



2024哔哩哔哩 内容营销通案

bilibili营销中心



为满足用户需求 孕育而生的OGV内容

专业机构创作生产的精品内容



对符合自己审美偏好的 **精品内容** 的需求未被满足

对符合自己人生阶段的 **价值内容** 的需求未被满足



发布视频与动态、开展直播...

UP主

弹幕、评论、一键三连...

用户

OGV生态版图

6场

晚会

5场

音乐企划

7部

影视综

68部

国创

46部

纪录片

bilibili 2024年度5大主线布局

晚会

覆盖全年营销节点
精品化内容助力破圈

- 百大UP主盛典
- 拜年纪
- 永远22! bilibili毕业歌会
- BML / BW
- 花好月圆会 (中秋晚会)
- 超级科学晚
- “最美的夜” bilibili晚会

音乐企划

融入世代审美
共创世代表达
渗透品牌心智

- 新世代音乐人计划2
- 干杯! 音乐节计划
- 元气新声音乐季
- 洛天依“歌行宇宙”
- 华语原创金曲奖

影视综

持续沉淀精品内容
打造高质量口碑佳作

- 非正式会谈 9
- 快乐运动会
- 奇迹焕新家 2
- 哔哩哔哩食神大赛
- 整顿吧! 巴蒂!
- 时光代理人
- 明日有晴天
- 中长剧 (女性题材)

国创 & IP 衍生

打造精品内容圈
国创生态链接
品牌与粉丝 共振破圈

- 灵笼 第二季
- 牧神记
- 凸变英雄X
- 凡人修仙传 年番
- 时光代理人 英都篇
- MADEBYBILIBILI 线下展

纪录片

泛知识内容旗帜
高知高质高粘性

- 闪闪的儿科医生2
- 野境求真
- 单挑荒野
- 生命奇观
- 品牌共创



绑定节点 塑造仪式感 制造爆点

是年轻人的社交货币，是懂你的陪伴感



以站内生态/内容/数据

助力盛典 IP 内容创造



以站内生态助力内容破圈

OGV加油包联动社区/UP主

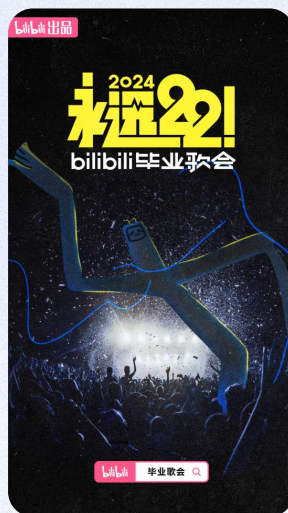
独创内容方法论，精品化内容助力破圈

线上、线下IP矩阵 拓展大型节点活动更多可能性



2月

拜年纪



6月

永远22! bilibili毕业歌会



7-8月

BML / BW



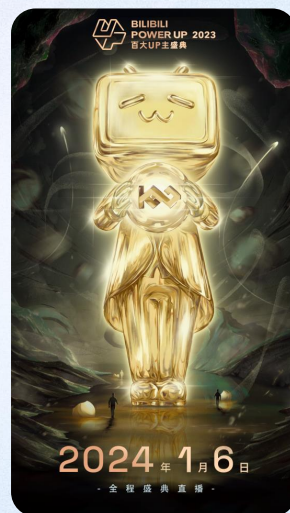
9月

花好月圆会



12月

“最美的夜” bilibili晚会



25年1月

百大UP主盛典

《2024拜年纪》



项目概述

哔哩哔哩和用户一起恭贺新年的贺岁向晚会节目

项目介绍

- ◆ 自2010年起，由哔哩哔哩主导，以原创为基点并辅以当下年轻人喜爱的文化凝聚年度创作能量和潮流精华，耗费长达1年精力打造专属年轻人的“春晚”，是哔哩哔哩最具影响力的文化事件之一
- ◆ 从原创动画、原创音乐、舞蹈、曲艺、vlog短片等多个内容维度，让观众们享受到不一样的视听盛宴。

基础信息

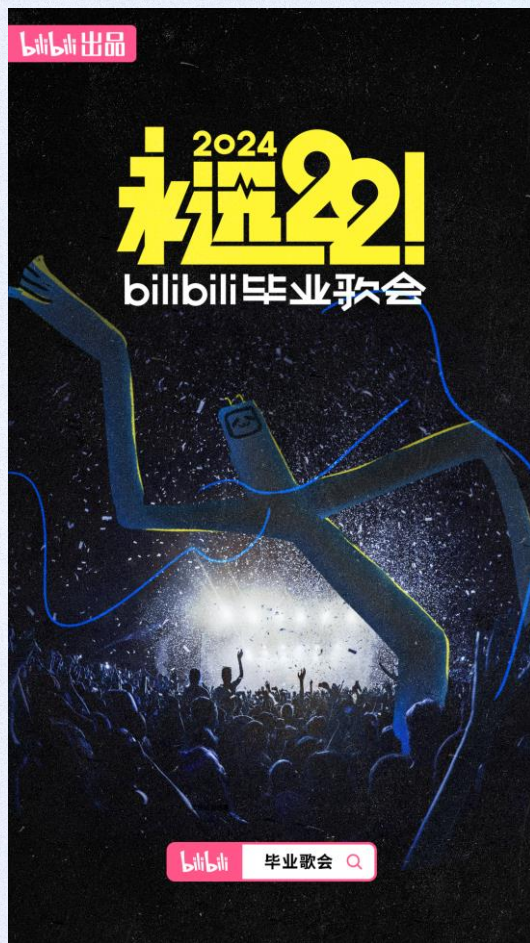
- ◆ 2024年2月9日（除夕）晚19:30直播
- ◆ 节目时长2.5小时

2023数据

- ◆ 直播人气峰值1.6亿
- ◆ 点播播放量5000万
- ◆ 弹幕互动数200万+

专属年轻人的“春晚”，最具影响力的文化事件之一

《永远22! 2024 bilibili毕业歌会》



项目亮点

- ◆快闪联动：品牌与歌会携手共入校园，毕业大游行引发关注
- ◆多样场景：节目内多样化场景结合融入，实现更多植入可能
- ◆深度内容：共创节目/超级推荐合作模式，实现不同定制需求

拟邀嘉宾

- ◆拟邀艺人：伍佰、陶喆、蔡依林、汪苏泷、新裤子、杨和苏、张钰琪、尤长靖、牛奶咖啡、阿冗、太一、余佳运..... (TBC)
- 主持人：冯禧、刘维 (TBC)

基本信息

- ◆2024年6月10号预热活动上线 (TBC)
- ◆6月17日歌会直播、6月18日点播上线 (TBC)
- ◆节目时长：正片2小时 (TBC)

往届数据

- ◆直播人气峰值：5700万+；总播放数 (T+30)：3000万+；全网热搜：150+

营销场景

618电商节点/ 校园人群受众 / 暑期营销

《BILIBILI MACRO LINK》



大型线下售票演唱会和同好聚会

项目概述

大型线下售票演唱会和同好聚会

项目介绍

◆ BML全称BILIBILI MARCO LINK，是由哔哩哔哩主办，涵盖了B站UP住、国内艺人、日本动画歌手声优、虚拟形象歌手、虚拟形象主播等的综合性线下演出，演出内容主要为B站二次元文化内容。自2013年举办首届以来，8年期间举办了18场演出，动员了超过24万人次到场参与狂欢。BML已成为目前中国最大规模的二次元线下活动之一。

2023回顾

- ◆ 活动时间：7月（每年暑期）
- ◆ 线下参与人次 **10000+**
- ◆ 直播间最高人气峰值超**5099W**
- ◆ 共有69组嘉宾和UP主，为大家联合呈现了33个精彩节目

《Bilibili World》



Z世代大型线下嘉年华

项目概述

Z世代大型线下嘉年华

将b站丰富的线上文化进行实体化还原

项目介绍

- ◆ BilibiliWorld是由bilibili于2017年创造的线下活动品牌。
- ◆ BW作为一个全方位的综合性娱乐嘉年华，集演出、展览、互动游戏和周边售卖于一身，将B站最火分区及最热内容，在活动现场进行全方位实体化还原，为喜爱B站内容的用户展现一个实体化世界，满足多层面用户的需求。

2023回顾

- ◆ 活动时间：7月（每年暑期）
- ◆ 展馆面积达**170000m²**，线下参与人次**210000+**
- ◆ 人民日报、经济日报、中青日报等主流官方媒体20余家进行报道
- ◆ 站外热搜30个，B站内热搜59个

《2024 花好月圆会》



项目概况

- ◆一场让年轻人齐聚狂欢的新式晚会
- ◆与有趣的灵魂相伴，用快乐佐餐，为共鸣举杯
- ◆在中秋节，给中式团圆一个新的选择

拟邀嘉宾

- ◆拟邀艺人（TBC）：林俊杰、张韶涵、周深、唐汉霄、郭顶、朱婧汐、刘柏辛、重塑雕像的权利、Mandarin 乐队.....

基本信息

- ◆2024年9月10号预热活动上线（TBC）
- ◆9月17日歌会直播、9月18日点播上线（TBC）
- ◆节目时长：正片1小时（TBC）

营销场景

中秋节点 / 国货 / 双11营销 / 同好相聚 / 兴趣&美食

与年轻人有趣灵魂相伴，打造一场“快乐佐餐为共鸣杯”的新式中秋盛宴

《2024 超级科学晚》



项目亮点

- ◆科技实验及科学家演讲趣味的呈现
- ◆贴近C端生活选题, 用户更感兴趣
- ◆帮助消费者来做消费决策依据

拟邀嘉宾

2023年合作嘉宾参考

- ◆褚君浩院士、营养师顾中一、贾阳、李培根院士、吕艳思、迈克尔莱维特 (Michael Levitt)、塞巴斯蒂安·特隆 (Sebastian Thrun)、苏春雷、吴佩鸿.....
- ◆UP主: @毕导THU、@-LKs-、@拿拿nah、@三代鹿人、@杨舒惠、@影视飓风、@稚晖君

基本信息

- ◆2024年10月21号预热活动上线 (TBC)
- ◆10月28日直播、10月29日点播上线 (TBC)
- ◆节目时长: 180min (TBC)

往届数据

- ◆ 2023年全网总曝光: 25亿; 全网相关话题: 50+

营销场景

科技背书/ 趣味演讲/ 创意实验

一场听得懂的前沿科技分享大会,让年轻人爱上科技!

《“2024 最美的夜” bilibili晚会》



项目亮点

- ◆被人民日报誉为“最懂年轻人的跨年晚会”
- ◆年年破圈舞台频出，强势掀动娱乐文化话题大讨论
- ◆接轨全球娱乐资源，汇聚新中式国风精粹，致敬影漫游经典IP，包罗网络流行文化，打造跨年夜年轻人最关注的娱乐文化盛事
- ✓ 超强曝光 ✓ 优质内容营销 ✓ 强互动参与

拟邀嘉宾

- ◆拟邀全球实力音乐人&全球大热IP（TBC）：林肯公园、蔡依林、梦龙乐队、陈奕迅、周深、朗朗、刘宪华、星野源.....

基本信息

- ◆12月初活动上线 → **12月31日晚直播**
- ◆节目时长：4小时左右
- ◆集合社区生态征稿活动、直播玩法、晚会内容等综合性跨晚项目

往届数据

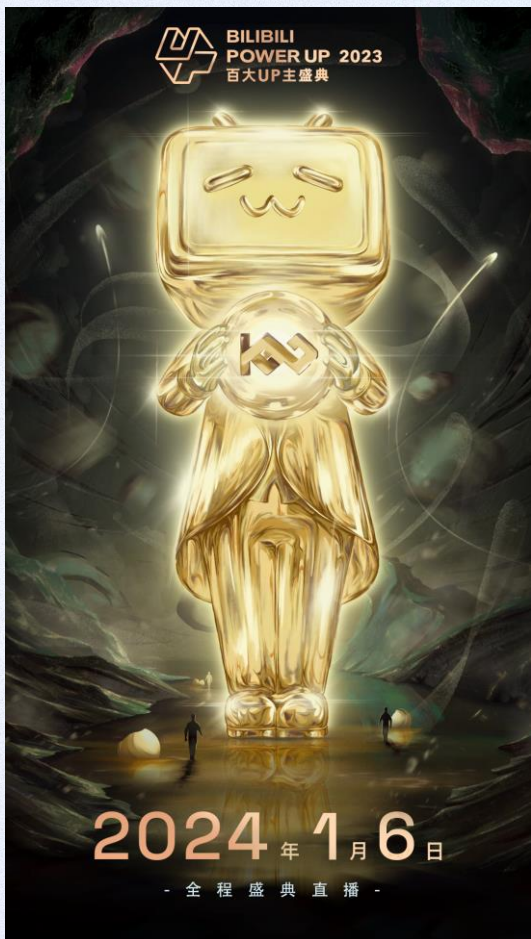
- ◆ **23年直播人气峰值：3.44亿+；总点播数（T+7）：1.8亿**

营销场景

跨年场景 / 平台大事件 / 品牌声量 / 创新玩法

B站顶级IP，以音乐和舞蹈等串联年度记忆，打造属于年轻人的跨年仪式感

《2024 百大UP主盛典》



项目亮点

- ◆ B站年度最具影响力的颁奖典礼，开年第一弹热点IP。
- ◆ 齐聚站内各分区顶流UP主，话题度拉满；春节档年终展望，与用户进行深度情感共鸣与交流；多样化的营销场景，助力品牌全方位借势UP主影响力传播破圈。

拟邀嘉宾

2024年度百大UP主及颁奖明星

- ◆ 拟邀来自B站生活、游戏、知识、美食、科技、时尚、手工、音乐、舞蹈、汽车、萌宠、虚拟、动画、影视、鬼畜、娱乐等各分区获奖的头部UP主

基本信息

- ◆ 直播日：2025年1月上旬TBC
- ◆ 2024年1月中上旬直播：蓝毯仪式、颁奖典礼
- ◆ 节目时长：正片2.5小时+；其他蓝毯等预热

往届数据

- ◆ 2023届 直播人气峰值：4052万+；全网热搜：139个

营销场景

借势UP主 / 年终展望 / 盛典场景 / 春节营销

全站唯一一场 TOP100 UP主齐聚线下活动，真直播盛典



哔哩哔哩音乐：专注世代审美与创作表达

与用户共同打造的上升期赛道

Y2020态度表达 - 说唱音乐



“说唱的本质是发声”

Y2021引领创作 - 原创音乐



“听见年轻人的小宇宙”

Y2023打破格局 - 素人竞演



“给华语乐坛注入新的能量与生机”

以大项目反哺生态发展 聚集优质用户赋能商业价值

世代创作 演出盛宴 成长记录

2024哔哩哔哩音乐专场项目矩阵



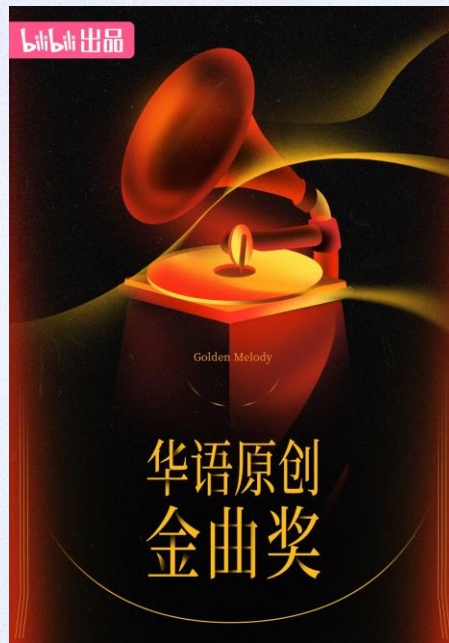
S+级年度音乐人盛典活动·《新世代音乐人计划2》大型线下音乐节·《干杯！音乐节计划》
线上征集+校园live+收官盛典
规划Q2-Q3



大型校园巡演·《元气新声·音乐季》
Bilibili与一线音乐节联名
Q2开启



大型校园巡演·《元气新声·音乐季》
线上征集+校园巡演
Q2开启



《华语金曲原创奖》
票选+颁奖
Q4



《洛天依歌行宇宙》
首创线上精品节目线下互动全息展演
Q1-Q4

以大型IP聚焦全网关注、以音乐共情渗透品牌好感、联动线上线下载透品牌心智

S+级年度音乐人盛典活动-《新世代音乐人计划》第二季



项目亮点

- ◆全网选拔最有音乐创作力的新世代音乐人
- ◆热度持续半年，全国巡游，线上线下联动落地
- ◆多场景持续输出吸睛话题，线上线下同频狂欢

幕后班底

- ◆拟邀明星大咖艺人：陶喆、汪苏泷、吴青峰、XG女团、YOASOBI、二手玫瑰、刘逸云Amber、林宥嘉、窦靖童、徐佳莹、
- ◆拟邀盛典主持人：HOPICO（知名UP主）、B站兄弟团（某幻、老番茄）

基础信息

- ◆规划上线时间：Q2-Q3
- ◆收官盛典直播人气峰值预估：3250万
- ◆全网曝光预估：45亿+

项目简介

「新世代音乐人计划」是B站面向全球音乐人发起的大型新世代音乐人征选大赛，为新世代音乐人提供舞台与十大offer，优秀作品有机会由B站和索尼音乐联合包装发行。第一季闪光收官，深度覆盖高校百余所。明星大咖鼎力助阵，线上线下花式玩法掀起热潮。第二季全面升级，卷动行业更多力量倾力打造新世代最具行业影响力的音乐赛事活动。

品牌与Z世代共创音乐盛宴，助力新世代音乐人实现音乐梦想，夯实与拓展新世代人群

大型线下音乐节-《干杯！音乐节计划》系列



项目亮点

- ◆依托B站，联动头部音乐节IP，包括草莓音乐节、泡泡岛音乐节、芒禾音乐节等
- ◆全年“最重点”场次，提前锁定2024年最具声量的现场音乐项目

幕后班底

- ◆拟定头部国内（含港澳台）艺人：汪苏泷、许嵩、陶喆、伍佰、周华健等
- ◆拟定国际知名艺人：Suede（山羊皮）、西城男孩、Dua Lipa、中岛美嘉等

基础信息

- ◆预计城市：北京、上海、广州、成都、杭州等
- ◆预计场次：2024年5月、10月
- ◆单场预计人次：2.5w人/天*3天
- ◆单场预计曝光：10亿+

项目简介

- ◆强强联合：B站联合头部音乐节IP，强势线下内容+新世代线上生态，塑造最具价值的音乐现场。
- ◆音乐节新玩法：升级的现场娱乐内容，更是一场持续2-3天的新世代生活方式的集合体。

品牌与Z世代s的音乐现场狂欢，最火爆的音乐节，最嗨的音乐现场，渗透品牌心智

大型校园巡演-《元气新声.音乐季》（暂命名）



项目亮点

◆B站为年轻人打造的专属校园音乐巡演：挖掘新声力量，与前辈音乐人一同返校巡演，最青春、最热血、最元气；

◆深度植入B站社区玩法，音乐爱好者的线下大团建

◆拟邀艺人：陈粒、Amber刘逸云、陈绮贞、沙一汀、ak刘彰、刘瑾睿、NewSounds家族、某幻君、Vicky宣宣、翠花不太脆

◆执行团队：「张冠李戴」团队&励德校园营销团队

幕后团队

◆规划时间：Q2-Q3

◆线上/线下征集：线上/线下征集校园新声大使&主题曲，用户投稿参与评选

◆校园巡演：优胜校园新声大使参加线下全国多城校园巡演&评选

◆收官音乐节：元气新声主题曲发布，Newsounds及深受高校群体喜爱的重量级艺人同台演出，带来收官音乐盛宴

◆品牌展台：全程设置品牌展台及互动玩法，提升品牌曝光及转化

基础信息

项目简介

◆2024年，用一场夏日音乐季开启/告别大学校园，项目旨在选拔大学优质新声&原创音乐作品，采用线上征集线下评选的形式，让品牌借助音乐深入高校群体。

品牌助力新世代音乐人校园巡演梦，打造专属音乐舞台，线下渗透校园人群

洛天依-《歌行宇宙》



项目亮点

沉浸体验虚拟世界——洛天依歌行宇宙
首创线上精品节目 线下互动全息展演

基础信息

- ◆上线时间：线上2024年2月起每月1期线上内容，持续至Q3
- ◆项目类型：原创音乐多元体验厂牌
- ◆线上内容：以歌行宇宙串联多世界观体验，6期微综艺内容
- ◆线下嘉年华：2024年暑期，全息演唱会+数字展览创新体验
- ◆巡回演唱会：洛天依12周年巡回演唱会，覆盖全国

项目简介

- ◆首创线上精品节目 线下互动全息展演，歌行宇宙沉浸体验虚拟世界
- ◆为年轻人打造的多元体验虚拟厂牌，打通线上线下交互
- ◆线上推出6期精品内容，全新形象、全新音乐，让观众获得极致感官体验
- ◆线下打造歌行宇宙嘉年华，以全息演唱会+数字展览的形式，让观众身临其境，共同穿越宇宙，感受奇幻
- ◆洛天依生日大事件，暑期开始举办全国巡回演唱会

首创线上精品节目 线下互动全息展演 歌行宇宙沉浸体验虚拟世界

bilibili



纪录片发展历程

一炮而红
《我在故宫修文物》
2016年12月



第一部出品内容
《极地》上线
2017年12月



2018年6月
《人生一串1》爆款上线

2019年
出品16部
《人生一串2》火爆持续，线下实体店开业



举办第二届纪录片发布会，发布36部重磅作品



纪录片开放周向全国用户免费开放3572部纪录片

举办第二届纪录片发布会
累计发布36部新作
2023年5月10日

2020年
疫情下《在武汉》全网首部疫情纪录片上线
《但是还有书籍》获得第30届
中国电视金鹰奖最佳电视纪录片



2021年
B站美食纪

《来宵夜吧》、《我粉你》、
《第一餐》、《小城夜食记
2》、《新疆滋味》、《人
生一串3》

《小小少年》获得第27届上
海电视节白玉兰奖最佳系列
纪录片

2021年11月13日
举办首届纪录片发布会
“记录即有光”发布21部新作



2022年
《众神之地》
等21部作品上线





纪录片 坚持出品内容的精品化和IP化

坚持出品内容的精品化和IP化



截至23年底荣获奖项共计250+个



第30届中国电视金鹰奖
最佳电视纪录片

英国皇家电视协会奖
RTS最佳音效奖

第27届上海电视节白玉兰奖
最佳系列纪录片

第28届中国纪录片学术盛典
系列片十佳作品

2022年“亚广联观点奖”
组委会特别推荐

坚持国内外发行，讲好中国故事

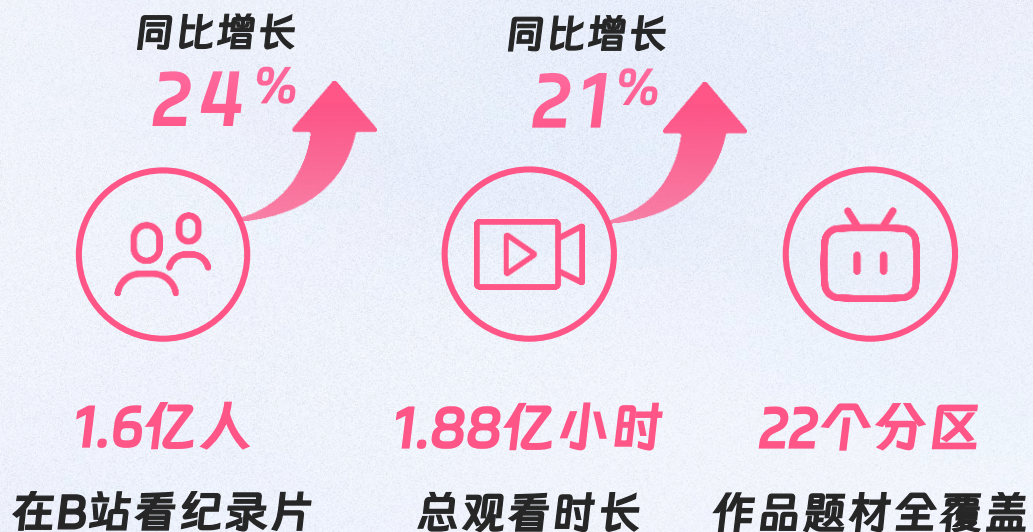


保持与海外主流媒体集团的联合出品
已发行20多部，200多集纪录片至上百国家



bilibili 纪录片 B站第二大专业品类内容

纪录片已经成为B站第二大专业内容品类



用户在B站消费纪录片的黏性和频次超出预期

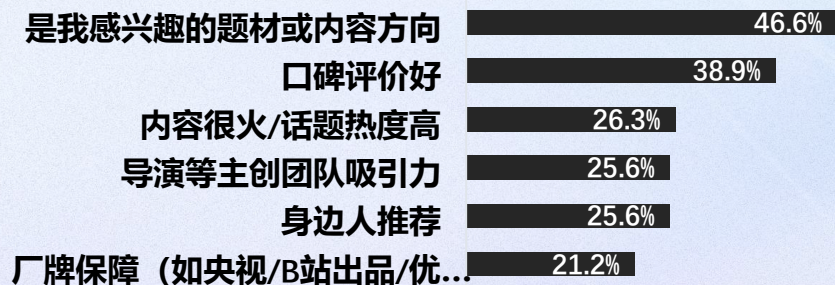
B站纪录片上线一年后
播放量仍能有首年的84%

84%

重度用户人均季度观看
25-27部纪录片

25-27部

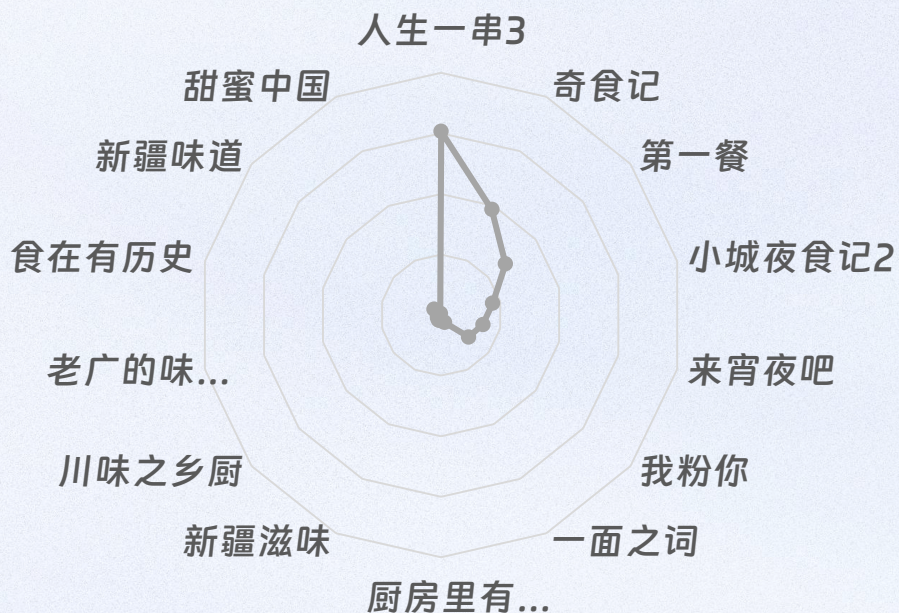
兴趣题材、口碑评价、厂牌保障 是吸引年轻用户观看纪录片的主要因素





纪录片 优势赛道分析

美食类--供应链成熟 头部自研+采购承接配合默契



《人生一串3》

豆瓣评分: 8.5分



《奇食记》

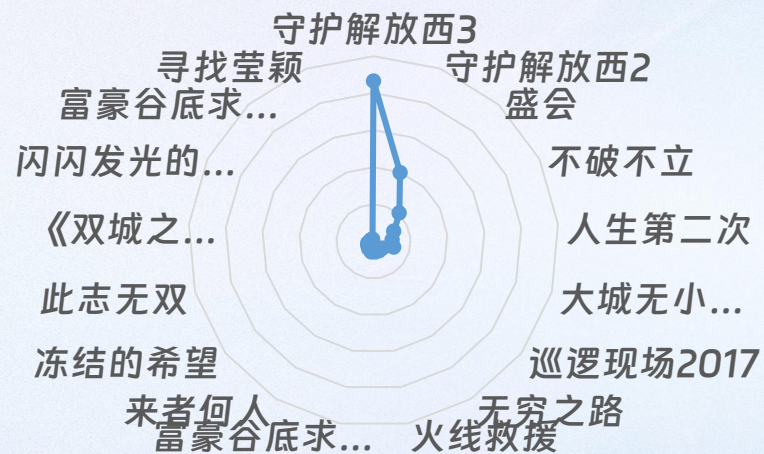
豆瓣评分: 7.3分



《第一餐》

豆瓣评分: 7.3分

社会类--自制有口碑之作, 时事热点题材成黑马



《守护解放西3》

豆瓣评分: 8.7分



《盛会》

豆瓣评分: 8.2分



《不破不立》

豆瓣评分: 6.3分

bilibili 纪录片 优势赛道分析

人文类--爆款多，小而美自研精品斩获全网口碑



《但是还有书籍2》
豆瓣评分：9.4分

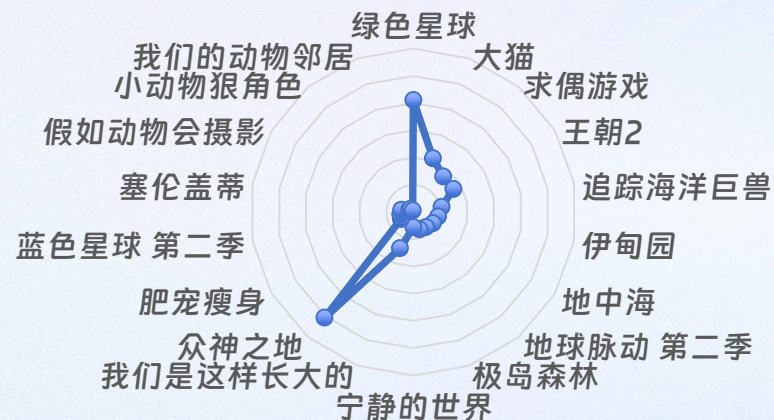


《去你家吃饭好吗2》
豆瓣评分：7.5分



《不止考古·我与三星堆》
豆瓣评分：9.0分

自然类--自研黑马，持续输出精品自研 & 采购大厂新热



《众神之地》
豆瓣评分：9.2分

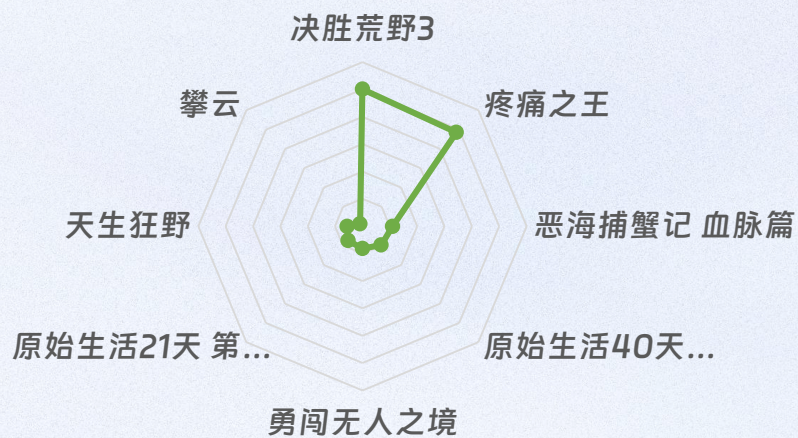


《绿色星球》
豆瓣评分：9.7分



《王朝2》
豆瓣评分：9.2分

探险类--供给开发自研x本土化 & 采购续约海外片包基本盘



《决胜荒野 第三季》
豆瓣评分：8.0分

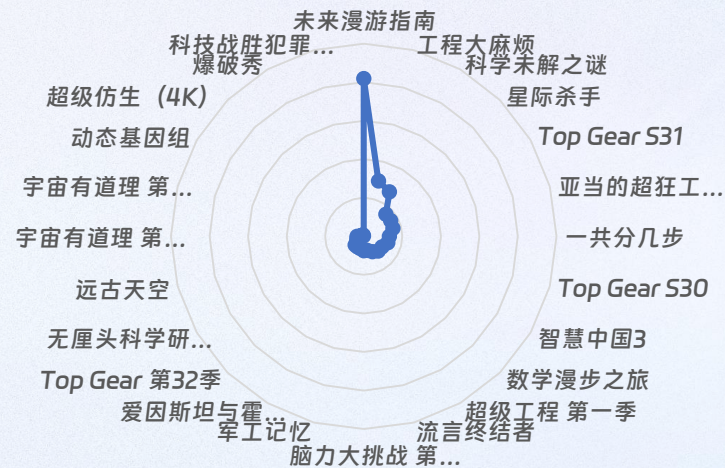


《疼痛之王》
豆瓣评分：8.9分

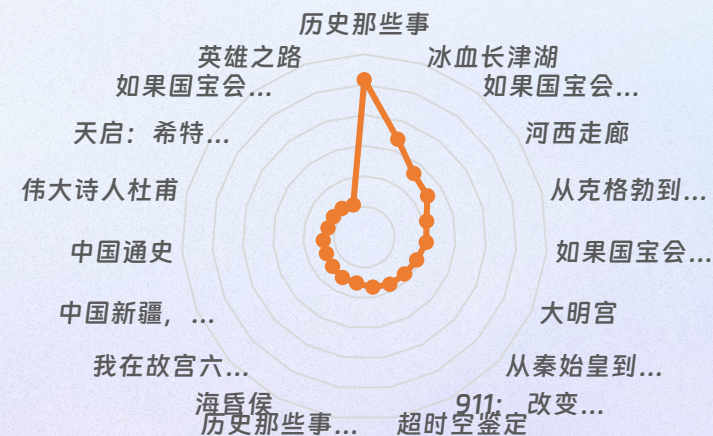


《恶海捕蟹记 血脉篇》
豆瓣评分：暂未开分

科技 & 历史类--精品头部自研策略坚持到底



《未来漫游指南》
豆瓣评分：8.1分



《历史那些事》
豆瓣评分：8.1分

bilibili 纪录片-商业合作模式

内容焕活品牌，打响商业营销新热度

激发 - 品牌势能

赋能品牌内核

内容IP

- 使用场景的深度植入
- 目标群体的实用主义
- 目标潜客的求知需求
- 目标群体的情绪价值传递

场景延展

沉浸 - 生态势能

提升品牌口碑

- 大事件联动
- 校园联动
- 线下活动联动
- IP生态链联动

转化 - 用户动能

推动用户决策

精准提效

- 高效转化目标客

流量触达

- 王牌价值资源引流



共创联盟

版权引入

品牌版权合作，借势站内全域流量渗透

品牌共创

定制联动平台宣发，共创IP营销范本

运营活动

- 站内重点运营活动与品牌营销节点匹配
- 承接品牌定制化个性化运营活动需求

全链承接

长效贯穿

bilibili 纪录片-版权引入

联合宣推达成客户口碑+双赢效果

品牌营销精准人群最优解

辐射人群准

精准锁定TA，加强与目标用户的深度沟通

能够有效填补品牌TA人群池
以最优质的内容与年轻化、高质量人群进行持续的深度交流

客户导向，时间灵活

执行周期短

极大缩短内容合作的制作周期，能够在最短的时间内抢占TA心智

相比深度的定制化合作模式，纪录片引进15天即可入驻B站，极大的缩短了制作与沟通上的时间

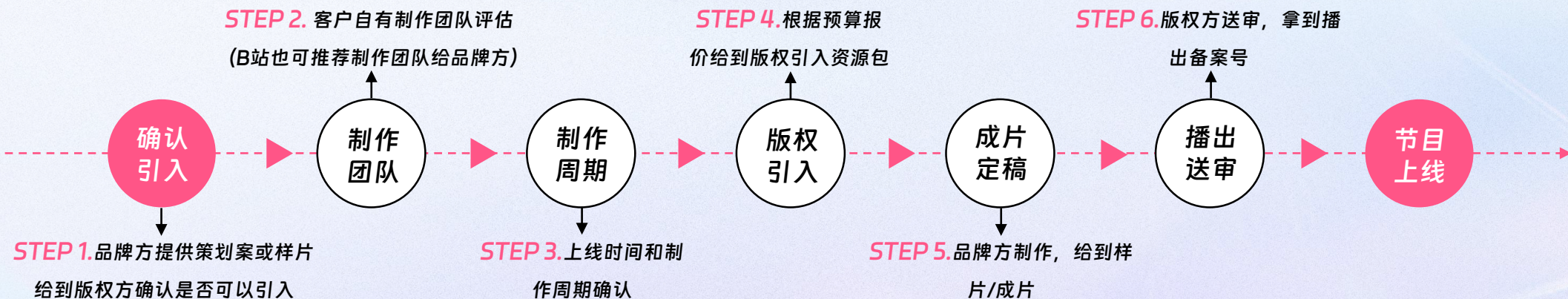
多平台联动发酵极易出圈

内容出圈易

利用B站健康的纪录片生态，帮助品牌全网破圈曝光

B站是国内最大的纪录片出品方之一；
同时B站具有良好的纪录片生态，能够有效联动品牌外资源，形成站内+站外的全渠道破圈传播

纪录片版权引入-流程



bilibili 纪录片-品牌共创

借势内容加成

借IP授权素材传播品牌概念

大视窗/3D
Inline|焦点图



加成
沟通效率

品牌共创

定制品牌节目，打造品牌原生内容

放大
沟通广度

放大内容号召力

IP热话：发起相关话题的征集



品牌发起
用户参与

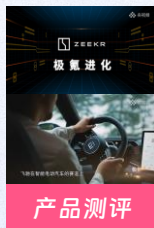


UP主联动
内容参与

品牌共创核心赛道

汽车赛道

- 企业文化、品牌形象、产品测评场景
- 展现产品卖点、性能、科技等产品卖点
- 通过旅行、路上美学主打品牌调性



产品测评



路上美学

大健康赛道

- 成分健康的品牌形象
- 工厂探索、溯源原产地，展现产品安全
- 通过人群匹配主打品牌形象和调性



溯源成分



使用场景

大快消赛道

- 食品饮料主打聚会、佐餐、节庆场景
- 护肤美妆主打消费者人群、科学功效等生活需求
- 展现品牌人群定位、产品使用场景的需求



佐餐场景



人群匹配

bilibili

哔哩哔哩纪录片2024年片单（不断更新中）

- 自然探险
- 美食万象
- 社会观察
- 人文历史
- 科技科幻
- 运营活动

Q1	动物城里无小事 生灵奇旅	第一餐2 奇食记2	惊天逆转2	历史那些事3	关于明天的热门话题	3.8妇女节-女性关怀
Q2			两岸家书 勇往职前 闪闪的儿科医生2	向设计提问 文物守护人		4月地球日-社会价值 5.1纪录片开放周-大型S级活动 6月非遗日-社会价值
Q3			但愿人长久 但是还有戏剧	聆听大运河		7月毕业季-社会价值 9月开学季-社会价值
Q4	单挑荒野 生命奇观 野境求真		是坏情绪啊，没关系 你好，12315 养猫的人			12月年终盘点-主题剧场

bilibili 纪录片-Q4户外三部曲



《野境求真》 B站自研

专辑播放预估 (T+90)
4800万

推荐理由

- 1、B站自研，把控力度强，商务空间大，UP主配合度高
- 2、多分区头部UP主集合，TA受众面“广且深”
- 3、户外多场景移动，车辆使用场景多

参演人员及拍摄安排

- 第一集：up主：水果猎人杨晓洋（226.9万粉）
拍摄地云南（已完成拍摄）
- 第二集：up主：小阳的昆虫世界（41.5万粉）
拍摄地云南（春节前拍摄）、
- 第三集：up主：鬼谷藏龙（aka芳斯塔芙）（388.4万粉）
拍摄地内蒙古（预计4月）
- 第四集：up主：巡天者叶梓颐（25.1万粉）
拍摄地新疆、内蒙、青海之间待定



《单挑荒野》 Discovery

专辑播放预估 (T+90)
4600万

推荐理由

- 1、德爷&discovery，品质、流量保障
- 2、德爷商务配合，中国行程前后均可使用车辆移动

参演人员及拍摄安排

- 埃德·斯塔福德（德爷）
- 长白山拍摄时间：预估 3月
贵州拍摄时间：预估 4月



《生命奇观》 中国国家地理

专辑播放预估 (T+90)
4800万

推荐理由

- 1、非纪录片形式已播出2期内容，无流量推广，仅自来水播放，效果较好，加入纪录片资源后预估更优表现
- 2、小亮出镜，配合商务，话题度可看度较高

参演人员及拍摄安排

- UP主：无穷小亮的科普日常（954.4万粉）
- 24年1月~4月 广西溶洞
2024年3月、6~7月 马来西亚婆罗洲
2024年2月、4~5月、10月 新疆

《野境求真》



项目亮点

国内首档科普求生纪实纪录片

基本信息

- ◆ 节目数量：6集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q4

节目介绍

- ◆ 纪实拍摄：每集由求生专家朱炜强+1位科普UP主组成，由二位协力完成一次高难的野外科普任务，求生专家朱炜强负责求生与保障，科普UP主负责科普输出

参演UP主

- ◆ 鬼谷藏龙（388.4万粉）、水果猎人杨晓洋（226.9万粉）、小阳的昆虫世界（41.5万粉）、巡天者叶梓颐（25.1万粉）

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、保健品、3C数码、金融保险、通讯工具等

《单挑荒野》



项目亮点

Discovery最受欢迎求生类节目

基本信息

- ◆ 节目数量：12集（6集上下集）
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q4

节目介绍

- ◆ 纪实拍摄：《单挑荒野》是求生类节目的天花板，是展现人类最原始的生存挑战。与其他的生存节目不同，《单挑荒野》系列是由Ed Stafford（德爷）独立完成拍摄的。他前往实结各地的偏远目的地，在没有食物，没有工具，也没有摄影团队的情况下独自生活10天，他只能携带一台相机、一台紧急卫星电话和一个应急医疗箱。Ed的考验是，他是否能做到不仅生存下来，还能在这些艰难的条件下活得有声有色。

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、保健品、3C数码、金融保险等

《生命奇观》



项目亮点

沉浸式科普自然类纪录片

基本信息

- ◆ 节目数量：3集
- ◆ 节目时长：45分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q4

节目介绍

- ◆ 团队深入广西溶洞、新疆沙漠和婆罗洲雨林（马来西亚），从地理、生物、人文等多角度展现在地生命奇观，从个体到生态系统，揭开自然的神秘面纱。此系列纪录片由「无穷小亮」和《中国国家地理》的IP影响力为基石，填补国内自然类纪录片的市场空白，影响中国自然及科普爱好泛人群；用简单、幽默而严谨的内容解构自然的奥秘，重新建构中国的景观和博物。

推荐合作品类

- ◆ 汽车、户外鞋服、食品饮料、保健品、3C数码、金融保险等

《关于明天的热门话题》



项目亮点

与CCTV一起，集结中国顶级机构，一起探讨人类社会

基本信息

- ◆ 节目数量：10集
- ◆ 节目时长：25-30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q1

节目介绍

- ◆ 召集了全社会最顶级、最具想象力、最会扯淡的人才组成了「人类明天宇宙社会学」专项研究小组，通过【超现实扯淡剧场】+【科学家实验演示】+专家学者多角度论证】+【机密地点探访】，研究人类社会产生的新问题！

拟邀机构人员

- ◆ 刘慈欣、戴锦华、吴岩、大祥哥、田刚、刘红、姜鹏、李洪波等
- ◆ 中国科协、中国科学院、国家天文台、中国运载火箭技术研究院、国家图书馆、北京大学、北京航空航天大学、南开大学、南方科技大学

推荐合作品类

- ◆ 汽车、3C、APP、航天领域产品等

逻辑结构



《奇食记 第二季》



项目亮点

国内首部“反美食”美食纪录片

基本信息

- ◆ 节目数量：6集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年1月20日

节目介绍

- ◆ 节目介绍：2023年延续老配方，探索猎“奇”，不为猎奇，只为挖掘做法与采集的新，搜寻中国大江南北“奇葩”美食，着重挖掘食物本身故事点，往期播放量为美食区内纪录片系列IP-TOP2。
- ◆ 核心价值观——拓展“奇”的维度与定义，深度挖掘“做法”，“采集”方面的奇；
- ◆ 故事风格——聚焦食物本身，增加食物本身的历史性、民俗性、传统性等故事点；
- ◆ 人群市场——聚焦下沉市场，增加非川云贵地区城市选题比重，增加非夏季时令食材比重，加重调研精准度

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、休闲零食、电商APP、通讯产品等

《第一餐 第二季》



项目亮点

展现全国各地具有特色的早餐文化

基本信息

- ◆ 节目数量：8集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q1

节目介绍

- ◆ 节目介绍：把烦恼留给昨天，让早餐开启今天的希望。聚焦全国各地独具特色的早餐文化，覆盖近30个城市的传奇早餐店，以诙谐风趣的讲述方式，探秘深藏市井的中国晨起之味。带着晨光和美味，和你说早安~

推荐合作品类

- ◆ 食品饮料、汽车、液态奶、休闲零食、外卖APP、3C数码等

《闪闪的儿科医生 第二季》



项目亮点

最治愈、最温暖、最独树一帜的儿科纪录片

基本信息

- ◆ 节目数量：10集
- ◆ 节目时长：40分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q2

节目介绍

- ◆ 继续以深圳市儿童医院为聚焦点，跟随不同类别的科室医生走入儿科医院各大特色科室，以儿科医生为主角，记录了多个情理之中与意料之外的医疗故事。通过以24小时不间断、无干扰式拍摄的行业生态真实记录，全面立体地描摹出一个个真实的儿科医生形象，并结合社会热点，为大众带来一部通俗易懂的“带娃宝典”及代际碰撞的育儿理念的“百科全书”。将医生闪闪发光的特质极致化体现，他们尽其所能，全力以赴，在不断地考验与抉择中砥砺前行，守护每一个小生命。

推荐合作品类

- ◆ 医药、医疗器械、保健品、奶粉、母婴产品、休闲零食、电商APP、银行保险、3C数码、汽车等

《是坏情绪啊，没关系》



项目亮点

学会与坏情绪相处，让人们都有一颗更加健康的心

基本信息

- ◆ 节目数量：6集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q4

节目介绍

- ◆ 跟随上海市精神卫生中心的3到4位医生，观察现代人身上频见的情绪问题，说明如何与坏情绪相处。以当代青年最普遍的情绪问题为分集逻辑，抑郁、焦虑、沉迷、孤独、恐惧、痛苦等。

推荐合作品类

- ◆ 医药、医疗器械、保健品、奶粉、母婴产品、休闲零食、电商APP、银行保险、3C数码、汽车等

《文物守护人》



项目亮点

首次聚焦文-物守护人题材，守护文物撑伞人

基本信息

- ◆ 节目数量：5集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2023年Q2

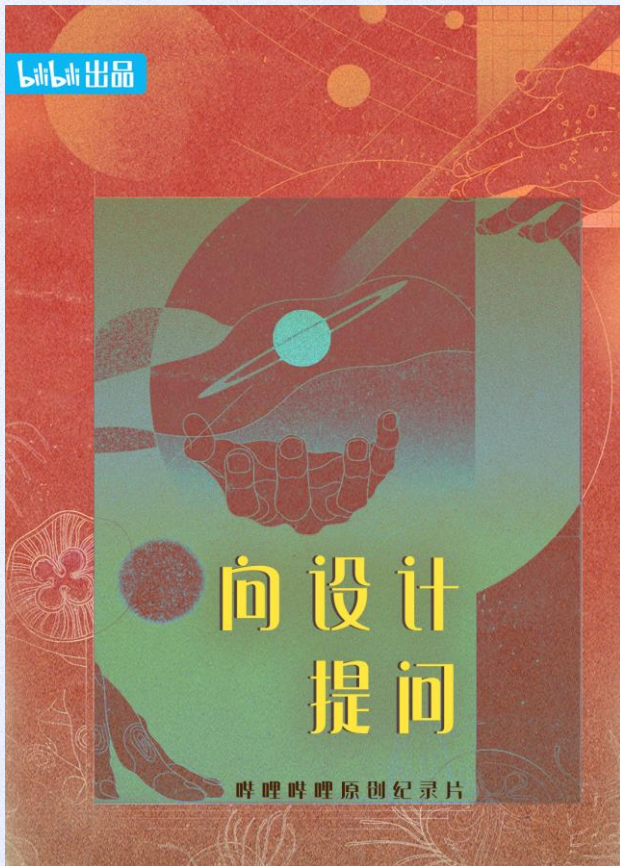
节目介绍

- ◆ 纪实拍摄：纪实跟拍人物故事+预见性事件拍摄
- ◆ 再现拍摄：以守护人过往经历为基础，还原再现守护人与不可移动文物共同经历过的危急事件，用意向性画面，讲述往事。
- ◆ 设计拍摄：结合古书、古画、手绘等关于文物本身的记载，以动画拆解文物构造，还原文物的美与性格。

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、保健品、金融支付APP、3C数码、金融保险、通讯工具等

《向设计提问》



项目亮点

深入探讨“设计”领域的趣味和文化

基本信息

- ◆ 节目数量：6集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q2

节目介绍

- ◆ 节目介绍：从生活日常到关乎未来的联想，设计无处不在。本片希望从大众对于设计的提问开始，让大众了解设计师们的智慧，发现隐藏在简单问题背后，让人意想不到的趣味与文化

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、游戏、3C数码等

《但是还有戏剧》



项目亮点

第一视角带你体验一场好的话剧的诞生过程

基本信息

- ◆ 节目数量：6集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q3

节目介绍

- ◆ 节目介绍：以第十一届乌镇戏剧节开幕为主要线索，穿插全篇。整个系列架构在第十一届乌镇戏剧节开幕前夕六个月，纪录片选取的导演、演员、编剧、观众等各个工种都在为去参加本次戏剧节而热火朝天地准备着。

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、游戏、3C数码等

《但是还有戏剧》



项目亮点

第一视角带你体验一场好的话剧的诞生过程

基本信息

- ◆ 节目数量：6集
- ◆ 节目时长：30分钟/集
- ◆ 上线时间：2024年Q3

节目介绍

- ◆ 节目介绍：以第十一届乌镇戏剧节开幕为主要线索，穿插全篇。整个系列架构在第十一届乌镇戏剧节开幕前夕六个月，纪录片选取的导演、演员、编剧、观众等各个工种都在为去参加本次戏剧节而热火朝天地准备着。

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、游戏、3C数码等

《历史那些事儿3》



项目亮点

另类叙事风格的历史文化类型纪录片

基本信息

- ◆ 系列纪录片：30分钟/集 ×8集
- ◆ 更新频次：1集/周
- ◆ 计划播出：2024年Q1

节目介绍

- ◆ 节目介绍：独创结构精巧、形式多变的历史单元剧，精准筛选年轻人普遍关注的热点话题，融合当下最流行内容元素-脱口秀、综艺、电影等，通过戏仿及原创的方式，以史为镜，洞察社会。
- ◆ 节目规划：追求综艺化但区别于综艺；强调娱乐化却不失知识触达；影像风格追求电影质感；戏谑谐趣更显温情内核

推荐合作品类

- ◆ 汽车、食品饮料、休闲零食、电商APP、通讯产品、游戏、美妆日用、招聘APP等

《动物城里无小事》



项目亮点

展现人与动物亲密关系的自然人文纪录片

基本信息

- ◆ 节目类型：纪实/人文
- ◆ 系列纪录片：30分钟/集 ×6集
- ◆ 更新频次：1集/周
- ◆ 上线时间：2024年Q1

节目介绍

- ◆ 本片将深入动物园、海洋馆、野外保护区等人与动物们互动的第一线，见证动物生存的智慧，通过“动物科学”帮助各地的动物们解决生存困难。通过动物的行为、动物与人的互动向观众普及动物的科学知识，同时也展现了当代动物与人的新关系及背后的故事。本片将展示人与动物不同层次的互动，每集3-4个案例，正面呼吁加强保护环境、文明参观动物园等公民意识。

推荐合作品类

- ◆ 汽车、宠物用品、食品饮料、家用电器、3C数码、医药等



国创&IP衍生

MADEBYBILIBILI

2023-2024国创动画作品发布会

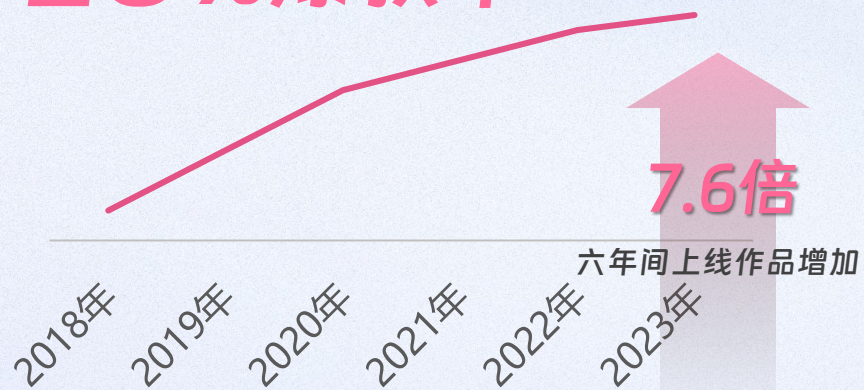
未来，让全球年轻人看
到并喜爱国创动画

MADE FOR GLOBAL | MADE FOR FUTURE | MADE BY BILIBILI

在B站 国创从无到有 从小到大

动漫B站累计上线国创数量

20%爆款率



国创观看时长

超

7亿小时

国创月活用户&互动

50亿互动数



国创动画的三个重要观众群体

00后新观众

比较开放，求新求变
对新事物的宽容度比较高

57%

国创观众中00后占比
年轻人已成国创观众主流

女性用户

有自己独特的消费需求

超1/3

国创观众中
女性用户比例逐年提升

深度二次元用户

粘性极高
持续对精品内容有需求和消费能力

62%

国创用户占二次元用户比例
国创成为泛二次元用户主要观看内容

多元品类 无限可能

S级潜力爆款



《牧神记》



《将夜》



《凸变英雄X》

经典口碑N代续作



《灵笼 第二季》



《时光代理人 英都篇》



《镇魂街 第四季》



《凡人修仙传 年番》

品类特色新作



《亏成首富从游戏开始》



《命运拳台》



《从姑获鸟开始》



《大道朝天》

商业化合作形式

内容合作

标版合作

定制标版（动画定制）
贴片标版（5/15s TVC）



定制标版



贴片标版

内容定制合作

正片内容植入
番外/中插小片定制



正片植入



番外小片

授权合作

线上授权

角色代言 | 联名产品/主题店/活动



线下授权

主题餐饮 | 景点联动 | 沉浸式体验



合作加持

线上玩法

动画运营活动/大会员扫码互动



线下定制

MBB线下活动/国创观影会/品牌定制活动



互动玩法

会员购

预热期



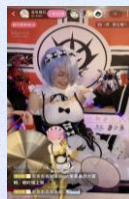
欧气宝箱
提前预热，提前预定早买早划算

热卖期

会员购
官号直播



UP主带货



品牌日自播



直播带货
会员购官号直播+垂域专业UP主带货+品牌自播，助力品牌打造销量爆品

长尾期



资源支持
利用优势资源，帮助品牌建设品牌资产，包括但不限于会员购品牌页、品牌蓝V账号等

生态协同、主动高效的IP运营管理模式



MADEBYBILIBILI·2024国创作品

2023年Q4

天官赐福 第二季 (海外)
凡人修仙传 年番
仙王的日常生活 第四季
少年歌行 第三季
命运拳台
傲世九重天
燃夏
(原名: 疯狂夏日)
正经少主的幸福生活
(原作: 这个人仙太过正经)
七侯笔录
三十六骑
胶囊计划 第二季
你的人生是我来迟了
(原名: first kiss)
十方武圣
不死不灭

2024年Q1

百妖谱 司府篇
汉化日记 第四季
大宇宙时代
一世之尊
剑网3
无脑魔女 第二季
异人君莫邪
(原名: 异世邪君)
亏成首富从游戏开始
咸鱼哥 第二季
大宇宙时代
捕星司·源起

2024年Q2

回铭之烽火三月
(原名: 回到明朝当王爷)
神之一脚
反派初始化
今天的晚餐就是你
永生 第三季&第四季
无聊就完结
(原作名: 无聊就会死)
有兽焉 第三季
幻宠师
(原名: 宠魅)
邂逅她的少女时代
(原名: 我的妈妈是校花)
从姑获鸟开始

2024年Q3

时光代理人英都篇
通灵妃 第二季
我的三体 第四季
虎x鹤妖师录
大道独行
怪想售
有兽焉 第四季
赘婿 第二季
君子无疾
笼中人
暂停! 秩序重组
长歌行

2024年Q4

凸变英雄X
灵笼 第二季
镇魂街 第四季
牧神记
将夜
少年歌行 第四季
鲲吞天下之掌门归来
食草老龙被冠以恶龙之名 第
二季
异常生物见闻录: 序
洪荒志-青丘劫云
(原名佛本是道)
为喵人生
今天的晚餐就是你 第二季
火凤燎原 第二季

未来科幻·灵笼 第二季



现象级科幻动画
末世抗争与希望

内容简介

曾经的猎荒者指挥官马克如今已成了破坏灯塔、手染鲜血的怪物，在神秘女人白月魁的引导下他接受了新的使命。地面幸存者的出现证实了灯塔并非人类最后的庇护所，他们逆境而行，依靠人体内与生俱来的力量找到了对抗玛娜生态的方法，而白月魁的过往也与马克的身世和末日真相有着千丝万缕的联系。

项目信息

- ◆ 题材标签：原创/科幻/战斗
- ◆ 制作公司：艺画开天
- ◆ 项目体量：12集x25min
- ◆ 推荐合作要素：废土/科幻/机甲/生存/末日

项目亮点

系列动画 追番人数近900万

B站单平台播放量近6亿

金龙奖最佳系列动画奖

金海豚奖最佳系列动画金奖

湖北广播电视文艺奖最佳动画奖

B站、豆瓣双高分口碑

全网话题讨论超50亿

人类命运、末世科幻代表作品

都市万象·《时光代理人英都篇》



烧脑治愈
时光奇旅

内容简介

在繁华都市的某个角落，有一家叫做“时光照相馆”的小店，程小时、陆光、乔苓三人搭档着接受委托，利用特殊能力进入到照片，帮人寻找真相、弥补遗憾，一场以照片为媒介的跨时空博弈也因此展开……

项目信息

- ◆ 题材标签：治愈/奇幻/悬疑
- ◆ 制作公司：CMC MEDIA
- ◆ 项目体量：8集x20min
- ◆ 推荐合作要素：照片/超能力/穿越/事件委托

项目亮点

系列播放超**5亿**
追番人数超**870万**
全网热搜超**50次**

粉丝黏性高 消费潜力大
周边销售额破**1.4亿**

IP版权**全链路开发**
打造丰富多元的商业化案例

青春热血·镇魂街 第四季



霸气守护灵热血来袭
经典IP长线布局开发

内容简介

芦花古楼一役后，曹焱兵等人在“群英殿”的追击下，意外闯入了“天武街”和“风雷街”。夏铃、北落在风雷街结识了孙斩天，曹焱兵、阎风吒则进入天武街遇到了赵铁淒和红莲。几人在天武街经历多番苦战，杀死“恶体”后突出重围，却又遇到了前来缉拿曹焱兵的貂

灵芸

◆ 题材标签：热血、战斗、奇幻

◆ 制作公司：艾尔平方

◆ 项目体量：26集x20min

◆ 推荐合作要素：热血战斗/柔情陪伴/镇魂将与守护灵

项目信息

项目亮点

10年+漫画连载 漫改鼻祖

有妖气榜单常年第一名

平台全网讨论声量超百亿次

镇魂将与守护灵的温暖羁绊

众镇魂将的热血冒险

“公路式”副本的新鲜体验

镇魂街宇宙的2.0阶段

漫画、动画、真人影视、游

戏改编全面开花

仙侠巨制·《凡人修仙传 星海飞驰》



首部年番作品
独特写实动画

内容简介

韩立终于成功结丹。出关后，韩立为炼制法宝寻访灵物天雷竹，卷入了妙音门与极阴岛、隐煞门间的争斗，终于成功炼制法宝，七十二口青竹蜂云剑。此后韩立探索遗迹时遭遇了神秘强大的前元婴期修士玄骨上人，并听到了虚天殿的传说。上古遗迹虚天殿每三百年开启一次，唯有持有‘虚天残图’方能寻到位置。韩立意识到此前得到的某张地图极有可能是虚天残图之一，于是打定主意去虚天殿寻找机缘。

项目信息

- ◆ 题材标签：热血/战斗/励志
- ◆ 制作公司：万维猫动画 原力动画
- ◆ 项目体量：年番
- ◆ 推荐合作要素：小绿瓶/青竹蜂云剑/韩立/乱星海

项目亮点

“凡人流”开山之作
“社会派”仙侠设定丰富
拥有一整套逻辑清晰体系

B站首部年番作品 稳定更新
累计播放量16亿+
弹幕互动400w+

独到东方美术风格 写实国风
全程应用真人动捕及面捕技术
丝滑流畅视听体验 开启修仙之旅

仙侠巨制·《牧神记》



放牛少年放牧诸神
开启道法神通改革

内容简介

天生凡体的秦牧，被司婆婆捡到，在众人的教育下，医毒、刀剑、书画、神眼、神腿、神拳、神偷、神匠样样精通。为人一脸憨厚，但擅长扮猪吃老虎。从小被村长误导为“万古无一的霸体”，因而产生强大自信。热血少年，凭借一身本事，走出大墟，闯荡一片天地。

项目信息

- ◆ 题材标签：玄幻/修炼/权谋
- ◆ 制作公司：玄机科技
- ◆ 项目体量：26集x15min
- ◆ 推荐合作要素：人神大战/革新变法/霸体无双

项目亮点

东方玄幻修炼与
武侠的侠骨情怀相结合
以实写虚，引人入胜

主角历练成长、抗争不公
反抗权威 成为人皇后带领众人抗争诸神
开辟道法神通变革

行业一流制作班底
设计精美 呈现宏大视听体验

仙侠巨制·《将夜》



无 畏 命 运
少 年 逆 袭

内容简介

宁缺穿越到一个似是而非的大唐世界，原本以为自己可以从此吃香喝辣，一跃成为人上人，却发现自己既没有任何修行天赋，而且从四岁开始就家破人亡亲眼目睹灭门惨案，更被千里追杀。在逃亡路上他在尸山血海中捡到了一把黑伞，又见到了身为婴儿的桑桑，绝望的他找到了活下去的动力，不甘心向命运低头的他带着这把大黑伞和桑桑开始了惊心动魄的逆袭之路。

项目信息

- ◆ 题材标签：热血/玄幻/动作
- ◆ 制作公司：万维猫
- ◆ 项目体量：16集x15min
- ◆ 推荐合作要素：少年成长/势力阵营

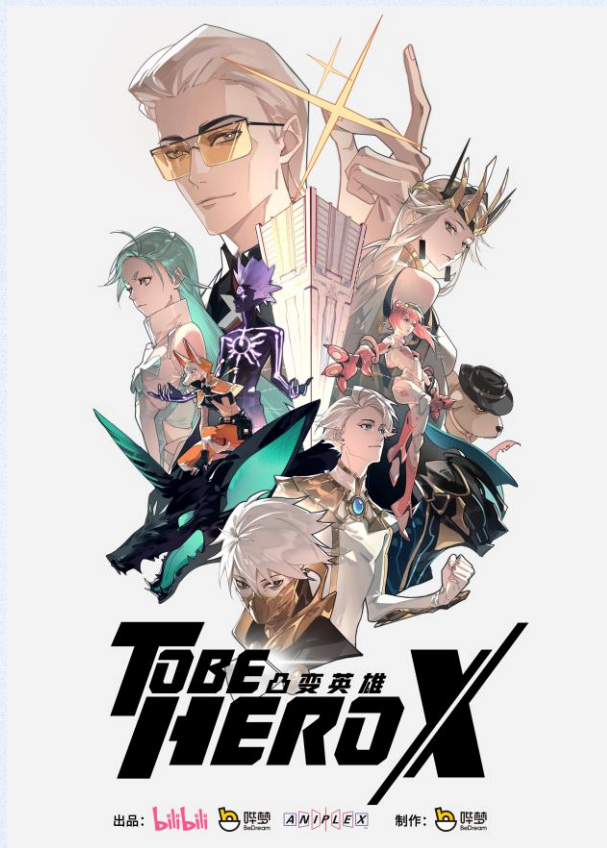
项目亮点

起点中文网作家猫腻作品
第一届网络文学双年奖金奖
猫片胡润原创文学IP价值榜
首

应用院线级影片动作捕捉技术
细腻写实的风格
体现真人影视般的风貌

影视作品极为出圈
原著用户受众广泛

都市万象·《凸变英雄X》



内容简介

这是一个信赖造就英雄的世界，获得最多信赖的英雄被誉为——X。人们的信赖可以被数据化，只要获得足够多的信赖值，普通人也能拥有超能力。然而，持续变化的信赖值让英雄之路充满未知……

项目信息

- ◆ 题材标签：热血、战斗、英雄
- ◆ 制作公司：BeDream
- ◆ 项目体量：24集x20min
- ◆ 推荐合作要素：群像/超能力/排位赛（综艺节目+游戏机制）

项目亮点

知名导演李豪凌

口碑原创IP

凸变英雄系列最新力作

未播先火 PV推特播放200万+

bilibili × Aniplex 联合出品

海内外协同 全球全链路开发

打造十大主角英雄群像

二三维结合的顶尖制作

艺术与故事张力兼具

高口碑精良制作
超能力英雄群像

温暖治愈·《百妖谱 司府篇》



内容简介

为了寻找失踪的百妖谱，桃夭与柳公子、磨牙、滚滚等同伴暂住在京师司府。在为各个妖怪治疗各种疑难杂症的期间，也体验和窥见了形形色色的人间。而百妖谱的失踪真相也似乎并不简单……

项目信息

- ◆ 题材标签：古风/ 玄幻
- ◆ 制作公司：CMC MEDIA
- ◆ 项目体量：12集x20min
- ◆ 推荐合作要素：国风/治愈/桃花

项目亮点

系列动画获最佳系列动画奖
第19届中国动漫金龙奖

系列动画累计播放量4.4亿

口碑作品 深入人心
用户稳定 持续更新

温暖治愈 题材独特
温情故事呈现人间百态
国风经典 文化传承

讲述 百种 妖怪
世 间 沧 桑

温暖治愈·《汉化日记 第四季》



映射日常人生
万物皆可拟人

内容简介

苏莫婷是一个带着“神妖之子”身份的社畜女青年，在被父母以“独立自强”为理由请出家门后，遇到了同样流落人间的二货帅气小萌神——天机星以及神秘沉稳酷猫妖——地魁。在土地的主导下，三人结成救世组合，开始上演搞笑而又扎心的无厘头日常。

项目信息

- ◆ 题材标签：原创/搞笑/日常
- ◆ 制作公司：艾尔平方
- ◆ 项目体量：12集x12min
- ◆ 推荐合作要素：日常/吐槽/手机/猫咪/拟人化

项目亮点

系列播放达2.2亿

302万系列追番 系列评分

9.6+

口碑和热度 我全都要

致力于成为长期陪伴观众的

快乐源泉!

垂直领域头部品牌高性价比优势

特色喜剧叙事

解构年轻人真实生活

紧深挖社会热点 化痛点为笑点

恋爱奇遇·《通灵妃 第二季》



内容简介

古域国丞相家的大小姐千云兮身怀异能，自幼被认为是不祥之人，被迫代嫁进夜王府。王爷夜幽冥见她赤诚善良，使出千层套路傲娇示好，千云兮则觉得王爷不怀好意，遂与其斗智斗勇起来。鸡飞狗跳的同（lian）居（ai）生活开始了。

项目信息

- ◆ 题材标签：奇幻/搞笑/日常
- ◆ 制作公司：声影动漫
- ◆ 项目体量：24集x15min
- ◆ 推荐合作要素：恋爱/精灵/王妃

项目亮点

贯彻甜宠路线

反套路将玛丽苏玩出新花样
强化主角设定反差萌

沙雕搞笑进行到底

解构经典、翻新笑点
玩梗与时俱进

紧张的主线升温二人关系

新精灵登场软萌可爱
凭你也配踏入我夜王府？

甜宠CP上线
反套路玛丽苏



历史权谋·《赘婿 第二季》



内容简介

景翰八年，武朝北地邻国酣战，南方暂安，宁毅与苏檀儿来到霖安城接手乌家商铺，却突遇地龙翻身。宁毅宿敌楼舒婉指挥匪寇十三军趁势攻陷霖安，震动朝野。夫妇二人忽逢离乱，被俘虏的宁毅相继结识十三军头目刘西瓜、陈凡等，彼此惺惺相惜，亦敌亦友。在家国纷争间，大儒殉道，豪杰并起，天下风云愈演愈烈……

项目信息

- ◆ 题材标签：智斗/权谋/武侠
- ◆ 制作公司：天工艺彩
- ◆ 项目体量：16集x15min
- ◆ 推荐合作要素：商战/权谋/家国

项目亮点

阅文白金作家愤怒的香蕉作品
同名影视作品极为出圈

现代思维碰撞古代文明
逆袭商战 打脸爽点十足
旧日对手上线 冲突再次升级

以小家写大义
家国大地图开启
热血情怀 文人风骨

小 小 赘 婿
开 天 辟 地

历史权谋·《长歌行》



内容简介

秦王发动宫变将太子一党诛杀，只有太子之女——公主李长歌一人逃出生天。一夜之间家破人亡的李长歌发誓要血债血偿，自此踏上了充满坎坷的复仇之路。

项目信息

- ◆ 题材标签：古风/权谋/大女主
- ◆ 制作公司：大千阳光
- ◆ 项目体量：16集x17.5min
- ◆ 推荐合作要素：主角长歌/大唐/长安/家国情怀

项目亮点

改编自夏达同名漫画作品
曾获业界多个重量级金奖

人物建模介于真实与动画之间
美术繁复有度 恢弘大唐风情
光影的处理营造权谋紧张氛围

汹涌家国情怀的国风史诗
天之娇女长歌的成长之路
血泪交融 可歌可泣

顶流IP改编
历史热血传奇

未来科幻·《我的三体 第四季》



内容简介

为应对即将入侵地球的三体人，航天博士程心主持了对三体舰队主动侦查的阶梯计划，将身患绝症的云天明捐赠的大脑送入太空。得知云天明一直深爱自己并送给自己一颗星星，程心后悔莫及，进入冬眠。两百年后，程心苏醒并将星星赠给联合国，并因此被推举为威慑三体的执剑人，但她的善良促使三体发动全面进攻，人类文明危在旦

项目信息

- ◆ 题材标签：科幻/剧情/爱情
- ◆ 制作公司：氦闪
- ◆ 项目体量：9集x20min
- ◆ 推荐合作要素：科幻/阶梯计划/程心

项目亮点

遵循《三体》原著世界观
以低多边形像素风格
打造独特视觉风格呈现

改编自顶流IP《三体》
以其独特的东方视角,讲述了文明
之间的信息交流、生死博弈历程

用户黏性极强
系列作品深受受众认可

经典像素风格
演绎科幻巨著

多元武侠·《少年歌行》



少年团奔赴海外仙山
开启海上冒险之旅

内容简介

雷家堡一战后，雷家家主战死，剑仙陨落，萧瑟强行使用内力导致自身生命垂危。为挽救萧瑟，众人踏向神秘的海外仙山，只为寻找那传说之中的仙人。而与此同时的朝堂与江湖之争，仍在继续...

项目信息

- ◆ 题材标签：热血、战斗、古风
- ◆ 制作公司：中影年年
- ◆ 项目体量：26集x15min
- ◆ 推荐合作要素：萧瑟/雷无桀/无心/海外冒险

项目亮点

国内一线视频平台多榜单第一
金奇力2018最具商业价值IP奖
中宣部·中国原创动漫扶持计划重点扶持项目

超人气国漫原创班底
画面精美，人物制作精良
契合当下年轻受众审美

以“成长、爱、责任”
普世价值为内核
从少年逐梦，快意江湖中产生共鸣

历史权谋·《火凤燎原 第二季》



三国权谋史诗
阵营博弈升级

内容简介

董卓火烧洛阳后，关东联军与西凉军于虎牢关狭路相逢。关羽、张飞协助大哥三英战吕布，刘备终于一战成名。吕布暗中要挟残兵协助自己暗杀董卓。长安城内，残兵和吕布联手，对抗以李儒为首的西凉众将。双方斗智斗勇，李儒最终和董卓一同殒命。长安城外，牛辅得水镜「三奇」贾诩相助，以黑暗兵法成功复仇，吕布狼狈逃出长安。黑暗兵法全貌终于揭露，吕布退至绝境。

项目信息

- ◆ 题材标签：战争/权谋/历史
- ◆ 制作公司：灵樨文化
- ◆ 项目体量：16集x20min
- ◆ 推荐合作要素：历史/谋士/水镜八奇/三国

项目亮点

漫画原作高口碑三国故事
世界连载最长的三国漫画
全球辐射影响

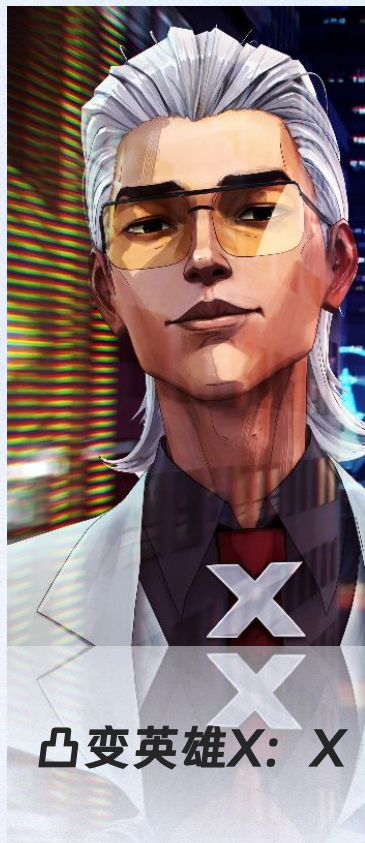
以现代视角重构经典三国历史
群像角色塑造颠覆创新演绎

全新叙事视角 硬核过瘾的谋略智斗
豆瓣B站双高分口碑 提名金龙奖

国创虚拟人形象授权



凸变英雄X: 幸运青



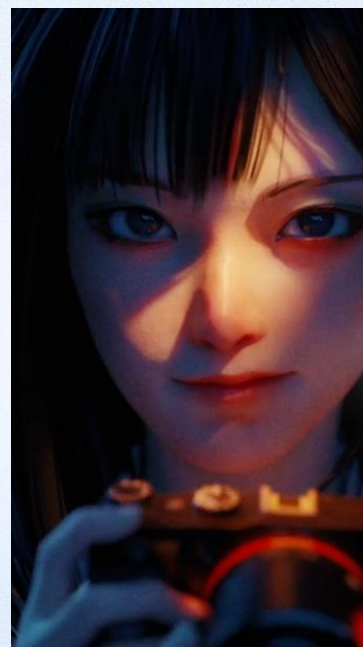
凸变英雄X: X



时光代理人: 程小时



时光代理人: 陆光



时光代理人: 乔苓

形象代言

直播

线下活动

TVC拍摄

bilibili 国创&IP衍生



小电视



bilibili干杯



2233



Vtuber



联名产品

联名礼盒

线下授权

影音授权

形象代言



版权剧综

版权剧集



英美剧、韩剧、日剧
标板合作



主题剧场冠名
话题互动植入

版权综艺



平台综艺内容引入
品牌占屏合作



品牌自制内容引入
占屏+站内宣推



MADEBYBILIBILI

M B B street

#哔哩哔哩街市

万物皆可出街

#B站制造：

有内容 有态度 会整活

2024 MBB线下街市计划

元旦

冰雪季

五一小长假

暑期

国创发布会

万圣节

#元宵花市#

以元宵节为核心节点

打造哔哩哔哩线下元宵年货花市

- (1) 龙年小电视、2233拜年纪、国创IP齐过节
- (2) 国风主题庙会年货集市（年货摊位）

#春日茶市#

春日盛集

打造哔哩哔哩线下春日茶市

- (1) IP联名茶饮集市
- (2) 纪录片观影会

#夏日天台夜市#

天台上的哔哩哔哩之夜

- (1) 生活如沸、人生一串户外摆摊
- (2) 天台音乐会
- (3) 国创IP露天放映会

#秋日聚会街市#

秋日街头聚会

- 1) 户外运动会（秋日骑行路线、IP马拉松活动）+IP主题补给站
- (2) IP联名主题咖啡集市

#万圣墟市#

- (1) 国创主题鬼市（镇魂街、鬼市）
- (2) 奇幻装扮coser大聚会
- (3) 万圣干杯夜

bilibili 案例 - 统一小茗同学×《时光代理人2》

捆绑B站超人气国创IP 占位次元圈层心智高地

合作背景

小茗同学产品升级：打破茶饮边界，新升级小茗同学爱混茶

小茗同学营销升级：打破次元边界，捆绑二次元文化深入年轻群体，打造专属记忆标签

合作契机

- B站强劲次元基因，成为小茗同学次元营销高地
- 《时光代理人2》累积超高人气与口碑，与品牌TA高度契合，即将在暑期上线热播

合作策略

借势暑期热播国创《时光代理人2》
联名产品+内容共创+流量曝光
三位一体击穿庞大次元粉丝群体
占位次元文化高地，打响新品上市声量



合作效果

内容指数同比增长

1XX%

定档与开播当天
品牌内容指数达到峰值



评论区激情晒单
转化力max

执行细节

IP授权 产品出街

3大C位角色上瓶身
联名产品带动销售转化



联名周边礼品共创
加持品牌影响力

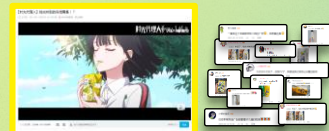


内容共创 深度联动

1-4集标板承包，抢占暑期流量高地
开播大吉强势刷屏，热度拉满



联动PV掀起热议
粉丝自发为联名产品打call



探班花絮高频露出
强势种草年轻群体

联合宣推 硬广曝光



专题页面

运营资源

硬广点位

bilibili 案例 - 奥利奥 x 《百妖谱》

奥利奥借势优质IP 全链路赋能品牌内转化

根据产品调性，选定适配IP



有广告了耶 令人欣慰 抹茶味最好吃！
柳公子，给桃夭备一箱 哟！ 招到广告了？



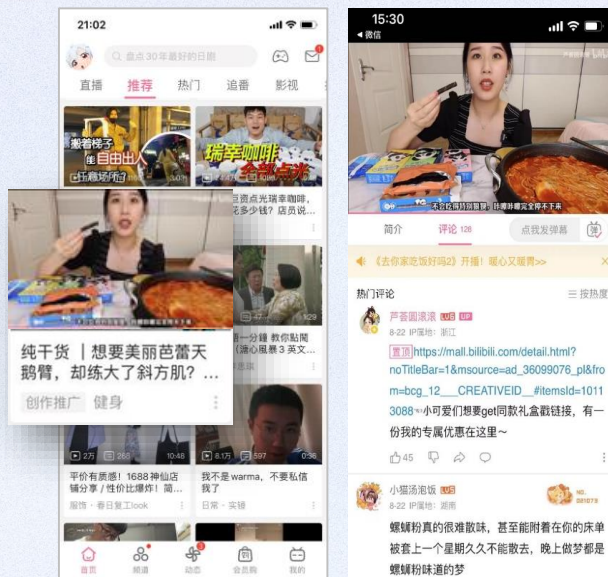
流量驱动

IP角色联动 IP借势 ...

绑定IP定制联名包装

IP粉丝收割 尝鲜党收割 ...

UP主评论区置顶即时转化带货



选定关联圈层UP做内容联动

动画区 美食区 生活区 ...

精准定向投放 触达高兴趣TA

场景维度定向 IP兴趣定向 ...

B站会员购落地承载，站内转化



百妖谱上线不到一个月
联名礼盒会员购备货 全量售罄



案例 - 统一冰红茶×补番月台单页案例

补番月台深度合作 强化二次元垂直赛道心智



打造统一冰红茶
夏日冰爽补番神器

效果亮点

品牌热度

活动期间蓝V涨粉同比增长

136.7%

优质内容冲榜全站热门

品牌口碑



UP高质量“恰饭”引发粉丝为品牌打call



统一冰红茶在BML头部次元IP项目加持下，海量辐射次元同好，希望在BML传播期间进一步深耕二次元赛道，趁热精准狙击核心TA

合作契机

B站强劲次元基因，成为冰红茶次元营销高地
暑期是年轻学生群体在B站追番的流量高峰时段
冰爽解暑是统一冰红茶的核心卖点

合作策略

深度捆绑B站补番月台活动，号召用户通过小游戏的方式快乐补番，激发二次元用户的UGC参与度，打造统一冰红茶夏日补番神器记忆标签，强化品牌次元赛道心智

执行回顾



活动页面 品牌融入

主KV视觉呈现、品牌专属互动玩法打造



活动任务为品牌导流增粉
定制话题沉淀内容基础

总播放放量
441w+



内容共创 口碑收割

三大圈层鬼畜整活
优质UP内容冲榜热门



UP优质内容冲榜热门
大幅加持品牌影响力



用户为统一冰红茶打call
感谢金主催更

热门国创 标版承包



《凤穿玉骨》标版

《医馆里，在下野战》标版

7-8月热门国创更新剧集标版承包



运营资源助力宣推 强势拦截次元用户视线



影视剧

热血

二次元

青春

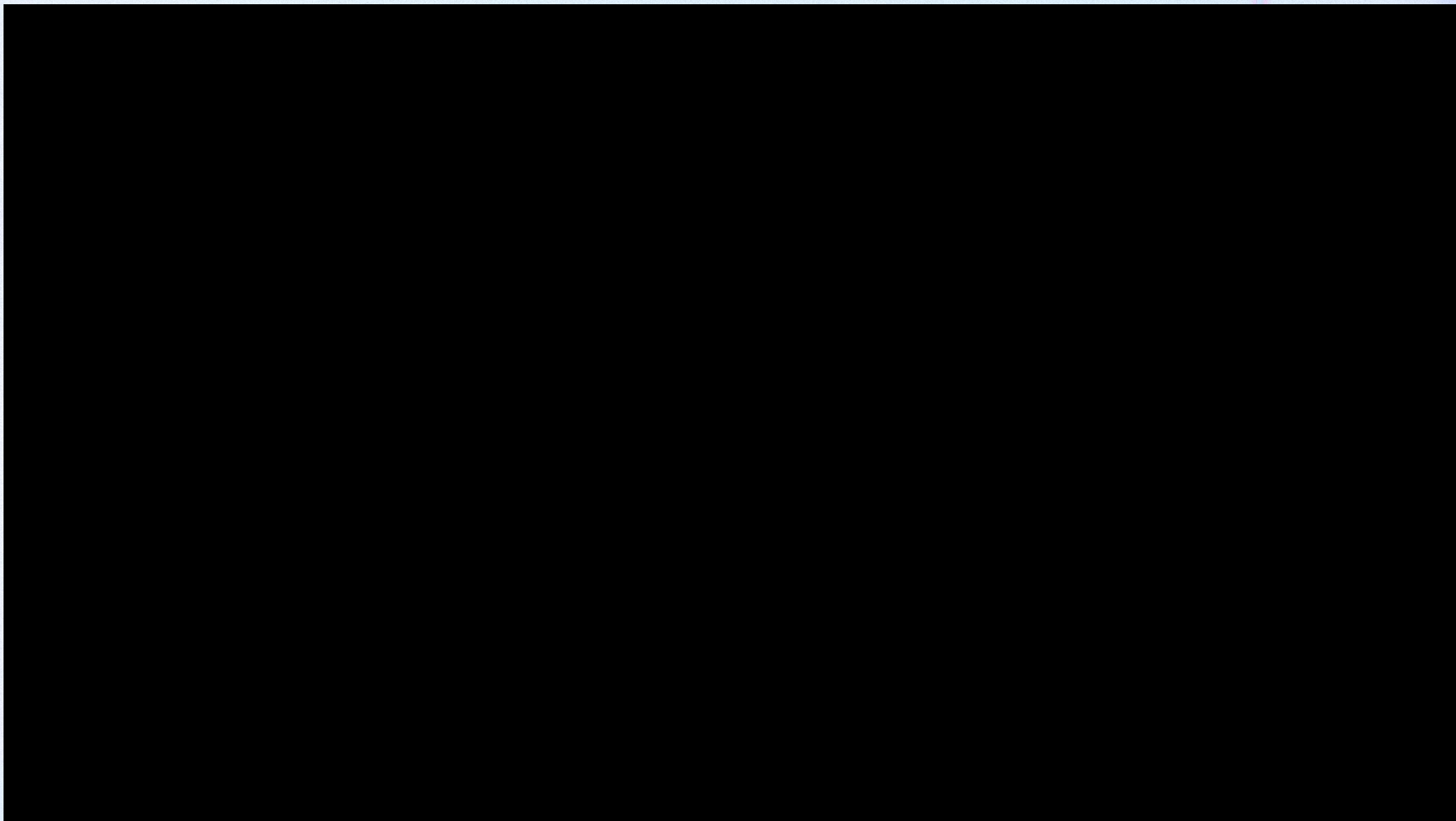
成长

恋爱

治愈

以内容共成长

做Z世代喜爱的内容 为群体情绪发声



沉淀精品内容 B站逐渐成为年轻人追剧新阵地



豆瓣**8.0**分

站内总播放量：6.8亿

追剧人数：361.4万

弹幕总数：520.2万



豆瓣**7.5**分

站内总播放量：1.3亿

追剧人数：118.7万

弹幕总数：49.5万



豆瓣**8.4**分

站内总播放量：3.3亿

追剧人数：110.5万

弹幕总数：64.5万



豆瓣**8.6**分

站内总播放量：1.8亿

追剧人数：135.4万

弹幕总数：36.9万

B站在自制剧赛道持续深耕，破亿口碑爆款不断涌现

《时光代理人》真人剧



年度最强档漫改大剧
治愈国剧全新尝试

内容简介

该剧改编自同名动画《时光代理人》，讲述在繁华都市的某个角落，有一家叫做“时光照相馆”的小店，程小时（蒋龙饰）、陆光（毕雯珺饰）、乔苓（卜冠今饰）三人搭档着接受委托，利用特殊能力进入到照片，帮人寻找真相、弥补遗憾，一场以照片为媒介的跨时空博弈也因此展开……

项目信息

- ◆ 节目规格：45mins/期X24集
- ◆ 规划上线时间：2024年Q2
- ◆ 播出平台：bilibili

演员阵容

蒋龙、毕雯珺、卜冠今

项目亮点

- ◆ 《三悦》团队+青春剧第一厂牌小糖人传媒=品质+口碑保证
- ◆ 漫改、悬疑剧热度题材+头部国创IP=爆款预定
- ◆ 更多植入空间，高光时刻、主要场景全程曝光占领心智
- ◆ 线上线下宣发支持，品牌全程联动玩转

《明日有晴天》



国内首部聚焦青少年
重大疾病电视剧

内容简介

该剧是国内第一部以青少年重病患者群像为主角的电视剧，探讨关于当下年轻人的诸多社会热点话题，讲述了一群性格各异的少男少女因重病在医院相识、成为好友，用乐观的精神对抗病魔、共同成长的热血治愈故事，希望向观众传递一种信念：真正让人悲伤的不是生病，而是没有积极地生活。

项目信息

- ◆ 节目规格：45分钟X16集
- ◆ 规划上线时间：2024年Q3
- ◆ 播出平台：bilibili

演员阵容

邬家楷、黄杨钿甜、孙天宇、黄子琪等

项目亮点

- ◆ 题材创新：国内首部聚焦青少年重大疾病的电视剧，开拓青春医疗剧新类型
- ◆ 新颖设定：丰富立体的群像人物+打破传统的反派定义
- ◆ 破圈潜力：深度联动bilibili公益+剧内大量预埋青少年热点话题=高社会效益的爆款出圈剧

《非正式会谈9》



项目亮点

- ◆关注年轻人最关心话题，与年轻人一同思想碰撞；
- ◆话题即内容，内容即商业，品牌绑定话题一同出圈；
- ◆口碑综N代，B站与湖北卫视双平台，为品牌提供品牌用户新增量
- ◆B站口碑常青树综艺IP。颜值与才华兼具的跨文化交流脱口秀。国内市场上唯一一档各国青年用同一种语言畅聊时下热议话题的节目。新一季将以棚内谈话、外景拍摄及专题特辑的多维方式打开野生外国人内容。
- ◆《非正式会谈》全新篇章，更多Z世代话题，更多国内外青年观点交流与碰撞。

内容简介

拟邀嘉宾

- ◆主席团成员
- ◆大左、杨迪、陈铭、陈超

基本信息

- ◆上线时间：2024年Q4
- ◆节目规划：85min/期，共10期

营销场景

话题营销/观点交锋 / 跨文化交流

B站口碑常青树综艺IP。颜值与才华兼具的跨文化交流脱口秀

《快乐运动会》



项目亮点

- ◆奥运年体育热点和合家欢搞笑的次元结合，符合站内用户需求；
- ◆搅动生态的二创稿件赋能，社区生态助力IP实现强曝光；
- ◆搅动UP主多圈层艺人，打造话题爆款；
- ◆2024年夏天，由UP主勇士们打造的“哔哩快乐村”，再次招募勇士村民。所有UP主，都可以根据对自己的能力认知，加入“更高”“更快”“更强”三个村民小组。在这座由N个试炼项目组成的村落里，每期来自三个村小组的12名UP主勇士村民将展开激烈角逐，通过挑战积分争夺“复活硬币”，成为快乐村的最强勇士。

内容简介

拟邀嘉宾

- ◆拟邀UP主：游走于生活、美食、游戏等站内各大分区头部UP主；偶像/电竞人/歌手/演员/运动员等
- ◆解说天团：赖美云、管泽元

基本信息

- ◆上线时间：2024年Q3（6-8月）
- ◆节目规划：40min/期，共10期

营销场景

奥运营销/暑期高峰 / 运动场景 / 趣味快乐心智

全新UP主运动闯关节目，通过体力、智力和脑力考验，谁会成为最强勇士

《奇迹焕新家2》



项目亮点

- ◆ B站首档年轻人家居生活赛道的综艺IP；
- ◆ 关注年轻人的住房改造，极致展现新时代青年对家的想象；
- ◆ 以住房和家居与用户实现情感链接；

内容简介

- ◆ 《奇迹焕新家》是一档年轻人个性房屋改造综艺。节目将邀请专业设计团队加入新世代青年的居家狂想，拯救他们翻车的装修，提供全新的设计思路，和年轻有趣的狂想队一起开启改造奇旅！通过节目，展现新世代年轻人的自我表达和生活态度，引领新的装修审美风潮。

拟邀嘉宾

- ◆ UP主：自来卷三木、杨六娃本娃、EClife意思生活等
- ◆ 业内知名设计师

基本信息

- ◆ 上线时间：2024年Q2/Q3
- ◆ 节目规划：40min/期，共8期

营销场景

家居家装 / 生活方式 / 家居美学

最懂年轻人的个性房屋改造纪实节目。展现新世代生活方式，引领装修新风潮

《哔哩哔哩食神大赛》



项目亮点

- ◆各大美食UP主厨艺大比拼，节目公域大曝光+UP主私域渗透，引爆社区关注，热搜霸榜预定；
- ◆汇集美食UP主和吃货，覆盖下厨场景、佐餐场景，场景性种草品类产品；
- ◆横跨双十一营销节点，IP赋能品牌节点促销；

内容简介

- ◆江湖食神请你吃席！城市开“燥”，五大城市，每站10个灶台同时开火，所有美食博主现场竞技，锅气十足，等待路人人气检阅。从上海开始，长沙、广州、成都、西安，五大美食城，五大流水席，千人争夺掌勺席位，直通节目挑战卡，总冠军将成为本季江湖食神。全民见证第一位野生江湖食神诞生！

制作班底

- ◆总导演：史鉴（代表作：《来活了兄弟》《麻花特开心》《昆仑决》《我是传奇》《第一次任务》）

基本信息

- ◆上线时间：2024年Q4
- ◆节目规划：100min/期，共10期

营销场景

美食 / 双十一节点

江湖民间美食达人千人争霸，挑战专业顶厨，总冠军将成为本季江湖食神

《整顿吧!巴蒂!》



项目亮点

- ◆首档体育运动健身综艺，联动长短直，赋能站内生态及品牌种草；
- ◆运动区发起，召集各大头部分区UP主参与，打造今夏“大汗颜”事件营销；
- ◆涵盖时下年轻人最喜爱的潮流运动，多场景模式引领年轻生活方式；

内容简介

- ◆今年夏天，运动区将整顿阿B！打造整个社区“大汗颜”事件，美食区、游戏区UP主率先响应，知识区、鬼畜区继续“沦陷”...
- ◆B站UP主健身训练营率先开营，全站运动装备升级！60天变身计划不收取任何报名费，全网监督蜕变过程，增肌组vs减脂组，巴蒂大战一触即发！

拟邀嘉宾

- ◆巴顿整顿营营长1名，率领站内多位头部健身教练、营养师等；
- ◆站内共20位巴蒂战士（UP主）参与训练营，分为减脂组和增肌组

基本信息

- ◆上线时间：2024年Q3
- ◆节目规划：4期正片+30场直播

营销场景

潮流运动/健身/健康饮食/生活方式 /暑期营销节点

一场席卷站内外、覆盖长短视频直播活动的Body整顿行动。2024，来B站，动一下

2024 哔哩哔哩OGV招商地图

大事件

国创

Q1



《2024 拜年纪》



百妖谱 司府篇

汉化日记 第四季

大宇宙时代

一世之尊

剑网3·侠肝义胆沈剑心
第三季（下）

无脑魔女 第二季

异人君莫邪
(原名：异世邪君)

亏成首富从游戏开始

咸鱼哥 第二季

捕星司·源起

大宇宙时代

Q2

《永远22！ 2024
bilibili毕业歌会》

《快乐运动会》

回铭之烽火三月
(原名：回到明朝当王爷)

神之一脚

反派初始化

今天的晚餐就是你

永生 第三季&第四季

无聊就完结
(原作名：无聊就会死)

有兽焉 第三季

幻宠师
(原名：宠魅)邂逅她的少女时代
(原名：我的妈妈是校花)

从姑获鸟开始之龙城风云

Q3

《Bilibili World》
《BILIBILI MARCRO
LINK》
《2024 花好月圆会》

时光代理人 英都篇

通灵妃 第二季

我的三体 第四季

虎x鹤妖师录

大道朝天

怪想售

有兽焉 第四季

大道独行之蝶龙变

赘婿 第二季

君子无疾
(原名：寡人无疾)

笼中人

暂停！秩序重组

长歌行

Q4

《“2024 最美的夜”
bilibili晚会》

《2024 百大UP主盛典》

《2024 超级科学晚》



凸变英雄X

灵笼 第二季

镇魂街 第四季

牧神记

将夜

少年歌行 第四季

鲲吞天下之掌门归来

食草老龙被冠以恶龙之名
第二季

异常生物见闻录：序

洪荒志-青丘劫云
(原名：佛本是道)

为喵人生

今天的晚餐就是你 第二季

火凤燎原 第二季

2024 哔哩哔哩OGV招商地图

Q1

Q2

Q3

Q4

音乐企划

纪录片

影视综

《新世代音乐人计划2》干杯！音乐节计划

《元气新声·音乐季》

《华语原创金曲奖》

洛天依 “歌行宇宙”

洛天依 歌行宇宙·游学记

《奇食记2》《闪闪的儿科医生2》

《聆听大运河》

《野境求真》《第一餐2》

《向设计提问》

《但愿人长久》

《单挑荒野》《关于明天的热门话题》

《但是还有戏剧》

《生命奇观》

《生灵奇旅》

《你好，12315》

《功夫之上》

《是坏情绪啊，没关系》

《养猫的人》

《守护解放西5》

《时光代理人》

《明日有晴天》

《奇迹焕新家2》

《快乐运动会》

《整顿吧！巴蒂！》

《非正式会谈9》

《哔哩哔哩食神大赛》

bilibili

bilibili

2024

哔哩哔哩干杯~

bilibili营销中心

