



**#WeThe15**

## 活动工具包

[点击这里获取所有“我们是15”活动工具 – 包括无障碍版本](#)

# 保密

我们鼓励您与内部利益相关者及合作伙伴共享此工具包（例如通过电子邮件），以便我们一起在**2021年8月19日**产生全球影响。

但请不要公开或在网络上传播。

# 内容及介绍

该工具包概述了合作伙伴、影响力人士、广播公司、媒体和个人如何支持“我们是15”这项活动，为世界上10亿残疾人发起变革运动。**为期十年的活动将于2021年8月19日，日本标准时间 (JST) 07:00 开始，此文件涉及内容在此时间之前被禁止使用。**该活动将成为2020东京残奥会（2021年8月25日至9月5日）的重要组成部分。在本文档中，您会找到：

‘我们是15’ 活动介绍	4
关键日期	9
如何支持	11
资源概况	16
活动启动影片	20
社交内容	22
品牌资源	29
运动员/ 影响者 / 大使	34
户外活动及出版物	36
媒体关系	40
紫色灯光展	43

如果您对本工具包有任何疑问，请发邮件至 [hello@wethe15.org](mailto:hello@wethe15.org).

**2021年8月19日前禁止使用**



残疾人占我们世界人口的15%。  
他们并非异常，而是人类多样性的一部分。



图片来源：  
Canva  
Disabled and Hero  
Invictus Games Foundation

# “我们是15”简介

“我们是15”旨在成为有史以来最大规模的人权运动，以结束对残障人士的歧视，并改变世界上12亿残障人士 — 全球15%人口的生活。

“我们是15”的符号代表一个15%的存在不再被边缘化的世界。

“我们是15”活动旨在团结世界上的每个社区，发起变革运动。

紫色长期以来一直与残障社区联系在一起，但这将是首次推出一个充满活力的、积极的、有很高辨识度的标志，以团结社区并呼吁采取可行的变革。



推特 / 照片墙: @WeThe15, [领英群组](#)  
网站: [www.WeThe15.org](http://www.WeThe15.org) – 注册我们的实时通讯以获取有关活动的最新消息



# #WeThe15

# 关键信息

- 残障人士占我们世界人口的 15%。他们是人类多样性的一部分。
- “我们是15”期待成为有史以来规模最大的人权运动，以代表和改变世界 12亿残疾人的生活。
- “我们是15”将残障人士的权利与种族、性别及性取向置于议程的核心位置。
- 在接下来的十年中，“我们是15”旨在结束对残障人士的歧视，并作为一场全球运动，公开为残障问题的可见性、无障碍化和社会包容性发声。
- “我们是15”运动以前所未有的规模汇集了来自体育、人权、政策、商业、艺术和娱乐领域的国际组织。
- “我们是15”相关组织将在未来十年与政府、企业及公众合作，为占全球人口 15% 的世界上最大的边缘化群体发起变革。
- 每个人都可以在创造变革的过程中发挥作用。

**请考虑将这些信息纳入您的社交媒体帖子及其他出版物中。**



# 为世界上最大的边缘化群体带来变革

“我们是15”将通过以下方式提高人们的意识、改变人们的态度并创造更多机会，改善社会无障碍化：

- 将残障人士置于多样性和包容性议程的核心位置。
- 在未来十年实施一系列活动，以推动残疾人的社会融合。
- 打破阻碍残疾人发挥潜力和成为社会积极成员的社会及系统障碍。
- 确保提升残障人士的自我意识、认知度和代表性。

在接下来的十年里，这一全球运动将公开为残障问题的可见性、包容性和无障碍化发声。



# “我们是15”合作伙伴概要

“我们是15”以前所未有的规模汇集了体育、人权、政策、商业、文化和娱乐领域的国际组织，为世界上最大的边缘化群体发起变革。[点击此处查看他们的在线和社交媒体渠道概览。](#)

您可以在此宣传视频中了解该活动的更多信息：[我们是15 简介](#)。注意：视频不公开，链接不应在8月19日之前公开。





# 关键日期

# 活动启动的关键日期

8月19日

8月24日

8月24日-9月5日

9月5日

9月6日及之后

## 重要启动时刻

该活动于日本标准时间 07:00 向全世界推出。活动影片、社交媒体内容符号和 #我们是15 话题标签由该活动的众多支持者通过所有渠道分享。

全球 80 多个地标都亮起紫色。

## 开幕式

“我们是15” 在 2020 年东京残奥会开幕式上有一个专门的环节。IPC 主席安德鲁·帕森斯 (Andrew Parsons) 将向全球 2.5 亿观看开幕式的观众介绍宣传片。

## 残奥会开始

名人、残奥会运动员和有影响力的人士将持续支持。该活动在网上持续发酵。

数字平台和赞助商品牌将以定制活动的方式加入到添加到运动中。

## 闭幕式

2020 年东京残奥会闭幕式上的一个专门环节将进一步巩固这场运动的重要性。参与该运动的国际组织领导人的支持视频将向 2 亿电视观众播放。

## 残奥会后

一个为期 10 年的变革计划开始了。

教育内容及相关背书认可将继续从 @我们是 15 社交媒体渠道分享。

有关“我们是15”频道的完整**社交媒体内容日历**，请访问此[链接](#)或查看此[日历](#)。



# 怎样支持 “我们是15”活动



我们可以在未来十年共同改变社会，让12亿残障人士完全融入其中。

我们可以一起书写未来。

我们可以共同推动文化转变。

改变可以在每个社区中开始。

改变可以从您开始。



#我们是15



# 如何支持：分享它！

我们希望在前两周内通过这项活动覆盖至少 50 亿人。

您可以通过本活动的推特和Instagram频道@WeThe15以及脸书页面@Paralympics分享或交叉发布活动内容，帮助我们实现这一雄心勃勃的目标。这包括分享/交叉发布长达90秒的史诗般的活动影片，这是一部响亮、自豪和充满活力的颂扬残障人士的影片。

资源概览位于第15-18页，请访问WeThe15.org了解更多信息。

## 共享/交叉发布的重要性

我们会将一些资料上传到 ftp 供您本地上传，但通常我们鼓励从 @wethe15 频道共享或交叉发布，因为这将提升“社交媒体证据”产生。什么是“社交媒体证据”？人们更有可能观看和分享观看次数更多的视频。如果我们每个人都上传视频，我们就会分流浏览量。

## 使用指南

- 在脸书(Facebook)上交叉发布，推特(Twitter)上允许列表内容，在照片墙(Instagram)的“故事(Stories)”功能中分享。

请联系 [Ryan.Hills@paralympic.org](mailto:Ryan.Hills@paralympic.org) 设置与 [Facebook.com/Paralympics](https://www.facebook.com/Paralympics) 和 [Twitter.com/wethe15](https://twitter.com/wethe15) 相关的交叉发布

# 您可以如何支持：参与

在所有频道中预先安排“我们是15”活动内容资源

与内部利益相关者沟通活动内容，并确保所有相关部门（人力资源、公关、通讯、营销）都参与其中

找出对当前广告进行更新的时机，加入残障人士元素，并在残奥会期间使用紫色

找出合适的场合（总部、社交媒体、网站等）使您可以在8月19日将其变成紫色以表示您对运动的支持

确定可以推广活动的大使及影响者以帮助活动提高知名度

使用活动符号或紫色创建您自己的内容，并使用您的品牌/力量/影响力来支持该活动。

确认您可以在所有渠道中分享活动影片

# 您可以如何支持：亲身参与

## 活动启动后的行动

- 消除残障人士面临的所有障碍
- 确保世界各地残障人士的权利得到尊重、保护和实现
- 确保您的组织或社区中的每个人都了解为什么包容性对企业、您的品牌和社会很重要
- 与残疾人组织 (OPD) 交流，了解如何在当地采取行动
- 致力于在您的组织内实现对残疾人的包容性
- 让您的沟通更具包容性
- 确保残障人士能够以不同的方式、亲身参与活动和使用技术
- 促进残障人士就业，确保招聘公平，提供合理的便利条件，并支持致残员工重返工作岗位

请访问 [www.wethe15.org](http://www.wethe15.org)，了解有关如何帮助社会转型的更多信息。

# 资源概况



# “我们是15”活动资源 – 概要

资产是我们希望您分享的视频、照片、图形和 GIF 动画

## 品牌

“我们是15” 符号、文字标记、紫色可在综合性的[视觉识别工具包](#)中找到。要下载品牌资源，请发送电子邮件至brand@wethe15.org

## 活动影片&海报

令人叹为观止的、独特的 90秒和 30秒 的影片将可用于广播电视、在线使用和社交媒体。还将提供大胆而有影响力的海报资源。

## 社会资源

“我们是15” 将通过定制的表情符号、gif动画、话题标签和独特的教育内容在社交渠道中以不容错过的形式传播。

# 资源概要

有关“我们是15”频道的完整[社交媒体内容日历](#)，请访问[此链接](#)或查看[此日历](#)。

资源	语言	可传播性	下载链接	分享链接	更多信息
英雄影片 (90 秒)	英语音频, 所有活动语言的字幕*	字幕(所有语言), ISL, 英文音频	<a href="#">看分享链接</a>	<a href="#">8 月 19 日起可在 此处获取</a>	20
英雄影片(30 秒)	英语音频, 所有活动语言的字幕*	字幕(所有语言), ISL, 英文音频	<a href="#">看分享链接</a>	<a href="#">8 月 19 日起可在 此处获取</a>	20
运动员影片	通过 <a href="#">此链接</a> 查看概要	字幕	<a href="#">运动员影片链接</a> - 8月12日	<a href="#">8 月 18 日起可在 此处获取</a>	23
闭幕式影片	英语音频, 所有活动语言的字幕*	字幕(所有语言), ISL, 英文音频	<a href="#">闭幕式链接</a>	<a href="#">9 月 5 日起可在 此处获取</a>	24
教育性图文	所有活动语言*	所有语言可替换文字	<a href="#">教育性图文链接</a> - 英文版7月23日, 其他语言8月5日	<a href="#">8 月 19 日起可在 此处获取</a>	22
户外/出版物英雄创意	所有活动语言*	所有语言可替换文字	<a href="#">户外/出版物英雄创意</a> - 英文版7月23日, 其他语言8月5日	不适用	37
户外/出版物承接	所有活动语言*	所有语言可替换文字	<a href="#">户外 / 出版物</a> - 英文版7月23日, 其他语言8月5日	不适用	38

\*英语、法语、西班牙语、葡萄牙语、意大利语、俄语、中文、日语、印地语、阿拉伯语



# 资源概要

有关“我们是15”频道的完整社交媒体内容日历，请访问[此链接](#)或查看[此日历](#)。

资源	下载链接	分享链接	更多信息
动图	<a href="#">动图链接</a>	8月19日起可在此处获取	29
贴纸	不适用	8月19日起可在此处获取	29
滤镜	不适用	8月19日起可在此处获取	30
头像	<a href="#">头像链接</a>	<a href="#">Facebook (8月19日起)</a> <a href="#">Twitter (8月19日起)</a>	32
封面相片	<a href="#">封面相片链接</a>	不适用	32
网站横幅	<a href="#">网站横幅链接</a> – 英文版7月30日，其他活动语言8月5日	不适用	
电脑桌面、视频通话背景	<a href="#">电脑桌面、视频通话背景链接</a>	不适用	
免费图像，包括地标图像	<a href="#">免费图像链接</a>	不适用	
“我们是15” 商标使用准则	<a href="#">准则下载链接</a> – 联系 <a href="mailto:brand@wethe15.org">brand@wethe15.org</a> 以获源品牌资产	不适用	29



# 活动启动影片

# 活动启动影片

我们希望有5亿人在“我们是15”发起的第一个月内观看我们的宣传片。

请在您的所有频道上分享这部影片，并为人们创造尽可能多的观看机会。无论是以贡献媒体预算的形式以允许其在电视上播放，还是以网上播放的形式对它进行推动，我们都会感谢所有形式的支持。

可用英文资源：

- 90秒英雄影片
- 适合电视播出的 90秒影片
- 适合电视播出的 30秒影片
- Gif动画和社交媒体短视频

[此概览](#)包含从 8 月 19 日起可以分享影片的连接。影片将通过 Content+ 与广播公司分享。

隐藏式字幕版本：英语、法语、西班牙语、葡萄牙语、意大利语、俄语、中文、日语、印地语、阿拉伯语

手语版本采用国际手语。音频描述采用英文版本。



WeThe15 宣传片将按照以下广播公司规范制作：

- 包装器：.mov (QuickTime)
- 视频编解码器：ProRes422
- 帧率：25 fps (PAL) 和 29.97 fps (NTSC)
- 分辨率：1920 x 1080 (高清)

# 社交媒体内容

# 教育性内容

这是我们创造真正改变的机会：通过教育全世界，让大家了解残障意味着什么、以及人们可以如何去进行支持。

我们以轮播（Carousel）格式制作了5份统计数据，用来打破迷思并教育人们。

这些都将出现在我们的 Instagram 频道上，并且从 8 月 19 日起可以在您自己的频道上发布或转发。

自 7 月 23 日（英语）和 8 月 5 日（所有广告系列语言）起，可通过[此链接](#)找到设计模板和翻译。

THERE ARE 1.2 BILLION  
PEOPLE WITH  
DISABILITIES  
WORLDWIDE, AND THE  
NUMBERS ARE  
GROWING.

---

KEY FACT

2% OF THE WORLD'S  
WORKING AGE  
POPULATION ACQUIRE  
AN IMPAIRMENT EVERY  
YEAR.

---

#WeThe15

PEOPLE WITH  
DISABILITIES ARE 15%  
OF THE WORLD.

---



#WeThe15

# 运动员影片

我们提供精选的社交媒体短片，其中包括残奥会运动员对此项行动及其重要性发表的意见。

这些包括：

- 塔提雅娜·麦克法登 (美国)
- 布伦娜·哈克比 (美国)
- 恩坦度·马哈兰古 (南非)
- 胡斯纳·库昆达凯(乌干达)
- 丹尼尔·迪亚斯 (巴西)
- 古斯塔沃·费尔南德斯 (阿根廷)
- 维尼修斯·罗德里格斯 (巴西)

完整的运动员名单可以在[这里](#)找到。

#WeThe15



**BREANNA HUCKABY**

2x Paralympic Snowboarder



# 闭幕式影片

- 在国际残奥委会主席在 2020-东京残奥会的闭幕式演讲之后, 一部由所有“我们是15” 创始组织的领导人参演的特别影片将播出
- 影片将彰显“我们是15” 的雄心
- 影片将被纳入全球电视信号中
- 影片将在闭幕式后通过奥林匹克广播公司的Content+, 供各大广播公司在社交媒体上使用
- 国际残奥委会将向商业合作伙伴和支持者分发影片 (更多信息在[这里](#))



# 闭幕式影片脚本

今天，我们将注意力从体育上移开。看向未来。

目光从运动员，转移到全球范围的残障人士。

超过十亿人。占世界人口的15%。

“我们是15”是一场全球变革运动。

这就意味着：必须看到、听到、积极行动和包容残疾人。

这是一场让世界更公平、更公正、更平等的运动

在残奥会圣火熄灭之前，它将把它的光芒传递给一个新的运动。

世界上最大的组织们正在齐心协力支持“我们是15”。

定政策。造时势。

迎来无人会被成就弃于身后、无人被嘲笑、无人被排除在外的一天。

有一天，我们将正视与自己不同的人，看到我们共同的人性。

因为当那一天到来时。回顾这一刻，我们会说：

当泛光灯熄灭时。

当摄像机停止转动。

那是改变开始之时。

# 播客

“我们是15”系列播客将在 [A Winning Mindset: Lessons From The Paralympics](#) 上播出。

这些对话将包括知名残奥会运动员对全球领导人进行的采访。

广播公司可通过奥林匹克广播公司的Content+ 获得采访中的音频和视频。

这些特别剧集将作为 “Webby and Digiday Media” 获奖播客 A Winning Mindset 迷你系列的一部分，并将由播客平台推广。

播客的所有宣传资源都将在[此处](#)共享。

- 2021年8月21日：美国残奥会选手 Anna Johannes 采访 IPC 主席 Andrew Parsons
- 2021年8月25日：澳大利亚的 Ellie Cole 和联合国人权事务高级专员 Michelle Bachelet
- 2021年8月27日：美国的 Tatyana McFadden 和联合国副秘书长 Amina J Mohammed
- 2021年8月28日：英国的 Stef Reid 和欧盟平等事务专员 Helena Dalli
- 更多内容有待确认

# 社交媒体

## TIKTOK

从8月19日至9月5日，TIKTOK将举办 #DisabilityAwareness 标签挑战。完整的市场地区和话题标签列表将在[此处](#)提供。



## 脸书

IPC 将与 Facebook 一起推出由四部分组成的“我们是15”系列视频。稍后将在[此处](#)提供更多信息。

Facebook 将与 IPC 合作，在 <https://www.paralympic.org/> 上推出空间音频和沉浸式 VR/WebXR 体验，旨在通过沉浸式音频和VR的力量改变对残疾的看法。

## 推特

以下主题标签将创建 我们是15 符号的表情符号，直至 12月4日（国际残疾人日后一天）。

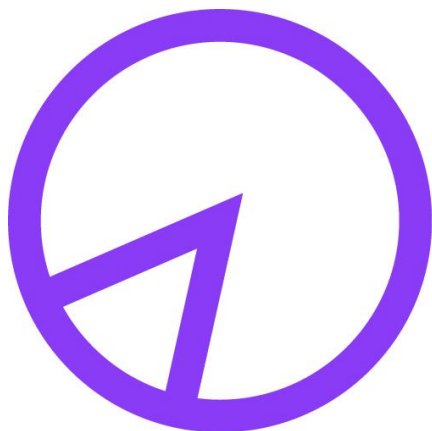
语言	我们是15 翻译
英语	WeThe15
西班牙语	NosotrosEl15
印地语	हम15
阿拉伯语	نحن ال15
中文	我们是15
日文	私たち15
意大利语	NoiIl15
法语	NousLes15
葡萄牙语	NósOs15
俄语	Мы15Процентов
印度尼西亚语	KamiBer15
韩语	우리가바로15
德语	WirDie15
他加禄语/菲律宾语	Kaming15
泰语	เราคือ15
马来语	Kami15
荷兰语	WijDe15

# 品牌资源

# 实用品牌资源

“我们是15” 商标使用准则可在[此处](#)下载。如果您想使用 “WeThe15” 符号或字标来创建您自己的资源，请联系 [brand@wethe15.org](mailto:brand@wethe15.org)。

我们提供了多种资源，可用于创建您自己的内容，包括滤镜、Gif动图、头像和封面照片。请参阅第 18-19 页以获取可下载这些文件的链接。运动员抵达东京后还将获得 “我们是15” 临时纹身，他们可以在比赛场地上佩戴。您还可以使用 19 页上的网站横幅、桌面背景和视频通话背景。



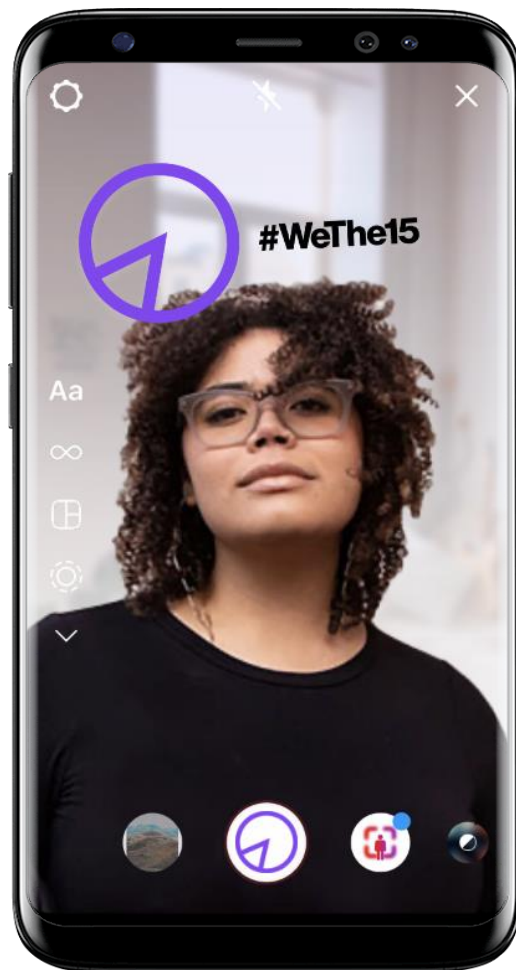
**#WeThe15**

# 商标滤镜

从8月19日起，“我们是15”商标滤镜将在以下社交渠道提供：

- Instagram
- 抖音
- Facebook
- Snapchat

在您的社交渠道上“通过相机”录制并发布关于“我们是15”的故事时，请使用此滤镜。



# GIF动图

从8月19日起，将有一系列可供使用的GIF动图，您可以通过 [Tenor](#) 和 [Giphy](#) 获取并使用 #WeThe15 进行搜索。这些将包括“我们是15”符号、电影中的瞬间以及由英特尔使用无人机创建的“我们是15”符号。





# 视觉宣传

我们鼓励 “WeThe15” 的所有倡导者：

更新您的封面照片

更改您的头像以包含 WeThe15 框

在您的显示名称中添加一个紫心或#我们是15

在社交媒体上的个人简历中加入 #WeThe15



在[此处](#)查找下载/创建这些资源。



影响者/大使/运动员

# 影响者/形象大使的外联

我们希望运动员、合作伙伴大使和有影响力的人士在**8月19日**通过以下方式提供支持：

- 在[Instagram](#)和[Twitter](#)上关注@WeThe15。
- 在他们的社交频道上分享宣传片（8月19日在我们的频道上发布），并链接到WeThe15频道。
- 从WeThe15频道分享他们觉得有趣的事实和统计数据。（见第23页）
- 在他们的个人资料名称中包含紫心，并在他们的个人资料图片上使用标识框架（参见第33页）
- 在他们的社交渠道上创建原创内容。
- 创建有关点亮地标建筑的内容（参见第44-46页）
- 在新闻采访和演讲活动中谈论WeThe15
- 使用频道内WeThe15符号、GIF动图、贴纸、滤镜等提高曝光率（参见第30-32页）

这个地球上的每个人都可以通过思考他们的行为如何影响残障人士而有所作为。改变可以从每个社区开始。改变可以从您开始。

已创建模板电子邮件，可用于与您的大使和影响力人士互动 – [形象大使和影响力人士电子邮件模板](#)

# 户外及新闻出版物

# 户外/新闻出版

我们要求我们的合作伙伴使用主图稿文件来：

- 实施我们的户外/新闻出版创意（贡献您的媒体资源以实现这一目标）
- 在您现有的户外/新闻出版创意上实施我们的承接概念

我们在下面提供了主图稿文件（整页、半页、6页、48页）的链接，以及复制选项和相应的翻译。合作伙伴有责任从列表中选择他们喜欢的副本，相应地调整图稿文件并提供给新闻出版/户外媒体网站。

在时间方面，目标是在8月19日至9月6日（残奥会闭幕式的第二天）上线。话虽如此，这是一个为期10年的活动，因此我们愿意根据每个合作伙伴的可行性在不同时间实施此创意。

在活动启动（2021年8月19日）之前，不应将相应工作推行上线。

[户外/新闻出版主图稿文件，包括翻译链接](#)  
[包含翻译的接管主图稿文件链接](#)

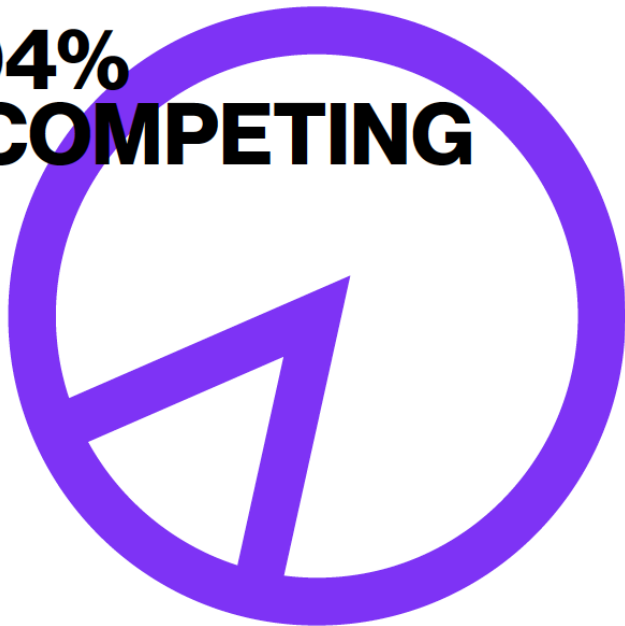
**文件将从7月23日起提供英文版，8月5日提供所有语言版本。**

# 户外/新闻出版 - 创意示例

(最终资源于7月23日星期五上传)

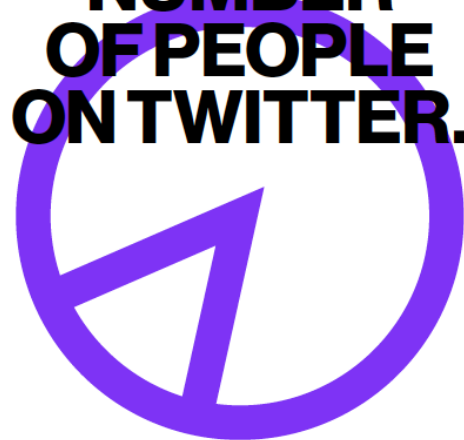
**ONLY 0.0004%  
OF US ARE COMPETING  
IN TOKYO.**

**PEOPLE WITH A  
DISABILITY ARE 15% OF  
OUR WORLD. #WeThe15**



**IT'S FOUR  
TIMES THE  
NUMBER  
OF PEOPLE  
ON TWITTER.**

**PEOPLE WITH A DISABILITY  
ARE 15% OF OUR WORLD.  
#WeThe15**





# 媒体关系启动



# 方法：获取关注，创造反响

## 8月19日- 活动启动

**方法：** 与世界各地的发言人和媒体合作，我们需要一种相互关联的方法，以便在发布当天为每个利益相关者创造机会。

**发生什么？** 运动的首次公开发布。我们的目标是提高人们对“我们是15”运动、全球合作伙伴和10年使命的认识。

**我们和谁对话？** 媒体、公众、残障人士非政府组织。

**会有什么内容？** 新闻稿、发言人采访、活动影片、活动标志、点亮灯光的图像。

**我们的目标群体是？** 全球新闻社；广播、纸媒和在线媒体；各国家体育、第三部门（社会团体）、健康、消费者和商业领域的通讯员。新闻报道将优先进行，深度报道将紧随其后。

**发布计划是什么？** 发布活动将在全球展开。我们希望从清晨开始与目标市场的媒体开始进行交流。合作将从东京（我们将与之交谈的第一个媒体）开始，然后转移到欧洲/非洲，最后是北美。

**我们主要的目标媒体市场有：** 亚太地区——日本/中国/澳大利亚；欧洲/非洲 - 英国、法国、意大利、德国、南非；北美 - 美国/加拿大。

**谁来发言？** 众多利益相关者发言人和运动员已准备就绪，将参加预发布会和发布日演讲。

# 媒体关系启动方法概述

## 宣传片及其发布

发言人将于 8 月 5 日进行预先简报

从 8 月 16 日起，活动启动影片和新闻稿将在“新闻禁运”前提下，发送给顶级新闻、社会事务、消费者、生活方式、体育类媒体。更多媒体将于 8 月 19 日收到新闻。

**直播：2021年8月19日07:00，日本标准时间 (UTC +9) (与东京公告时间一致)**

[为了支持外联，策划稿已于此处草拟！](#)

联系 [Philip.Doward@paralympic.org](mailto:Philip.Doward@paralympic.org) 了解更多信息

## 点亮地标

世界各地的地标将在 8 月 19 日日落时亮起紫色。

为了最大限度地利用媒体机会，将在 8 月 9 日之前提前拍摄主要地标。

**直播：2021年8月19日傍晚**

# 紫色灯光展

# 已确定地标

为庆祝“我们是15”活动的推出，跨越多个国家和时区的80多个标志性地标建筑将在8月19日点亮紫色，这是代表残障人士的国际色。请在[此处](#)查看完整的地标列表。要将地标添加到列表中，请联系 [hello@wethe15.org](mailto:hello@wethe15.org)

东京晴空塔, 东京	哈帕歌剧院, 雷克雅未克	奥斯坦基尼奥塔, 莫斯科
默里菲尔德, 爱丁堡	斗兽场, 罗马	富丽敦酒店, 新加坡
大喷泉, 日内瓦	尼亚加拉瀑布, 美国及加拿大	旧城墙, 耶路撒冷
议会大厦, 伦敦	FNB 体育场, 约翰内斯堡	王国塔, 沙特阿拉伯
奥地利国会大厦, 维也纳	亚武兹苏丹塞利姆大桥, 伊斯坦布尔	佩特林瞭望塔, 布拉格
巴黎市政厅, 巴黎	维多利亚桥, 布里斯班	天空塔, 奥克兰



©东京-晴空塔

# 我如何支持紫色灯光展？

1. 请确认您的总部办公室或其他重要建筑物或您的数字资产（公司徽标、网站、社交媒体）是否会在8月19日变为紫色。请联系[hello@wethe15.org](mailto:hello@wethe15.org)了解更多信息。
2. 请在8月19日拍摄您的地标，或对数字资产进行屏幕截图，以提供给媒体，然后与IPC团队分享这些图像。IPC将在[这里](#)上传所有免费（无版权）的地标图像。
3. 与友好的媒体联系人和更广泛的媒体取得联系，以提醒他们有关本次活动和灯光展的消息。[将此新闻稿](#)分享在您的媒体报道中。
4. 与当地地标建筑的代理人联络，在他们的社交渠道上分享被照亮的建筑物的图像，以进一步推动灯光展的传播。
5. 与您的活动大使和影响力人士合作，创建和分享地标建筑相关内容。
6. 通过您自己的社交渠道发布/分享地标建筑相关内容，包括“#我们是15”和Twitter和Instagram频道@WeThe15。

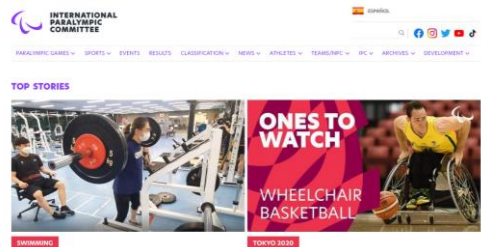
## 紫色地标



## 紫色标志



## 紫色网页/社媒



# 媒体简介

请简要向媒体介绍相关情况，以帮助确保发布日的报道。与友好的媒体联系人和更广泛的媒体联系，以提醒他们有关本次活动和灯光展的消息。

地标建筑的点亮将为世界各地的广播媒体、图片媒体和数字媒体创造一个特别的媒体时刻。在发布之前，可以向更广泛的媒体发出邀请参加他们当地的灯光秀，以便他们拍摄8月19日变成紫色的地标性建筑。

[媒体邀请函可以在这里找到。](#)

*邀请函可以根据当地媒体的需要进行调整和翻译。*



图片来源: Canva

## 联系方式

如果您有任何问题，请发邮件至[hello@wethe15.org](mailto:hello@wethe15.org)

请至官网 [WeThe15.org](http://WeThe15.org)  
了解更多信息



# #WeThe15