

江湖

无酒不武侠 无武侠不

中国食品报网



《中国食品报》1984年创刊，中国轻工业联合会（原轻工部）主管，中国食品行业及相关领域的第一大报。经历30年的发展，见证了中国食品行业的不断壮大与繁荣，以推动中国经济社会和谐发展、健康发展为己任。

高端、专业、权威、实用

中国食品报

CHINA FOOD NEWSPAPER

2018年12月19日 星期三 第7934期 今日12版 邮网地址 www.cfnnews.com 中国轻工业联合会主管主办 邮发代号 1-81 国外发行代号 6763 邮发一刊登CNI1-0016



庆祝改革开放40周年大会在京隆重举行 习近平发表重要讲话 李克强主持 栗战书汪洋赵乐际韩正王岐山出席 王沪宁宣读表彰决定



12月18日，庆祝改革开放40周年大会在北京人民大会堂隆重举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发表重要讲话。



12月18日，庆祝改革开放40周年大会在北京人民大会堂隆重举行。

新华社北京12月18日电 庆祝改革开放40周年大会18日晚在北京人民大会堂隆重举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发表重要讲话，回顾改革开放40年的伟大历程，阐明进一步全面深化改革、推进全面依法治国的重大意义，对继续全面深化改革、推进全面依法治国提出明确要求。李克强主持，栗战书、汪洋、赵乐际、韩正、王岐山出席，王沪宁宣读表彰决定。

新华社北京12月18日电 庆祝改革开放40周年大会18日晚在北京人民大会堂隆重举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发表重要讲话，回顾改革开放40年的伟大历程，阐明进一步全面深化改革、推进全面依法治国的重大意义，对继续全面深化改革、推进全面依法治国提出明确要求。李克强主持，栗战书、汪洋、赵乐际、韩正、王岐山出席，王沪宁宣读表彰决定。



中国食品报网

中国食品行业主流权威互联网新闻媒体

《中国食品报网》为中国食品报唯一官方新闻网站

作为**中国食品报唯一官方新闻网站**，
将延续中国食品报平面传统纸媒的办报理念，整合、创新运用网络科技优势力、传播力，传播先进文化，服务食品安全发展。



宣传党和国家发展食品产业的方针、政策，介绍国内外食品企业的先进经验，传播食品行业各种信息，指导和促进食品生产、流通、消费健康有序发展。

《中国食品报网》将成为中国食品行业传媒界的优势品牌，服务于中国经济社会发展需要，服务于广大食品行业及相关领域、服务于广大致力于带动食品行业发展的企业商家，诚信、创新、实现共赢。

我们要做什么？



2019年中国食品报网与华谊兄弟联合打造武侠IP系列活动

《中国食品报网》将成为中国食品行业传媒界的优势品牌，服务于中国经济社会发展需要，服务于广大食品行业及相关领域、服务于广大致力于带动食品行业发展的企业商家，诚信、创新、实现共赢。

IP形式展现

网综 (1500万)

网剧





项目介绍
项目定位

壹



项目传播
项目策略

贰

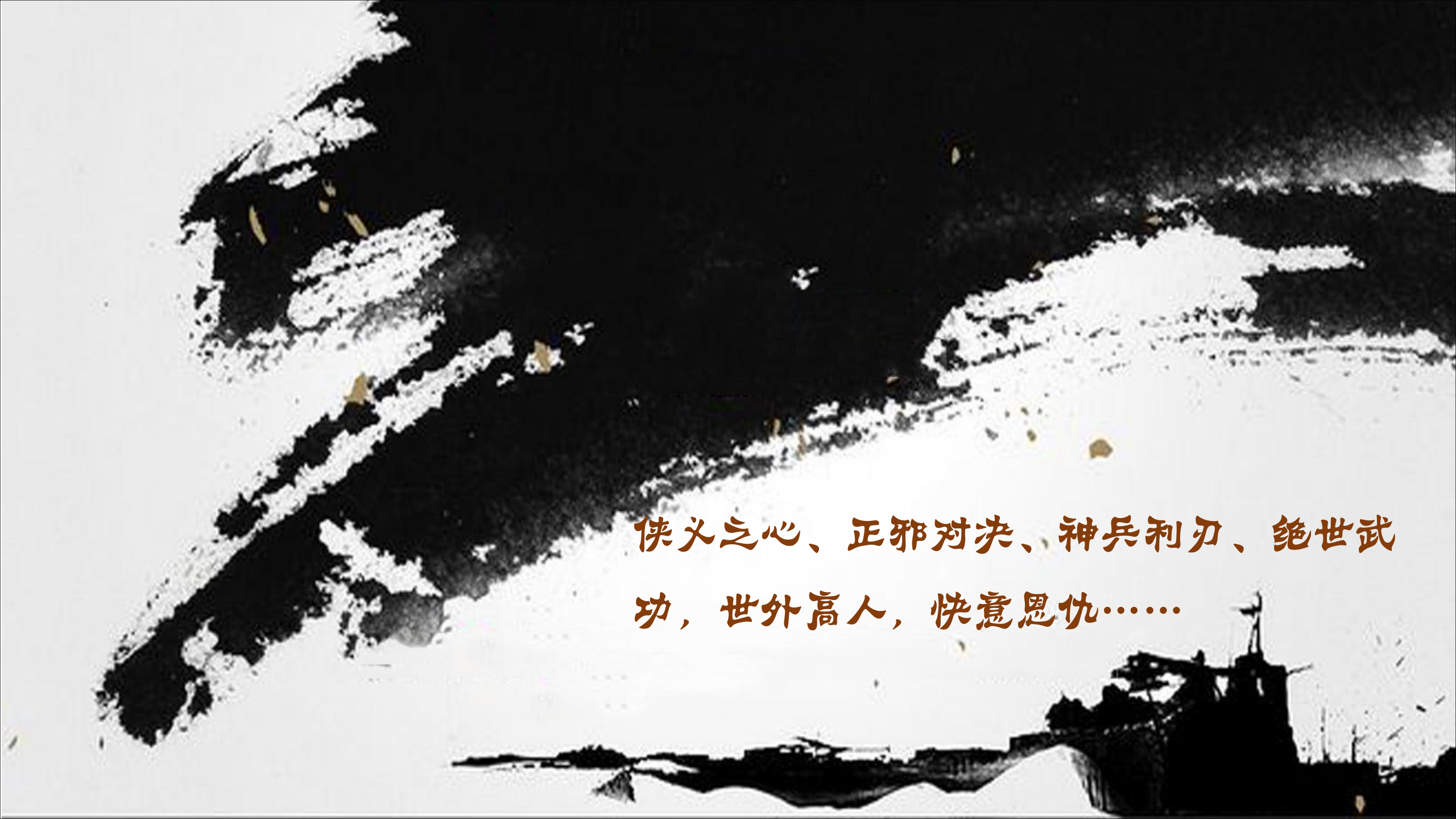


项目植入
项目权益

叁

项目介绍定位



The background is a traditional Chinese ink wash painting. It depicts a vast, misty landscape with dark, craggy mountains and a small boat on a body of water in the lower right corner. The brushwork is expressive, with varying shades of black and grey ink on a white background, creating a sense of depth and atmosphere. The overall style is characteristic of classical Chinese literati painting.

侠义之心、正邪对决、神兵利刃、绝世武功，
世外高人，快意恩仇……

节目背景

武侠文化，绝大多数人的第一印象就是刀光剑影、飞檐走壁。

诚然，“武功”是武侠文化的基本构筑材料，登峰造极的武功更是武侠文化吸引读者的主要原因。然而，一部好的武侠著作绝不会只停留在对武功叙述的层面上，它应该包含得更多、更广，比如“情”、“义”、“理”等，才应该是武侠文化的精髓和精神，而其中，

酒文化则是武侠文化中的一枝独秀

在武侠小说中，
成侠，侠与酒已

有侠必有酒，无酒不
是如影随形

多元化，包容性

中国酒文化源远流长，内容丰富，对中国的经济、哲学、文学、艺术和中国人的个性、思想、情感、行为等方面都有广泛的影响。

酒可以交友，酒可以消愁，酒可以解忧，在快意恩仇的江湖怎么会少了酒呢？

金庸的武侠小说塑造了一个个鲜活生动的武侠形象，并在小说中将中国历史与传统文化充分融合展现，作品中对于酒或喝酒的描写随处可见。

用酒将一个个英雄的性格展现得淋漓尽致！





君子八雅

琴、棋、书、画、诗、酒、花、茶

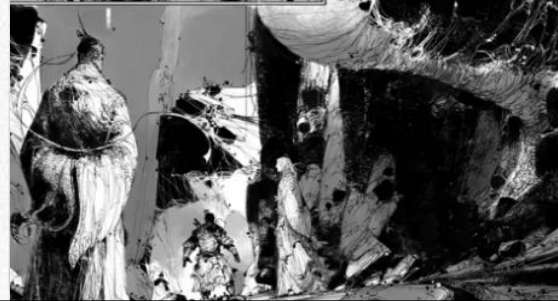
善琴者通达从容，善棋者筹谋睿智，
善书者至情至性，善画者至善至美，
善诗者韵至心声，善酒者情逢知己，
善茶者陶冶情操，善花者品性怡然。

酒、洒脱、豪气、壮烈、悲伤。

江湖、正气、不屈、热血、勇气。

节目定位、看点

“跨界” 代表一种新锐的生活态度和审美方式的融合，戏剧表演上亦是如此，突破固有的娱乐边界，汇集活跃在歌坛音乐领域的专业类歌手，在这个突破自我舞台上展现鲜为人知、但令观众惊艳的戏剧才华，**演绎经典** 争夺最完美戏剧诠释者的殊荣。





直面老中青年群体
全民综娱化的表达形式
追寻、全市武侠影视的另类体验



直面中青年目标群体
对武侠情怀无线憧憬者
追求英雄江湖梦的人群
对艺术有梦想的人群

人群导向

播出情况



节目基本信息【拟定】

节目名称：无酒不武侠

目标受众：武侠梦 江湖梦情怀

节目时长：45分钟/期（拟定）

播出方式：周播（12期拟定）

播出平台：网播（拟定）

节目介绍



明星艺人
跨界演绎逐梦



武侠经典
还原式“召唤”
找寻情怀共鸣
痛点话题



向经典致敬
的情感飙升

舞台呈现【拟定】



「无酒不江湖」 武侠江湖故事情境氛围，经典桥段再度上演，利用舞台的层次感，画面还原感，打造身临其境的画面效果。

拟邀嘉宾



杨超越

2018年《创造101》总决赛第3名 2018年“影响中国”年度人物荣誉盛典年度演艺人物奖



宋祖儿

1998年5月23日出生在天津，就读于北京电影学院，中国内地影视女演员



金晨

毕业于北京舞蹈学院民族舞专业，中国内地影视女演员、模特



吴磊

1999年12月26日出生于上海，中国内地影视男演员，爱奇艺之夜最受欢迎新人 国剧盛典获最具潜质演员奖



刘昊然

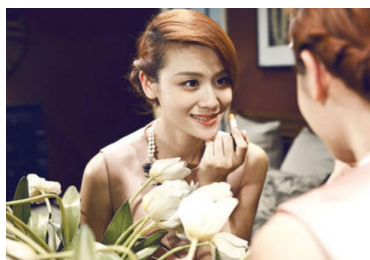
1997年出生，中国内地男演员，就读于中央戏剧学院表演系本科 华鼎奖中国最佳新人奖 大众电影百花奖最佳男主角提名

拟邀嘉宾



李玲玉

身 高 166cm
体 重 50kg
职 业 歌手
代表作品 粉红色的回忆、天竺少女



叶一茜

身 高 170cm
体 重 50kg
职 业 歌手、主持人
代表作品
《爱情十二元素》



沈梦辰

身 高 171cm
职 业 主持人/模特
代表作品
妻子的谎言
真正男子汉



王佩瑜

职 业 京剧演员
主要成就
第二十五届中国戏剧梅花奖 “梨园杯” 全国戏曲华东区一等奖



焦曼婷

身 高 172cm
出生日期 1995年9月5日
职 业 歌手
代表作品
大尾鲈鳗2、创造101

拟邀导师



徐帆

1991年毕业于中央戏剧学院表演系，同年分配到北京人民艺术剧院工作。中国文学艺术界联合会第十届全委会委员



惠英红

香港电影金像奖最佳女主角
台湾电影金马奖最佳女主角
中国长春电影节最佳女主角
澳门国际电影节最佳女主角
华语电影传媒大奖最佳女主角



刘天池/导师

中央戏剧学院表演系表演教师，中国内地影视女演员
曾担任【演员的诞生】的表演指导教师



张晓龙/导师

中央戏剧学院副教授，中国大陆男演员、礼仪指导、民族民间舞学士、中国古代史硕士，硕士生导师。



梁家辉

四届香港电影金像奖最佳男主角奖 第27届台湾电影金马奖最佳男主角 第14届香港电影评论学会奖最佳男演员 第44届台湾电影金马奖最佳男配角 第23届香港电影金像奖最佳男配角

拟邀导师



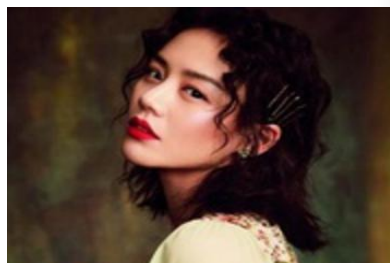
周冬雨

第53届台湾电影金马奖最佳女主角
第23届香港电影评论学会大奖最佳女主角
金砖国家电影节最佳女主角
第31届中国电影金鸡奖最佳女主角提名



井柏然

北京大学生电影节最佳新人奖
中国长春电影节最佳男配角奖
大众电影百花奖最佳男主角提名
中国电影金鸡奖最佳男配角提名
香港电影金像奖最佳新演员提名



马思纯

第53届台湾电影金马奖最佳女主角奖
第14届中国电影表演艺术学会金凤凰奖新人奖
第16届中国电影表演艺术学会金凤凰奖学会奖



周一围

获娱乐大典年度最佳新人
获新浪网络盛典年度新人
《演员的诞生》总冠军




胡歌

第28届中国电视金鹰奖观众喜爱的男演员奖
第11届中国金鹰电视艺术节最具人气男演员奖
第22届上海电视节白玉兰奖最佳男主角奖

项目传播策略



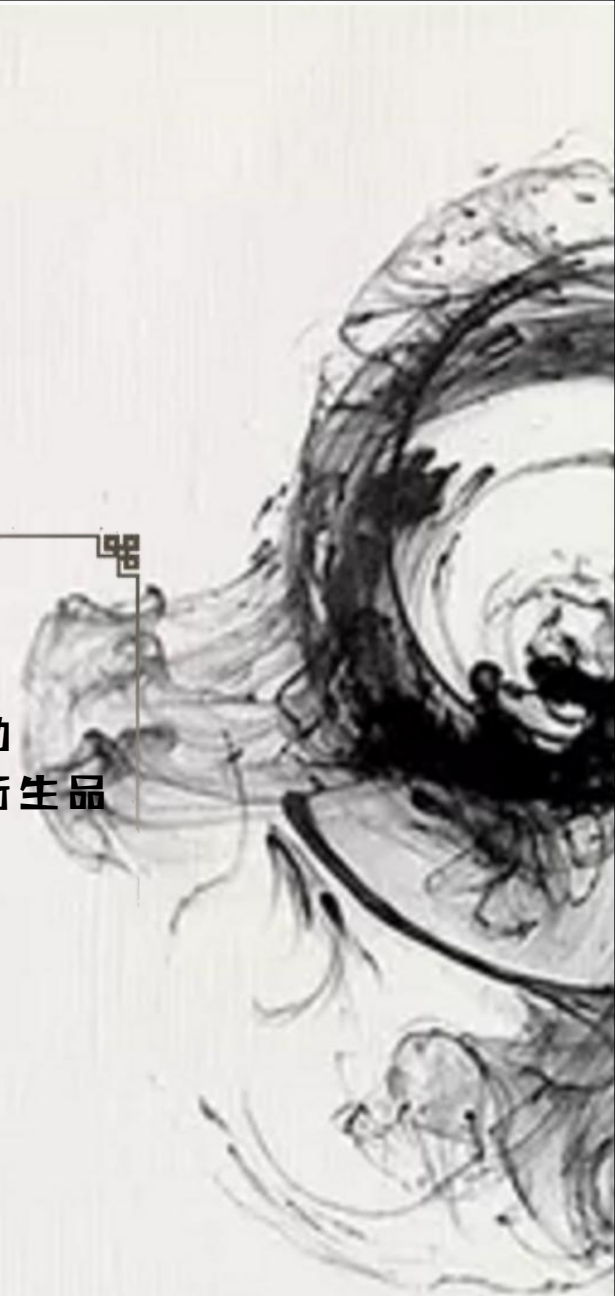



宣传筹备期
传播物料准备
商务合作洽谈

开播预热期
挖掘节目差异点
营造热播氛围

播出期
策划亮点话题事件
保持节目关注度

播出后期
开展线下活动
提升节目口碑、衍生品





1、充分借势原版品牌

2、明星和节目形成互相带动

3、核心差异化挖掘和凸显

4、节目口碑的重点打造：

社会化营销 微信、微博、抖音、SNS、社区

品牌联合 App、媒体、关联品牌合作

视觉营销 病毒趣味视频、海报制作、趣味漫画


知识营销 Wiki百科

病毒营销 病毒图片、动态表情

话题营销 话题事件、话题人物、社会话题、趣味话题

PR公关传播 事件报道、人物报道，

博客自媒体评论媒介/意见领袖关系圈介绍



节目传播规划

社交+垂直+SNS+行业

IP武侠属性/明星资源传播

#武侠/经典/江湖#主题创意推广

社交媒体微信创意H5/微博话题/抖音比拼征集活动

SNS媒体豆瓣小组/知乎/百度贴吧+行业媒体深度营销报道

项目植入如益





【道具植入:镜头中出现产品实物, 实现产品露出】

录制现场、以及演绎过程中的所需道具呈现

**【情节植入:产品作为贯穿情节的主要线索之一
推动故事发展】**

产品可作为情节内容多次出现, 增强品牌记忆点

【行为绑定:角色人物绑定，深度关联品牌性格】

可根据人设及品牌性格将产品使用作为标志性行为习惯。
强调角色性格,同时全面展示与凸显产品特性，深度定制。

【场景植入:将品牌产品海报或赞助场地作为拍摄主场所】

节目录制过程中，经常需要交流场所，互动发生地也将作为重点场景出现，适合与品牌门店进行合作，通过角色的互动全面展示。

【元素授权/衍生品:本体物料授权及衍生品开发】

元素授权：将视频及作品原创设计进行授权上包装及门店轮播，有效加强推广影响力。

衍生品：节目音频，艺术音频、视频书籍

【线下活动:线下事件营销/公关活动冠名出席】

在节目营销及品牌营销的节奏中寻求契合点，通过嘉宾参加品牌线下营销活动增加曝光度及话题性，如发布会等活动。结合双方传播需求联合发力，互利共赢。

【线上推广:线上直播互动及营销活动冠名】

嘉宾直播平台互动，传播推广过程中进行线上活动品牌冠名。事件营销可与直播平台合作，邀请主创团队进行直播，吸引粉丝观看。直播过程中加入产品露出及口播环节，可以有效增加产品曝光度

【创意中插:根植于原剧情的原创贴广告】

当进行到每期中期部分时，画风突转，播出一段和前后剧情没有直接关系的30秒左右原创贴片广告。与广告组合能大幅度提升视频广告的到达频次、提升记忆与播出效果



IP形式展现

网综

网剧 (2000-3000万)



项目概况
壹



团队介绍
贰

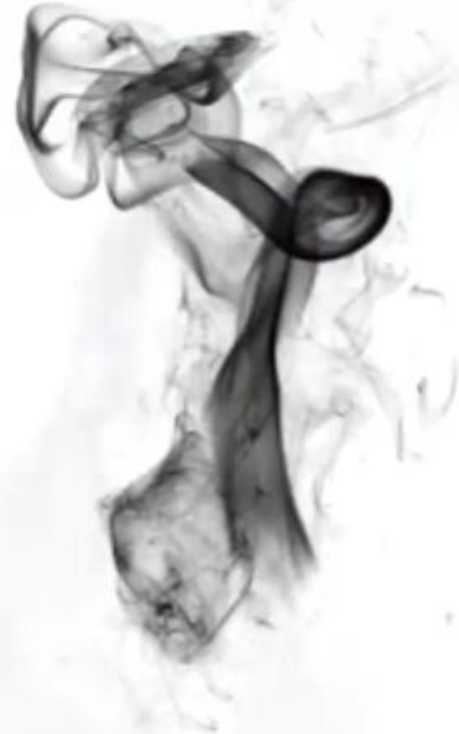


商务合作
叁

项目概况



项目概况



类型： 剧情+武侠+动作

主题： 古代武侠、历险、悬幻

单集时长：25分钟 **集数：**12集

开机时间： 待定 **拍摄周期：** 待定

拍摄地点： 待定 **演员阵容：** 拟定[详细页]



故事梗概

以时间为**时光回溯的轴线**，在不同的朝代或时间点邂逅不同的武侠代表人物（金庸、古龙、梁羽生、萧逸、4位大师笔下的经典人物），串联不同的场景，完成设定的任务，才可回溯到下一个时间点，开始新的故事。



场景设置[可植入设定]



【示例】



客栈、书院、酒楼、任务公会、青楼、镖局
典当行、脂粉店铺、珠宝楼、绸缎庄等

IP价值提炼

- 回溯经典，仗剑走天涯的武侠情怀，回溯经典重温英雄梦
- 侠界探险剧
- 强大制作班底 资深团队 专业视效保障

IP原著粉 热度升级

千古情愁酒一壶

行业大拿 金牌护航



项目合作



拟邀嘉宾



邓伦



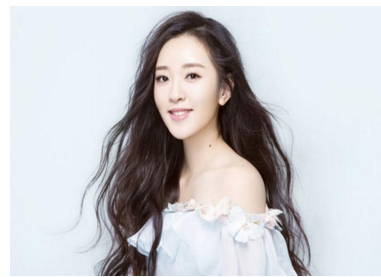
朱一龙



罗云熙



张云龙



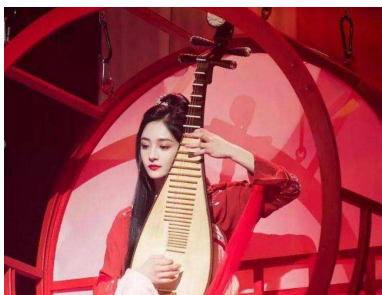
刘泳希



宋轶



韩雪



周洁琼



何赛飞



宁静

拟邀合作团队



方锦龙
[琵琶演奏家]



蒋彦
[青年琵琶演奏家]



梁翘柏
[香港音乐人 监制]



吴琳
[箜篌演奏家]



HIDII国乐团

拟邀音乐演唱



林志炫



周深



龚琳娜



满汉乐团

商务合作





品牌联营

传统植入 · 创意中插 · 元素授权 · 衍生品

强强联手，互利共赢

精品内容深度传达**品牌精神内核**

全方位持续展现品牌形象

打造一站式**高品质娱乐营销**

线上联合推广 · 线下公关活动



道具植入

合作优势：高质量制作水准保障画面呈现，古装武侠类型可合作品类广泛，植入创意新颖

情节植入

合作优势：主要故事情节贴合品牌创意内核，可控性高，植入效果保障

行为绑定

合作优势：剧中人物人设阳光正能量，是性格绑定的最佳人选

场景植入

合作优势：剧中部分场景均可创意植入，常需特定场所进行交流互动。

示例



创意中插

合作优势：高水平编剧提供优质内容参考，[小剧场]也是吸粉的重要环节

元素授权/衍生

合作优势：剧情自带明星人形立牌等天然衍生创意，延续内容热度同时有效进行开发变现。

线上线下联合品牌推广

合作优势：双方营销需求参与品牌活动联合推广，配合度高

示例



诚邀【金牌合作班底】更多团队合作资源，正待开启

携手新圣堂“前任系”制作班底
灵魂编剧 品质炼金 倾力打造精制流量IP



代表作品：

《前任攻略》《前任2：备胎反击战》《前任3：再见前任》《人在囧途》
《花间提壶方大厨》等



期待合作