

用公益传播公益 发挥青年创意力量推动公益数字化传播

- **品牌名称：**字节跳动公益
- **所属行业：**互联网
- **执行时间：**2024.02-06
- **参选类别：**公益创新类

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://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/X6OlwEQcbiyVU4kZ4d0cs4wfngg>

探索数字化时代的公益新可能

方德瑞信2023年发布的研究报告显示，**96%**的受访公益组织存在数字化需求

01 公益传播需要多元社会力量参与，青年力量成为核心驱动力

青年群体凭借创新思维、技术敏感度及社交影响力，成为公益传播的关键力量

02 公益的内容化表达与真实化叙事越来越重要

短视频、直播等内容形式以“真实场景+沉浸体验”特性重塑情感连接，公益内容需转向真实故事与用户共创

03 公益传播效率亟待提升，依赖数字化工具与平台赋能

公益组织亟需数字化解决方案，数字化平台的技术和工具为公益传播拓展了渠道，能有效提升公益传播效率



字节跳动公益平台通过互联网连接社会公众与公益事业，进行公益倡导，致力于**规模化、可持续地解决社会问题**。抖音集团正在发挥**内容平台的特性**和**技术禀赋**，带动更多社会力量参与公益，为公益带来更多新的可能，

内容生态能力

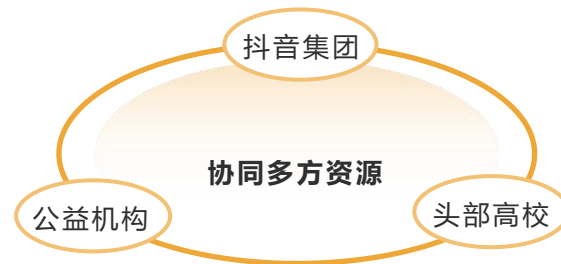
一方面，打造良好的产品功能，提供**丰富的公益场景**，积极带动各类社会主体投身公益事业；另一方面，将公益传播深度融入到短视频、直播等**多元的内容场景**中，以真实可感的内容激发社会共情。

技术能力

依托火山云服务、豆包大模型等先进的技术能力，提供**多元的技术解决方案**，助力公益行业高质量发展。并提供云服务、飞书解决方案、AI工具等能力，提升公益组织的组织效能、信息透明度、服务效率。

资源链接能力

字节跳动公益**打破组织边界**、共享技术能力、激活青年创造力，让公益资源更精准高效连接大众。



2024年，**字节跳动公益联合北京大学新闻与传播学院**，以《**创意传播管理**》课程为依托，发起“**2024创意传播管理教育创新项目**”，双方将实战教学方向转到社会公益，撬动人大、央财、首经贸、北工商4所高校参与共建。抖音集团多个业务团队为项目提供**商业产品能力、内容工具能力、组织沟通工具**等支持，共同探索公益传播新可能。

《创意传播管理》是北京大学新闻与传播学院在2015年开设的一门专业课程，旨在通过“**理论+实战**”教学模式，让学生们在学习理论知识的同时，自主完成从市场调研、创意生产、投放策略、数据分析、优化提升等全链路的数字营销实战操作，接受市场检验，关注效果转化。



2024创意传播管理教育创新项目围绕“**用公益传播公益**”，以高校春季学期为执行周期
通过高校大学生全链路数字营销实战，**为社会弱势群体和偏远区域问题提供解决方案**

用公益

将公益项目引入教学，撬动青年公益力量

为高校大学生提供实战平台，为公益发展注入青年群体力量

激发优质内容创作力，用内容助力公益传播

高校大学生生产短视频等大量优质内容，突破传统公益表达形式，让真实公益需求被更多人看到，更好地助力公益传播



传播公益

数字技术支持，让公益传播更高效

提供平台多元化产品和工具，通过高效内容分发，助力公益提效转化



巨量引擎

巨量广告

PART

1

发挥青年大学生群体主导性，助力公益可持续发展

高校大学生群体围绕公益项目进行全链路数字化营销实战



高校教学与真实公益需求对接

5所高校的221位大学生群体，作为优质公益内容生产主体，通过理论课程学习、公益站点探访，进行公益主题视频和投放素材内容创作。

字节跳动公益**全程跟踪学生实战过程**，帮助学生收集市场反馈和效果数据，提供技术及广告投放的策略辅导。助力高校大学生为“银杏家园”“爱佑童心”“韩红爱心·急救在乡间”三个公益项目进行优质内容生产。

PART 2

“理论+实践”深入洞察公益需求，用精准内容表达公益

真实公益场景融入高校教学，输出年轻化创意公益内容

高校学生基于创意传播管理理论与方法、公益广告创意方法、智能广告投放等理论内容教学，以及利用大数据和AIGC工具进行广告生产与投放的技能，**深度洞察公益真实需求，拓展公益内容创作场景。**

- ✓ 5校大学生共前往公益站点探访**近20次**；
- ✓ 共创作**28支**公益主题短片；
- ✓ 累计生产**1300+**条投放视频素材。



PART

3

数字化技术+AI工具全链路护航，提升公益传播效率

实战教学借助平台数字化技术能力，经受市场检验



剪映、即创等内容创作工具→内容提效

高校学生借助抖音集团进行内容剪辑和创作，有效缩短内容制作周期；

飞书等协作管理平台→沟通提效

高校学生、项目各方运营团队在飞书进行项目协同管理和运营，提升沟通效率；

巨量广告投放平台→转化提效

高校学生基于巨量广告投放平台，进行公益创意内容投放，不断优化广告投放策略，实现精准高效投放转化。



■ 激活了青年力量，打造可持续公益人才生态

深度激发青年创造力，实现**学生成长与公益增效双赢**，也为行业输送“AI创作+精准投放”的青年复合型人才；

■ 推动了公益内容化，构建高共鸣公益传播新范式

以“技术+情感”双驱动，**重塑公益内容形态**，提升公益内容平均互动率，实现从被动传播到主动共创；

■ 实现了技术提效落地，创新公益数字化传播效率

验证“技术+公益”的**公益传播升级**路径，达成以小成本撬动公益传播大影响的行业范式转型，推动社会问题解决。

1300+条

创作并投放视频

2893万余次

视频播放量

50万+次

视频点赞数

547+万元

筹集善款

3.6

实现平均ROI

在28天的实战投放期间，五所高校221名学生通过实战教学为3个公益项目带来

项目学生反馈：“通过这次项目的参与，我发现社会对老年人的忽视远比想象中要多。这个项目不仅提升了专业技能，帮助我们更好过渡到职业生涯中，还能用自己的学习成果为社会做贡献，感觉收获满满”。

北京大学新闻与传播学院院长、教授陈刚：“创意传播管理实战教学把公益传播作为课堂的实战任务交给学生，通过认真学习专业理论，掌握专业技能，针对公益项目进行深入调研，形成策略、创作内容，最后通过数字平台进行广告发布，这种教学方式把专业教育与社会主义核心价值观教育以及公益教育有机融为一体。”

北京大学教务部部长傅绥燕：创意传播管理实战教学项目致力于产学研协同创新和新闻传播教育的数字化转型，牢牢把握文科教育的价值导向，坚持专业教育与思政教育同行、坚持知识传授、价值塑造、能力培养多元统一，是课程思政的成功探索，为新闻传播教育乃至新文科教育发展提供了有效路径。

爱佑慈善基金会副秘书长张瀚宇：同学们通过实践，已经为爱佑童心带来了善款，帮助了很多先心病患儿。

媒体报道：新华网、现代广告杂志、中国社会科学网等多家媒体对项目进行报道，收获行业好评。

