



# 央视网

CCTV 央视网  
com

Introduction to CCTV.com

服务治国理政 服务美好生活 服务经济发展

# 内容目录



央视网简介

媒体综合服务力

数字智慧新赋能

2023内容矩阵布局



# 第一部分

## 央视网简介

# 关于我们

## 中央广播电视总台主办的中央重点新闻网站 多终端业务资质的大型互联网文化企业

央视网深入落实总台“台网并重、先网后台、移动优先”发展战略、“5G+4K/8K+AI”战略布局以新闻为龙头，以视频为重点，以用户为中心，建设“网(中央重点新闻网站)+端(移动客户端)+新媒体集成播控平台+市场端口连接”融媒体传播体系，助力总台构建“多屏覆盖、无处不在”的用户入口。

央视网是首批中央重点新闻网站之一，多终端传播矩阵覆盖全球20亿人次，连续多年蝉联中国互联网综合实力百强企业榜单中央媒体榜首。

近年来，央视网深耕“新闻+政务服务商务”，服务治国理政、服务美好生活、服务经济发展。

先后推出《CCTV网络春晚》《超级工厂》《人人都爱中国造》《云顶对话》《全民健康》《颜值攻略》等具有广泛影响力的原创视频节目。以媒体视角见证时代精神，对话风云人物，洞察产业趋势，直面行业痛点，以溯源探厂、云上监督、生活服务、科普教育、知识分享、口碑测评、产业纪实、人物对话、电商带货、主题活动等形式，助力品牌信用价值提升，推动产业转型升级，深入探索媒体与全场景需求的深度融合，充分彰显主流新媒体的责任和担当。



# 关于我们

多终端传播矩阵覆盖全球超21亿人次  
充分发挥媒体链接能力 多元整合稀缺资源



# 关于我们

佳作频出 喜报不断 **16**次获得中国新闻奖



《中国方案 G动全球》

2017年获第27届中国新闻奖  
网络访谈二等奖



《公仆之路》

2018年获第28届中国新闻奖  
融媒短视频一等奖



《“天舟一号”  
发射任务VR全景直播》

2018年获第28届中国新闻奖  
融媒直播一等奖



《央视网零首页十九大特别报道矩阵设计》

2018年获第28届中国新闻奖  
网页设计特别奖



“伟大的变革——庆祝改革开放  
40周年大型展览”网上展馆

2019年获第29届中国新闻奖  
网页设计特别奖

# 关于我们

佳作频出 喜报不断 **16**次获得中国新闻奖



《小央视频》

2019年获第29届中国新闻奖  
新媒体品牌栏目二等奖



《走向伟大复兴》——庆祝

**新中国成立70周年特别报道矩阵**  
2020年获第30届中国新闻奖  
网页设计特别奖



《百年百城》

2021年获第31届中国新闻奖  
网络新闻专题二等奖



《新兵请入列》

2022年获第32届中国新闻奖  
新闻纪录片一等奖

总台优秀作品奖

年度优秀网络视听作品

亚广联视野奖

中国正能量“五个一百”  
网络精品

亚洲电视大奖

CCTV年度优秀新媒体奖

# 第二部分

## 媒体综合服务力

新闻立网 同频奋进新征程

访谈纪实 凝聚社会新共识

青春IP 共鸣中国新生代

产业报道 聚焦政策新热点

企业观察 见证实业新跨越

央媒站位 权威科普新视角

服务生活 洞察消费新风口

电商直播 综艺带货新风潮

央地合作 助力地方新发展

云端活动 政务服务新探索

技术输出 融媒建设新力量

全案营销 传播品牌新形象



# 新闻立网 同频奋进新征程

## 中国网络媒体领军者，中央重点新闻网站

### 权威媒体 主流声音

央视网2022年度累计全网通发稿件超5700篇，其中头条（一条至五条）稿件置顶数近2400篇（数据截至11月底）。

有大事，看总台，建党百年、党的二十大，重大报道央视网用心用情、有声有色。围绕党的二十大宣传报道，央视网充分发挥自身融合传播优势，平实务实、准确精确地做好大会议程报道与领袖思想阐释宣传，着力凝聚奋进新征程的强大精神力量。共发布二十大相关报道超10000篇（条），全网累计浏览量21亿。总计共327篇二十大相关内容获中央网信办全网置顶推荐，其中原创报道125篇。



### 1 头条工程

影响中国的热点事件、改变中国的风云人物，国人所关注的、社会所反馈的，央视网从未缺席。

打造时政节目IP

人民领袖习近平

天天学习

联播+

热解读  
时政热点尽在其中

央视快评

# 访谈纪实 凝聚社会新共识

## 高端人物随访式场景访谈节目

由“云顶观察员”与“行业思想领袖”深度对话，观照时代背景，挖掘经济社会中代表人物的高见卓识，道出他们继续拥抱浪潮、续写传奇的故事。传递有理念、有价值观和有深度的“云”端思想。

## 全新风貌 记录云端高度

### 新场景 新风格：城市地标+随访场景 商业视角+人文叙事

突破演播室访谈场景，创新地采用城市地标建筑拍摄；结合企业展厅、车间工地、年少旧屋、事业起点等特定场景，进行随访式拍摄。将采访对象个性、城市特性、重大事件时效性完整融合，在话语风格上展现出当下社会中生代的独特视角。

### 新话题 新思考：阶段性热点+关键性节点 80/90后视角+人物个性观察

以央媒国家站位，把握新时代政策走向；以央视独家资源，关键性新闻热点，直击重点话题。主持人以“云顶观察员”身份，带领观众以年轻化人文视角观察和理解新时代。

## 云顶立意 观照时代

### 人物思想高度

节目邀请具有典型时代特质、新格局下不断锐意进取的科学家、商界代表、文化名人、经济学家等具有前沿思想的代表人物，针对大众关心的问题犀利提问，以思想的高度启迪各行各业高质量发展之路。

### 央媒国家高度

以中央媒体的国家高度，延展内容话题，把握新时代政策走向，传递时代张力下有丰度的“云”端思想。



## 云顶对话

第二期专访小米创始人雷军，讲述其30年创业始终保持不断突破和革新的深度思考。

节目短视频全网累计触达用户超7.3亿人次，节目正片全网累计播放量2000万次，微博话题阅读总量超4.5亿次，全网热搜26次。



# 访谈纪实 凝聚社会新共识



## 记录外资企业在中国发展历程的深度谈话类节目

立足央媒站位，响应二十大精神，增强国际社会对中国改革开放、营商环境和高质量发展信心，于改革开放45周年、一带一路倡议10周年前夕推出《中国机遇》对话访谈节目，并借第五届进博会之机迅速形成广泛影响力。

### 中国机遇



· 在第五届中国国际进口博览会举办期间，推出以“共赴东方之约，共享中国机遇”为主题的特别节目，采访宝洁、碧浪、宜家、GE医疗、三菱电机等14家企业的高管，机遇、信心、创新、高质量发展这些采访中的高频热词，不断传递出跨国企业们对中国营商环境、经济走向和开放决心的乐观。

#### 纪实切入 议题探讨

##### 真实展现外企故事

以五分钟纪实短视频切入，对外资初入中国、做出转型等问题进行展示。负责人从具体案例、真实故事中展现变迁与感悟。

##### 深入探讨共话开放

专业分析开放政策演变与企业相关领域情况，对企业在华发展前景进行展望，共话如何在高水平开放下的中国抓住中国机遇。

#### 多维视角 生动讲述

##### 专业解析+人文视角

邀请国内政策、市场研究专家与企业负责人，多角度深度对话；从企业经营现实故事出发，体现有温度的央媒谈话节目质感。

##### 企业政策双线叙事

将企业在华发展历史与国家对外开放政策历史融合，体现外资企业与中国经济发展休戚与共的亲密关系，展现企业和政策间的深层联系。

# 访谈纪实 凝聚社会新共识

大国IP 央视网首部立足于金融、能源等垂直领域的行业纪录片

大国  
保险  
纪录片

保险大国崛起的中国样本

## 大国立场 宏大视野

### 世界格局 中国方案

反映我国各行业在国家现代化进程中取得的斐然成绩；表现对“中国路径”创新发展的时代思考与探索和对国家社会的价值。

### 历史脉络 纵深激荡

以多集纪录片的宏大体量，从经济社会史的角度，多层次立体化地记录中国产业的百年变迁。微观宏观并进，激扬反思并存。

## 多领域覆盖深挖

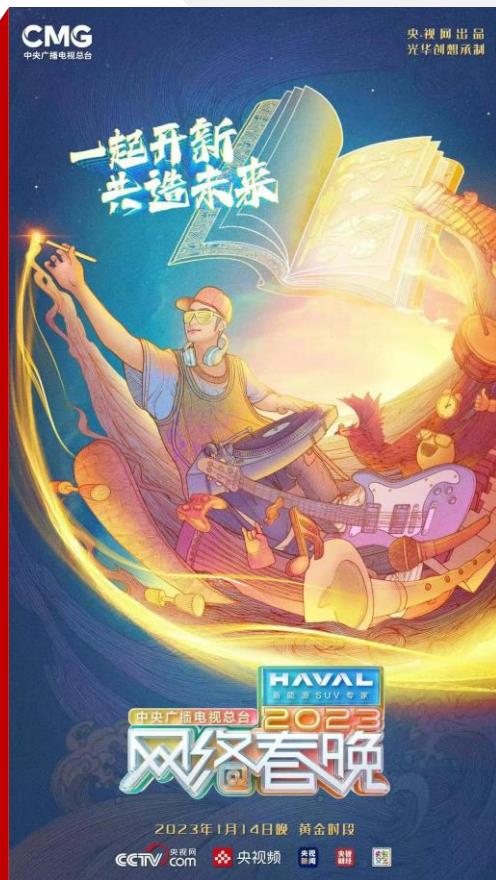
**大国保险：**中国保险业的影响底稿，展现“大国”与“保险”的相辅而行，讲述中国保险业助力大国经济行稳致远的默默奉献。使从业者从中寻求行业精神脊梁，坚定初心使命。

上线一个月内全网播放2080万+，点赞总量3万+，评论总量4.7万+，新华社、人民日报社等中央主流媒体及时报道，高度肯定。

**大国银行：**重点阐释银行业与国家命运、产业民生的紧密关系。从发展经验出发，管窥大国银行业发展、演进和创新的“中国路径”。

**大国乳业：**聚焦乳制品行业自主创新与产业升级的发展之路，洞察智慧乳业赋能成果。

# 青春 | P 共鸣中国新生代



## 1 网络春晚

### 中央广播电视总台五大晚会之一

总台最懂年轻人的晚会

**实力出圈  
流量口碑双丰收**

#### 小年夜同时段收视领先 全网同步播出强势收割流量

2023网晚跨媒体总触达人次为13.65亿次。电视端晚会在综合和综艺频道黄金时段并机收视率为1.05%，15-24岁观众收视同时段增幅229%；全网直播观看量超1.5亿次，视频播放总量超13亿次……

**节目“开新”  
精准定位青年群体**

#### 展现新时代青春风貌与奋斗 尊重年轻人多元化表达

非遗、摇滚、方言、社交焦虑……

#### 高质量节目破圈 主流媒体扩散

“央视boys”用说唱方式演绎汉字魅力的《跟着我念字正腔圆》挑战语速极限，在情景唱演秀中科普生僻字。

董宇辉魔术秀《5秒钟》里，有烟火人间的柴米油盐，有奋进中国的日新月异，神奇的AI绘画带我们瞬间直达“让明天的中国更美好”的未来图景。

#### 两档衍生节目 助力网晚预热

##### 播出前两小时——集结吧！网晚开新局

场景+微剧情 实景综艺录制  
2022年邀请王嘉尔、毕导、EDG队员  
等明星开新网友炒热网晚流量池

##### 播出前三天——@网晚

2022网络春晚开胃菜 揭幕台前幕后故事  
全网直播观看量超3542万  
话题阅读量1.46亿 热搜26个

# 青春 | P 共鸣中国新生代



## 总台首档青春分享类栏目

征集青春问题，邀请嘉宾分享答案，为青春发声

### 创新青春表达 锚定青年力

#### 创新主题 直击年轻共鸣

关注青年人的困惑，聚焦毕业、就业、情感、人生选择等内容话题

#### 创新分享 多维传递价值

邀请不同群体，打破常规，采用演讲、相声、脱口秀、配音、说唱、朗读等形式

### 总台媒体联动 引爆新生代热度

全网多平台渠道播出

24小时内全网直播观看量超4500万

点播量近2亿

全网共斩获81个热搜

相关话题阅读总量超22.2亿

强势登顶微博热搜榜首，在榜超12小时

# | @青春

# 青春 IP 共鸣中国新生代



1 大咖陪你看



## 王牌体育伴随式演播室节目

选取赛事晚间黄金时段、针对当天焦点比赛，由著名主持人和体育大咖与网友共同伴随式观赛，及赛后的新闻杂志访谈类节目

## 王牌栏目 黄金节点

### 重大赛事 收视爆款

2017全运会、2018冬奥会（播放量7.3亿+）· 2018亚运会、2018世界杯（播放量17亿+）· 东京奥运会直播观看人数近4200余万· 北京冬奥会全网访问量超过2亿，微博话题访问量超过5000万

### 宣推资源 强势曝光

精选当日最佳比赛，赛事期间占据央视网黄金位置。多种新媒体手段，提升观众参与度。

### 大咖配置 专业趣味兼具

主持人+体育名嘴+冠军运动员，自带话题

东京奥运会期间，“韩乔生比花心”“当时那枚金牌离我只有0.58秒的距离”“奥运冠军演示羽毛球球速赛高铁”等多期节目引起用户极大关注和自主传播。

# 青春IP 共鸣中国新生代



## 「人生」系列

**豆瓣开分9.5**

第二季豆瓣华语口碑  
剧集榜TOP2

**B站评分9.9**

第二季B站追剧人数近105.4万  
播放量3817.1万 弹幕量21万  
收官日累计播放时长21000万+分钟

## 人文观察类纪录片 “人生三部曲” IP

### 实力精品制作 好评如潮

《人生第二次》延续了第一季《人生第一次》的破圈战绩。截至2022年7月，全网视频累计播放总量超6.6亿。先后登上美兰德纪录片综合指数TOP1、微博综艺影响力榜TOP1、B站热门纪录片TOP1。微博主话题#纪录片人生第二次#阅读量3亿+，累加其余相关微博话题阅读量共突破17亿，全网累计收获107个热搜。

### 人文关怀 引发广泛共鸣

#### 重点主流媒体、社会自媒体关注

微信公众号安利文章3055篇，头部大号安利69篇  
最高人民检察院、Vista看天下、光华锐评……  
重点媒体跟进采访，深度报道。  
解放日报、上海日报、北京青年报、南方都市报……  
B站多位百万粉丝级UP主安利，视频总播放1000万+  
小红书1000+笔记种草，单篇点赞1.3万+。

#### 普通人的人生最抚慰人心

让我看到了更为立体的“人”  
知道如何在逆境中向阳而生~更复杂的“人性”  
真实而有力量，难得还有人关注记录着普通人的生活，谢谢  
在看不到的地方总有人努力地活着 把普通人的生活拍得像一幅画，  
温暖而有烟火气 或让人热泪盈眶，或幡然醒悟，  
是这个片子最好的勋章 看他人的人生好像在看自己，这大概就是纪录片的意义所在  
希望还能与这样的纪录片相遇  
我们能有这样的纪录片，我真的感到无比幸福  
人生最后一次可太期待了



# 产业报道 聚焦政策新热点 大健康



## 1 大健康类项目

### 阶段成果

《全民健康》爱眼日专题节目《睛彩人生》首播30天，全网阅读播放8600万+，话题阅读4亿+。舆论点赞，自来水蓝V助力，官媒/政务号密集转发，央视网影响力尽显。

## 落实健康中国战略，倾力打造的健康类节目IP

为用户提供最实用、最科学、最热点、最亟需的健康知识。

### 《全民健康》向所有人分享健康知识

健康是国家现代化之源。宣传推动全民健康，提升健康素养，是提高健康水平最根本、最经济、最有效的措施之一。

#### 中央媒体资源整合

发挥中央媒体传播力影响力公信力，联合国家卫健委等政府部门、顶级三甲医院等医疗机构、科研机构，回应公众健康生活诉求，开展健康公益科普传播。

2022全国爱眼日特别策划《睛彩人生》，邀请北京大学人民医院眼科主任、主任医师等专家，以及总台央视主持人朱广权，进行宣传片、访谈对话，以及针对不同人群的系列节目的拍摄。专业性与话题度并重，#段子手朱广权对近视眼下手了#登上多个热搜，微博话题浏览量566.2万。

### 内容多样 助力传播

**全民健康系列节目** 每季聚焦一个关注度高、普遍性强的泛健康类主题。

**精品短视频制作** 与欧乐B在全国爱牙日打造专属话题，策划短视频《爱牙公开课》进行宣推。

**主题传播活动** 制作H5，总台主持人朱广权发起活动号召，到店免费检测。

**产业高端论坛** 新品发布、研究成果分享、企业家访谈、发布行业白皮书、央视网直播。

# 产业报道 聚焦政策新热点 大健康

## 围绕健康节点特别策划案例：3.21世界睡眠日

### 多样节目 贴近现实关切

据调查，超过3亿中国人有睡眠障碍，成年人失眠发生率高达38.2%，此外，6成以上90后觉得睡眠时间不足，6成以上青少年儿童睡眠时间不足8小时。睡眠问题越来越成为我国人民健康生活的困扰而受到广泛关注。怎样才能睡足好觉？

#### 科普节目 话题共创

邀请专业医师，针对睡眠科学、知识误区等健康信息进行科普，结合街采、访谈等内容共同制作视频与系列短视频进行互联网传播，在CCTV1《生活圈》栏目同步播出，大小屏联动。并同步制作长图文、漫画、动画，以生动活泼的形式回应人们关注的睡眠问题，并打造社交媒体话题进行话题传播。

#你真的会“睡觉”吗 #良好睡眠是高回报率的健康投资 #我的睡眠百宝箱

#### 线下公益 走进生活

联合睡眠相关产品企业展开线下公益行动，进行社区公益科普宣讲会、科学睡眠方式、睡眠环境演示、睡眠产品试用、赠送行动，以公益让广大群众受惠，得到睡眠质量的改善。

#### 权威发布会 健康行动启动仪式

央视网与高校科研机构、专业医疗机构、睡眠方向相关协会、相关企业携手，共同打造守护睡眠健康发布会，发布中国睡眠方向研究报告、白皮书等，并启动良好睡眠守护计划、科普计划，响应群众关切，切实保障睡眠健康，提升全民健康水平。

3.21 世界睡眠日

你的睡眠  
还好吗？

## 全年健康节点特别策划

# 产业报道 聚焦政策新热点 大健康

## “融媒体”生活服务类节目



### 生活圈媒体矩阵

“电视端+网络直播端”融合传播，大小屏内容联动链接私域流量。生活圈新媒体矩阵可覆盖用户约727万。

- 微信社群54个
- 垂类短视频平台粉丝量36万
- 每周一至周四CCTV1早间时段播出

### 节目形态

直播探访 | 短视频节目 | 打造话题 | 线下活动 | 公益活动

### CCTV生活圈新媒体节目《名医说节气》

节目将24节气、中医养生以及权威医学专家等资源链接，借势国家级媒体平台的高权威高专业度，向社会大众传播24节气健康养生知识。节目播出后引发中医药行业企业高度关注，实现社会效益和经济效益双丰收。

由葫芦娃药业冠名的第三期节目覆盖人群超千万级别，各平台短视频播放量50万+，人民日报转发且内容登榜热搜。

2022年9月《名医说节气》获  
第9届金比特奖整合营销标杆案例大奖

## 生活圈·健康中国行

# 产业报道 聚焦政策新热点 航天

## 1 追光计划

### 央视网航天主题品牌IP

#### 大国航天 全民共追

运用最新媒体技术，VR直播、H5等多种传播形式，全民互动“追光”。

#### 直播节目——《追星直播》

移动直播、VR直播、慢直播，直击火箭发射现场，打造了国内首个航天主题虚拟演播室  
《少年追星》直播曾引发广泛互动讨论，在线观看近800万人次。

#### 科普节目——《知识星球》

长图、混剪视频、AR互动、H5游戏等

《中国航天全记录》混剪视频播放量超3000万次；《对接任务已下达，太空人请响应》h5小游戏，互动人次超1亿。

#### 访谈节目——《星空对话》

#### 携手新康泰克直击梦天发射



#### 三方视角直播 见证发射盛况

直播启用8K+3D、虚拟演播室，第一现场北京演播室邀请军事专家、航天专业UP和新康泰克热爱团医学专家；并在发射中心内场及海滩设立第二、第三现场进行直播。

#### 全网矩阵宣发 头部央媒齐上阵

全网直播观看量2000万+，话题量1亿+。

# 产业报道 聚焦政策新热点 乡村振兴



## 1 恰逢好时光

### 原创乡村振兴助农直播IP

农民丰收节公益助农直播专场，借助央视网抖音官方账号5000多万粉丝的平台影响力，为公益助农产品直播带货，助力丰收好物“出圈”，打造区域品牌影响力。

### 专业团队 打造直播助农新模式



#### 搭建沉浸场景 创新直播样态

搭建实景情景，拉近直播和观众的距离；巧妙融入“慢综艺”和“微访谈”形式。



#### 深度文化底蕴 文旅融合发展

从农产品出发，边吃边分享背后的历史文化知识，延伸至风土人情、农村发展，打造地域特色文旅名片。



#### 户外大屏支持 打破直播壁垒

不仅采用抽奖、“秒杀”等在线环节吸引观众，更有地方媒体户外大屏自发支持本场助农直播。

#### “出圈”成效显著

##### 流量巨大 广泛讨论

抖音2小时直播观看人数166万，微博衍生话题阅读总量达2.6亿。

##### KOL、城市LED大屏助力

微博大V、微信朋友圈广泛转发讨论；北京、上海、广州、深圳、重庆大楼户外LED播放。

##### 央视网新媒体矩阵力推 主流媒体高度评价

节目得到人民日报、新华社、光明网、环球网、凤凰网等媒体报道。

# 产业报道 聚焦政策新热点 双碳

## 原创多角度全方位能源行业解读类纪录片

展现十年来在习近平总书记生态文明思想的战略指引下，以双碳为路径实现国之大者、连通世界、共享地球家园丰硕成果的中国实力与中国自信



预见未来—迈向3060

“实现“双碳”目标，不是别人让我们做，而是我们自己必须要做。”  
——2022年1月24日，习近平在十九届中央政治局第三十六次集体学习时的讲话

## 国家战略 未来指引

### 主流央媒 权威影响

国家传播平台的传播与支持，高站位高水平筹办活动；第二个百年新征程之际，传递生态文明思想不缺席。

### 深入探访描绘足迹地图

全方位纪录风光氢储、油气、绿色金融等行业以及高碳企业转型，展现企业价值、贡献、环保社会责任感与情怀。

# 产业报道 聚焦政策新热点 双碳

## 低碳中国

碳达峰 碳中和典型案例征集展播

主办：生态环境部宣传教育中心 央视网

低碳中国

展示社会各界践行绿色低碳发展的行动和丰硕成果

### 政务+企业 聚合资源

联合部委、地方政府、研究机构，拓展政企资源，实现借势传播。助力企业推广低碳减排新技术、新应用、新产品，掌握最新政策、资源、技术、产品、金融服务等。

### 专业媒体服务 品牌活动定制

开展“全国低碳日”活动，CCTV媒体矩阵资源整合支持。

#### 低碳案例

制作MG动画，进行专题报道、优秀案例宣推

#### 主题论坛

定向分论坛，邀请部委领导、协会、专家参加

#### 优秀企业专访、探厂

# 企业观察 见证实业新跨越



## 深度探厂 看见中国智造力

### 深入企业内部 全面探访

央视主持人以直播+访谈+体验等形式，探访企业生产、制造、工艺、技术、研发、销售等生态链。

### 国家高度 权威助力

场均观看量500万+，短视频宣推内容点击量2659万，增大品牌覆盖，提高品牌地位。

## 走进卫龙“放心工厂”

2022年8月22日，总台央视主持人朱广权携手央视网主持人常婷探访卫龙工厂。节目将卫龙辣条从原料、生产、包装、品控等环节全链路透明地展示在镜头下，向观众呈现“辣条一哥”卫龙如何领跑整个行业，实现产业的高速增长。

**亮点一：**甄选食材展示，口感研发揭秘，行业领先有原因

**亮点二：**朱广权亲身体验多重消杀，扫清消费者对卫生的质疑

**亮点三：**主持人专家配合默契，互动实验解读品牌核心技艺

**亮点四：**沙利文颁发“全球销量领先”证书，全面彰显品牌实力

走进卫龙“放心工厂”全网观看量达3006万次。

#探卫龙放心工厂#阅读量超92万次，#朱广权人生第一次吃辣条#阅读量2449万次。

网易，搜狐，腾讯新闻，澎湃新闻，虎嗅，新浪财经，中国食品安全网等多家媒体全网报道。





# 企业观察 见证实业新跨越

## 和路雪“灯塔工厂”

### 中国智造 全球标准

“灯塔工厂”由达沃斯论坛与麦肯锡合作遴选，被誉为世界上最先进的工厂。以“灯塔工厂 江苏智造”为主题，见证冰淇淋行业数字化智能生产线，凸显“中国品质 全球共享”“中国智造 全球标准”。

### 创新云连线 直播更有趣

疫情防控背景下，以云连线的方式开展活动，总台主持人作为“观众代表”。结合品牌主题设计生产环节，准确且具象化展示冰淇淋流水线，好看又好玩。



和路雪“灯塔工厂”节目微博话题累计阅读量10.7亿+  
直播当日，整体曝光量2.8亿+  
全网2亿+粉丝打卡活动，观看视频

## 走进三棵树“绿色工厂”

2022年8月30日，武大靖携手央视网共同走进三棵树醉美园区，与央视网主持人常婷、黄鹤，一起开启“寻绿之旅”，从绿色理念、绿色园区、绿色产品、绿色生产、绿色服务，看三棵树用绿色涂料涂刷大美中国。

### 零碳花园工厂 突出反差感

探访三棵树莆田厂区，双主持人转场设计，带你逛遍醉美园区。

### 丰富互动 强化绿色主张

代言人武大靖加持，带观众参与色彩连线、防水涂料实验、粉刷试用、参观企业博物馆等活动，多方面展现绿色技术、绿色理念。



走进三棵树“绿色工厂”直播两小时内在线观看达700万次  
12小时内全网合计观看及阅读达3675万次  
#大美中国 寻绿之旅# 阅读量496.9万次

# 央媒站位 权威科普新视角



## 颜值攻略

## 颜值经济下打造的超级IP

「颜值攻略」以“定制化短视频”为主，搭配线上传播与线下活动整合，内容覆盖消费者全品类

## 颜+严 懂年轻人的央媒

央视网在颜值经济下重磅打造IP，旨在助力品牌与产品“发心”于“颜”，更要“归心”于“选”。聚焦广大消费者，尤其是Z时代在个性潮流、生活品质等方面对“美”的追求，助力消费者实现自身颜值、环境颜值的提升，点燃“颜值”消费热情。

### 单期案例：《面面俱到》

《面面俱到》栏目聚焦科学护肤，科普健康美妆知识，引导消费者，尤其是Z时代年轻群体拒绝容貌焦虑。

央视网主持人对话皮肤科专家，深度解析PITERA为什么会有抗老、修护和保湿的功效。邀请KOL骆王宇分享肌肤如何抗老，讲解护肤“金字塔法则”。节目由SK-II赞助播出。央视网整体曝光量2356.8万，视频播放量总计2265.7万，#你不知道的高效护肤方法#话题词阅读量1.1亿、讨论量3.2万。



### 内容营销时代的先锋

打造个性化内容，避免趋同和消费者审美疲劳。《颜值攻略》布局多种子栏目，如美妆护肤类《面面俱到》《美丽行动 微探厂》、洗护发类《头头是道》、衣物洗涤护理类《衣等大事》、口腔健康类《科学护牙公开课》、科技滋补养生《胶食记》、精致短途出行攻略《周末去哪儿》。涵盖“颜值经济”方方面面。

头皮养护、美发造型栏目《头头是道》四期短视频播放量5813万次。微博话题词#护发素是智商税吗#上线一小时自然冲榜，登上微博热搜榜TOP5。

# 央媒站位 权威科普新视角

## 央视网最有意思的原创视频栏目

### 丰富话题 满足年轻人好奇

内容矩阵涵盖主题主线、动画、观点输出、混剪、热点节点等。用新奇的角度、有趣的视角解析严肃新闻、晦涩知识和热搜话题。

### 新生代拥趸 屡获好评

全网年播放量稳定在3亿+；腾讯新闻注资，受邀入驻B站、知乎等多个平台；作品屡登新闻联播，晚间新闻等节目返大屏播出；获中央网信办、外交部等部委、机关、机构的肯定和邀约。

《大象神仙游：一场说走就走的旅行》获2021年“五个一百”正能量动漫音视频精品奖

《超燃动漫：对“疫”》获2020短视频大会动画类年度最佳作品

《人民代表履职记》获2019年度优秀网络视听作品“年度优秀新闻短视频”



## 「比划」

## 辟谣类健康科普短视频IP

### 聚焦健康 响应大众关切

央视网快看短视频平台联合部委办相关机构，树立健康生活权威标杆，共同向健康谣言说“不”。

代表节目：《击破德尔塔毒株的三大谣言》《二手烟对身体影响不大？真相在这里》《O型血招蚊子是谣言！》

#### 传播效果

结合全年60余个卫生健康节点上线，微博#够科普#标签话题阅读量超1.4亿，科普词条话题阅读总量超20亿，视频总访问量超1.2亿。



## 够科普

# 服务生活 洞察消费新风口



## 中国品牌新青年

“只有引领生活方式变革，创造新需求，才能畅通大循环，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。”

### 记录国货青年品牌成长故事

#### 消费结构升级 新消费需求增长

- 新能源汽车、“国潮”商品、健康用品等新供给与传统的服装、家具等老供给之间的“交接班”仍在进行中，新兴的生活质量改善类消费均实现高增长。
- 消费升级时代，发挥央媒引领作用，为消费者展现国货青年品牌实力与理念，丰富消费者对国货的新认知，推动需求结构转型升级，助力新发展。

#### 讲好故事 让消费者看见国货新力量

- 讲述青年国货品牌的崛起之路**  
企业家访谈+品牌故事片：多平台全链路铺垫节目内容，迅速打开话题声量
- 强化认知，全方位为消费者展现中国智造新兴力量**  
探厂直播，真实呈现全流程智造  
企业对话，深度传播品牌理念，多角度展现领先地位与社会担当  
专家答疑，揭开企业先进生产科学依据  
定制视频，根据品牌产品特性，制作创意视频、动画效果、数据报告，开展街头采访、演播室访谈、模拟实验等
- 新青年品牌论坛**  
邀请政府、协会及中国青年品牌代表，共同探讨国货青年消费品牌发展之路

#### 节目回顾：走进认养一头牛

##### 探厂直播：走进乳业一线，全流程体验智造好奶

走进实验室、挤奶大厅、智能中控等，展现饲料原料、牧场生活、技术实力、原奶质检。

##### 访谈节目

主持人场景打卡回顾，专家解析五好奶牛，企业领导、合作社代表谈带动就业到乡村振兴，道出一个好乳企的社会担当。

直播整体播放量1431万+，#央视网走进认养一头牛##五好奶牛如何养成#话题阅读量2749万+。

# 服务生活 洞察消费新风口



## 美味新生活：预制好味道

## 全新生活服务类内容短视频IP

### 洞察行业痛点 直面疑虑

通过精准选题和网络传播力，着力解决预制菜行业产品同质化、品牌影响力小，而消费者认知单一，不了解不信任的痛点。

### 美食调查员探访美味之源

探访食材原产地和工厂，展现全产业链，了解制作过程和冷链运输，并介绍美食文化。采访专家，从科学专业角度打消疑问。片尾附加烹饪小技巧 and 预制菜促销活动二维码。

### 沉浸式用餐场景

短片由美食调查员或美食达人在搭建场景下真实演绎生活化用餐情景（一人食、两人约会、多人聚餐、宝爸宝妈、健身达人……），并探讨与情景相关的社会热点。

## 打造国内首个国家级媒体宠物话题节目

### 丰富活动 整合传播

**直播探厂：**央视网主持人走进合作工厂/研发实验室，揭秘宠粮生产线，展开科普与访谈

**线下活动：**联合协会、动物救援联盟开展领养展、宠物义诊等公益活动；组织宠物彩跑等宠物聚会活动

### IP: 《看鉴·宠粮》

#### 看鉴品质——美食微纪录

60s-90s微型纪录片，以美食纪录片的手法，精美的视觉与质感演绎宠物主粮的成分及生产

#### 发起众测

全网用户参与品牌产品体验，分享真实使用心得，最终将推选出全国品牌宠爱官获得荣誉及奖励。

#### 看鉴功效——科普短视频

3-4分钟视频，央视网主持人出镜携手企业内部研发专家，走进工厂/配方研发实验室科普主粮功效。

## 宠物品类内容整合



## 宠物品类内容整合

# 电商直播 综艺带货新风潮

## 央视网“双十一”为捷途汽车品牌量身打造的综艺直播活动

### 节目内容与品牌理念深度结合

根据品牌的产品特性，晚会在顶层架构、确定嘉宾与表演节目、舞美设计时均充分结合了品牌发展历史、产品概念和核心受众兴趣偏好，此外还设置了捷途汽车总经理分享品牌理念和产品亮点的独立环节，最大化满足了品牌的营销需求。

### 依托晚会直接驱动销售能力

晚会在安排丰富的文艺节目之外，还设计了直播互动环节和观众优惠活动，对品牌销量起到直接的带动作用，展现了内容商业化的潜力。

#### 直播战报

多终端累计观看量达930万，新媒体平台观看量达471.2万次；结合品牌自身推广，晚会的总曝光量超2.7亿次，直播观看量超705万次；直播当天微博话题#共话超级英雄#阅读量增加4000万次。

央级、主流新闻媒体致敬英雄，全网报道累计近千次。



## 捷途双十一盛典： 我和我的超级英雄

# 电商直播 综艺带货新风潮

## 引领文化创新，聚焦青年价值引领的综艺带货直播节目

节目将传统文化、现代潮流等多种元素与新综艺玩法相融合，通过直播引入综艺的玩法，激发“网友”的参与感、互动感



### 1 开新炙造夜

## 古今碰撞 文化开新

### 古今游戏 趣味互动

掷投壶、多人足球乐趣不断；飞花令、猜灯谜现文化底蕴；“圆”曲接龙引爆全场

### 嘉宾献唱 古风流行应有尽有

尼格买提担任主持人，张信哲、Nene郑乃馨、INTO1-伯远、INTO1-尹浩宇、好妹妹乐队等嘉宾重磅集结，抖音头部主播疯狂小杨哥兄弟炙热加盟

## 直播嗨购 热度开新

节目播出后，央视网抖音官方账号直播在线人数682.8万，全网热搜28个，推特趋势5个，相关话题阅读量达3.5亿，视频播放量3528.2万。

“开新嗨购夜”中秋直播全场热卖15款产品，直播间GMV总和4000万，累计观看人次1600万；单款爆品追觅洗地机H11S、摩摩哒按摩椅、欧诗漫尊享面膜组合GMV分别为900万、700万、690万。

# 电商直播 综艺带货新风潮

## “直播+” 全民生活分享综艺

行业首创“综艺直播+带货直播”互动内容模式，聚焦和探索当下年轻人多元生活理念和生活态度



## 突破革新综艺带货

### 有趣

进入真实生活场景展开鲜活的生活内容，城市，乡村，露营，海港，用综艺手段呈现美好的消费场景和话题，引发消费冲动。

### 有用

央视名嘴联动明星嘉宾互动带货，真实生活经历带出好物需求，聚焦生活方式和具体产品。

### 有话题

多元生活态度、嘉宾故事分享、网络热议话题，共建产品想象力，引爆全网关注力。

## 创造向上幸福感

明星嘉宾对话，探讨Z世代生活新方式。用朴素动人生活细节唤起观众对美好生活的向往，营造理想生活氛围，引领向上情绪。

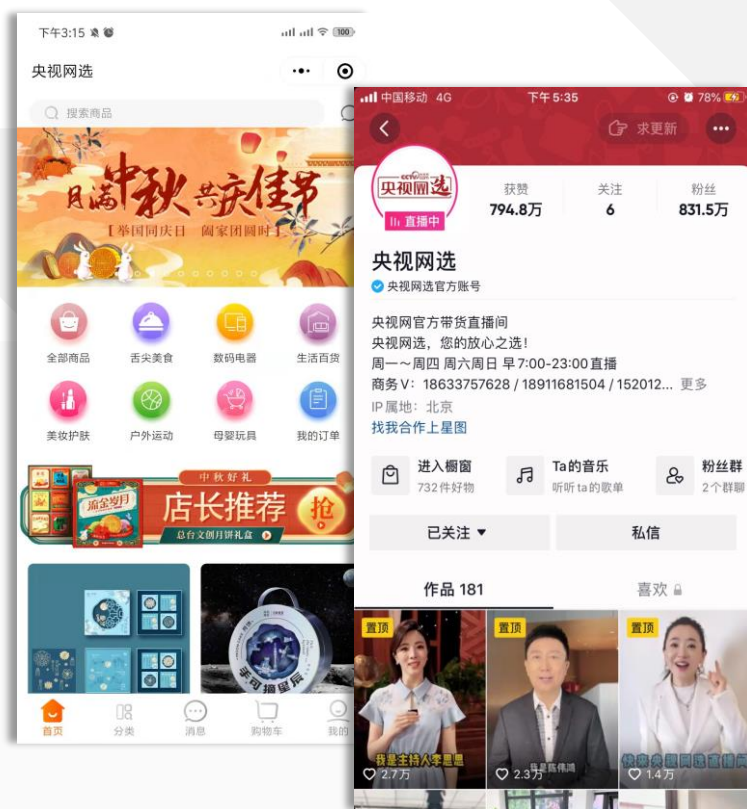
节目首期在七夕节点一起探讨当下年轻人婚恋价值观。全网累计播放量420万，单渠道抖音观看人数超100万，全网热搜32个，全网话题阅读量突破5.7亿，同时实现经营收入数百万。

## 生活向上



# 电商直播 央视网选

“央视网选”是央视网打造的一个放心消费、幸福消费的智选电商品牌。央视网选通过央媒的影响力和市场立场，对优质的产品进行品牌加持和直接的内容推荐，形成一个始于生活、合于创新、忠于品效、关心用户的网选商城。



CCTV.com  
**央视网选**



“央视网选”已成功上线运营PC端与微信小程序端，并在抖音、快手、淘宝直播等多个电商赛道完成布局，以抖音平台为官方带货直播主阵地。

“央视网选”可提供福利兑换、礼品定制、大宗采购等to B合作及IP联名衍生品开发一站式解决方案。

# 央地合作 助力地域新发展

首次由央视网自主策划并承办的国家级、国际间  
智能传播领域品牌活动

## 携手并进 推动城市产业升级

央视网与无锡市建立战略合作关系，共同推进“国家智能传播产业基地”申报及落地，同时在合作过程中进一步拓宽合作内容与形式，建立我网优质城市合作范例。

2022论坛开幕式上，中央广播电视总台技术局与无锡市政府签署战略合作协议。腾讯无锡产业基地、都市圈元宇宙科技项目、财联社长三角元宇宙发展中心等10个项目签约落地滨湖区，人脸智能AI检测、人工智能研究创新中心、AI智能监控管理、人工智能云平台、智能网联等合作项目成功签约。

## 两届论坛精益求精 不断升级

活动由总台与江苏省联合主办，央视网、总台江苏总站与无锡市共同承办，同时联动江苏总站、央广网、国际在线。第一届论坛央视网两年磨一剑，精细打磨，严格落实各项报审流程，确保各项工作合规合范，以“1+3”结构、沉浸交互成果呈现等形式，举办了一场高质量的峰会，邀请国内外政企嘉宾、科研专家、媒体人等领军人士，众咖云集，智“汇”无锡，同台论道。

作为二十大之后首个以国际智能传播领域跨界融合为中心的重量级品牌活动，第二届论坛以“新起点‘智’未来”为主题，嘉宾覆盖范围更广，国际嘉宾更多。论坛除开幕式、主论坛以及“智文化”“智产业”两个分论坛外，还创新设置“世界青年说”圆桌对话环节，并在呈现形式方面采用裸眼3D等多媒体数字融合技术，为观众带来一场视觉盛宴。



## 中国国际智能传播论坛

# 央地合作 助力地域新发展



## 中国（成都）生活体育大会

### “1+3+N” 打造中国城市新名片

展现成都市积极融入国家重大区域发展战略，打造开放的国际体育公园城的战略规划，构建成都体育都市新形象。助力成都成为引领生活体育城市建设和管理的风向标，成为用“双城”带领全国实现成为美好城市建设和管理的领军者。

### 围绕体育生活 “3+N” 模式构建体育都市形象

**中国城市生活体育观察报告：**联合世界休闲体育协会、首都体育学院等相关机构以及多名休闲体育国内知名专家，按照十四五体育发展规划，用媒体视角与科研数据进行考察和调研。

**中国生活体育城市评价体系：**市场调查+数据对比+研讨论证+体系搭建，建立中国生活体育城市评价体系。

**中国“美好生活 运动榜样”人物征集：**面向全国线上征集与生活体育相关的人物榜样故事。不以竞技体育成绩为标准，聚焦普通人，聚焦美好运动生活。

**创立中国生活体育实验室+N：**成立国内首个与生活体育紧密结合的研究型实验室，围绕生活体育这一崭新理念搭建一个学术研究、信息发布、宣传推广、咨询调研、资源合作的交流平台。

### 机构支持 嘉宾参与

#### 支持机构：

中央广播电视总台四川总站、国家发展和改革委员会、国家体育总局等

#### 与会政府、协会嘉宾：

中央广播电视总台总经理室总经理彭健明、四川省人民政府副省长罗强、国家体育总局副局长李建明等

#### 与会文化体育嘉宾：

中国美术馆馆长 全国政协委员吴为山、单板滑雪冬奥会冠军苏翊鸣等

# 云端活动 政务服务新探索

## “云数智”政务服务新模式

为国家部委、地方政府以及各类企业提供全案策划、舞美搭建、线下展览、网上展馆、现场导摄、视频制作、国际传播、连线互动和多语直播等在内的全要素的线上+线下“一揽子”政务服务。



### 1 云端活动

#### 多地连线 技术保障

##### 丨 中老铁路通车仪式

央视网负责北京会场信号集成、制作及昆明现场导摄等工作，圆满保障中国、老挝“两国四地”云端连线、现场导摄、信号集成、制作及分发。通车仪式当天，《新闻联播》重点报道。



#### 大型活动 全流程策划保障

##### 丨 第130届广交会

央视网在高规格、全预案、零风险的要求下，全面升级会务保障服务。经过数20天异地筹备及多轮次汇报演练，圆满完成开幕式整体统筹、现场导摄、全球138个国家和地区云端参会、现场执行等多项工作，得到与会领导和嘉宾一致赞扬和高度肯定。



#### 国际传播 合作保障

##### 丨 中小企业数字经济全球论坛

央视网保障全球多地参会嘉宾中英双语实时连线交流，圆满完成论坛前期策划、现场执行、宣传推广、论坛宣传片、短视频、海外参会嘉宾视频录制等工作，并通过央视网海外社交平台账号进行全球直播，受到海内外网友广泛关注。



# 云端活动 政务服务新探索

## “云数智” 政务服务新模式

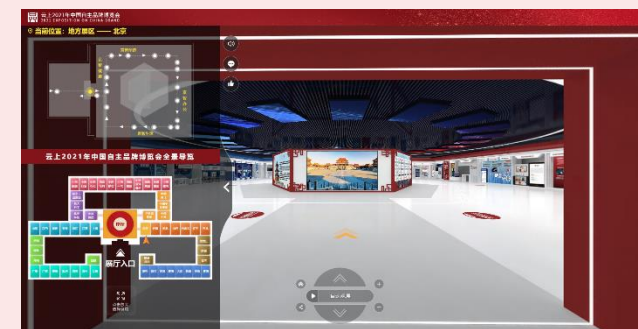
为国家部委、地方政府以及各类企业提供全案策划、舞美搭建、线下展览、网上展馆、现场导摄、视频制作、国际传播、连线互动和多语直播等在内的全要素的线上+线下“一揽子”政务服务。



## 中国品牌日·云上博览



### 虚拟场馆搭建 在线看展览



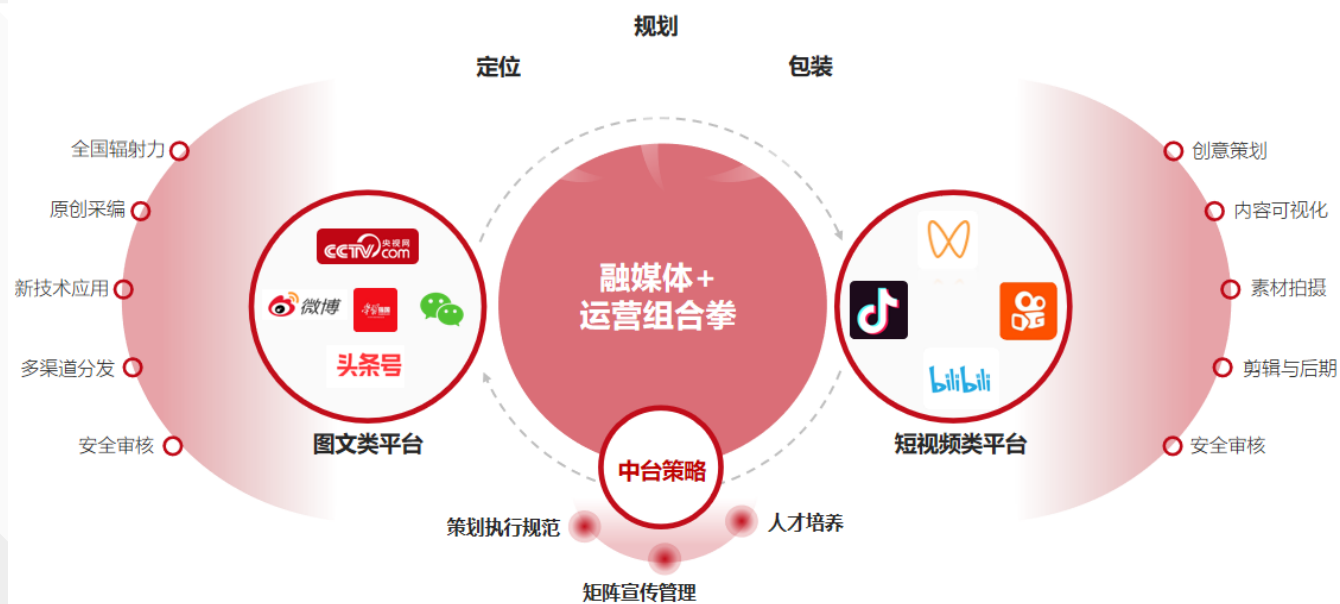
### 2021年中国品牌日活动

由国家发展和改革委员会、中共中央宣传部、工业和信息化部、农业农村部、商务部等联合主办。央视网连续承办2届，2021年高质量完成云上中国自主品牌博览会承建、主题宣传片制作、宣传等各项工作。

# 技术输出 融媒建设新力量

## 融媒体+全平台运营服务

统筹政府、企事业单位新媒体平台公众账号的整体内容制作及发布渠道。以派遣专人入驻服务单位的形式，打通信息来源，统一获取素材后，通过内容策划与加工，实现“一次采集、多次生成、多元发布”的运作模式，整合资源，构建新媒体宣传矩阵。



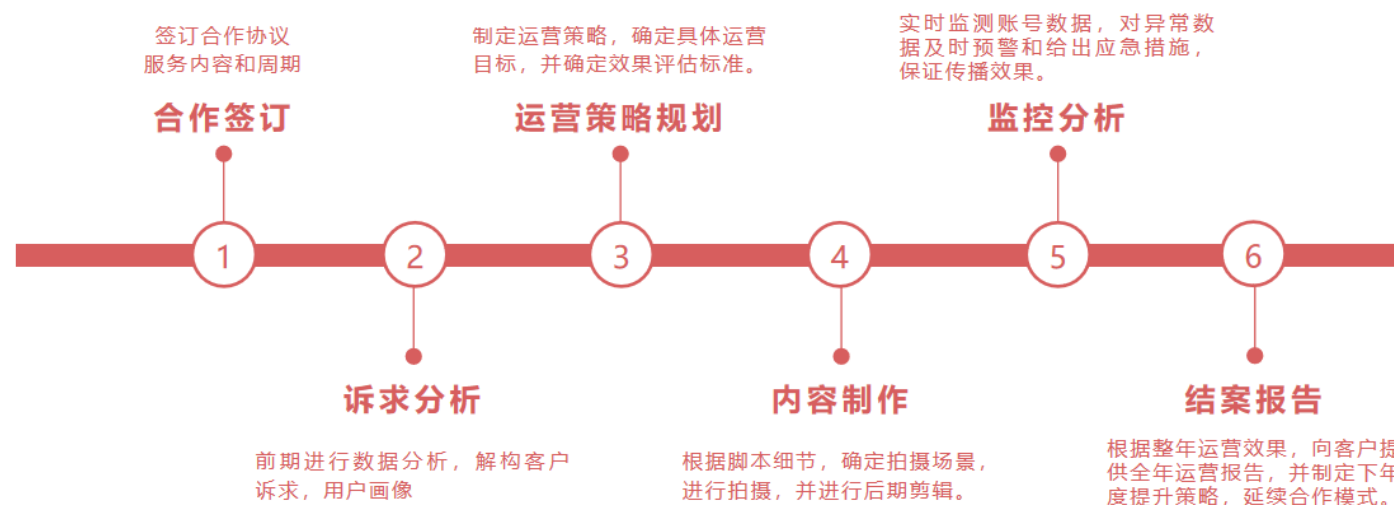
### 媒体运营案例速递

#### “深圳公共资源交易中心”公众号运营

团队运营“深圳公共资源交易中心”微信公众号（前身为“深圳政采”）以来，年均增粉1W+，并通过丰富多元的内容风格与策划，不断拓宽公众号内容维度与专业性，在全国公共资源交易领域新媒体平台中独具鲜明特点。2022年，深圳公共资源交易中心拟上线视频号，定制IP形象与表情包，力求为内容传播开拓新渠道。截至2022年8月份，达到粉丝总量4.6W+，总阅读量82.7W+。



### 服务流程



# 技术输出 融媒建设新力量

## 多重技术手段助力政企工作数字化

### 平台搭建

央视网通过主流媒体大数据算力+人工智能赋能，搭建平台促进信息互通，提升工作能力。

#### 智慧思政教育云平台

面向教师思政授课、企业党课学习需求，研发构建的云端平台。

用户可在平台内快捷检索相关内容的学校思政专业教材，包含图文、视频、出版书籍等在内的思政智能数据库。

智能备课助手可以将数据库中所需的素材内容一键快速导入生成课件，或下载至本地用作线下学习使用，并提供优秀课件及案例展播分享。

#### 智闻-媒体热点感知与线索挖掘平台

媒体热点感知及线索挖掘平台。

用户可在该平台快速收集热点信息，根据自身需求快速设置舆情监控方案，将结果输出为信息简报，实现轻量化便捷操作。



# 技术输出 融媒建设新力量

## 智慧云应用-轻量化运营辅助工具

央视网基于丰富的媒体运营经验及先进的云数智技术服务能力，针对运营工作中的共性需求及核心痛点，研发推出一系列辅助运营的轻量化实用工具，操作简便、功能丰富、体积小巧，真正实现“开箱即用”，为客户的媒体运营工作提质增效。

**融媒小编** “傻瓜式” H5海报生成器

**融媒智剪** 随身而行的“视频工作室”



融媒小编



融媒智剪



智感超分



智能图表



智能分发

**智感超分** 视频画质修复“大师”

**智能图表** 数据可视化助手

**智能分发** 社媒账号内容一键发布

## 网上展馆

为国家部委、地方政府等客户提供网上展馆搭建、内容建设与运营、VR观展等功能开发。



“云美三沙”网上展馆



2021年全国大众创业万众创新活动周网上展馆



国药集团品牌形象云展馆



新中国成立70周年大型成就展网上展馆



“奋进新时代”主题成就展网上展馆

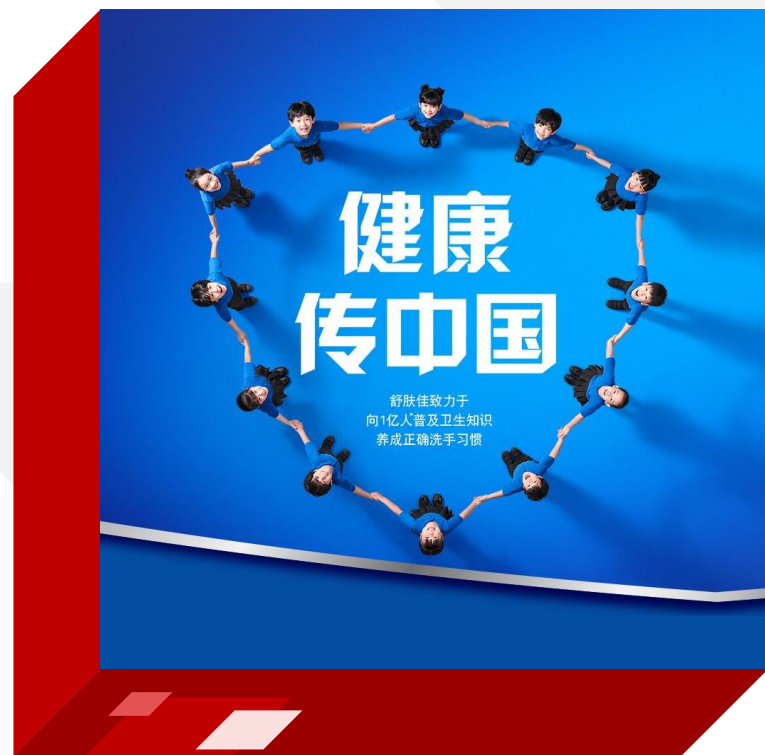


# 全案营销 传播品牌新形象

## 携手舒肤佳 健康传中国公益项目

### 项目长跑 传播深度广度兼备

从2021年6月的项目启动期，到10月的声量引爆和二次传播，健康传中国数个项目横跨数月时间，庞大项目体量打造真正品牌形象影响力。



### 舒肤佳：健康传中国

盛典直播观看量2352万+次，微博话题3.9亿+阅读，线下覆盖3000+门店，央视网线上曝光量2.12亿+人，深度影响正确洗手习惯4000万+人……

#### 启动预热



“健康传中国 寻找首席健康官”活动H5同步上线，主持人+代言人ID预热视频刷爆全网，奠定活动基调。

#### 活动推进

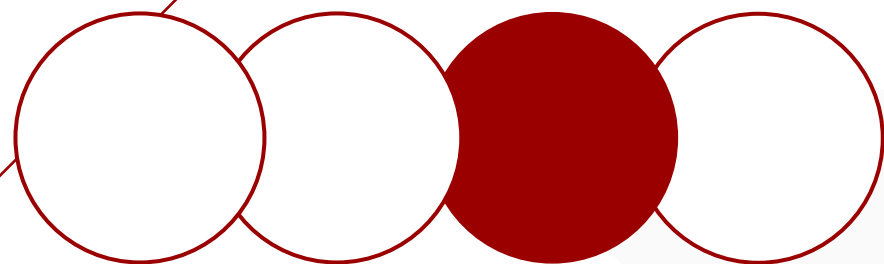


寻找首席健康官全国海选，举办城市接力赛、全民健康知识传播研讨会。线下反哺线上，多种声量汇聚。

#### 全球洗手日长城盛典直播



现场云连线30位健康官，与小朋友们“云互动”，线上+线下 长城点亮仪式引爆活动，引发全网社会关注，彰显舒肤佳守护生命与健康的决心。



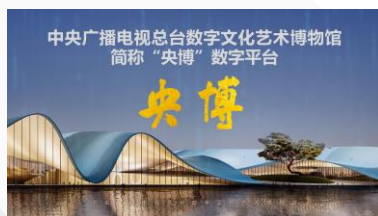
# 第三部分

## 数字智慧新赋能

# 央博

## 中央广播电视总台数字文化艺术博物馆

“央博”构建三位一体的数字博物馆多维度空间，打造国际领先的数字文化艺术聚合展示和服务平台。利用VR/AR虚拟技术、裸眼3D等实现对艺术品的全息展示和对艺术品的立体鉴赏，带来震撼体验；聚合各大博物馆、美术馆、美术院校及知名艺术家的典藏文物、艺术作品、美育课程，形成最具规模的数字文化艺术云端数据库，呈现海量内容；塑造文化艺术与消费的新场景，融合文化、社交、交易三大功能，打造虚拟空间艺术场所。



### 平台·定位

数字平台“央博”是中央广播电视总台在新时代服务于党中央、国务院关于文化强国战略、社会主义精神文明建设以及文化数字化、文物活起来等重要部署的一项重大举措，统筹全国优质文化、文物资源，以文化自信为核心，以数字内容为载体，为全国人民提供可触及、可互动、可持续的精神文化服务。

### 平台·内容

“央博”数字平台，将以“央博”APP为核心，以CCTV-2融媒体节目带、PC客户端、线下体验馆四端并举，以博物馆入驻计划、艺术赋能品牌计划、系列文化活动等为运营抓手，聚创新之力、展艺术之美、育未来之才，向大众提供一种“博物馆”性质的数字化工具方案，为国内外博物馆间的交流、展示、艺术创作、美育人才培养、人才交流、产业交流等，提供一个专业的国家级平台。

# 数字主播小C

全国首位官媒虚拟偶像主播，中华国潮推介官



小C诞生于中央广播电视总台·央视网，是一位充满青春活力和满点技能的“00后”宝藏女孩，她可以自由穿梭于现实世界和虚拟世界之间，探寻万千世界的趣味与价值。

小C自2021年推出以来，先后参与报道全国两会、东京奥运会、北京冬奥会等国家大事件。今年的小C更是从建模到人设全新升级，将把其工作之外的状态展现出来，书写全新“国潮少女”精彩故事线，并且带来全新综艺《未来可C》，联动全球虚拟IP大联欢。

姓名：小C	国籍：中国
性别：女	公司：央视网
生日：2000.12.1	职务：主播/记者/编辑
星座：射手座	爱好：非遗文化
身高：170cm	特长：新闻素养优异，
体重：50kg	专业技能全面



# 数字主播小C

全国首位官媒虚拟偶像主播，中华国潮推介官

## 商业运营实践：央视网数字人实验室

央视网数字人实验室将以小C为起点和案例，构建贯通全流程、全链路的内容运营体系和IP打造模式，进行数字人能力构建和融合输出。

一是构建“贯通品牌、技术、内容、运营、经营”的链路生态体系；二是打造“上承部委+下接城市+中通产业+校企共建”的方位合作体系；三是形成“可持续发展、可落地拓展、可扩容复制”的场景商业体系。激活并赋能数字人产业链，打造人工智能驱动的媒体融合未来案例。

## 技术解决方案：央视网数字人工厂

为提升数字人产业供给能力，加速数字人产业落地，赋能行业融合创新，央视网倾力打造“数字人工厂”。针对传统3D数字人生产时间长、环节多、成本高等问题，通过集成3D数字人建模、驱动、渲染、交互等技术能力，提供低技术门槛，上下游链条互通的数字人全链路解决方案。

数字人工厂可为客户快速低成本打造个性化的3D虚拟形象，配套低代码生产平台助力客户持续生产数字人内容，同时结合客户行业和场景，提供虚拟资产制作、虚拟空间搭建、数字藏品铸造发行、智能客服机器人开发等衍生服务，从而系统化满足客户构建专属IP符号，丰富内容供给及拓展商业增值点等需求。



# 央数藏

央视网数字藏品发行平台。以数字藏品这一新颖的、更加年轻化，更直观有效的传播形式，承载国家文化传播和文化成果全民共享的重任。

## 数字藏品赋能模式

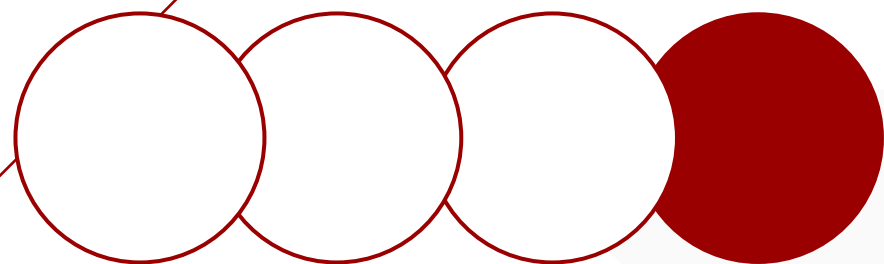
- **国家、城市文化形象传播：**地标建筑、奥运场地数字藏品开发；以神鹿呦呦为蓝本，广泛借鉴唐卡设计，利用彩绘花纹及3d展现敦煌故事展现敦煌千年历史延续的磅礴之力。
- **品牌影响力：**“茅台好时节”二十四节气中国风数字藏品涵盖节气、民俗、故宫兵马俑等景点海外发行助力品牌海外影响力。
- **艺术殿堂数字藏品：**国家大剧院线上音乐直播数字藏品发行，博物馆、剧院、国际艺术论坛数字藏品，乐团、音乐家数字唱片发行。
- **央视网自主IP及周边产品：**阳阳和师师自主发行4款，各5000份，98-118元/个，手办盲盒已被预定3万份；第三代升级为数字版权品，均通过国家级区块链数字版权保护中心登记版权，用户购买后可以在限定范围内获得对应版权的商业化使用授权，开售当日全部售罄。

## 可信区块链推进计划

中国信通院云计算发布《可信数藏计划自律守则》和可信数字藏品平台名单。央视网成为首批36家单位之一，荣获联席组长单位。

国务院印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》指出要推动公共文化数字化建设,实施文化产业数字化战略的决策部署,积极应对互联网快速发展给文化建设带来的机遇和挑战,满足人民日益增长的精神文化需要。数字藏品是数字化文化消费的重要落地场景。





# 第四部分

## 2023内容矩阵布局



更多产品 扫码浏览

2023

政治  
经济

营销  
节点

两会 (3月中旬)

一带一路十周年 (8月-10月)

改革开放45周年

国际消费者权益日 (3.15)

618 (6.18)

中国农民丰收节 (9.23)

双十一 (11.11)

双十二 (12.12)

话  
题  
热  
点

新年季

(1.1元旦、1.14-1.15小年、1.21除夕、2.5元宵节)

全年群体性节日

(如妇女节、母亲节、儿童节、父亲节、青年节等)

全年体育类节点

(如成都大运会、杭州亚运会、亚洲杯等)

全年健康类节点

(如世界睡眠日、国际爱牙日、世界糖尿病日、全国爱耳日、爱眼日等)

全年公益类节点

(如世界地球日、世界环境日、植树节、世界爱虎日等)

全年民俗类节点

(如二十四节气, 风筝节、火把节等地方节庆, 端午、中秋等传统节日)



## 2023 大事件 热节点

## 新年季

(1.1元旦、1.14-1.15小年、1.21除夕、2.5元宵节)

- ▲ 《@青春》元旦开年分享
- ▲ 《青春开麦》新锐脱口秀新年开讲
- ▲ 《网络春晚》及衍生节目小年夜上线
- ▲ 《这一刻，很中国！》2023年首期年味篇
- ▲ 《寻俗》2023年首期春节篇
- ▲ 《年味来了》春节上新

## 国际妇女节 (3.8)

- ▲ 《颜值攻略》特别篇
- ▲ 《看见时代面孔》特别篇
- ▲ 《遇见十二美人》特别篇

## 两会 (3月中旬)

- ▲ 两会特别策划方案
- ▲ 《超级品牌展播》两会特别专题

## 国际消费者权益日 (3.15)

- ▲ 《够科普》辟谣类健康科普
- ▲ 《食物放大镜》权威创意解读食品成分
- ▲ 《预制好味道》权威发布预制菜质量标准
- ▲ 《领跑中国》见证专精特新企业标准
- ▲ 《超级工厂》315特别篇
- ▲ 《超级品牌展播》315特别专题
- ▲ 《新时代·瞰产业》315特别直播

2023

1-2月

3月

## 2023 大事件 热节点

## 世界地球日 (4.22)

## ▲ 双碳主题整合营销

## 世界读书日 (4.23)

▲ 《跟着李白看中国》重走李白路、重吟李白诗

▲ 《书香北京》全民阅读文化活动

4月

## 青年节 (5.4)

▲ 《最好的小慢车》五四特别篇

▲ 《青春开麦》五四特别篇

▲ 《看见时代面孔》五四特别篇

▲ 《唠“科”》科学家精神传承助力节目

▲ 《比划》五四特别篇

5月

## 儿童节 (6.1)

▲ 《少儿守护人》六一特别篇

## 毕业季 (6月中下旬)

▲ 《比划》毕业特别篇

▲ 高校毕业歌会

▲ 《青春开麦》新锐脱口秀毕业开讲

6月

# 2023 大事件 热节点

## 暑假 / 招生季 (7-8月)

- ▲ 《我有一家民宿》
- ▲ 《育见·校长》
- ▲ 《此生要去的100个地方》
- ▲ 《宠物品牌整合营销》之宠物线下活动

## 成都大运会 (7.28-8.8)

- ▲ 《麻辣大运》上线
- ▲ 《大咖陪你看》成都大运会特别节目

## 全民健身日 (8.8)

- ▲ 《非YI般运动会》上线

7-8月

## 杭州亚运会 (9.23-10.8)

- ▲ 《@未来》上线
- ▲ 《大咖陪你看》杭州亚运会特别节目

## 金九银十招聘季 (9-10月)

- ▲ 《奇葩的面试》招聘季综艺纪实节目
- ▲ 大学生心理健康直播
- ▲ 《比划》招聘季特别篇

## 重阳节 (10.23)

- ▲ 《重阳乐活节》重阳节直播节目
- ▲ 《比划》重阳节创意混剪

9-10月

# 2023 大事件 热节点

## 双十一购物节

- ▲ 《中国潮牌大会》
- ▲ 品牌定制内容电商带货直播

11月

## 改革开放45周年

- ▲ 《超级品牌展播》改革开放45周年特别专题
- ▲ 《中国机遇》外企访谈录
- ▲ 《云顶对话》改革开放45周年特别篇

## 双十二购物节/年货节

- ▲ 品牌定制内容电商带货直播

12月

## 全年健康类节点

(如世界睡眠日、国际爱牙日、世界糖尿病日、全国爱耳日、爱眼日等)

- ▲ 《全民健康》
- ▲ 《健康能量站》

## 全年民俗类节点

(如二十四节气, 风筝节、火把节等地方节庆, 端午、中秋等传统节日)

- ▲ 《这一刻, 很中国》精品主题短视频
- ▲ 《比划》趣味民俗短视频
- ▲ 《红红火火中国节》地方节庆活动及直播
- ▲ 《寻俗》创意民俗短视频
- ▲ 《中国时令》纪实探访

全年性节点



**CCTV** 央视网  
**com**

世界就在眼前



更多精彩 扫码浏览

**联系我们**

010-68739191

010-88427655

登录[www.cctv.com](http://www.cctv.com)

关注微博@央视网 或央视网微信公众号

了解更多、距离更近!