



## 社团、项目的品牌推广论坛纪要

**论坛主题：** 社团、项目的品牌推广

**论坛关键词：** 整合资源、新媒体、影响力、效果评估

**论坛时间：** 2011/12/3 下午 14: 20-16: 40

**参会人数：** 48 人

**论坛地点：** 华南师范大学大学城校区教学楼 5-204

**论坛主持：** 绿点 游路西

**主讲人：** 华南理工大学传播学院 齐莉莉

拜客·广州 陈嘉俊

**论坛记录：**

一、主讲人：拜客·广州陈嘉俊

### Part1

1、**观看视频**（视频是关于拜客做什么，介绍“牛肉干”行动：自行车道被占->拜客人争取，并号召群众加入到绿色出行的行列中）->以自行车出行的方式推动环保（绿色出行、低碳）

2、**自由提问**——主讲人对与会者提问，询问为何来参加此次会议，答案有：如何评估效果，推广途径有哪些，何为品牌

### Part 2

#### 1、品牌

Question:

(1) 为什么要品牌

2、如何让人记住你的品牌，或者说为什么要做宣传

回答:做宣传是为了让人记住你，做宣传只是手段，达到目的才是根本。

宣传是因为我们需要为人知，需要推广我们的理念，而后去影响人，改变人

## 2、传播：

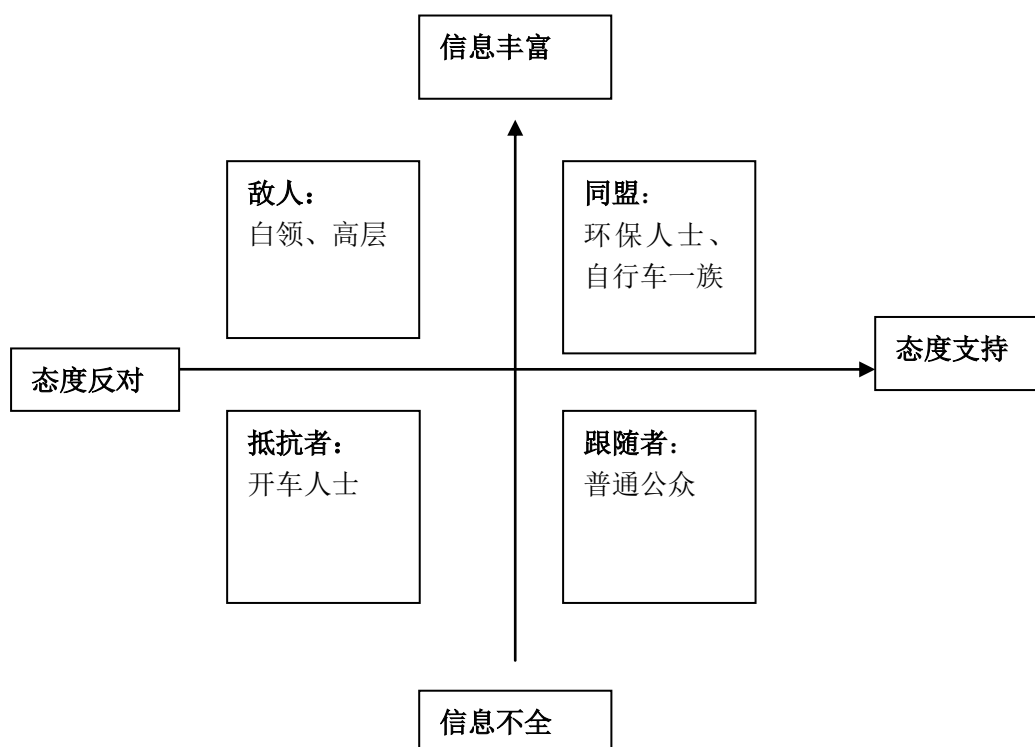
对象 who，内容 what、方式 how

(1) 对象：确定宣传对象时常用的两种工具：

工具 1：态度信息分析图像（根据图中信息确定宣传对象，采取不同的宣传策略，并根据对象确定努力的方向及我们的改变目标）

按态度可分为四类：同盟，跟随者，抵抗者，敌人

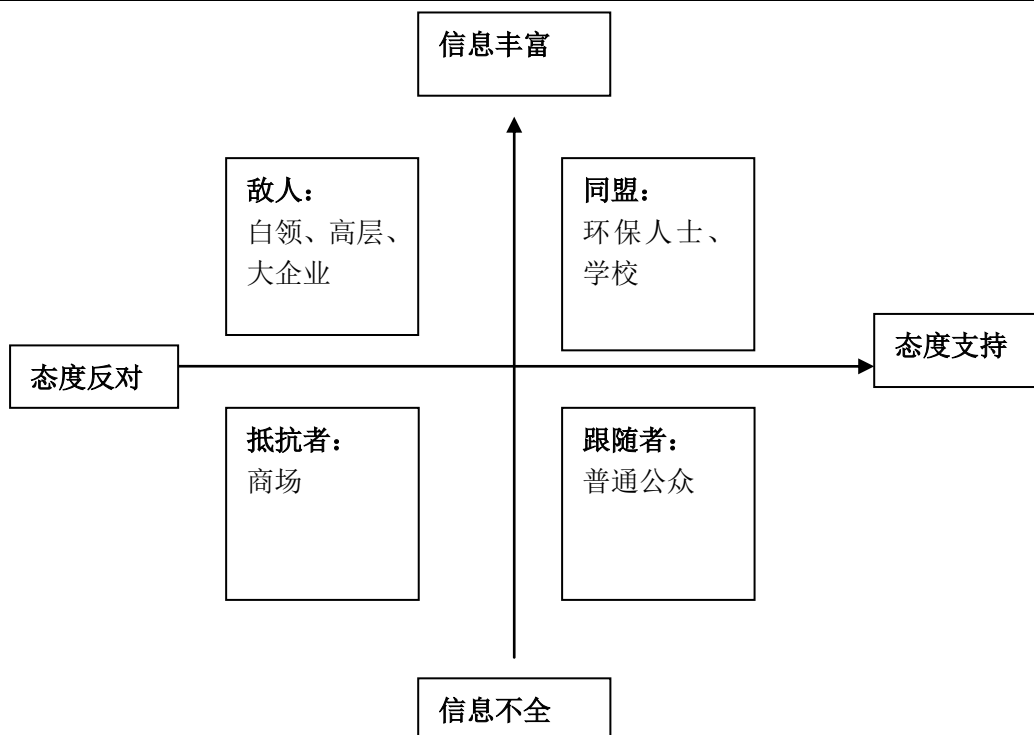
案例分析：拜客广州



### 分组练习

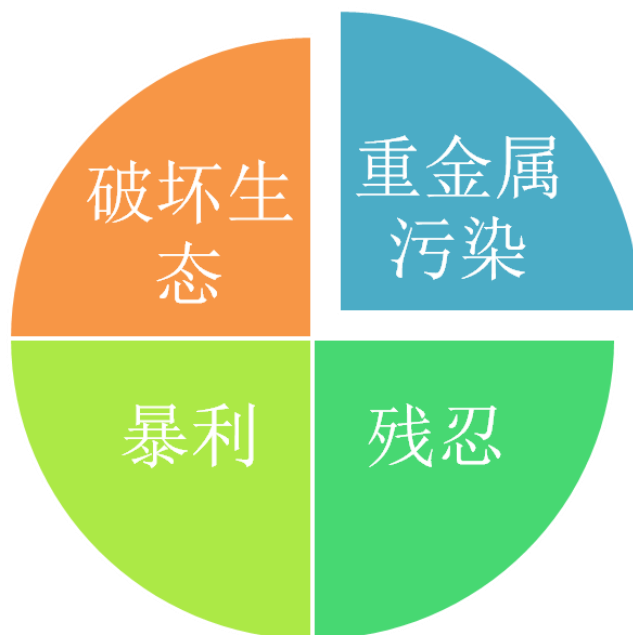
分小组定一个主题（一次性餐具，空调温度，红树林，垃圾等），这个主题里面，有支持者和反对者，有知道的人和不知道的人，分别是同盟，潜在同盟（即跟随者），抵抗者和敌人，根据主题对受众进行分类。

### 分享讨论成果（空调温度）



## 工具 2：故事饼

以吃鱼翅为例，划分维度，列举危害：重金属污染、残忍、暴力、破坏生态，要考虑对象的特点和关注点而选择维度



**思考：**进行宣传、推广是要考虑：你的对象最担心什么？什么资讯最能影响你的对象？



绿点·广州  
GREEN POINT · GUANGZHOU

## 第十二届广东高校环保社团交流会

主办：绿点青年环境教育中心 承办：华南师范大学绿色文明社团

### 2、案例分析：传播技巧的运用

#### (1) 看视频后讨论

a. 多芬的广告，产品效果好，倡导自然美

b. 绿色和平的广告，主要是讲多芬砍伐树林生产产品，破坏原始森林

共同点：视觉冲击、场景变换

不同点：从不同的方面描述同一个问题，抓住焦点，形成鲜明的对比

#### (2) 以拜客为例：谁支持，谁了解？

**观点：**借助新媒体、互动式参与

**传播途径：**微博，整体感觉（视觉上）要跟内容一致；随手拍；给市长送自行车

**如何评估**（论据：拜客半年内收集 262 个黑点、10 个得到解决、建立 1 条官民沟通渠道、7 次牛肉干行动、235 张“罚单”）

### 3、怎样告诉？渠道、方式？

明确自己要告诉别人什么，思考怎样才能达到自己的宣传目的。

## 二、主讲人：华工传播学院齐莉莉老师

齐老师主要是围绕新闻与传媒展开，通过分析之间的异同点，并就高校的环保社团如何推广提出了建议。由于老师分享的内容很丰富，所以主要记录了老师的一些观点。

#### 一些主要的观点：

**概念用词：**要用对词：群众（政治化用词）&公众（我们平时的宣传应该称公众或受众）

**传播对象：**被称为受众

1、分析环保组织与商业组织的不同环保组织的动机：受众&自身  
环保组织由于其公益性与单纯性，故而基本价值观与商业的不同。但是老师一再强调我们可以学习商业上的宣传手段，并且这也是环保社团的一种成长。

2、分析广州公益宣传的现状：在广州公益领域传播在今年才得到重视，传播是一种新生力量，仅次于北京，香港的宣传做得很好。

3、分析传播与媒体的不同：传播是和新闻媒体密不可分的，但是媒体只是传播的一部分，是最接近传播学本性的媒介，而媒体的主要手段是吸引受众注意



## 第十二届广东高校环保社团交流会

主办：绿点青年环境教育中心 承办：华南师范大学绿色文明社团

力。

4、新闻的翻译：news 但是在外国称新闻为 story——说明新闻的本质性就是故事。一个新的新闻热点就是一个新事件。

**传播分类：**人类传播：大众传播、组织传播（以组织身份）、内向传播、人际传播

### 新媒体

1、以手机、微博为代表的新传媒带来了人际关系的重新定位、社会关系的重新组合，是多对多的传播（通过 7 个人你就可以认识另一个人）。

2、传媒的生命力在于它的公信力。新媒体的公信力不及传统媒体，所以在某种程度上来说传统媒体比新媒体更让人信任，所以传统媒体虽然形式传统，但是也是不可缺少的。

3、微博的力量：微博的力量很大，可以很快地把消息传播出去。

例子：中大一博士后论文抄袭 1500 事件。红十字会，透明度不高，资金哪里去  
结论：祸从笔出啊！

在做任何事情之前要三思三思再三思，做人要有担当。要为自己说的话负责。

### 公益与媒体的关系

公益组织天生就是跟传播媒体连结在一起的。成功例子：绿色和平。

绿色和平的专业传播工作人员有 25 人，许多的跨过行动都是通过媒体来实现的，搞记者培训班，重视媒体传播。

### 高校环保社团该怎么做？

在这个社会大环境下，我们这些草根级人物（学生团体）要怎么做？

1、学会和校方的管理机构合作，加强沟通技巧和能力的培养。

2、把公益作为一项事业来做，不是做烈士，为了世界更加美好。是一份可持续，能够实现自我价值，受人尊敬的工作。（环保也一样）

3、要打造自己的品牌。

4、认识周围的传播环境，把不利的条件克服，把有利的条件利用，做一个成熟的传播者。

5、你自己的人生，自己负责任，自己的问题，自己想清楚。要明白自己要以怎样态度参加环保中来。

### 再谈拜客广州：



## 第十二届广东高校环保社团交流会

主办：绿点青年环境教育中心 承办：华南师范大学绿色文明社团

---

拜客广州，倡导一种新型的生活方式。

把活动做得更有吸引力些，一样的东西，可以赚钱，为什么我们要去做苦力。

你想做的事情，就是大家需要的东西。

让大家多行动一点，循序渐进（随手拍，微博）。

拜客的工作策略：先破再立。品牌：自行车。调研：现在的出行状况。

如果你想降低工作的难度，最好找一些已经在做这些事的人，可以快速得到推广，背靠大树好乘凉。

想办成一件事，你手里得有东西，有资本。

老师与嘉俊探讨宣传方式的创新，力图让宣传更好玩。第一受众是谁，要确定好，让大家随时能想到这个组织。注入更多内容到活动中去。

媒体要么为政治服务，要么为经济服务，所以要尽量在我们的社团活动中寻找这二者。

在媒体面前越有原则，越受尊重。