

# 《大国之树2》

- **品牌名称：**中国农业银行
- **所属行业：**金融类
- **执行时间：**2024.11.27-12.11
- **参选类别：**视频节目合作类

# 结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://weixin.qq.com/sph/ABMnn7My2>

- **概述：**《大国之树》第二季是由腾讯新闻出品、中国农业银行作为项目总冠名身份的合作的人文自然纪录片。在《大国之树》与中国农业银行的合作中，秉承借助自然之力量，从我们的身边出发，展现我国绿色经济、生态环保、城市生态修复等大国议题取得的伟大成果进行呈现，内容中借助一代又一代的科研人员与树木、植物、自然相生相伴的动人人文故事，在水哥的带领与相处中逐步解锁，用行动诠释节目slogan“在年轮中寻得意义”也将自然科普与人文故事进行有机结合，让话题得以发酵，让与我们相关的故事与时代精神得以承载。腾讯新闻以擅长的人文纪实手法结合自然科普内容，将二者有机结合，并结合中国农业银行在绿色金融、经济领域取得的卓越业务成绩，三者自然衔接，将品牌价值文化与引人向善的理念有效传递，树立国有大行的品牌气质的同时，提升品牌美誉度，在用户层面建立正向品牌形象。
- **1) 合作背景与交流场域的构建：**腾讯与中国农业银行同为中国ESG榜样企业，秉承“以负责任的榜样，引领可持续的未来”引导中国企业提升自身可持续发展能力为目标，此次合作，以我国生态建设、科研领域成果、环境保护等大国社会责任的议题进行多维度呈现，区别于第一季聚焦于自然生态的魅力，第二季我们着眼于“身边的自然”建立用户、观众于品牌间的真实链接，用行动于态度引人向善，正能量故事感动用户进而获得关注与口碑自发酵。
- **2) 营销玩法升维：**区别于传统营销方式的场景，本季我们将尊重短视频内容的传播与发酵及线下落地事件的策划，线上联动线下共创IP升维可能。线上部分，节目在微信视频号、腾讯新闻客户端联手打造多场慢直播内容营销，丰富物料设计提升IP活跃度，有效建立用户与品牌的沟通交流场景，以节目为核，短视频内容营销为点发散，慢直播激励设置（大树居民证）提升身份认同，live动图为创新亮点，打破传统营销的单一对话方式，而是尊重用户的多场景交流。线下部分，第二季节目策划基于第二期桑树内容，开展一场以公益、非遗之名的线下落地事件，让用户真实走进IP感受我国自然治愈美景的同时，提升用户对自然生态保护的关注与从微观个体出发，承担社会向善责任。

- **营销目标：**通过在品牌理念、IP价值、用户链接三大维度进行内容原点的挖掘，以水哥个人影响力为发力点，以人文层面的情感共鸣为链接，传递品牌正能量，并在内容物料的释放与制作过程中强化“在年轮中寻得意义”的IP理念，建立与每一位用户的深度链接，让科普具有温度，人文故事有“干货”，而非传统内容营销的生硬功能与品牌展示，进而在人文自然纪录片领域取得用户广泛好评与关注。

### 1) 【理念升维】拉近用户心理与物理距离，带领用户建立真实体感一同“在年轮中寻得意义。”

第二季主题聚焦于每个个体的选择与真实感受，并在选题、拍摄地点的选择维度尽可能的贴近用户的身边进行挖掘，如红树林、桑树、城市生态修复的选题维度，在我国人口分布较为聚集的目标城市如浙江、广州、海南、重庆等地进行落地执行，结合水哥的个人经历与科研人员的故事，侧面呈现在不安的当下，伴随焦虑的同时，能够让自己更具确定性的，需要自我认可与自我坚持。过程中自然引入农行辐射的三农用户人群业务，通过正向的品牌人物故事的纪录与呈现，诠释“在年轮中寻得意义”所蕴含的长期主义，进而建立对品牌——中国农业银行作为我国四大行担负的社会责任的坚守，赢得好口碑。

### 2) 【提升用户参与感】建立用户与品牌的真实交流场域

本季，项目打造多形态互动内容及创意物料，如【树屋慢直播】，在项目执行过程中开启随机慢直播，为身处都市的人们，能够提供一方自然治愈天地，用户可参与慢直播互动留言，获得由中国农业银行定制的大树居民证，建立品牌与用户的直接交流空间，以及在第一季内容上线后，面对用户对画面截取作为壁纸的需求，本季，节目策划多样动态壁纸、live图片，便于用户下载留存，进而建立IP、品牌、用户三者间的交流场域。

### 3) 【央视媒体点赞认可】提升品牌与IP的美誉度与公信力

本季内容撬动学习强国、央视频、国家林草局、科普中国、绿化基金会等机构、媒体平台，联动各地央视媒体、高校媒体进行联动，为节目立意进行点赞与背书。

## 《大国之树》第二季 运用多维物料的内容营销矩阵，通过创新的内容制作模式，实现了中国农业银行品牌品牌连接。

### 强人文属性打破自然科普壁垒

邀请水哥（王昱珩）作为项目主理人，水哥作为“理性”的代名词，节目希望将水哥塑造成为一颗“大树”，结合他对植物的热爱与观察，人生态度的输出，建立与用户的直接链接，在保障科普性的同时，具有温度的议题讨论，建立用户的情感链接。

### 全平台定制化传播方案：

腾讯线端内资源：重点推广核心资源位，如热点精选、端内热榜、push、眼界页卡等。  
跨平台联动：联合视频号、腾讯视频、小红书、央视频、学习强国。发布节目相关卡断及定制化内容，辐射不同渠道有针对性吸引与挖掘潜在用户。

### 品牌话题营销：

围绕节目内容策划多个热点话题，如#谁不想拥有水哥的树屋#、#植物也有胎生#、#所有影视剧都有一颗神术#等，结合与平衡人文与自然科普间平衡，树立品牌公信力的同时，打破枯燥无趣的纪录片认知。

### 前置选题深入结合：

针对作为人文自然纪录片，商业植入的内容要更贴合选题进行设计，因此，节目采用前置选题沟通的方式，从根源与品牌——中国农业银行的业务进行沟通，以达到植入与选题树种天然契合，植入嘉宾故事可作为选题内故事人物与传播亮点，如绿色经济中清洁能源——红树林保护、桑树——桑树农场，城市生态修复古树保护。



## 联合主题IP，内容高度结合

根据节目三集的不同主题和内容方向，根据节目六集的不同主题和内容方向，深度植入农行业务内容，呈现绿色金融、非遗传承、生态修复等核心价值理念，进而拔升品牌的形象。

### 第一期 《奇妙海上森林》



- 拍摄地点：海南
- 植入拍摄地点：广西
- 拍摄树种：红树林

我们将以广西海洋科学院(广西红树林研究中心)范航清老师团队红树林养殖生态系统试验地作为具体的示范拍摄案例，结合农业银行广西分行聚焦清洁能源领域，投放绿色信贷的实践案例

### 第二期 《东方有神木》



拍摄地点：浙江、重庆  
植入拍摄地点：浙江  
拍摄树种：桑树

农行对于沈莉高农庄的支持，也成为当地发展桑树产业和桑树文化的极大助力。我们将以沈莉高农庄（沈卫星夫妇）作为具体的拍摄人物案例

### 第三期 《我们身边的朋友》



• 拍摄地点：厦门、广州  
植入拍摄地点：广州

围绕“城市里的人与树的紧密关系”主题出发，而农行对广东地区的旧城改造和广东省城乡融合百千万工程的项目支持与本集主题密切相连。我们将以广州古树保护案例（重点为古榕树和古樟树）作为具体的示范拍摄案例

• **举办线下公益、非遗落地事件 联动拍摄取景地，开启千年的蚕桑文化非遗活动**



**走近桑蚕了解历史与奥秘**

重走丝绸之路，感受桑树对中化文化的影响。见证百年古桑，触摸桑树近距离接触自然，了解桑树历史、蚕与丝的奥秘，在历史长流中衍生的民俗生活和非遗



**上手非遗技艺 体验东方魅力**

在非遗老师的带领下，嘉宾首次体验非遗技艺，从茧到丝从丝到被的制作。看见手艺人的娴熟技艺，感受沉淀千年的蚕桑魅力



**公益分享以自然之名守护自然**

公益专家嘉宾分享用自然界的方法保护自然，讲述红树林的保护和桑树文化的多样，与《大国之树》第二季的内容与立意再次形成呼应



• **多维物料覆盖用户心智**

大国之树2-预热期-直播连线1期



登陆微博热搜总榜16位

慢直播陪伴X3期



▶ 全新版块慢直播上线 争先入住大树新家



大树居民证



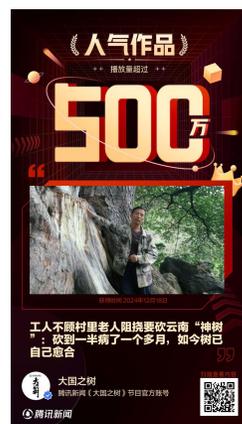
- 节目共计**3期**，全网总曝光：**8.6亿+**、播放量：**1亿+** 阅读量：**4.6亿+**
- **腾讯视频**：曝光量**5450w+**、播放量**3650w+**
- **腾讯新闻**：端内热度破**11000** (最高**11737**)



第2期节目中产出了2024年下半年出品播放量最高单条，播放量累计超过500万（2024年出品全年共产出3条单条播放量500万以上的内容），同时这条内容有效UV达到198万，也是出品**下半年有效UV最高的单条**（工人不顾村里老人阻挠要砍云南“神树”：砍到一半病了一个多月，如今树已自己愈合

<https://view.inews.qq.com/a/20241206V06F6H00>

- **新浪微博**：全网热搜热榜**48**个，登录微博热搜榜**5**次，微博文娱榜**5**次；相关话题阅读量累计破**4.5亿**；微博热播综艺影响力排行榜**TOP1**，待播综艺影响力排行榜**TOP1**，并在三周内登顶3次；
- **媒体发声**：全网共计**70+**家媒体发声力荐，学习强国、央视频三期内容均已登录。
- **视频号**：视频号热度持续不断，官方视频号涨粉**5.9万+**视频播放破万**21**条累计播放**172万+**，互动**8.3万+**最高**心形点赞4000+**
- **线下落地资源**：线下腾讯大厦在节目上线期间轮播节目预告片，国航、北京地铁。



## 热搜热榜再创新高 全网声量持续飙升



微博热搜  
新鲜·热门·有料

我的 热搜 文娱 杭州 要闻 更多

实时热点, 每分钟更新一次

- 16 水哥说长大后都是童年还的债 59568
- 16 水哥状态好像上早八的我 255123
- 19 谁不想拥有水哥的树屋 31448
- 36 水哥是真没知识瓶颈期啊 综艺 188636
- 37 植物也有胎生 182513



微博热搜  
新鲜·热门·有料

我的 热搜 文娱 杭州 要闻 更多

实时上升热点

- 谁不想拥有水哥的树屋 4591
- 水哥说所有影视作品中都有颗神树 正在热转
- 水哥找到了自己的本命树 12702
- 水哥说螃蟹长在自己的审美点上 6017
- 植物界的水哥 5824
- 植物也有胎生 正在热转
- 水哥状态好像上早八的我 正在热转
- 水哥说长大后都是童年还的债 26378
- e人水哥遇到螃蟹 11738
- 原来植物也有胎生 正在热转
- 水哥说每个人的童年都有一棵树 正在热转
- 水哥是真没知识瓶颈期啊 正在热转



文娱热搜

我的 热搜 文娱 同城 要闻 更多

实时上升热点

- 谁不想拥有水哥的树屋 5997
- 水哥说螃蟹长在自己的审美点上 789
- 水哥找到了自己的本命树 8725
- 水哥说螃蟹长在自己的审美点上 815
- 水哥说每个人的童年都有一棵树 正在热转
- 水哥状态好像上早八的我 正在热转
- 水哥说所有影视作品中都有颗神树 正在热转
- 水哥说所有影视作品中都有颗神树 正在热转
- 水哥是真没知识瓶颈期啊 正在热转

实时上升热点, 每分钟更新一次

- 水哥说长大后都是童年还的债 实时热度994 | 出圈指数14.2%
- e人水哥遇到螃蟹 实时热度524 | 出圈指数3.6%



新浪热榜  
— 热榜太多, 一个就够 —

新浪热榜 本地热榜 潮流热榜 娱乐热榜 视频热榜

实时热点, 每10分钟更新一次

- 24 植物也有胎生 264万
- 34 水哥说长大后都是童年还的债 163万
- 44 谁不想拥有水哥的树屋 149万

本地热榜 潮流热榜 娱乐热榜 视频热榜 汽车热榜

- 11 谁不想拥有水哥的树屋 2万
- 28 水哥状态好像上早八的我 6万
- 28 水哥找到了自己的本命树 5万



同城热搜

- NO.2 在千年野生桑树身上看到生命力 同城热度5972 | @腾讯新闻出品
- NO.11 古树影响城市生活该不该砍掉 同城热度5890 | @腾讯新闻出品
- NO.17 水哥在厦门大学首次体验攀树课 同城热度5681 | @新浪厦门

综艺影响力榜  
WEIBO TOP VARIETY SHOW

热播榜 待播榜

小时榜 纪录片 活动规则 | 生成长图

根据17:00-18:00的数据计算

《大国之树》第二季  
主演: 王昱珩

纪录片 6.2

## 节目话题引发热议 地方机构及媒体大V持续扩散

围绕节目中社会议题向及艺人向等多维度话题词展开传播，联动地方机构账号、蓝V账号、微博台网、腾讯矩阵进行传播，其中#大国之树#主话题阅读量破**3.1亿**，讨论量破**6.9万**；#水哥说长大后都是童年还的债# 阅读量**2941.6万+**，互动量**2.4万+**；更有地方蓝V持续为节目发声，其中重点辐射华东、西南、东南等地区，覆盖人群超1900万+。

### 多维度话题传播

#### #大国之树#

导语：@微博纪录片 推荐：11月27日与寻树官、水哥@闲人王昱珩一起探究人与树木和谐相处的奥妙意义。

数据总览		
3.1亿	6.9万	15.9万
阅读量	讨论量	互动量

#### #水哥说长大后都是童年还的债#

导语：《大国之树》第二季开播前的直播中水哥说在家里建树屋都是给童年还的债，谁小时候没有一个树屋梦呢，又是羡慕水哥的一天！

数据总览			
2941.6万	6253	2.4万	260
阅读量	讨论量	互动量	原创量

#### #谁不想拥有水哥的树屋#

导语：《大国之树》第二季开播前的直播中水哥坐在家里直播还展示了自己的树屋，谁不想拥有水哥的树屋啊！

数据总览	
1472.2万	5505
阅读量	讨论量

#### #在千年野生桑树身上看到生命力#

导语：《大国之树》第二季中，云南省农业科学院的桑树资源考察小组来到了云南省保山市的深山中寻找传说中的“亚洲第一桑”，当大家看到这棵野生桑树时，都被它顽强的生命力和树上岁月的痕迹所震撼！

数据总览			
268.1万	928	1805	35
阅读量	讨论量	互动量	原创量

### 蓝V媒体



Grid of blue V media posts from various organizations including 新浪理财, 新浪银行, 新浪财经头条, 蓝丝带海洋保护协会, 中国绿化基金会, 国家林业和草原局, 中国环境, 科普中国, and 西南大学. Posts discuss topics like '千年野生古', '红树林抗台风', and '大国之树'.

### 微博台网、腾讯矩阵



Grid of Weibo and Tencent Matrix posts from official channels including 腾讯新闻出品, 微博纪录片, 全球纪录片联盟, 宇宙娱乐派, and 综情局. Posts promote the documentary and related content.

## 党政媒体多次报道 权威之笔深刻解读

根据节目人文自然基调，在节目播出阶段，**学习强国、央视频**多次报道，并有**超70家主流媒体**全程跟进，在延续第一季节目“在年轮中寻得意义”立意的同时，强化第二季的主题价值，传递节目中人文与自然的智慧与故事。

以树见人 从身边树木的现状剖析人类的生存与选择



The collage features several news articles and logos:

- News Articles:**
  - 中国日报 中文网 (CHINADAILY.COM.CN):** 镜头聚焦身边大树 渗透年轮讲述人文 《大国之树》妙勾连人与树
  - 光明网 (e.gmw.cn):** 去年，一档走进自然林区“对话”大国珍稀树种的人文自然纪录片《大国之树》强势出圈，以独特的自然视角带领观众认识大树进行人文科普、探寻年轮故事。中国绿化基金会作为公益支持、小河传媒承制、腾讯新闻出品、中国农业银行独家冠名、中国绿化基金会作为公益支持、承制的《大国之树》第二季将于11月27日起每周三在腾讯新闻、腾讯视频正式上线。水哥王昱珩仍将作为寻树官继续陪伴观众走进奇妙多变的植物世界，在城市与森林间找寻链接，通过大树与人物故事继续“在年轮中寻得意义”。
  - 环球网:** 边古树
  - 中国新闻网 (WWW.CHINA-NEWS.COM):** 人文自然纪录片《大国之树》第二季将上线
- Media Partner Logos:**
  - 公益中国 (CHINA.PUBCN.CN)
  - 公益之声 (CCTV-GY.CN)
  - 上海资讯网 (www.shzixuns.cn)
  - 网易 (NETEASE)
  - 百度 (Baidu)
  - 一点资讯 (1. 一点资讯)
  - UC
  - 中国发展网 (CHINADEVELOPMENT.COM.CN)
  - 中国商报网 (www.zgswcn.com)
  - 中国青年网 (youth.cn)
  - 南方娱乐网 (Southyule.COM)
  - 消费日报网
  - 豆瓣网
  - 今日头条
  - 上海热线