

CCTV 央视网 | 2025
com

Introduction to CCTV.com Service Manual

央视网营销手册

服务治国理政·服务美好生活·服务经济发展

关于我们

“

央视网是中央广播电视总台主办的中央重点新闻网站
拥有多终端照业务资质的大型互联网文化企业。

”

- 央视网以建设中国网络媒体领军者和全媒体综合服务国家队为目标。
- 以“新主流、智平台、全媒体”为战略方向。
- 聚焦“新闻+政务服务商务”，致力做党的声音的网络传播者、人民美好生活的视听服务者、经济社会发展的产业助力者。



中央重点新闻网站

新闻为基·主流声音



总台新媒体机构

内容为王·权威发声



多场景多屏幕覆盖

全屏覆盖·无处不在



全媒体全矩阵触达

账号矩阵·海量用户



新闻+政务服务商务

媒体资源·全面服务



机构公信力



首批中央重点新闻网站

国家级互联网视频综合传播服务平台



台属骨干企业

国家级拥有多终端牌照业务资质的

大型互联网企业

内容公信力



打造具有总台特质、年轻态、
“破圈”效应的网络文化精品
16次获得中国新闻奖

人员公信力



名记者、名主播、名编辑
知名导演、制片人、策划撰写、后
期制作等全流程专业拍摄团队
2000余名全职视频创作人员

资源公信力



聚合“政、产、学、研、媒”资源
构建“内容+平台+技术”的
全媒体综合服务生态

媒体+政务



联动政务资源

服务党和国家发展大局

媒体+地方



联动地方资源

助力区域融合发展

媒体+产业



联动产业资源

赋能产业转型发展



关于我们

Facebook

@CCTV系列: 5492万
@iPanda英文: 2835万



Twitter

@CCTV系列: 108.4万



Youtube

@CCTV系列: 1874万



Instagram

@CCTV系列: 109万
@iPandaChannel: 243万



TikTok

@iPanda: 400万



微信公众号 | 微信视频号

公众号@央视网: 655万
视频号@央视网: 970万



抖音

@央视网: 6154.6万
@央视网快看: 3764.7万
@小央视频: 2937.2万



快手

@央视网: 3333.1万



新浪微博

@央视网: 1993.5万
@央视网体育: 1114.9万



头条号

@央视网: 4380万
@小央视频: 568.8万



百家号

@央视网: 1873万



哔哩哔哩

@央视网: 456.3万



央视网Web端

最高月度独立访问
用户为1.9亿人

央视影音移动端

累计下载量超10亿次
最高月度独立访问用户超4200万人

手机电视

累计用户2亿人次

互联网电视

累计激活3.7亿户

移动传媒

总覆盖用户2亿人次

“
1门户+5终端+2矩阵
覆盖全球超22亿人次
”

“
海内外社交媒体矩阵
累计粉丝数量近6亿
”

- 其中国内总粉丝数量4.53亿
- 海外总粉丝数1.29亿

01.

Vertical Marketing

垂类营销

- 食品饮料
- 美妆个护
- 汽车
- 大健康
- 财经金融
- 体育户外
- 服饰鞋帽
- ESG
- 宠物
- 游戏电竞
- AI
- 地方文旅

02

大型活动

Large Events

03

经典IP

Intellectual Property

04

国际传播

International Communication

05

技术赋能

Technical Capability

06

2025上新

New Programs

借势热点



网晚开新 花样“整活”

湾仔码头亮相2024网络春晚衍生节目，以行赞身份为消费者在新春佳节献上味蕾与文化的仪式感盛宴，主持人**王冰冰**、**常婷**花样“整活”，用湾仔花样菜谱为所有嘉宾奉上三道好看好吃的“拿手好菜”，满足了省心省力又美味的新生代年菜需求。



奥运热点 荣耀时刻

巴黎奥运会期间，联合金龙鱼**打造金牌荣耀时刻**，30分钟内紧跟**金牌热点**，抓住**2个300金时刻**，并通过抽奖与用户互动，联合话题#为中国加油#网感传播，让金龙鱼全面触达消费者群体，形成了立体式的传播攻势，扩大品牌传播圈层。



CNY 温情故事

春节期间，紧扣**CNY营销节点**，为**众多品牌打造温情TVC**——不论是洞察年夜饭背后的社会情绪，重记记忆深处的年味，还是用风味儿童年货食品营造年味节日氛围，表达对新年及年夜饭的理解，都是讲述关于爱和团聚的年味故事，传递品牌温度。

展会一线

2024年3月，央视网探展探会一站式服务IP**《大国展会》**走进第110届糖酒会，探访中粮酒业展位，集中展现其一体化“综合性酒企”形象，旗下长城葡萄酒、酒鬼酒、名庄荟、孔乙己等知名品牌以“大单品合集”的形式出现。



大国展会 糖酒江湖

其他展会：FBIF食品饮料创新论坛及FBIF食品创新展、中国国际食博会

溯源探厂&探店



民以食为天，食以安为先。“今日的质量，明日的市场”永远是食品饮料行业不变的追求，在数字技术深度融入经济社会发展的今天，以数字化赋能食品安全治理，是落实食品安全战略、提高公共安全治理水平的重要途径。探厂探店主持人走进品牌原料基地、生产工厂、研发中心，实地进行产品体验与测评，全面展示从原材料安全到研发实力再到生产智造能力的“品牌实力”。

2024年，央视网共携手雪天盐、十月稻田、张一元、盐津铺子等多家食品企业，建造消费者与品牌主直接互动的主题场域，书写出别具匠心的品牌故事。

创意科普



《小央嗒知识》是以主打年轻群体的小央形象IP为核心打造的知识类科普栏目，以幽默风趣、创意快剪的方式与观众“唠一点知识嗒儿”，与A2奶粉品线展开了深入合作，小央与A2品牌的艾尔博士进行联动，共同探寻牛奶的秘密，向受众呈现A2成分的重要性。



成分科普 品类教育

优质内容 揭秘品牌成分创新实力

UGC互动征集 提供产品科学挑选指南

线下官方街采

缓解发量问题都做过哪些努力?

儿童防晒有必要吗?

如何区别棉柔巾与绵柔巾?

选择洗发产品时会关注哪些点?

线上话题互动

Purcotton 全棉时代 #走出洗脸误区

OLAY #科学美白100问

Schwarzkopf 施华蔻 #如何改善头皮出油

佳洁士 Crest #有效刷牙你做到了嘛

权威阵容+环节设计 为消费者提供产品科学挑选指南

"专家+博主"天团

品牌科普 对比评测 功效解读

品牌科研专家

实验报告/指导手册发布

- 打造“宝藏成分”精品栏目，寻找成分创新的标杆品牌，让更多人了解宝藏成分，口碑背书。
- 聚焦消费者日常生活中的细分领域，征集消费痛点，通过场景化科普植入携手品牌为消费者带来解忧指南。

垂类营销

美妆个护

CCTV 央视网
com

高光活动 权威在线

新品发布/产品升级 品牌高光时刻权威在线



超级现场/超级工厂 超级内容见证超级品牌



主题策划



视频基因优势的充分表达
关注总结社会现象
深度挖掘消费者细微情感诉求
解剖剖析品牌内涵

品宣视频

BYD 《时代的回响》：与钱老跨时空对话 与行业携手共进



以对钱学森先生32年前的一封关于我国发展新能源汽车的建议信的回信为线索，回顾了我国新能源汽车产业几十年以来的发展。展现了比亚迪领先全球的插混技术，并携手其他新能源品牌，彰显行业共进的理念。

- 全网传播声量33亿+
- 相关话题阅读量1.3亿，互动量8.3万

探厂评测

ZEEKR 《超级工厂》探厂直播



试驾新车
+
揭秘电池
技术
+
与企业对谈

- 微博话题阅读量1780万
- 总触达量1.29亿，总播放量3650万

阿维塔 AVATR 《超级工厂》探厂直播



鲁健+常婷
双线探厂
联动长安汽车
科技生态大会

- 总触达量2亿+
- 总播放量4000万+

直播活动

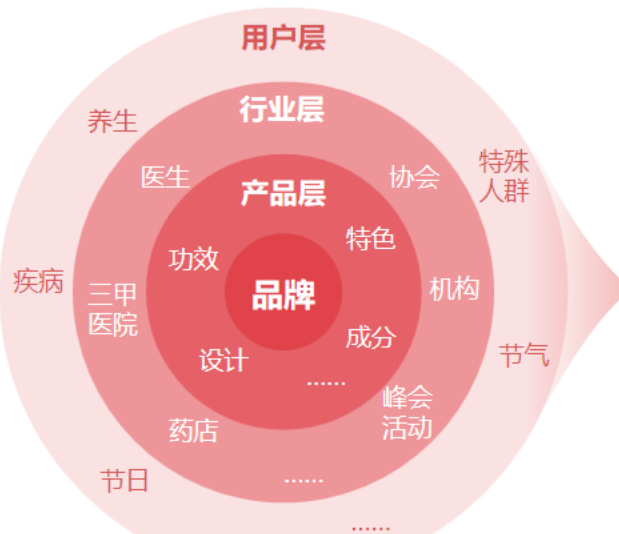
MG 《匠心制造看中国》



以“围炉雅集”为核心，深度融合高端品牌美学与中华传统文化精髓，打造视听盛宴。

- 与企业高管深度对话，探寻高品牌韧性成长的卓越之道。
- 直观展现产品的尖端智能化特性与车型美学。

链路赋能



层层拆解营销需求，逐级分析营销要点
多元化渠道布局，跨圈联动



央视网在中国健康教育中心指导下发起健康科普行动，通过三甲医院知名专家与全国各大药店现场连线答疑、直播科普讲解等方式为观众提供专业科学的健康知识。



医院医生+药店连线
专家科普答疑解惑

- 第一季 儿童科学用药
- 呼吸道感染高发季儿童科学用药
 - 支原体肺炎儿童科学用药
 - 儿童发育黄金期安全用药
 - 小儿肠炎高发季科学用药
 - 秋冬小儿科学养肺安全用药

结合用户需求&流感节点
定向科普用药健康知识

- 第二季 健康科普公开课
- 夏季呼吸道疾病健康科普



健康协会+全国药房 行业资源强强联动



科普手册+长图+视频切条海量物料

垂类营销

大健康

CCTV.com 央视网

人文纪实



“手”护生命的守护

- 围绕品牌slogan打造传播话题
- 延展品牌业务线医患合作案例，创意呈现医患故事
- 海报及影片包装设计植入品牌主题颜色
- 手部特写镜头设计

为响应《医学人文关怀提升行动方案》政策要求，在“健康中国2030”建设启程九周年之际，央视网联合百时美施贵宝推出《守护为何》微纪实短片，记录来自肿瘤学、血液学、免疫学以及心血管疾病领域医生的日常工作，讲述医患故事，以医生一天平凡的工作为视角见证守护发生，于无声处诠释“守护为何”。情感的细腻渗透，提升了医院对品牌的正面印象。同时普及先进的医疗技术和新药知识，助力构建和谐医患关系，深入探讨医患良性互动，提升医学人文关怀。

线下活动

“鼻医同行 医呼百应”训练营 x 赫利昂



- 面向耳鼻喉科医师免费提供医疗领域专业内容分享和短视频传播内容培训，助力医师个人IP运营。

2024全民数字健康大会 x 北京市昌平区政府



聚焦数字健康的新动向、新成果

节点营销



结合全年健康日/节气/行业事件等节点打造的综合健康服务栏目

- 415肝癌防治周 x 远大医药
- 66全国爱眼日 x 强生医疗
- 中国医药教育协会主办的眼健康大会 x 兴齐眼药

保险



中国平安 PINGAN 中国平安人寿保险

专业·价值

游本昌×中国平安，央视网承制《我们的家好像不一样了》，讲述中国平安的适老化故事。



平安保险代理人职业观察纪录片《一天零一夜》跟拍了四位普通的平安保险代理人，通过一天一夜真实的工作生活场景，记录他们“见客户”“见自己”“见众生”的故事，感受保险行业的机遇与挑战。



《大国保险》之普惠促进城乡融合篇，通过权威专家讲述，影像资料铺陈，娓娓道来我国邮政系统办理保险的历史，以及新时代背景下为推动城乡融合、区域协调发展做出的贡献。



上市20周年&建司75周年纪录片



《双成之光》以股改上市为线索，回顾20年间，中国人寿寿险公司在不断探索中走出的一条高质量发展之路。

《无界担当》以不同岗位角色的国寿人为第一视角，聚焦勇敢挑起担子的鲜活个体，生动诠释其把个人理想追求融入为国家分忧、为人民服务的时代担当。

银行

中国工商银行

《比肩同行》系列专题片



穿插重大历史纪实、典型性人物采访，从不同角度、不同侧面展现其在新时期服务实体经济、助力金融强国的卓越实践。

- EP01 | 鞍钢：工业奏鸣曲，创新金融模式，撑起时代发展的共和国脊梁，奏响新时期的工业奏鸣曲。
- EP02 | 白鹤滩：水之交响，金融活水润泽实体，助力国家能源结构的绿色转型。
- EP03 | 南高齿：随风起舞，全面金融支持，助力南高齿实现技术革新，成为可持续能源行业的领航者。
- EP04 | 咸宁：追光逐日，助力“农光互补”光伏项目，践行绿色金融，走低碳富农的乡村振兴之路。
- EP05 | 景德镇：普惠之道，以高质量金融供给助推“美丽瓷都”建设“加速度”，将普惠金融小故事，写进时代奋进大文章。
- EP06 | 中老铁路：金融助力，共建幸福路，沿着古老又年轻的“一带一路”跨山越海、走向全球。



联合微众银行推出《普惠之道》系列专题片，从在身边、共成长、守初心三个篇章讲述其为普惠金融高质量发展所做的贡献。

- EP01 | 在身边：作为我国首家数字银行，微众银行持续探索“在身边”的普惠金融，感受生活点滴处的温暖与确幸。
- EP02 | 共成长：中小微企业是国民经济的“毛细血管”，是推动我国社会发展的重要力量，展现微众银行如何携手中小微企业“共成长”。
- EP03 | 守初心：聚焦微众银行为代表的数字银行，坚守“让金融普惠大众”的初心和使命，坚持党建引领高质量发展，绘就中国特色金融新图景。

巴黎奥运会

《冠军请回答》-大型融媒体访谈节目



挖掘奖牌背后的故事，
通过运动员讲述，
传递体育精神和榜样力量。

节目全网曝光量破10亿，累计播放量 1.6亿
黄雅琼单条商务Vlog，全网播放量500万+

品牌合作



SIGG

MAOGEPING
BEAUTY

东阿阿胶

《我自成光》-品牌短片



携手东阿阿胶推出乒乓球特辑，聚首三代女乒大满贯邓亚萍、
李晓霞、丁宁，诠释了她们身上女性力量的内核。

全网曝光量 5.1亿，正片播放量近4000万
主话题微博阅读量2.2亿

阿里云 传播合作



子弹时间



AI修复视频

- 硬广加持：精准对标客群投流
- 内容合作：聚焦阿里云在巴黎奥运会应用的环节展示



探馆视频



魏秋月Vlog

中国生活体育大会



由中央广播电视总台央视网、成都市体育局联合主办。以“运动让生活更美好”为主题，旨在推广健康生活方式，提倡体育运动融入日常生活，增强全民体质，提升生活质量。

重点板块



1.生活体育消费季暨户外用品展

活动模式：展览+论坛+直播带货

- 活动入场观众人数19678人
- 活动总入场人次23710人/次
- 活动粉丝覆盖人数超过1.5亿
- 参与品牌与达人直播线上销售额1139.85万元，叠加展会现场销售共计1200+万元



2.生活体育实验室

- 为提高国民体质和健康水平评估提供科学引导和数据采集
- 实体店累计触达线下人次50万+



3.肆野部落青少年越野赛

中国顶级青少年障碍越野赛，2023赛事参加选手超5000人，触达家长等超1万人。

《前方高能》



- 以年轻视角，记录全新赛事报道体验，非赛事期间可做热点事件/话题的直播连麦。
- 节目形式：短视频+中视频+直播连麦



Lenovo

2024助力F1赛场

根据客户需求进行内容策划，播放量超10万

校园赛场



以全国高校大学生群体为中心，打造个性品牌赛场。2024年，打造“青春不设限 校园YOUNG动力”中国移动动感地带高校篮球挑战赛。

- 项目总曝光量：16亿+
- 直播间总观看量：1.35亿+
- 短片总播放量：5000万+
- 话题总播放量：8.7亿+

公益体育



联合18省体彩中心为乡村青少年送去新学期大礼，制作《一场特殊的对决》短视频。

央视网平台总计曝光量超4.26亿



通过一个个鲜活的故事，真实再现中国体育彩票30来的发展历程和社会公益贡献。

平台总曝光量超7.24亿

职业联赛

2024中国公路自行车职业联赛



2024“七曲山翠云廊杯”中国公路自行车职业联赛由中国自行车运动协会、梓潼县人民政府共同主办，央视网全媒体直播赛事活动，并推出《央会见》高端访谈节目，《跟着赛道看梓潼》《如果大庙山会说话》等一系列新媒体作品，将体育与地域文旅相结合。

探访体验



以第一视角深度探索旗袍定制的全流程，体验旗袍中所蕴藏的中国传统技法工艺、非遗匠心传承，展现国货品牌“雪竹”的匠心力量。



制作过程揭秘



品牌代表对话

全网总曝光3200W+

整合营销



直播综艺话题热度超3000w



- 骆驼联合央视网在抖音商城发起“抖in全民运动|人生冲锋指南”活动，走进玉龙雪山，将视线对准了雪山“蜘蛛人”。

TVC

直播

综艺

对话

直播带货



央视网《生活向上》联合抖音商城共同推出“好T恤赴春光”特别节目，联合白小T等国产服饰品牌打造「中国好T恤」品类专场。

全网话题热度超3.8亿
直播在线观众峰值达10W+

首创“综艺直播+带货直播”互动内容模式，定位“直播+”全民生活种草综艺，以话题探讨和综艺模式为基础，发挥直播形态优势，实现“内容种草”到“边看边买”最短路径。

ESG

LONGI

《一站一探》光伏电站纪实探访节目



央视网与隆基绿能联袂打造，辗转了4个具有代表性的光伏电站，并以田野调研的方式深入解析光伏技术在山地、滩涂、矿场等多元化场景中的使能效用。沉浸式深度解读光伏电站的独特价值，为中国光伏的前景勾勒出具有参考意义的路径曲线。

Aikosolar

《ESG在中国》纪实探访体验+专家解读



央视网与爱旭股份联袂打造，央视网ESG观察员与爱旭股份多位高管深度交流，通过演播室座谈与企业案例分享，从全球化视野的角度，挖掘光伏企业的前景与核心竞争力，以及ESG理念对公司成长及市场拓展的影响。

宠物

小宠

品类科普-《科学养宠小课堂》



走进小宠GMP生产研发基地，揭秘小宠千亿益生菌生产过程，传递科学养宠知识。

《宠业观察》联动宠物行业白皮书，直击2024年东西部小动物临床兽医师大会现场，对话行业专家，畅谈宠业医疗健康发展。



活动由国家动物健康与食品安全创新联盟主办，活动总曝光量1.8亿。



国际宠物健康与营养高峰论坛

电竞

《王者荣耀女子公开赛》x 腾讯天美电竞



- 依托成熟IP王者荣耀女子公开赛，结合地方需求，打造电竞搭台、文旅唱戏的电竞周活动。以王者荣耀女子公开赛为基础，延展企业赛、大众赛、乡镇赛等多种形式参与性赛制，用电竞激发地方活力。

中央广播电视总台国家电子竞技发展研究院落户北京

CMG
中央广播电视总台
国家电子竞技发展研究院落户北京
The CMG National Institute for Esports Development Established in Beijing
2024.7.12

央视网作为活动执行单位，联动总台相关部门，落地活动流程策划、舞美设计、现场执行等各项工作。

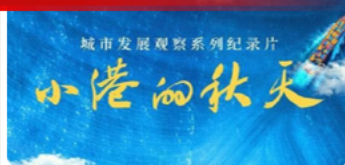
AI



五城探访、四城拍摄，深度走进AI在医疗、教育等行业的应用，展示AI技术如何助力企业与高校提高效率、降低成本、改进用户体验，并实现可持续发展。央视网通过深入AI研发及应用全链路，全网触达量超过2亿，播放量达5000万+，成功塑造了“AI赋能·先行一步”的生态全链路形象。



《小港的秋天》纪录片



四集城市发展观察纪录片，由央视网与宁波广播电视集团联合出品。

聚焦浙江高质量发展建设共同富裕示范区首批试点的基层工作者，展现基层治理道路上的挑战与变革。

《锡游记》文旅探访节目



总台主持人与无锡文旅领域嘉宾组成“锡游团”，以真人秀的形式，通过“吴韵无锡”“山水无锡”“风味无锡”“潮流无锡”4个篇章带领观众深入探访体验无锡的历史、风光、美食及工商业发展。

《新时代·瞰百城》系列节目



央视网重磅推出全媒体产品，以直播、航拍、短视频等多种形式展现城市变迁，铺陈小康画卷，讴歌时代发展。

已融之地

九江、江西、营山
宁波、青海、西宁

《神奇好物在哪里》系列节目



以热门单品为线索，探访各地，揭秘好物生产与制作的过程。

青海文旅系列宣传片



《爱上江西的N个理由》



《山宗水源，大美青海》



《山河无言，青海有情》

《大国强县》系列节目



以短视频形式展现乡村振兴风貌，县域经济发展成效

02.

Large Events

大型活动

- 地方活动
- 全国活动
- 国际活动

01

垂类营销

Vertical Marketing

03

经典IP

Intellectual Property

04

国际传播

International Communication

05

技术赋能

Technical Capability

06

2025上新

New Programs

“绵品出川”



央视网独家合作，助力地方品牌走向全国

- 通过央地合作模式，依托央视网全媒体矩阵为品牌赋能，为绵阳当地企业提供优质的线上线下展示平台，助力绵阳农业、工业和文旅企业走向全国。

落地节奏

活动已陆续走进北京、衢州、济南

“读苏轼、游神州”



中华文化主题旅游线路宣传推广活动

- 活动由文化和旅游部资源开发司、文化和旅游部新闻中心、国家文物局文物古迹司等单位主办，6月29日，在湖北省黄冈市举行。

央视网助力放大活动声量

央视网全平台矩阵传播并联动全国百家主流媒体助力放大活动声量

“如画江西 潮涌金秋”



2024江西文旅秋季主题推广活动

- 由江西省文化和旅游厅、中央广播电视总台总经理室主办。
- 活动分别以“乐游赣鄱品非遗”“乐游古村焕新生”与“乐游江西购精彩”为篇章，唱响“江西风景独好”品牌，为国庆假期的火爆开局吹响号角。



地方活动
服务优势

央视网联动央地资源
多方协同，优势叠加
助力区域多元发展

更多活动

- 第三届中国旅游景区消费升级高峰论坛
- 投资安徽行系列活动启动大会
- 第二十五届中国美食节暨第二届闽菜美食文化节首届(福州)佛跳墙节
- “新生活 向‘云’端”——云南宣传推广活动

中国品牌日



中国品牌日由国家发展改革委联合国务院国资委、市场监管总局、国家知识产权局联合主办，央视网为承办单位之一。

央视网通过“主流媒体+电商平台+优质企业+行业协会”的协同模式
借势中国品牌日活动引领品质消费，助力美好生活

同期联合上海总站举办中国品牌消费系列活动季，推出系列原创节目《品牌论道》，并通过开展主题促消费直播、探展推介、品牌对话等一系列推广活动为品牌与市场、企业和用户之间搭建往来对接桥梁，全方位助力品牌消费潜力释放。

全国活动
落地优势

充分发挥“媒体+政务服务”优势，应用“云数智”
服务新模式，全面助力活动效果达成。



中国网络文明大会

本次大会由中央网信办、中央文明办、中共四川省委、四川省人民政府联合主办、央视网为重要执行方，以“弘扬时代精神 共建网络文明”为主题，包含1场开幕式，1场主论坛及11场分论坛，探讨“网络正能量”、“网络文明培育”、“网络诚信”等相关话题，并发布一些列网络文明建设成果。



中国国际智能传播论坛

由中央广播电视总台和江苏省人民政府联合主办，央视网承办的2024年中国国际智能传播论坛在江苏无锡举行，本届论坛围绕“新视界‘智’发展”主题，开展1场开幕式暨主论坛，3场主题交流活动，3场特色配套活动，旨在推动全球智能媒体融合创新。

国际活动

CCTV 央视网
com

&巴黎



“从北京到巴黎——中法艺术家奥林匹克行”
中国艺术大展

&埃及



“中国新时代深化改革的世界机遇”对话会
暨中埃伙伴年人文交流活动

&非洲



文明交响数字筑梦——“非洲伙伴”
媒体行动

&巴西



庆祝中巴建交50周年人文交流活动

国际活动 落地优势

央视网承接主办方需求，与外国团队密切配合，高质量完成开幕式、发布会、论坛等活动的舞美设计、流程策划、现场执行、嘉宾接待等工作，推动国与国之间的沟通交流。

舞美设计优势

- 多轮场地踏勘、远程沟通研讨，精心设计活动主视觉及相关物料。

流程执行优势

- 高效完成物料跨国运输，新闻素材采集，赞助商权益执行等事宜，确保活动顺利落地执行。

嘉宾接待优势

- 签证手续办理，精细化落实嘉宾往返航班、酒店住宿、车辆安排等。

内容制作优势

- 制作开场视频、启播、启动等仪式环节特效确保现场视觉效果“行云流水”。

03.

Intellectual Property

经典IP

- 网络春晚
- 小央巡礼
- 云顶对话
- 超级工厂
- 大咖陪你看
- 全民健康
- 跟着李白看中国
- 庵声
- 精品微短剧
- 龙咚锵
- 阅读盛典

01

垂类营销

Vertical Marketing

02

大型活动

Large Events

04

国际传播

International Communication

05

技术赋能

Technical Capability

06

2025上新

New Programs

经典IP-网络春晚

CCTV.com 央视网

大型晚会IP

2011年创办，至2024年已连续举办12年，2024网络春晚及预热衍生节目《集结吧！网晚开新局》于2024年2月2日晚，小年夜黄金时段 20:00档在CCTV-1、CCTV-3及央视网、央视网、央视网、央视网、央视网、央视网等总台新媒体平台同步播出。



集结年度热门明星艺人



引爆全网用户持续关注

总收视率达1.37%
电视端观看人次1736万
全网直播观看量2.6亿
视频总播放量15亿
单条破千万视频18条
海外社交平台总浏览量3600万
相关话题阅读量35亿

中央广播电视总台
2024
云南台
网络春晚

品牌权益全面体现



衍生节目《集结吧！网晚开新局》
传递品牌信息，扩大品牌影响



合作客户



罐仔码头

罐仔派对

烟台

经典IP-小央巡礼

CCTV.com 央视网



《小央巡礼2019》



《小央巡礼2020》



《小央巡礼2021》



《小央巡礼2022》



《小央巡礼2023》



年终混剪视频IP

- 在年终岁尾之际通过串联整合本年度国内外的新闻大事件、影视作品、核心人物等形成对过往的回忆，致敬时间的流淌，展望光明的未来。
- 以集体记忆的方式勾连个体的碎片化回忆，通过新闻报道、实况同期声等铺底巧妙建构了一条故事线，将声画片段巧妙融入进整体的叙事节奏中。



《小央巡礼2024》

《云顶对话》- 高端人物访谈

节目邀请商界代表、意见领袖、经济学家等代表人物与主持人进行随访式聊天，在不同场景变换之下，解密重大政策、重要节点、重要抉择、重大场景下的真实思考，畅聊社会、商业、历史、文化等话题，以局内人的视角，道出他们的故事。



新东方-俞敏洪
话题总阅读量超1亿



小米-雷军
话题总阅读量超4.5亿



格力-董明珠
全网累计曝光2.27亿



演员-游本昌
话题总阅读量破1.8亿



物美-张文中
累计曝光1.1亿人次



360集团-周鸿祎
触达用户超1.2亿人次

《韧性的力量》- 云顶对话年度演讲



于跨年节点邀请游本昌、俞敏洪、董明珠、王义道、黄益平、彭凯平、夏伯渝、徐德智等不同领域的代表人物，登上演讲舞台，以TED形式讲述有关“韧性”的想象与思考。

- 活动地点：北京大学百年讲堂

《云顶新势界》- 青年企业家访谈

聚焦于新品牌的青年企业家，探寻新时代下国产品牌的新思想、新路径和新思考，挖掘经济领域青年代表的先锋理念与思潮。



经典IP-超级工厂

CCTV 央视网
com

以探厂形式深入挖掘中国品牌商业价值、探寻品牌数字化升级道路、为品牌装上快速成长的引擎
更直观了解企业的生产、制造、工艺等，同时加入对科技、智能智造、以及对未来的思考。

内容模块: 深度探厂+产品体验+环节设计+高端对话

节目类型: 录播/直播

节目时长: 100-120分钟

内容展示



覆盖众多行业，助力企业成长



体育新媒体互动节目IP

集成有趣，新颖的网络化特点及赛事信息、游戏社交互动，邀请专业大咖权威点评
打造文体娱大咖陪网友一起看的新媒体节目

2024代表案例

陪你看足球

2024欧洲杯期间，推出《大咖陪你看》欧洲杯特别节目，融入XR技术手段、数字化方式赋能文体活动。



#阳阳师师大FUN异彩数字资产#
话题阅读量达3.1亿



陪你看篮球

与NBA官方联合发起，从不同代际、不同领域话题和观点充分诠释篮球运动的魅力，并与球迷跨屏互动。



单赛季累计直播UV量超过1亿
微博话题阅读量超过2000万



陪你看奥运

在2024年巴黎奥运期间，《大咖陪你看》累计播出17期，全网直播累计观看量10亿+，直点播累计触达人次超12亿。



微博话题阅读量6亿+
全网热搜34个



大健康类经典IP

发挥中央重点新闻网站的优势，联合行业协会、知名三甲医院、科研机构合作推出高质量内容，为大健康领域企业践行社会责任提供载体和平台，促进以治病为中心向以健康为中心的思想转变，助力提高人民健康生活水平。

自上线以来，推出了《全民健康·精彩人生》《全民健康·走进医院》《全民健康·爱眼公开课》《全民健康·新睡眠研究院》等众多栏目，与博士伦、爱尔康、礼来、麒麟科技等品牌展开相关合作。

最新案例



- 多终端播放量4000万，《走进中国医学科学院肿瘤医院深圳医院》登上抖音热搜榜



- 多终端播放量4400万+
- 微博话题阅读量达1057.9万次+



- 央视网多终端播放量4100万+
- 社媒互动量12万+



经典IP-跟着李白看中国

CCTV.com 央视网



节目核心内容



诗词品鉴



实地探访



专家解读

大型文旅寻访IP

节目围绕“增强文化自觉，坚定文化自信”这一时代课题，进一步挖掘推介名人文旅资源，感受中国城市之美。

第一期节目以李白成长城市四川江油为起点，重走李白当年路，由总台主持人张韬以“第一视角”实地探访，以李白知名诗歌为导引，寻找李白诗意的源头，还原诗词背后的故事，身临其境地感受诗词的美好。

节目数据

《跟着李白看中国》（江油篇）全网观看量2100w+



主题场景互动演讲IP

每季以不同的主题、不同的节点设定，汇集不同领域的嘉宾，分享个人故事，碰撞观点，展现时代风采



2024年《颺声》携手一汽·大众围绕“以远行之名”的主题邀请了荷花奖金奖得主、青年舞蹈家**李响**，“中国青年五四奖章集体”安阳师范学院甲骨文传承研究创新团队代表**龚慕凡**，华鼎奖中国电影最佳男配角、青年演员**王仁君**，沈阳局集团公司长春客运段动车四队**列车长刘影**等9位青年嘉宾，从各自经历出发，以别样视角分享自己的远行故事。



嘉宾阵容



客户权益-产品植入



客户权益-LOGO元素

经典IP-精品微短剧

CCTV 央视网
com



2024短剧《逐梦高光鞋》X LINGMEICHEN 高光鞋

通过讲述78岁商界女传奇陈灵梅的创业奋斗史，
展现“LINGMEICHEN 高光鞋”品牌号召女性独立、强大、美丽、坚韧的理念。

3集；3-5mins/集 总播放量：110w+ 互动量累计：10w+



- 《我在巴黎当侠客》是一部以2024年巴黎奥运会为背景的微短剧，讲述了三喜爷爷在巴黎的一系列奇遇。
- 该剧通过丰富的视觉效果和巧妙的镜头语言，展现了巴黎的浪漫与杭州的秀美山水。导演运用中西合璧的拍摄手法，展示了杭州的现代风貌和传统文化的魅力。剧中还特别强调了“144小时过境免签”政策，促进了文化交流和旅游发展。

2025上新



剧集元素：国宝+非遗+文物修复+万里长城

剧情大纲：高考结束，许母希望许夏继承父亲的衣钵，报考文物修复专业，许夏不愿意，但许母却异常坚决，许夏十分委屈，在深夜跑出了家门，来到了长城边，却被一个青年当成文物贩子绑了起来.....



以昆明市公安局深度合作为切口，打造《我的警犬师父》《春是下一个秋》《100个“保你平安”秘籍》等精品短剧。

经典IP-龙咚锵

CCTV 央视网
com

热点话题·多元嘉宾·高知受众
屡登快手热榜，累计播放量 4000w+



龙咚锵

泛新闻文化类视频播客

节目立意：总台央视网记者龙禹濛与热点人物嘉宾进行圆桌对话，深度探讨当下热议的文化热点话题，感受令人着迷的新闻时刻

创新形式：将视频与播客创新性结合，满足受众通过视频和音频等多场景的知识接收体验和获得感

节目主持人：龙禹濛

- ◆ 前中央电视台新闻中心记者，活跃重大事件新闻报道第一线，屡任央视网重大报道团队负责人
- ◆ 《嗨！好久不见》《非常中国》等纪录片总制片
- ◆ 曾获中国新闻奖、中央广播电视总台优秀作品一等奖等奖项

视频播出平台

播客播出平台

中国足球
出路在哪？

奥运期间谁最“累”？
极石贾 媒体与奥运

青海归来：
从仁爱碰到曾母暗沙的震撼见闻

狐妖小红娘篇
B站热搜TOP3

对女主“畅聊”
到谁谁在看

对话《狐妖小红娘》主创：
500话连载背后的灵感挑战

与大山做大山：
和“童年的回忆”
聊聊他“折腾”的三

宇宙奥秘篇上线即爆
抖音累计播放量
6000w+

对话DNA重组：
10万年新物种的
爱与痛

对话谈及曼曼
从亦乃伊制作工坊到猫咪圣灵崇拜

从行星际到地外文明
我们在期待什么？

经典IP-阅读盛典

CCTV 央视网
com

大型跨年阅读活动

"2023,一起阅过"年度阅读盛典在四川绵阳仙海举办。活动盘点一年中优秀出版物，为读者推荐了优秀的文学、艺术、社科、少儿、科普、生活六大品类共计60本佳作好书，引导优质内容阅读，用朗诵、对谈、演说、歌曲，多种形式节目展现阅读的美好，在全社会营造爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。

- 活动观看量5236w+，点赞量120w+
- 微博话题阅读总量超3.2亿，触达用户超1.8亿
- 户外大屏投放，覆盖车人流5699w+
- 行业协会、出版单位等相关账号自发传播，覆盖人次超1.5亿



作家-阿来



主题曲表演-《阅读有光》



04.

International
Communication

国际传播

CCTV 央视网
com

01

垂类营销

Vertical Marketing

02

大型活动

Large Events

03

经典IP

Intellectual Property

05

技术赋能

Technical Capability

06

2025上新

New Programs

出海服务整体解决方案

针对部委、地方政府、机构、企业等主体，基于央视网国际传播能力与优势，提供出海传播整体解决方案及一体化服务。

海外传播渠道
(账号)建设

账号运营

日常运维 | 评论管理 | 舆情监测 | 绩效评估

市场分析

海外市场调研 | 竞品分析 | 发展建议

推广服务 粉丝运营 | 内容、活动推广

原创内容 策划多样态新媒体产品

“中国舞台”系列IP产品

CCTV 央视网
com

“中国舞台”是主流媒体国家队央视网与全国文艺团体的强强联合，在与国家级院团合作项目基础上提出的文化传播“艺”计划。

打造“云端音乐厅”

为中西方艺术交流创造丰富场景，不断扩大艺术家朋友圈。



- 内容产品以原创短视频为主，同步进行不同主题活动（如快闪、艺术节、大师班等），集中在国际化多终端平台展示。
- 坚守中华文化立场，借助前沿科技和虚拟协作等新手段，推动更多表达中国内涵、中国价值的文艺精品走向国际视野。

- 在法国总统马克龙访华之际创新推出“艺术+时政”短视频《红玫瑰与白茉莉：当故宫遇上埃菲尔》
- 邀请著名琵琶演奏家赵聪与法国钢琴家理查德·克莱德曼在两国文化地标隔空合奏，用经典旋律诠释中法深厚友谊
- 全球总浏览量超1.6亿次



“看中国”系列融媒体活动

CCTV 央视网
com

“看中国”系列融媒体活动是以对外宣介新时代中国城市形象为主旨的大型短视频发布活动



▷ 该活动深度聚焦新时代中国城市建设风貌和人间烟火气，化“官方展现”为“自发讲述”，持续打造主动对外发声的多样化“播报官”（以外籍青年/网红为主）集群，以短视频创拍形式直击当下正在发展的中国。多维度、多视角讲好中国故事，立体化展现当代中国的经济发展、社会变迁与文化自信，向世界“播报”新时代中国的魅力与活力，传播中华优秀传统文化。

城市故事

地标展示

产业覆盖

市井风貌

- ▷ 生动打造中国城市的国际传播特色名片，在境外广阔空间传播中国价值。
- ▷ 赋能城市建设和未来发展，向全球推介新时代中国城市群像。



▷ 该活动自2022年年底启动以来聚焦多个城市，并基于城市重大事件，以短视频创拍为核心，结合大型外景直播、城市主题音乐MV、网红播报VLOG、系列海报、虚拟AI主播播报视频等多种形式，对外展现中国城市魅力，取得良好传播效果。

- 相关内容海外总浏览量已超15亿次
- 海外平台品牌账号矩阵粉丝量超170万

2024-“播报中国看余杭”国际传播活动



此次活动在余杭良渚启动，围绕“播报中国”展开的创新实践，由余杭区委宣传部主办，余杭区融媒体中心协办。

“从这里读懂中国”系列微纪录片

CCTV 央视网
com



“从这里读懂中国”系列微纪录片产品是一档以“追访纪录+现场对话互动”为特色，有情节、有故事、有观点的纪实类短片。以中国企业“走出去”和跨国企业“走进来”为核心表达，以企业家日常为主线，讲述企业发展、重新定义企业国际影响力。树立企业家榜样、诠释企业文化、打造品牌影响力，讲好中国企业故事。



与外企代表畅聊过去十年，中国的经济政策为外资企业带来的众多机遇，及经济全球化的必然之路。

本间哲朗

松下电器集团代表董事、全球副总裁

刘兴华

中国国家创新与发展战略研究会
中国经济与金融研究中心主任





熊猫频道
www.ipanda.com

全球首个24小时直播大熊猫的新媒体平台

全球用户可以通过手机、PC端及社交平台获取海量的大熊猫直播内容
直观、真实地了解 and 感知大熊猫繁育、成长以及保护知识

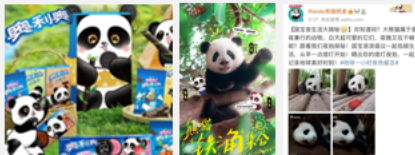
平台建设



- 全球粉丝总数超6000万，海内外全平台总浏览量超过650亿次
- Facebook平台粉丝量破2400万，跻身成为全球范围内野生动物保护类、环保主题类社交账号的第一梯队
- 2017至今每年熊猫频道账号Facebook全球媒体互动率稳居前三

熊猫+公益

针对关注大熊猫保护的公益企业
量身打造内容+宣推一体化服务产品



商业合作

熊猫+科普

熊猫+艺术+科普
“熊猫星球”大熊猫沉浸式光影大展
科普研学体验活动



LUMINA
PAGODA



熊猫+文创

联合开发文创产品，规划产品生产方案
自有渠道协助销售，提供整合营销支持



05.

Technology Empowerment

技术赋能

- 央博
- 数字人
- 智能审核

01

垂类营销

Vertical Marketing

02

大型活动

Large Events

03

经典IP

Intellectual Property

04

国际传播

International Communication

06

2025上新

New Programs

“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、裸眼3D等技术实现对艺术品的全息展示立体鉴赏，带来震撼体验

聚合各大博物馆、美术馆、美术学院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

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

代表案例

2024龙年央博新春云庙会

2024龙年央博新春云庙会重点依托VR/AR虚拟技术，进行产品视觉和多媒体互动升级，与地方城市密切结合，实现地方民俗非遗场景的线上数字孪生及线下活动联动，以“龙游神州”为主题，用数字技术增添国民新春贺岁新方式。

何以文明——

中华文明探源工程成果数字艺术大展

聚焦中华文明探源工程，聚合文博考古领域数字化成果，运用高精三维虚拟建模、沉浸式数字交互空间、开放式云渲染引擎架构、实时光影渲染等多项新技术，首次实现中华文明探源成果十个遗址的场景复原和线上联合展出。

其他案例



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、北京冬奥会等重大主题报道。今年的小C更是从建模到人设全新升级，将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。



少年李白

- 央博、阿里云联合推出全球首个李白数字展，以数字人技术复现诗人李白“扶摇直上九万里”的当年意气。

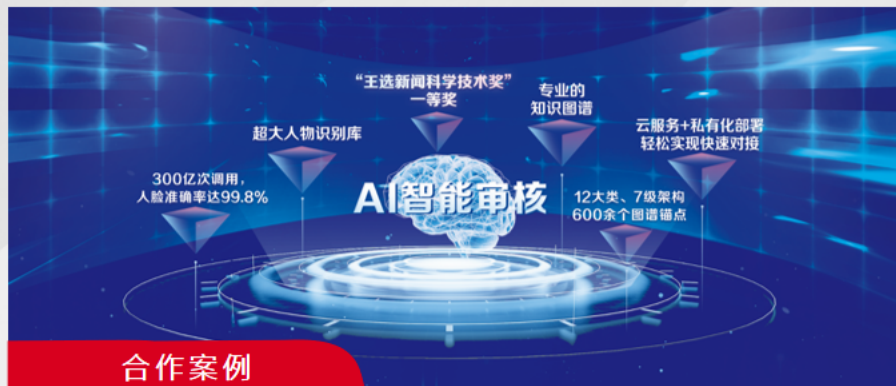


北京易橙天下科技有限公司

- 北京易橙天下科技有限公司是中央广播电视总台央视网旗下全资子公司，拥有广电总局颁发的手机电视集成播控牌照与内容服务牌照。央视易橙充分发挥主流媒体的核心优势和引领作用，借助日新月异的人工智能技术，已成功布局人工智能产品矩阵。

融媒智控

- “融媒智控”智能审核产品是央视易橙公司结合自身主流媒体职责以及十余年专业的内容审核经验，与先进的人工智能算法技术相结合，打造的国内主流媒体专业的智能审核产品。



CMG

中国广播电视台

CCTV.com

央视网

央视频

中国长城互联网

中国军网

中国网

广东广电网

看敢传媒

央视网

HNNVTV

台立云

新报网

咪咕

北京天音集团

CRCM

中国网络视听产业协会

中移科研

中国电信 5G

中国联通

北京邮电大学
网络攻防中心

06.

New
Programs

2025上新

CCTV 央视网
com

01

垂类营销

Vertical Marketing

02

大型活动

Large Events

03

经典IP

Intellectual Property

04

国际传播

International Communication

05

技术赋能

Technical Capability

《人生最后一次》

“人生三部曲”是央视网打造的大型现象级人文纪录片IP，以跟拍的方式记录平凡人在不同的人生阶段，面对命运起伏所引发的人生故事。

2024年，“人生三部曲”完结篇《人生最后一次》，将继续聚焦平凡中国人的人生故事，经历了第一次的“懵懂”和第二次的“重启”，我们将迎来对人生轨迹的审视，和对人生价值的思考。

- 上线时间** 2026年Q2
- 节目时长** 30分钟/集x10集
- 上线平台** 央视网、哔哩哔哩

国家广电总局2022年度优秀国产纪录片

“亚广联奖”电视类亚广联视野奖评委会特别推荐

第27届亚洲电视大奖最佳社会观察节目

“光影纪年”中国纪录片学院奖最佳系列纪录片奖

首届金熊猫奖最佳系列纪录片提名



《人生第一次》旨在观察不同人群在人生重要节点的“第一次”，以点带面，折射中国人当下的生存哲学。纪录片在东方卫视、bilibili同步上线。

- 节目全网播放量超 4.6亿，登上《新闻联播》
- #纪录片人生第一次#及相关微博话题阅读量超10.4亿
- 空降各平台榜单首位
- 500+微博大V、1000+微信公号、500+篇小红书笔记
- 人民日报、光明日报、学习时报等主流媒体高度肯定



《人生第二次》用多维度多视角观察普通人在面临决定性瞬间时的选择与命运。

- 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

豆瓣开分 9.5

豆瓣华语口碑剧集榜TOP2

B站评分 9.9

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





《接力》-聚焦新一代企业家的商业纪实节目

- 中国的企业家群体，永远绕不开“接班”的问题。人们常说“打江山易守江山难”，一个企业能够经营到传承的阶段，必定经历了许多艰难时刻，创立者与传承者成长于不同的社会环境，经营理念与生活目标都有不同，企业也会再次面临变革。在亲情之下，职场关系的微妙变化，又将如何引领个人与企业的前行。
- 本节目通过观察企业创始人与其“接班人”的工作和生活状态，透过两代人面对面的交流洞悉企业经营脉络和时代变迁。定格不同观念的碰撞诞生出的矛盾与创新，亦或是其他火花。

节目类型：互动纪实类访谈节目

节目时长：正片30分钟/集

《直到遇见她》-央视网原创杰出女性题材系列纪录片

- 节目以中国的杰出女性代表为核心，透过她们丰富多彩的人生轨迹，深刻展现中国女性的坚韧不拔与创新精神。
- 这些女性在科技、能源、制造、建筑、文化、艺术等多个前沿领域深耕细作，各自书写着非凡篇章。
- 她们背景各异，有的自幼怀揣梦想，有的因兴趣指引而跨界转型。然而，她们共有的特质是勇于突破常规，敢于开创属于自己的新世界，展现了非凡的胆识与魄力。

节目类型：纪录片

节目时长：正片15-20分钟/集

保险节目

《一天零一夜》

节目时长：15分钟 / 节目类型：职业观察类纪录片



- 《一天零一夜》旨在通过对保险代理人/营销员的真实生活状态的记录，以一天为时间线，呈现保险代理人的专业素养/生活态度/人生哲理。
- 全片由两个主要部分组成：真实的工作状态、下班后的日常，在“见众生”“见自己”的过程中，讲述保险代理人的真实经历与个人感悟。本季拟邀请一位保险代理人作为观察员，拜访其他保险代理人，以从业者的第一视角，展现保险代理人这一职业形象。

《保险企见》

节目时长：10-15分钟/集/节目类型：纪实+访谈



- 节目内容既包括对保险基础知识的普及，又深入剖析保险在居民生活中的重要性，探讨其在风险管理、资产保全、家庭保障、财富传承等方面的关键作用。
- 节目还关注保险科技的应用与发展，展示AI、大数据、区块链等先进技术如何重塑保险业态。

《保藏》

节目信息：40分钟/节目类型：探秘保险藏品主题综艺节目



- 每集聚焦一个保险藏品，邀请不同的特约演员通过对历史背景的真实还原，重新演绎藏品所诞生的那个时代，以及藏品出现过程中真实发生的人物故事。
- 节目嘉宾实时穿越回当时的场景中，与人物进行对话，以挖掘藏品故事为动机，展现保险人的家国情怀和使命担当。

科普节目



《人生听劝局》

节目时长：10分钟/期*6期
节目类型：情景剧+内容录制

携手健康领域权威专家与知名UP主共同打造，旨在以新颖、有趣的方式传递科学、实用的健康知识，引领观众走向更加健康、积极的生活方式。



《云上课堂》

紧扣重要节点，以科普知识、传播文化理念、聚焦行业引领为切入点的系列科普节目。

上新栏目

CCTV 央视网
com

医药节目



《中国名医-健康守护者》

- 以医学人文为核心，深入国内顶尖三甲医院，聚焦国内知名医生日常工作与心路历程的十集纪录片。

探厂节目



《超级真探》

- 以短视频、专题片、对话等形式，聚焦溯源、生产、研发等其中一个主题，探秘品牌的独家“秘方”，打造品牌核心竞争力。

对话节目



《中国企业家》

- 集合对谈、沙龙、活动等形式，与中国企业家高端对话，助力行业高质量发展。

线下活动



中国首届网约车司机之夜

- 由中国海员建设工会全国委员会、中国城市公共交通协会指导，通过文化名人讲述、网约车司机代表深度互动及节目表演穿插的形式，打造专属于网约车司机的盛典。

宠物节目

与TA的
100次相遇

《与TA的100次相遇》

- 每期一位嘉宾，分享真实的人宠故事，主题涵盖日常生活中的相遇、陪伴、成长、意外和离别，以故事的方式反映人与宠物的情感链接。



《与爱，予TA》

- 聚焦人与宠物家庭情感陪伴双向治愈的微纪录片，由央视网主持人细腻情感观察，讲述三段家庭宠物陪伴成长的故事。
- 工厂溯源、知识科普、情感记录三条主线故事交织呈现。



金融节目



《金融新解》

- 一档专注于探讨金融行业如何推动高质量发展，并深入剖析其在经济社会中扮演的重要角色的短视频节目，每期节目时长五分钟，每期聚焦一个金融案例。



《职教强国》

- 职业教育产业向栏目，专注职业教育垂直赛道，深入职业教育第一线见证职业教育高质量发展的坚实步履。



《中国教育观察》

- 教育产业观察向栏目，聚焦教育垂直赛道，关注教育政策和社会民生热点，邀请教育行业各领域专家学者深度探讨。

教育节目



《大国院士》

- 传播院士科研精神和爱国情怀的人物访谈类节目。
- 节目时长：30-40分钟
- 上线时间：2025年5月30日



《大国农业》

- 以专题片、直播形式聚焦农业的大型融媒体节目。
- 节目时长：20-30分钟，专题片、直播
- 上线时间：2025年上半年

大国系列

新质生产力系列



《新质观察》

- 由央视网观察员深入各行各业，揭开千行百业引领未来发展新质生产力的生动实践。

《品牌智造》

- 专注企业数智化制造转型、新质生产力的养成系微纪录栏目。





世 界 就 在 眼 前



更多精彩，扫码浏览

联系我们

登陆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！