

沃尔沃联合腾讯新闻《听到请回答》 守护生命的每一份安全感

- **品牌名称：**沃尔沃
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2024.03-04
- **参选类别：**公益营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://mp.weixin.qq.com/s/vHBF1mE7DJeykiAJOGBcwQ>

- IP介绍：社会救援新媒体纪实节目《听到请回答》在腾讯新闻独家上线。作为全国首档民间救援题材纪实系列节目，《听到请回答》聚焦地震灾害搜救、山野搜救、溺水急救、坠河自救、冰面救人、老人走失搜救等社会救援，联合公益安全倡导者刘敏涛进行公益号召，吸引更多人关注并参与公益安全事业。同时，跟随探访嘉宾陈杰的视角了解蓝天救援队的故事，让观众在模拟救援行动中进一步丰富自身救灾意识。
- 沃尔沃汽车作为行业唯一官方率先成立AED联盟的车企，向全国车主发起共建“AED道路使者联盟”号召，旨在通过线下专业急救培训及AED操作培训，手把手帮助车主掌握急救知识和心肺复苏技能。当车主通过考核并成功结业后，将获得AHA国际急救员证书以及AED设备的装车。首批招募活动覆盖上海、成都、深圳、广州、长春、西安六个城市，已经招募60人，后续将陆续展开其他城市的招募行动和培训。
- 同时，沃尔沃倡导全国车主在车内配备AED设备。当残酷且未知的危险发生时，每一个车辆都是移动的“救护车”，每一位车主都是有能力的流动救援者，这不仅是沃尔沃的责任感和美好愿景，更是整个社会的安全感和互助保障。

- 1、提升全民对安全的关注，以及救援知识的提升；让观众在模拟救援行动中进一步丰富自身救灾意识。作为全国首档民间救援题材纪实系列节目，《听到请回答》聚焦地震灾害搜救、山野搜救、溺水急救、坠河自救、冰面救人、老人走失搜救等社会救援，联合公益安全倡导者刘敏涛进行公益号召，吸引更多人关注并参与公益安全事业。
- 2、传播沃尔沃品牌，在企业社会价值提升上做的贡献；沃尔沃作为《听到请回答》独家冠名赞助商，也作为社会企业，它为社会生命安全贡献着自己的力量，沃尔沃倡导全国车主在车内配备AED设备。当残酷且未知的危险发生时，每一个车辆都是移动的“救护车”，每一位车主都是有能力的流动救援者，这不仅是沃尔沃的责任感和美好愿景，更是整个社会的安全感和互助保障。
- 3、提升社会大众对蓝天救援队这一公益组织的认知。合作方蓝天救援队他们是志愿公益救援组织，他们没有工资，没有奖金，还要自己掏钱买装备，随时待命去救援现场，为社会各种灾害提供公益救助。只要有“听到请回答”的声音，他们就立刻出动。通过节目的传播，让更多人知道了他们的伟大。

- 1、名人加持，提升公益内容传播影响力。在《听到请回答》中公益安全倡导者刘敏涛的号召下、资深媒体人陈杰的响应下、蓝天救援队24小时待命的保障下，期望能够实现从沃尔沃“AED道路使者联盟”、到遍布全国的车主、再到社会各界人士的急救常识与技能普及。生活中的意外时有发生，生命的宝贵无需多言，如何在他人遇险时展现出互助的力量，提升整个社会的安全感？
- 2、全国多支蓝天救援队联动，传播救援科普知识。联动北京、重庆、甘肃蓝天救援队，分别从聚焦地震灾害搜救、山野搜救、溺水急救、坠河自救、冰面救人、老人走失搜救等社会救援，联合公益安全倡导者刘敏涛进行公益号召，吸引更多人关注并参与公益安全事业。
- 3、提高社会安全感，每个人都能贡献力量。根据新华网去年8月的统计数据，我国应急救护知识技能普及率非常低，只有1%。在社会安全救援知识还未广发普及时，我们需要这样一部救援专业人员、公益团队、媒体人加入进来提升社会各界对于安全感的认知；

- 1、全网传播声量爆棚，一个月强运营期节目总曝光8.6亿；
- 《听到请回答》节目除主要播出平台的新闻外，在腾讯视频、微信视频号（预告片单条点赞5000+）、公众号（新闻哥阅读10万+）等腾讯系平台联动宣推，总曝光5.2亿+；端外宣推曝光及覆盖 3.4亿 人次；节目从第四期3月14日新闻端热度值破10000，此后至4月1日的18天中，有14天热度值在1万+。其中3月23日（鬼探头期）、3月26日（地震救援期），热度值峰值达 11073，位列新闻原创节目热度值前三；
- 2、官媒主动传播，全国各地蓝天救援队齐打call；
- 未来网（共青团中央网络中心）官方视频号主动传播；点赞转发破2万，光明网、等官媒联动报道；节目合作方北京、重庆、甘肃蓝天救援队官方账号同步宣发，@德州交警 官方微博自来水发布；公益组织及KOL组团点赞；
- 3、线下渠道全覆盖，提升全民救援安全意识；
- 腾讯新闻联动滴滴出行、北京地铁、西安公交、大连公交等线下传播渠道，宣推节目内容，整体覆盖3.4亿人次；



效果与市场反馈

《听到请回答》节目从3月3日上线预告片，一个月强运营期节目总曝光**8.6亿**，

其中腾讯系端内曝光**5.2亿**，VV **1.6亿**；端外宣推曝光及覆盖 **3.4亿** 人次；

总预告片
3月3日

EP01
车载AED救援
3月4日

EP02
冰面救援
3月7日

EP03
老人走失救援
3月11日

EP04
水域救援
3月14日

EP05
山野救援
3月18日

EP06
预防鬼探头
3月21日

EP07
地震救援
3月25日



1.6亿

腾讯新闻播放量

5.2亿

腾讯系总曝光

高播放

高关注

100+

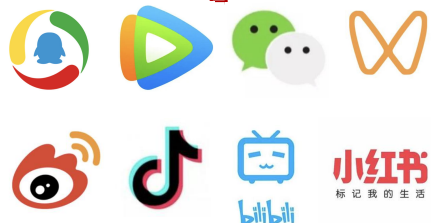
全网媒体关注传播

3.4亿+

线上线下宣推覆盖人次

多平台传播，阅读量5千万+

覆盖主流媒体、短视频等平台



官媒垂媒宣推30+深度解读

覆盖党媒、门户网站，及公益、医疗、健康等垂直媒体



10+ 官方机构联传播

官方机构账号传播正能量



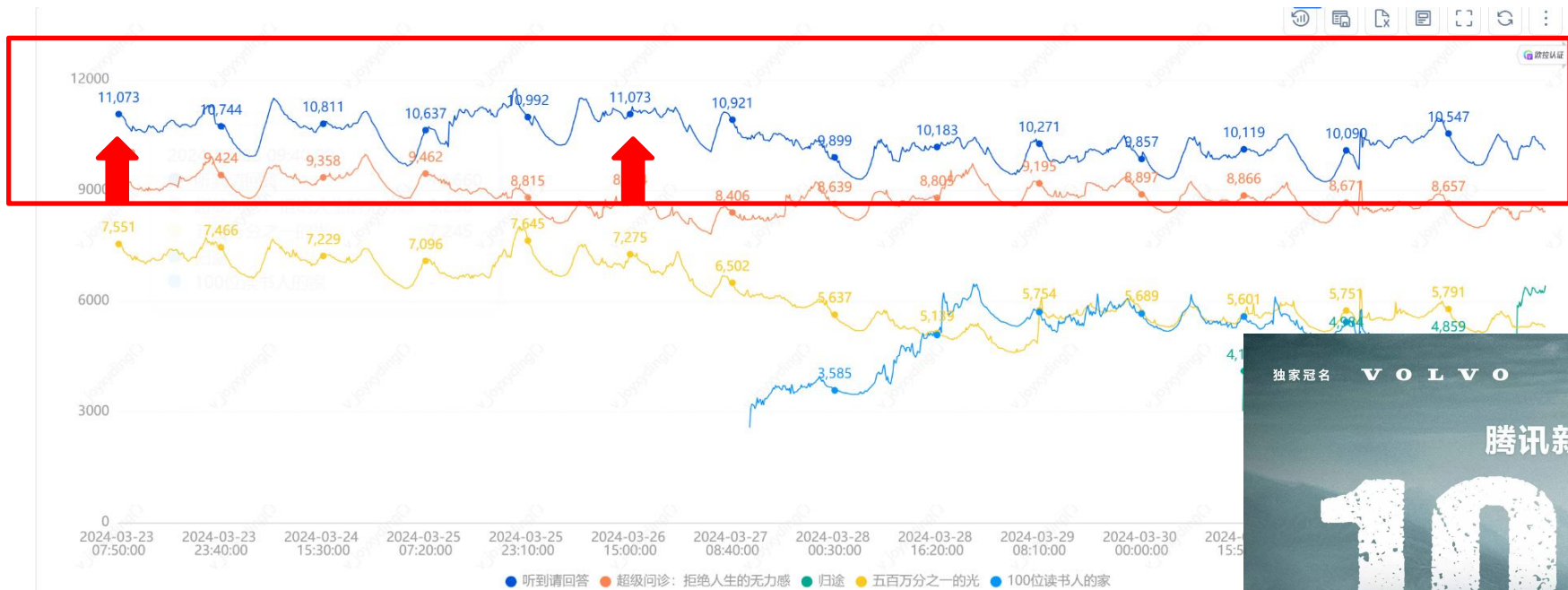
线下3.35亿+人次触达

滴滴酒店公交地铁全覆盖



节目从第四期3月14日新闻端热度值**破10000**，此后至4月1日的18天中，有**14天热度值在1万+**

其中3月23日（鬼探头期）、3月26日（地震救援期），**热度值峰值达 11073**，位列新闻原创节目热度值**前三**；



- 腾讯新闻热度值是一个综合性的指标，它不仅考虑了播放量，还包括了互动量和搜索量等多个方面。这个指标能够反映用户对内容的反馈情况，从而评估内容本身的质量和当前的受欢迎程度。与传统的单一维度播放量相比，热度值提供了一个更加全面的数据标准。热度值在1万以上是腾讯新闻爆款节目；9000是必看节目。目前腾讯新闻热度值破万的节目仅4个：《听到请回答》、《万里国境》、《大国之树》、《敦煌师父》；



效果与市场反馈

《听到请回答》是腾讯新闻在2024年上线的首档S级原创节目，享有最高量级的运营推广资源，除主要播出平台的新闻外，在腾讯视频、微信视频号（预告片单条点赞5000+）、公众号（新闻哥阅读10万+）等腾讯系平台联动宣推，总曝光5.2亿+

腾讯新闻APP 要闻/汽车/科技/必读/健康/教育等页卡推荐

腾讯视频

视频号

微信公众号



要闻页卡

汽车页卡

科技页卡

必读页卡

健康页卡



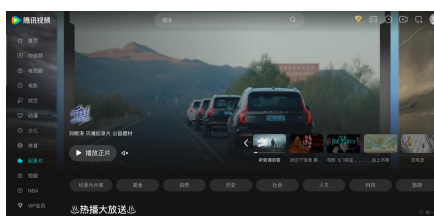
科学页卡

眼界页卡

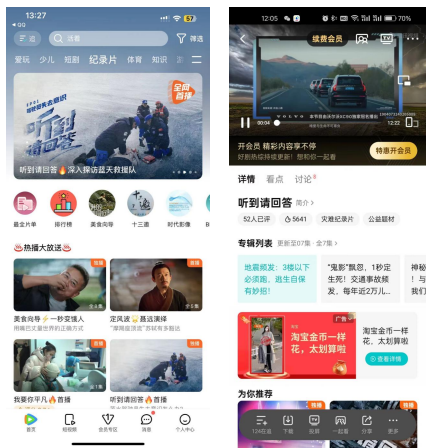
知识页卡

教育页卡

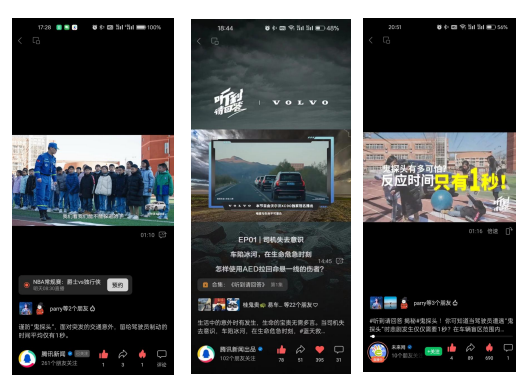
搜索页



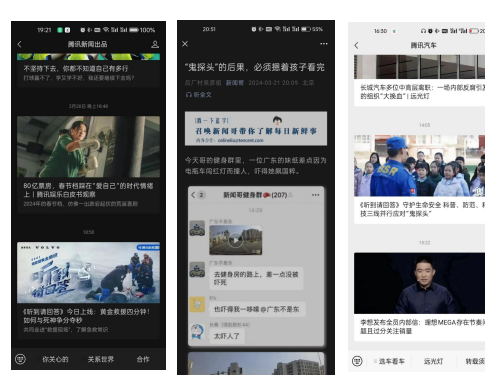
腾讯视频PC端焦点图



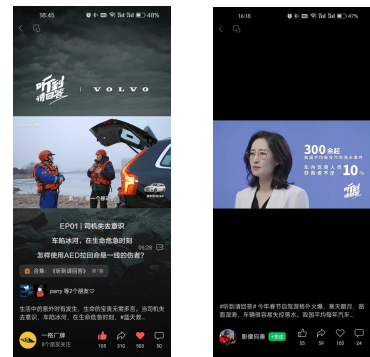
腾讯视频APP纪录片页卡



@腾讯新闻 @腾讯新闻出品 @腾讯汽车



@腾讯新闻出品 @新闻哥 @腾讯汽车



@一格厂牌 @陈杰视频号



@善行大视野 @科普观 @超级父母

节目除在腾讯系（腾讯新闻、腾讯视频、微信视频号等）平台传播外，同步覆盖微博、小红书、抖音、B站等平台，节目端外宣推总阅读/VV数 **5078万**：微博热搜**最高29位**；

微博



- #纪录片听到请回答#
 - #人生最有意义的一次急救课#
 - #有驾照但是不敢开车怎么办#
- 三大微博话题总阅读量3800万+，总互动量4.8万条；
微博话题热搜最高29位；



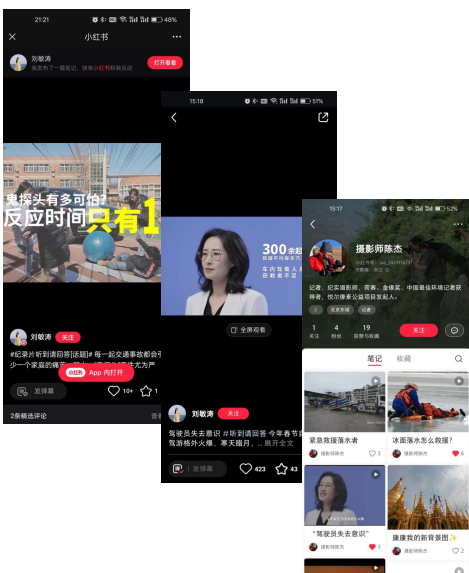
- 节目参演嘉宾@刘敏涛、@陈杰、@碎叫、@於若飞、@人民正能量、@德州交警、@重庆蓝天救援队、@甘肃蓝天救援队、@腾讯新闻 等个人或机构微博，总计原创或转发微博37条，总观看量100万+。总互动量2万条；

抖音



- @刘敏涛（粉丝84万）、@小影娱乐（粉丝1021万）、@资深观众刘根红（粉丝557万）、@娱乐日爆社（粉丝556万）原创发布或二创传播节目精彩卡段，总播放量204万+，总互动量2万余条；

小红书



- @刘敏涛、@摄影师陈杰 个人小红书账号发布节目卡段视频，总观看量8万+；

B站



- @腾讯新闻 B站官方账号



效果与市场反馈

未来网（共青团中央网络中心）官方视频号主动传播：点赞转发**破2万**，光明网、等官媒联动报道；节目合作方北京、重庆、甘肃蓝天救援队官方账号同步宣发，@德州交警 官方微博自来水发布；公益组织及KOL组团点赞；

官方媒体



共青团中央
网络中心



光明网



中国日报
中文网



经济日报
经济网



中国网



德州交警



甘肃蓝天救援队



重庆蓝天救援队



华夏公益联盟



重庆微公益



公益协会



北青网



人民健康网



千龙网



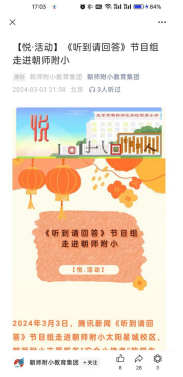
人民健康网



中华教育网



北京石景山
蓝天救援队



北京朝阳
师范附小



全国各地蓝天救援
队员打call



人民正能量



全民爱心公益



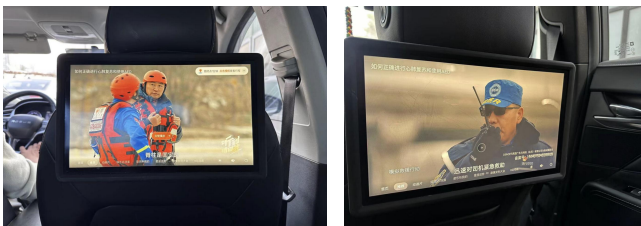
为正能量点赞

腾讯新闻联动滴滴出行、北京地铁、西安公交、大连公交等线下传播渠道，宣推节目内容，整体覆盖**3.4亿人次**；

滴滴出行



3月12日起，滴滴出行（专车、快车），涉及北上广深成杭等一线城市，共计7w块滴滴屏幕，月曝光人次3000万；



北京地铁



3月26日起投放，北京地铁1、2号线 车厢、站台5、8、10号线 站台、站厅13号、八通线 车厢 共计13000+电视屏；日均覆盖1200w+人次；

6:19:00	2024唐山抗震宣传120秒
6:26:00	2024唐山抗震宣传120秒
11:19:00	2024唐山抗震宣传120秒
11:26:00	2024唐山抗震宣传120秒
13:19:00	2024唐山抗震宣传120秒
13:26:00	2024唐山抗震宣传120秒
15:19:00	2024唐山抗震宣传120秒
15:26:00	2024唐山抗震宣传120秒
19:26:00	2024唐山抗震宣传120秒
20:19:00	2024唐山抗震宣传120秒
20:26:00	2024唐山抗震宣传120秒
21:19:00	2024唐山抗震宣传120秒
21:26:00	2024唐山抗震宣传120秒
22:19:00	2024唐山抗震宣传120秒
22:26:00	2024唐山抗震宣传120秒

2024.3.26 开始投放

1、2号线 车厢、站台
5、8、10号线 站台、站厅
13号线 八通线 车厢
共计13000+电视屏

媒体矩阵



西安公交 / 大连公交



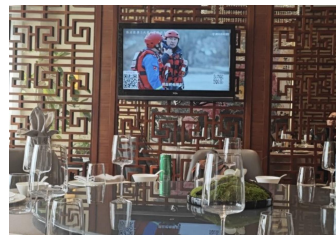
3月19日起，西安公交覆盖西安322条公交线路，3000辆公交车，6000块屏幕，日均覆盖客流量300万人次；



4月1日起，覆盖大连2500辆公交车，日均覆盖客流量200万人次；



高端酒店智慧屏/电视



覆盖北/上/广三大一线城市，超过500家中高端餐厅智慧屏和电视7,000块包间屏幕，合计438万个饭局场景，6,570万人次；