



Top
Mobile
Awards

福克斯《听我说》让真相进无止境

- ◆ 广告主：长安福特
- ◆ 所属行业：交通
- ◆ 执行时间：2016.12.15
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频

如无法点击，请复制以下链接，粘贴到浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/w0512ohmch1.html>

或者
扫一扫看视频





媒体公信力

自2013年提出“事实派”这一媒体理念，
腾讯新闻秉持“去现场，不立场”的新闻态度，
用严肃新闻的力量追索真相



FOCUS聚焦真相

福特品牌“进无止境”的品牌理念，
不仅仅是品牌对于用户驾驶体验的无尽专注，
更是以品牌强烈的责任意识，推动社会点滴发展

合作目标

“进无止境” 不仅是福特品牌对驾驶体验的追求，更在于**如何让企业推动社会进步的使命感落地**。因此品牌希望借助腾讯媒体平台，以深度的内容及媒体运作力，以唤起更多年轻用户群独立思考，激发他们关注社会新闻、探索社会现状。从而塑造福克斯品牌正能量及福特母品牌的社会价值。

腾讯新闻内容的
严肃力量

推动

品牌进无止尽的
使命落地

合作洞察

- 1、信息碎片化的时代下，新闻热点逐渐多元化。一个新闻热点发生后，往往会触发一个舆论场，追求槽点和趣点的声音占据了大多数，这就让信息趋于片面，也使得当事人的声音被稀释。**腾讯作为新闻媒体有责任传递更多的真实声音，尤其是当事人的声音。**
- 2、在直播风行的当下，越来越多的**年轻用户喜欢通过互联网关注并参与直播**，以无时差的方式，无限接近现场。



合作策略

八位2016年热点新闻事件当事人，一场别出心裁的直播，以及曾经是焦点却因舆论漩涡而渐渐失焦的所谓真相.....**2016腾讯新闻《听我说》，用事实与品牌共声！**

长安福特福克斯联合腾讯新闻，发起年度深度内容合作《听我说》。结合腾讯新闻“事实派”的媒体理念，**为2016年热点新闻提供一个发声渠道，给当事人赋能，让新闻中的“人”真实发声，与品牌共同引领新闻报道的价值取向。**凭借腾讯强劲的新闻原创策划能力以及广泛的认知度和庞大的网民基础，聚焦真相，用事实与品牌共声，传递品牌正能量！

合作策略

有影响力的新闻

盘点年度热点新闻，质造优质内容引发汽车用户的关注热议

全程直播形式

通过直播的形式，将整个项目在**3**个小时中进行全面引爆

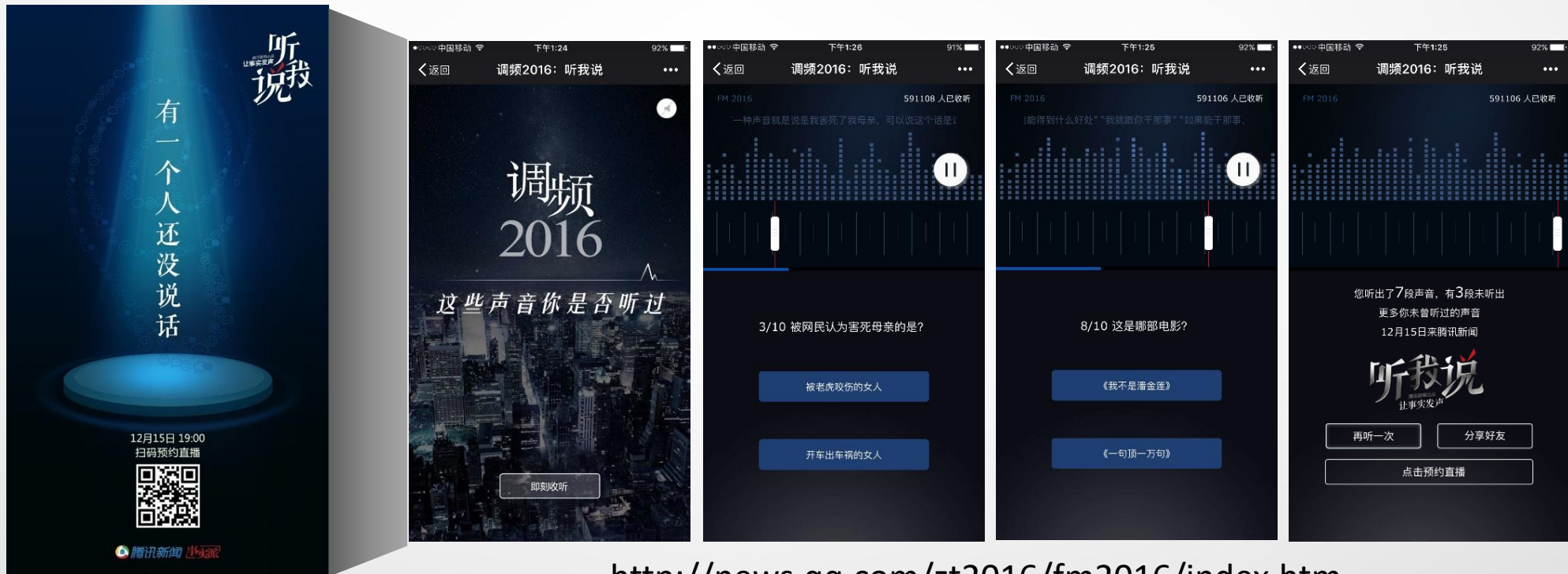
TED演讲形式

现场用一个环绕的圆型台，排除外在干扰，营造现场感和沉浸感

创意执行

1、预热H5互动竞猜，激发广泛关注

首先通过H5进行预热，汇集2016年热门事件的声音，网友听音竞猜当事人，以引导大众探寻社会事件背后那些未被真正听到的声音。同时预约直播提升网友的关注。



<http://news.qq.com/zt2016/fm2016/index.htm>

创意执行

2、打捞沉默的声音，重塑严肃事实力量

12月15日，基于腾讯媒体平台大数据筛选了不同领域最具代表性的8位新闻当事人以TED演讲及直播的方式，探索还原事件真相，以更全面客观的态度，重塑新闻事实力量。以全程直播的形式对外发声，讲述热点社会事件背后未曾发声的另一面，多维呈现事实。

- 被老虎咬伤的赵女士：人言猛于虎
- 娱记卓伟：一个狗仔眼中的人性
- MH370乘客家属：儿子，你在哪里
- 直播网红“搬砖小伟”：我和我的工地
- 同妻“井瞳”（化名）：多一份理解，少一点欺骗
- 棋手樊麾：我和我的朋友AlphaGo
- 罗尔：来自罗尔的一封信
- 聂树斌案律师李树亭；正义终不会缺席



创意执行

2、打捞沉默的声音，重塑严肃事实力量

“下车是我犯下的最致命的错误，但是如果我说我真的是误判，可能大家都不信。”
——被老虎咬伤的赵女士

“在网友们看来我是一个有几百万粉丝的网红，但我自己明白，我还是一个逆袭中的屌丝。”
——直播网红“搬砖小伟”

“很多时候咱们看到的新闻，所谓挖掘出了新闻的真相，但真相往往就像那个电影《罗生门》一样，因为不同的当事人，他出于自己的立场，处于自己的目的，出于自己的利益，可能选择有利于自己的信息来进行表达，这就是人性。”

——娱记卓伟

“我经历了生命中最难忘的暴风骤雨，在舆论的风暴中心，我不知所措，斯文扫地”
——来自罗尔的一封信

“所以我一再说，正义可能会迟到，但是不会永远缺席。”
——聂树斌案律师李树亭

创意执行

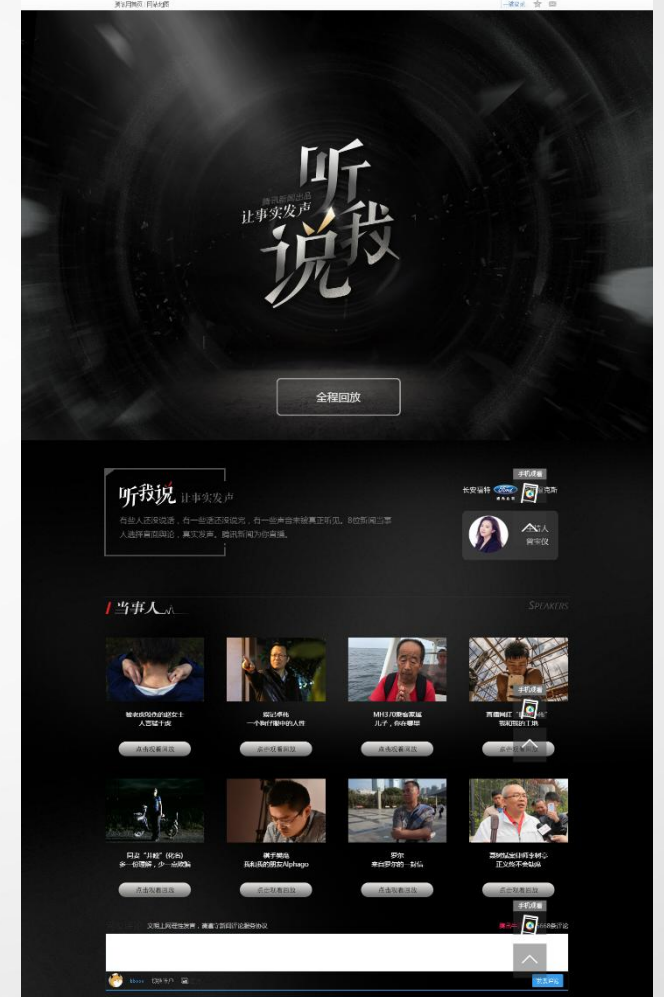
3、直播+TED演讲，让用户聚焦真相

本次《听我说》现场用一个环绕的圆型台，营造了一个被230位观众包围的值得信赖的聆听场，让当事人做一次完整、系统的回应和自我表达，用故事和声音填满画面。通过一个舞台、一个话筒，排除外在干扰，并通过视频直播，用画面来营造现场感和沉浸感，让现场直播与线上直播两个场域的观众通过声音达成了共情，聚焦当事人讲述，剥离舆论的“狂欢”，以客观冷静的视角，挖掘热门事件背后的真相。



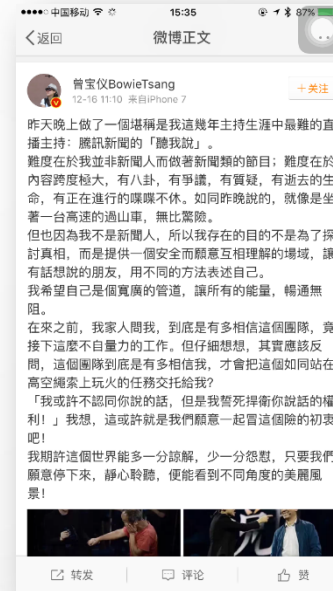
创意执行

4、移动+PC双屏直播呈现



通过本次福克斯品牌冠名合作，以腾讯新闻年度内容大餐，提振品牌声量，策划内容**覆盖总人数1700万，直播观众超630万。**

新闻策划内容获得曾宝仪、卓伟等策划参与者的自媒体评论及转发，用户秒拍视频内容微博传播获**二次转发超236万，卓伟内容登陆微博热搜榜首2次**，引领全民独立思考与发声意识，强化品牌社会责任感，缔造品牌回响！



曾宝仪微博自述



卓伟微博自述



演讲内容二次传播