 ) 成果及产出

1.线下活动部分：

1 ) 报名情况

总浏览数 ( PV )	独立用户浏览数 ( UV )	表单提交数
9839	4140	236

实际报名 236 人，现场到达 597 人。报名人数较少原因可能是由于活动举办时间为周日晚上，受第二天工作日影响；且活动前期传播力度有限等。

## 2.内容生产部分：

### 1) 形成预热推文三篇

[我们搞了一个场子，让脱口秀这次『益想天开』](#)

[让 Ta Ta Ta 掐起来的是一个单独的句子，不是一个故事](#)

[这周日 15：30，请跟我们一起『益想天开』](#)

### 2) 形成媒体深度报道二篇

[谢谢你，温暖了我最后的 2018](#)

[2018 最后一场公益脱口秀：人间值得](#)

## 3.渠道传播部分（具体可参见附件 3）：

渠道名称	触达人数	备注
脱口秀现场	600	
活动行	1.5 万	<a href="https://www.huodongxing.com/event/5467778772500">https://www.huodongxing.com/event/5467778772500</a>
爱奇艺	约 400 万	“益想天开”的爱奇艺最高热度值为 1451（可对标《国家宝藏第二季》）



		2924, 《上新了故宫》 2243。) <a href="https://www.iqiyi.com/v_19rqt4qxzs.html">https://www.iqiyi.com/v_19rqt4qxzs.html</a> <a href="https://www.iqiyi.com/v_19rqp9otn8.html#curid=1764155000_859bdf81721410a34849d185ef561b9f">https://www.iqiyi.com/v_19rqp9otn8.html#curid=1764155000_859bdf81721410a34849d185ef561b9f</a>
抖音	170 万	<a href="http://v.douyin.com/6LyBvW/">http://v.douyin.com/6LyBvW/</a> <a href="http://v.douyin.com/6LAbcb/">http://v.douyin.com/6LAbcb/</a>
3ESPACE	8018	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/DQMgDtw7xtsOywupDjsLSQ">https://mp.weixin.qq.com/s/DQMgDtw7xtsOywupDjsLSQ</a>
搜狐公益	4000	<a href="http://www.sohu.com/a/280883960_115864">http://www.sohu.com/a/280883960_115864</a>
新华网	3000	<a href="http://www.xinhuanet.com//gongyi/2018-12/11/c_137665854.htm">http://www.xinhuanet.com//gongyi/2018-12/11/c_137665854.htm</a>
公益时报	3.5 万	<a href="http://www.gongyishibao.com/html/qiy_eCSR/15710.html">http://www.gongyishibao.com/html/qiy_eCSR/15710.html</a>
公益中国网		<a href="http://gongyi.china.com.cn/2018-12/18/content_40616942.htm">http://gongyi.china.com.cn/2018-12/18/content_40616942.htm</a>
中国慈善家		<a href="http://www.philanthropists.cn/2018/12/1/6242.html">http://www.philanthropists.cn/2018/12/1/6242.html</a>
慈善公益报	10 万	传统纸媒, 半版
北辰青年	2773	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/zoN81so_oLTgjittwsG5WQ">https://mp.weixin.qq.com/s/zoN81so_oLTgjittwsG5WQ</a>

北京脱口秀俱乐部	4849	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/bPIRixh5WkH4DJ1AIHsxA">https://mp.weixin.qq.com/s/bPIRixh5WkH4DJ1AIHsxA</a>
世青创新中心	5838	<a href="http://www.sohu.com/a/283802923_120051174">http://www.sohu.com/a/283802923_120051174</a>
凤凰新闻大风号		<a href="http://wemedia.ifeng.com/90181031/wemedia.shtml">http://wemedia.ifeng.com/90181031/wemedia.shtml</a>
<b>总计</b>	<b>585.5 万</b>	此数据为不完全统计，二级传播中自行转载暂不计入

附：渠道推发情况可视化材料及背景信息

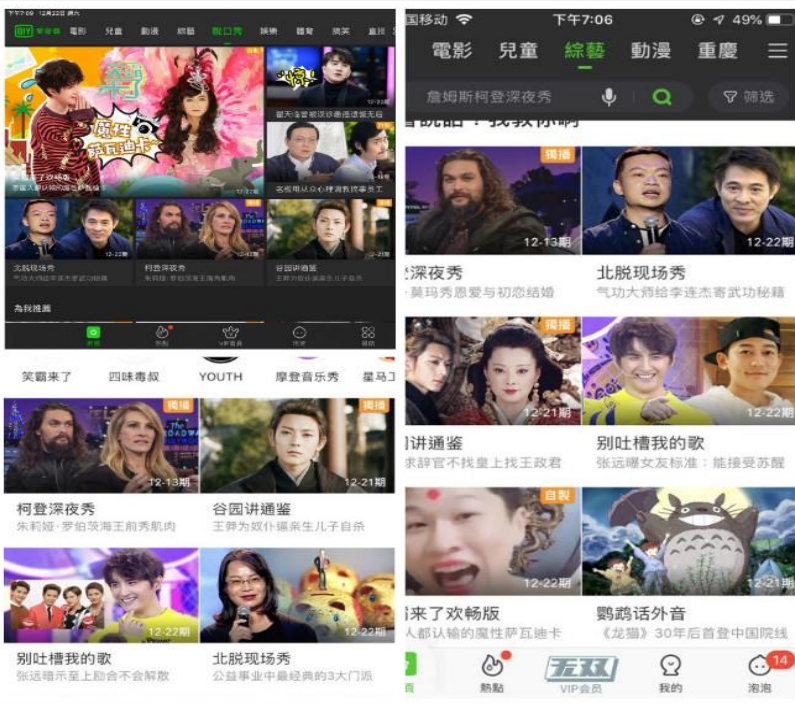
1. 爱奇艺：益想天开脱口秀从预热到视频在爱奇艺 PC 端和移动端脱口秀首页上线，触达人数在 400 万左右。“益想天开”的爱奇艺最高热度值为 1451（可对标《国家宝藏第二季》2924，《上新了故宫》2243。）

注明：①相比简单粗暴的观看量累积，热度值是一个多维度的考察指标，相对客观的反应内容受欢迎程度。热度值从视频上线 24 小时内，30 天内的观看行为、互动行为、分享行为等维度综合考核上线视频。②从 2018 年 9 月开始，爱奇艺视频平台用热度值代替点击量，本次“益想天开”脱口秀的点击量，可参考同一节目即 2017 年北脱现场秀的点击量，数字在 400 万左右。

娱乐搞笑



脱口秀：能聊会聊出口成章





新闻 NEWS

要闻 | 国际案例 | 社会创新 | 人物自述 | 企业CSR | 视频 | 年检报告 | 公益资讯 | 政策法规

“益想天开”脱口秀上演 用轻松的方式宣传“科学公益”

2018-12-19 来源:公益时报 作者:徐辉



近日,“益想天开”脱口秀在东方梅地亚中心M剧场举行。“益想天开”公益脱口秀节目由北京三一公益基金会(以下简称“三一基金会”)与北京脱口秀俱乐部联合推出,旨在打造一个进行公众倡导的社会热点议题发声平台,以“轻松不烧脑”的方式探讨公益话题,进一步向公众科普和宣传“科学公益”的理念。

公益既是它自己,也有它背后的一群人。“益想天开”脱口秀以“公益人也接地气儿”为主题,邀请6位来自公益行业的资深嘉宾、幽默“自high”的脱口秀喜剧人以及更多关注公益的人一起加入。

这是公益慈善行业与脱口秀界的首次联手。公益行业在努力集合社会资源,削有余而补不足,而脱口秀演员则是想方设法,竭尽所能地逗人发笑。两者有着异曲同工之妙,那就是都希望为大家带来幸福与快乐。

本次脱口秀活动分为上下两场,每一场分别由三位公益圈的资深公益人和三位脱口秀演员先后登台。公益人为广大观众朋友们做一个简单的科普,比如说公益行业到底是怎么一回

## 五、经验小结

团队成员意见：

- 1) 引发关注：脱口秀活动在 3ESPACE 首发后，很多媒体找到我们，比如中国发展简报、新华公益、凤凰新闻大风号等媒体自动转发该活动，并表示会持续关注三一基金会，这是一个好信号。
- 2) 嘉宾选择：为了呈现出更加贴近公众视角的活动内容，建议从一线公益从业者入手，挖掘更多落地项目的案例和故事，更加吸引观众。
- 3) 内容把控：本次活动为跨界合作的初次尝试，同脱口秀演员的合作方面应进一步把控内容，在探索幽默有趣方式的同时，将科学公益的理念和内容进行有机结合。
- 4) 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受众和粉丝，把我们优质的公益项目相关内容推向公众视野。
- 5) 多元传播：本次进行多元渠道探索，从视频平台、网络媒体到自媒体传播，从各矩阵发现不同受众的需求，进而进行相应的宣传模式。
- 6) 反馈良好：从 3ESPACE、爱奇艺、抖音、搜狐公益、北京脱口秀俱乐部等公众号和平台得到一些反馈，文章引起社会热评乃至社会各界人士的关注，公益行业从业者表示此项目是公益界的创新行为，还有一些学者和机构想要后续参与进来。



## 品牌与传播总监意见：

该项目是三一基金会公众倡导团队升级过程中，克服种种困难，坚持执行完成的一个传播倡导类公益项目。新团队的努力和执行力值得肯定。

- 1、 该项目是中国公益行业首次尝试以脱口秀的方式、直接面向公众进行公众教育、公益常识科普和公益故事传播，具有很强的创新性。
- 2、 该项目目标在于影响更广泛的公众关注公益，传播影响力指标超过预期，成倍超过集团年初确定的相关 KPI。
- 3、 不足：现场脱口秀专业演员对公益行业知之甚少、这部分内容准备不够充分，导致现场呈现时，脱口秀演员与专业的公益人相比，内容弱、有观众因此而流失。视频节目的拍摄和制作水准有待提升，这取决于合作方所选择的合作方，在未来，所有合作方最好能够由基金会传播倡导团队直接选定，尽量避免不可控因素。