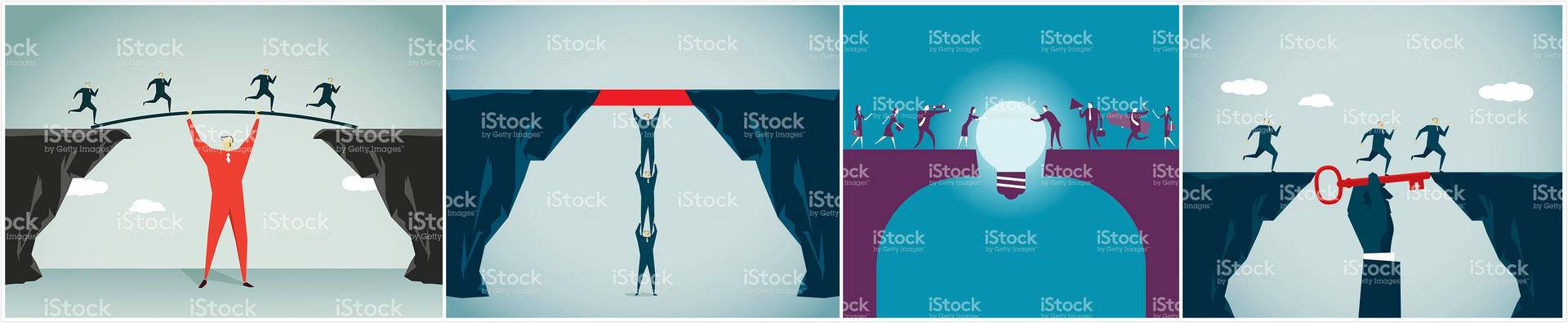
Bridge Site Content

Layout Demo: http://nplusgroup.com/ http://www.socialab.com.cn/

GHS New Site: http://globalhealthstrategies.com/



**播锐智**是一家深切关注中国及全球公益慈善事业发展的传播咨询机构，由总部位于美国纽约的国际咨询公司Global Health Strategies（简称GHS）和中国的社会企业北京乐起来文化咨询有限公司于2016年合资成立。

我们致力于与客户及广泛的合作伙伴一道，通过制定和实施创意可落地、效果可衡量的公益传播策略，确保对促进可持续发展和改善弱势人群生活的重要倡议在目标受众中得到有效的关注、理解和支持。

**为什么选择我们**

承诺

我们的目标只有一个，就是让更多人相信我们的世界正在变得更加美好。客户与合作伙伴的成功就是我们的成功。我们深知互相理解和信任是成功的关键，因此我们承诺在工作中始终秉持诚信，以实现客户利益及社会利益最大化为己任。

经验

我们的合伙人均为非营利传播及倡导领域经验丰富的实践者。创始人沈迪侪曾先后服务于国内及国际性基金会和非政府组织，创立慈善项目并通过有效的传播手段将其发展壮大。另外三位合伙人是GHS的创始人及高管，其中Victor Zonana是一名资深媒体人，曾就职于洛杉矶时报、华尔街日报等主流媒体，还曾在克林顿政府担任卫生部新闻发言人；David Gold是一位倡导家，曾协助洛克菲勒基金会创办国际艾滋病疫苗行动组织并担任副总裁，还曾在世界卫生组织、联合国、美国国家卫生研究院等担任顾问；Linn Dorin曾用五年时间成为摩根史坦利最年轻的副总裁之一，还曾在美国计划生育协会和国际艾滋病疫苗行动组织担任首席行政官及首席财务官。

我们的团队曾为公益慈善领域的许多机构及个人的传播倡导工作贡献过绵薄之力，例如比尔·盖茨私人办公室、比尔及梅琳达·盖茨基金会、世界卫生组织、全球疫苗免疫联盟、马云公益基金会、微公益、斯坦福大学亚裔肝脏中心等。我们了解公益组织本身的优势及限制，善于利用有限的预算制定有效的传播策略，并且通过资源整合的方式实现传播影响力的最大化。

贡献

我们拥有资源、远见和经验，不仅能在品牌传播方面，而且可以通过其他不同方式帮助公益组织、品牌和项目等的发展。

我们可以帮助客户寻找合作伙伴。我们经常在一个公益传播项目的最早期就介入策划，我们在公益领域的经验和网络确保我们能够帮助客户搜寻、甄别及说服具有影响力的品牌及个人参与合作。我们努力帮助构建公益传播网络，希望帮助更多的公益组织（特别是本土公益组织和品牌）连接到尽可能强大的资源。

我们可以帮助客户完善传播策略规划。我们享受与公益领域践行者进行头脑风暴的过程，能在完善自媒体内容策略、线上/线下推广计划及重大活动宣传策略上提供协助。

我们可以向客户介绍关键资源。无论是在中国本土，还是美国纽约、印度新德里、巴西里约热内卢、英国伦敦和肯尼亚内罗毕，我们与兄弟公司GHS共享着直保持着由政策制定者、倡导者、学者和记者共同组成的全球资源网络，希望使用这些资源从不同角度帮助国内的慈善家及公益组织。

**我们的服务**

传播策略咨询

社交媒体账号运营

线上/线下传播活动策划

传播项目管理

利益相关方调研

粉丝社群搭建与管理

多媒体内容策划及制作

**案例分享**

1. 马云公益基金会社交媒体策略（点点）
2. 比尔·盖茨中文社交媒体平台开通及运营（Andre）
3. 世界卫生组织提高抗生素耐药性意识周宣传活动策划（Rachel）
4. 电影《喜禾》公益传播项目管理（Mark）
5. “世界公民初长成”社群搭建与管理（玢瑶）
6. 世界免疫周公益MV策划及制作（Andre）

**案例一：马云公益基金会社交媒体运营**

客户简介

马云公益基金会由阿里巴巴集团董事局主席马云先生个人发起并捐赠成立，于2014年12月注册于浙江省民政厅。基金会在初期将重点关注教育发展领域，尤其是作为中国教育重要组成部分的乡村教育，基金会相信，活跃的优秀教师是乡村教育未来发展的中流砥柱，他们有着从事乡村教育的热情和愿意奉献的职业认同感和幸福感；在教育教学上追求创新，能够运用教育智慧解决教育问题；热爱儿童，尊重儿童，带给乡村儿童以阳光和温暖。

客户需求

尽管基金会的乡村教育项目影响力与日俱增，但公众对其主要议题的兴趣和了解仍然不够。行政部门对基金会的项目大体持正面态度，但对基金会的理念和整体规划仍不够理解。基金会的理事们在各行各业拥有强大影响力，但仍需在社交媒体培育更多支持基金会理念的意见领袖。通过马云乡村教师奖和马云乡村校长计划两个大活动，基金会获得了众多明星和重要机构资源的支持，但这种支持不够持续，需要建立稳定联系。

基金会希望通过其已有的社交媒体平台（主要包括微博和微信），传播其公益理念，唤醒公众意识，鼓励公众关注并参与改善乡村教育现状中来。

我们的方案

在受到客户委托后，我们对马云基金会微博和微信的内容、阅读与互动量进行了统计和分析，发现大部分内容都是马云乡村教师奖和马云乡村校长计划相关，且互动内容较少。但由于基金会创始人马云和其理事的影响力高、号召力强，且由于两次大活动，基金会也在教育领域和公众中建立了一定的知名度。

根据这些情况，我们制定了一个循序渐进的社交媒体传播策略。首先，借助马云乡村教师奖和马云乡村校长计划两次大活动，通过社会化媒体传播、多媒体内容与名人效应，扩大基金会知名度，增加粉丝基数。与此同时，增加并系统化常规内容规划：通过乡村教育者故事、新闻、教育理念、心得展示乡村教育者及乡村教育现状的变化；通过基金会内部、合作伙伴新闻展示出促进教育公平的人们在行动；通过互动性内容让更多人参与进来。重大活动与更充实的常规内容相结合，最终提高基金会的美誉度。

传播效果

在2016年马云乡村教师奖晚会期间，我们帮助马云公益基金会策划并执行了社交媒体传播活动，包括建立新话题配合海报、视频等创意形式推广教师奖并鼓励粉丝互动，让更多的人了解奖项，以及背后所推广的乡村教育理念。期间微博阅读量达到3,741万，互动量达21万。直播观看人数4,200万，视频播放量213万，新增粉丝数3.5万。

**案例二：比尔·盖茨中文社交媒体平台开通及运营**

客户需求

作为全球知名实业家和慈善家，比尔·盖茨一直关注着中国的发展。他认为中国在过去几十年里取得了任何国家都不曾取得过的成就，现在正逐步展现其全球领导力，未来必将成为世界发展和创新中心。

从微软退休后，盖茨专注于慈善事业，经常在他的社交媒体平台上分享他在基金会及其他工作中遇见的人和学到的事。然而，由于在国内无法访问Facebook和Twitter等国外社交平台（即便可以访问也存在语言不通的问题），中国大众基本只能通过国内媒体了解盖茨的动态，关注点大多集中在他的个人财富和与微软有关的科技领域。

盖茨的私人办公室希望为其建立一个微信公众号，吸引更多中国人关注并了解他的最新动态，提升对诸如健康、能源、教育等盖茨所关心的全球性议题的意识和理解。

我们的方案

在受到客户委托后，我们以“盖茨”作为关键词，分别在微博、微信和知乎等社交平台上抓取了过去一年的数据，收集并筛选出有效信息约6.4万条（微博约5.4万条，微信公众号约1万条，知乎136条）。在对这些信息进行分析后，我们发现虽然盖茨在国内的知名度很高，但客户希望传播的内容却只占所有信息中的很小比重。这部分内容中，盖茨在其基金会的相关工作被频繁提及。此外，在与盖茨有关的社交媒体讨论中，很多是关于他白手起家取得商业成功的经历，以及从他热爱阅读等行为表现出的“终身学习”精神。

根据以上发现，我们为客户制定了一个分阶段的社交媒体传播策略。我们建议在2017年盖茨夫妇年度公开信发布之日（2月14日）正式推出盖茨的个人微信公众号，此外与盖茨基金会和微博官方密切配合，借助2月盖茨年信和3月盖茨中国之行两次重要活动，在微博上发起#盖茨年信#和#盖茨北大演讲#话题讨论。

传播效果

我们指导客户拍摄了一条由盖茨出镜讲中文的欢迎视频，并且借助主流媒体对盖茨开设微信公众号的宣传，三日内吸引了超过30万人关注。公众号的首篇图文推送（即年度公开信）也达到了10万+的阅读量。

我们策划了盖茨北大演讲的微博直播，吸引了65万人观看。此外，我们与微博官方合作推广#盖茨北大演讲#话题，在24小时内产生4,400万次阅读和超过5,000次讨论。直播当天，盖茨微博和微信公众号分别涨粉17,000和9,000。

**案例五：“世界公民初长成”社群搭建与管理**

项目背景

比尔·盖茨在2017年北大校园的演讲中鼓励青年人大胆放手去实现改变世界的雄心壮志，将这个时代定义为“对中国的年轻人来说的绝佳时代”。

近几年90后已逐渐摆脱“娇生惯养”、“不靠谱”这样的刻板印象，取而代之的是被认为是最具有创新性、行动力的一代人。这样的群体已成为公益事业的新生主力军。

我们的方案

“世界公民初长成”为心系世界，有志于投入社会公益事业的年轻人定制。每一期的线上分享会，我们将邀请学生代表和经验丰富的相关从业者为年轻人解惑，引领他们最大化地将自身能力与专业投入全球健康等社会公益领域。

传播效果

**案例三：马云公益基金会社交媒体运营**

客户简介

马云公益基金会由阿里巴巴集团董事局主席马云先生个人发起并捐赠成立，于2014年12月注册于浙江省民政厅。基金会在初期将重点关注教育发展领域，尤其是作为中国教育重要组成部分的乡村教育，基金会相信，活跃的优秀教师是乡村教育未来发展的中流砥柱，他们有着从事乡村教育的热情和愿意奉献的职业认同感和幸福感；在教育教学上追求创新，能够运用教育智慧解决教育问题；热爱儿童，尊重儿童，带给乡村儿童以阳光和温暖。

客户需求

尽管基金会的乡村教育项目影响力与日俱增，但公众对其主要议题的兴趣和了解仍然不够。行政部门对基金会的项目大体持正面态度，但对基金会的理念和整体规划仍不够理解。基金会的理事们在各行各业拥有强大影响力，但仍需在社交媒体培育更多支持基金会理念的意见领袖。通过马云乡村教师奖和马云乡村校长计划两个大活动，基金会获得了众多明星和重要机构资源的支持，但这种支持不够持续，需要建立稳定联系。

基金会希望通过其已有的社交媒体平台（主要包括微博和微信），传播其公益理念，唤醒公众意识，鼓励公众关注并参与改善乡村教育现状中来。

我们的方案

在受到客户委托后，我们对马云基金会微博和微信的内容、阅读与互动量进行了统计和分析，发现大部分内容都是马云乡村教师奖和马云乡村校长计划相关，且互动内容较少。但由于基金会创始人马云和其理事的影响力高、号召力强，且由于两次大活动，基金会也在教育领域和公众中建立了一定的知名度。

根据这些情况，我们制定了一个循序渐进的社交媒体传播策略。首先，借助马云乡村教师奖和马云乡村校长计划两次大活动，通过社会化媒体传播、多媒体内容与名人效应，扩大基金会知名度，增加粉丝基数。与此同时，增加并系统化常规内容规划：通过乡村教育者故事、新闻、教育理念、心得展示乡村教育者及乡村教育现状的变化；通过基金会内部、合作伙伴新闻展示出促进教育公平的人们在行动；通过互动性内容让更多人参与进来。重大活动与更充实的常规内容相结合，最终提高基金会的美誉度。

传播效果

在2016年马云乡村教师奖晚会期间，我们帮助马云公益基金会策划并执行了社交媒体传播活动，包括建立新话题配合海报、视频等创意形式推广教师奖并鼓励粉丝互动，让更多的人了解奖项，以及背后所推广的乡村教育理念。期间微博阅读量达到3,741万，互动量达21万。直播观看人数4,200万，视频播放量213万，新增粉丝数3.5万。

**创始团队**

**David Gold http://globalhealthstrategies.com/careers/meet-our-team/david-gold/**

**环球健策（GHS）创始人及首席执行官**

任职律师期间，在ACT UP担任艾滋病相关的治疗师，之后进入Gay Men’s Health Crisis组织（下文简称GMHC）——世界首家艾滋病服务机构，担任药物信息总监。同时David也是全球性HIV治疗期刊《治疗事务》的编辑。

1995年，为推动全球在艾滋疫苗研发和HIV预防上有更大投入，David与合作伙伴联合创立AVAC机构。在洛克菲勒基金会任职期间，David建立国际艾滋疫苗倡议（IAVI）并担任政策及公共关系副总裁，负责监督制定全球政策和宣传计划，以及IAVI在北美、欧洲、日本和拉丁美洲的区域性计划实施。David与IAVI的首席执行官共同为十余个经合组织政府、多边机构以及比尔及梅琳达盖茨基金会提供艾滋病疫苗研发的政治支持和财务承诺，总额超过3.5亿美元。 他还与世界卫生组织、欧盟，美国国立卫生研究院和巴西政府等政府或大型机构建立了联盟或伙伴关系。

David曾为包括世界卫生组织、联合国和美国国立卫生研究院在内的不同组织的研究咨询小组工作。 2002年，David联合创立环球健策（Global Health Strategies）。 在涉足全球卫生领域之前，David曾领导一家专注于房地产和出版业的投资公司。

**Linn Dorin http://globalhealthstrategies.com/careers/meet-our-team/linn-dorin/**

**环球健策（GHS）的首席运营官（COO）**

经验丰富的运营和财务主管，在就任GHS之前曾任美国计划生育联合会（PPFA）的首席行政官以及国际艾滋病疫苗倡议组织（IAVI）的首席财务官。

在PPFA，Linn召集并指导了一个行动小组以支持新的战略计划实施。这个小组包括一位新首席财务官，一位总法律顾问和一位首席人力资源官。在IAVI工作的14年里，Linn将一个每年500万美元的非营利组织发展成一个多元的、年产值达到1亿美元的产品开发合伙公司，并在非洲、印度、欧洲和其他地区都持有业务。在IAVI之前，Linn在摩根士丹利工作过五年，成为其历史上最年轻的副总裁之一。在此之前，Linn曾在Peat Marwick Mitchell公司（现在的毕马威会计事务所）担任注册会计师。 Linn拥有哥伦比亚大学公共管理硕士学位。

**Victor Zonana http://globalhealthstrategies.com/careers/meet-our-team/victor-zonana/**

**环球健策（GHS）的创始人兼董事长**

一位屡获殊荣的记者和传播专家，曾在最高级别政府部门，新闻媒体和民间社会组织工作。在与David Gold成立GHS之前，Victor成立了The Vaccine Fund（疫苗基金会）并兼任传播副总裁，该基金依靠比尔及梅琳达基金会7.5亿美元捐款创立。1998年至2001年期间，Victor担任the International AIDS Vaccine Initiative（国际艾滋病疫苗行动组织）传播副总裁，计划并实施将艾滋病疫苗推广到全球政策议程的重点传播战略。

在美国总统克林顿政府任期的前五年，Victor担任美国卫生和公众服务部公共事务部副秘书长。他直接服务于卫生部长Donna E. Shalala，为日内瓦举行的世界卫生大会等会议中提供建议与支持，并作为部门代表参加在柏林，横滨和温哥华举办的国际艾滋病大会。同时任职该部门与白宫的新闻联络官，监督国家卫生研究院、疾病控制与预防中心以及食品药品监督管理局的新闻业务。

Victor精通英语和法语，在加入政府部门前，曾是《华尔街日报》和《洛杉矶时报》的记者。他凭借杰出的金融新闻报道荣获1990年约翰·汉考克奖，并两次获得普利策奖提名。Victor制定媒体策略，协助客户在“经济学人”，“纽约时报”，“华盛顿邮报”，“金融时报”，“世界报”，“有线电视新闻网”和“英国广播公司”等出版物和广播媒体中策划社论及正面媒体报道。

**Andre Shen http://globalhealthstrategies.com/careers/meet-our-team/andre-shen/**

**联系我们**

播锐智咨询（北京）有限公司

北京市朝阳区新东路1号塔园外交公寓6-1-31

(010) 8532 6193

​info@bridgebeijing.com

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Item | Date | Status |
| Layout Propose | May 2 | Done |
| Chinese Text Collection Draft | May 5 | Done |
| Layout and Chinese text Confirm | May 23 |  |
| Vendor Contact and Quotation | May 18-27 |  |
| Vendor Confirm and Contract | May 27-Jun 1 |  |
| Final material package send to vendor | May 27 |  |
| Design during check point 1 | Jun 7 |  |
| Bridge Feedback | Jun 9 |  |
| Design during check point 2 | Jun 14 |  |
| Bridge Feedback | Jun 15 |  |
| Final Site | Jun 22 |  |