



## 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）：



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_oLTgiittwsG5WQ">https://mp.weixin.qq.com/s/zoN81so_oLTgiittwsG5WQ</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

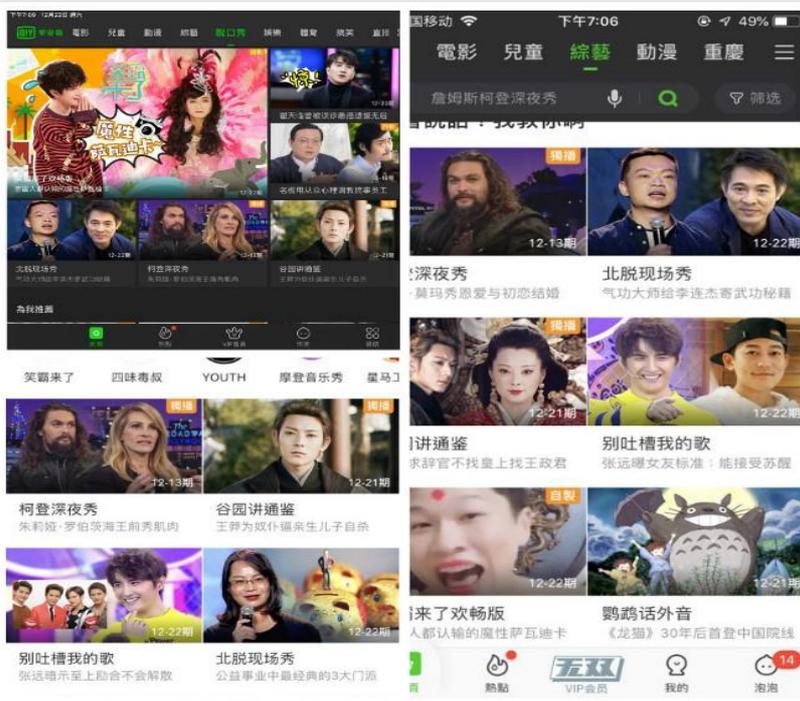
1. 爱奇艺：益想天开脱口秀从预热到视频在爱奇艺 PC 端和移动端脱口秀首页上线，触达人数在 400 万左右。“益想天开”的爱奇艺最高热度值为 1451（可对标《国家宝藏第二季》2924，《上新了故宫》2243。）

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”的单口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。