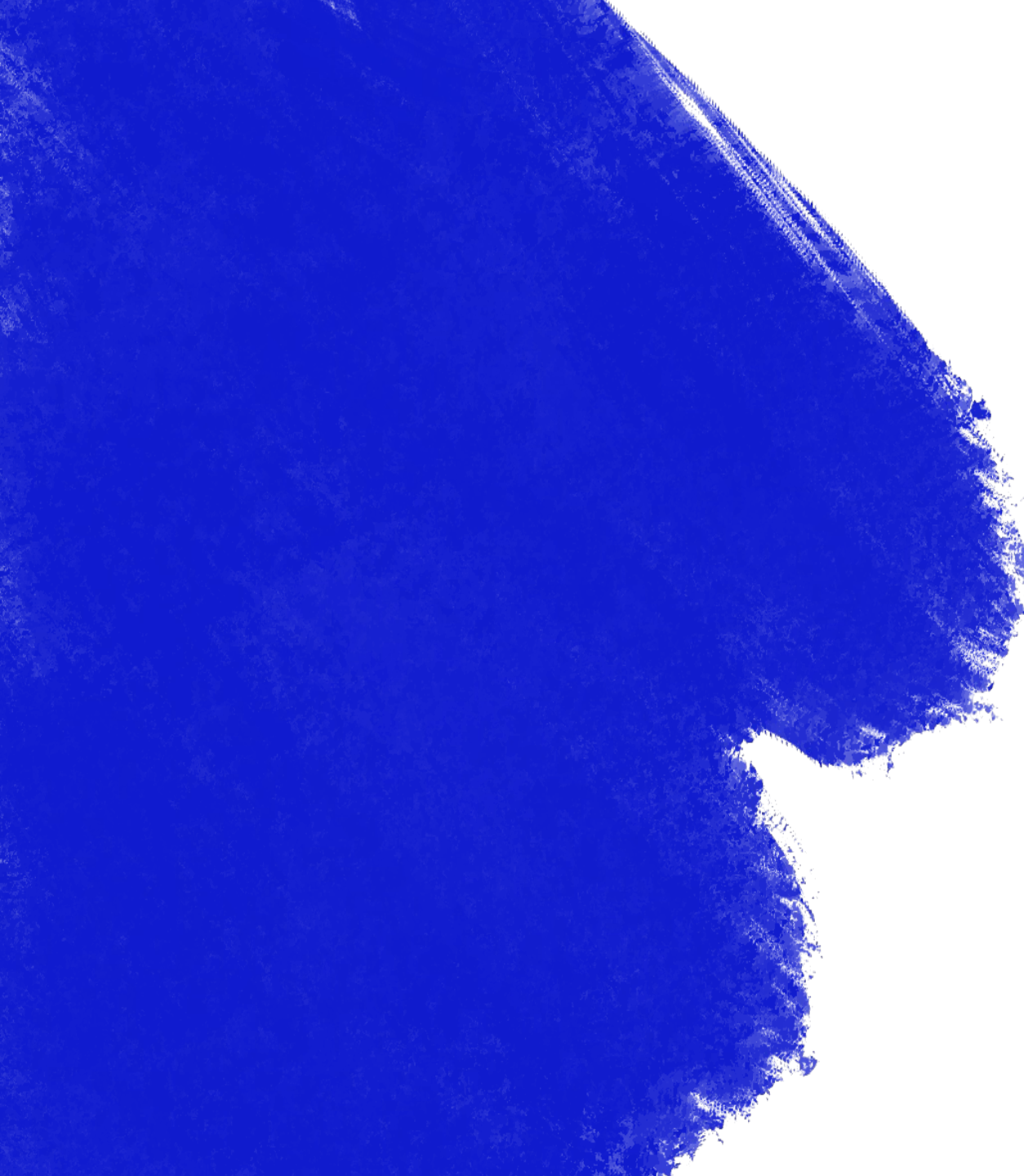




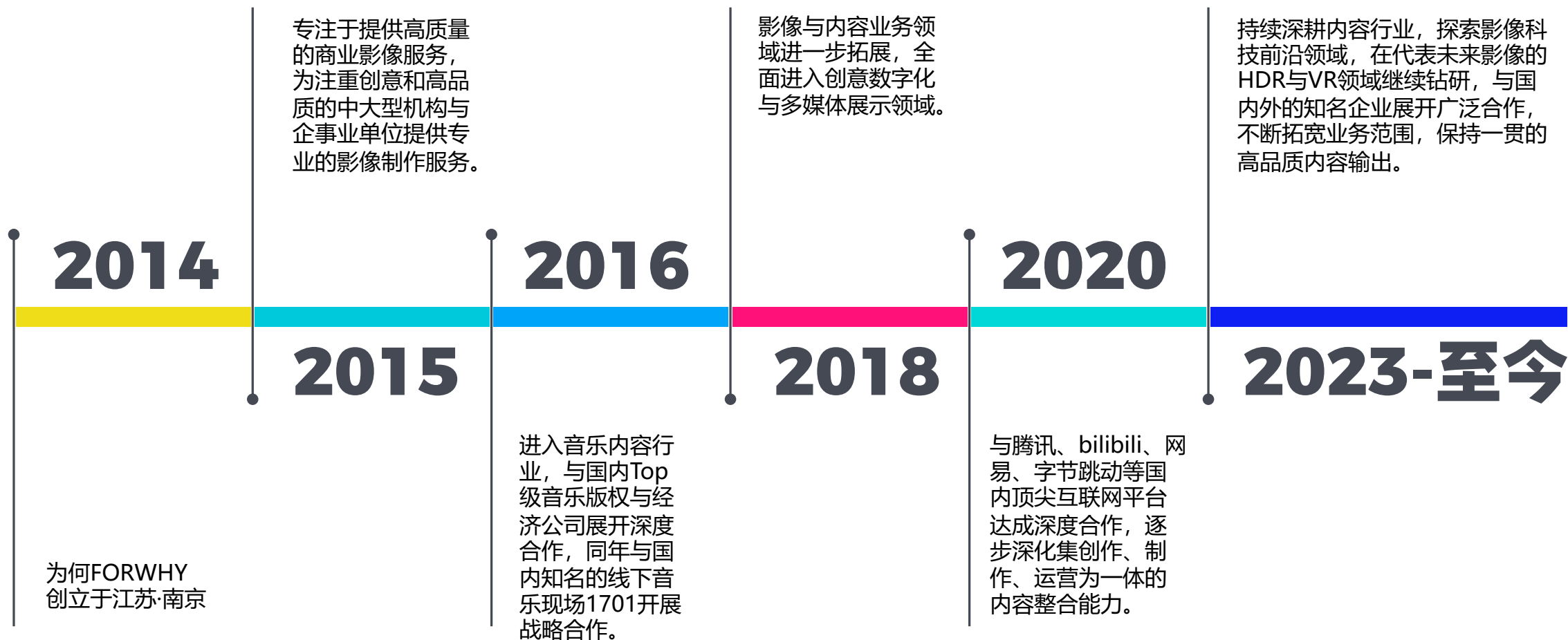
KEEP CURIOUS



About our company

发展历程

为何



Our Service

我们的服务

- **品牌视频广告制作**

TVC/3D动画/手绘动画/宣传片/纪录片/微电影

- **大型活动导播/直播**

4K超高清HDR大型演唱会、音乐节、发布会 导播/直播

- **自媒体频道**

视频号官方合作音乐直播厂牌——《wink.》

腾讯视频纪录片频道——音乐纪录影像系列《ON》

Bilibili音乐内容自媒体——《为何编辑室》

- **创新影像技术**

我们与Apple深度合作，借助Apple Vision Pro，通过此前无法实现的方式体验新的叙事方式：沉浸视觉和空间音频将带给观众身临其境之感

Our Clients

我们的客户



品牌视频广告制作

Brand video advertising production

Showcase

品牌形象类

隆基2020联合国气候大会 企业愿景片

项目背景

在2020年的联合国气候大会期间，隆基绿能作为中国顶尖的光伏企业，需要在大会期间展现企业的愿景与社会责任，提升企业的品牌力。

SHOWCASE



配合短片内容设计的平面海报

策略分析

光伏能源作为近年来清洁能源的代表，环保是永恒的主题与挑战，那如何从环保入手又不落入俗套就显得尤为重要。

最终我们采用了对比的形式，在第一人称视角下，以世界各地不同孩子的童年为出发点，通过他们所描述的内容跟画面产生的强烈反差，让环保这个主题深入人心。

隆基2020联合国气候大会企业愿景片

国际广告影片
金狮奖



2021
金狮国际广告影片奖
GOLDEN LION AWARDS



最佳公益片



Best Socially Responsible Film

铜奖

南京为何青年文化传媒有限公司
LONGi | 联合国气候变化大会形象宣传片

LONGi



推动能源转型 实现负碳地球
Promoting energy transformation, Achieve a negative carbon earth

主办单位: TVCBOOK 优视云集
战略时尚合作媒体: ELLE 世界时尚之苑
特别媒体合作: 第二信号 极目

支持单位: 中国广告网
行业合作: 一汽-大众捷达、腾讯广告、腾讯汽车商业化部、新世相、上海亚博文化传播有
限公司、美斯美院、与光同尘
www.goldenlionaward.com

指导单位: 中国广告协会
联合协作: Be Com Ing
品牌赞助: 梅见



扫码观看完整案例



When you was a child,
Where did you like to go most?

当你还是孩子时 最喜欢去哪里玩



我最爱去环球影城



我有一匹棕色的小马



What about the children now?

现在的孩子呢



我在电视上看到它们的家被大火烧了



我感觉不能呼吸



What about the future?

那么 未来呢



Nature Future Us

自然 未来 隆基



希望有一天我们能改变这一切

项目荣誉

2021年金狮国际广告奖最佳公益片
2021年金狮国际广告最佳文案
2022黄河奖公益广告奖

执行成果

短片与同期的宣传海报共同配合，强化环保主题，将企业责任与愿景牢牢刻在了观众心中，得到了客户的一致好评，同时也在之后的各类广告奖中受到了肯定与嘉奖。

品牌广告

为何

知交酒 X 二手玫瑰 贺岁微电影 我不是二手

项目背景

知交酒作为贵州习酒重点打造的酱香白酒品牌，以2024年新春佳节为契机，联合当红摇滚团体二手玫瑰合作共创品牌贺岁短片。

SHOWCASE



执行策略

短片软化了白酒在用户心中的高冷印象，用创意的叙事手法、炸裂的舞台组合，重组了一场生活的奇遇。产品设计融合二手玫瑰大花绿叶元素，加深知交酒产品在用户心中的认知形象。全媒体矩阵宣发营销策略，视频与图文推广全面覆盖微信朋友圈、微博开屏、京东销售页等，更加迎合了新春拜年场景的最佳热点，达成知交好友欢聚于团圆饭桌的口碑传播。



我不是二手 习酒 X 二手玫瑰 TVC



《我不是“二手”》

1. 夜 内 后台走廊



C1-1
走廊里挤着一批抱着花等待签名的歌迷
回荡着二手玫瑰的演唱歌声混杂着观众的欢呼
一个主观视角行走走廊中大声回想着电话
主观视角：大哥，我这儿不卖白酒，我们是 live house，您。。您明白不？电话：已经送过来了，你先试试



C1-2
员工A：老板新年好
主观视角：该 该 新年好
主观视角：行 行 行 那我自己喝



C1-3
员工B抱着箱子站在一侧，旁边还站着一个客户样子的人正拿着一瓶酒跟员工B
说着品牌故事，看见老板过来主动递过一瓶酒给老板显得很热情友善。
客户和员工B：谈，梁总~
主观视角接过这瓶酒但没有驻足，只是点头示意。



C1-5
主观视角：知交？名字有点儿意思
说完把酒夹到腋下。



C1-6
电话：我跟你聊聊，我们这个品牌啊。。。
主观视角：哎~我这儿太吵了，人太多，
回聊，新年发财啊



C1-7
挂断电话，离场传来乐队的尖叫声，乐队《二手玫瑰》下场走入后台，与主观视
角擦肩而过（眼神互动）。



C1-8
招牌主观变客观，发现刚刚这个打电话的老板
梁总，一副典型中年老板的模样（梁龙）



C1-9
梁总扭头看向贴在墙上的海报
梁总：二手。。玫瑰？为什么是二手的呢？



C2
站在海报一侧的保安，看着梁总，木讷的摇摇头



C3
梁总眼神儿一翻自言自语道：因为老了吗？
说完走出后台入场门，进入演出现场



片名《我不是“二手”》



执行成果

半月内短片全平台播放量超1500W，发布即蝉联全球创意短视频平台「新片场」2024年2月总榜第十名、编辑精选第三名、广告创意榜单第五名为期一整个月的佳绩。短片荣获广告行业「金狮奖」评委组一致认可与赞赏。短片创意加深了知交酒产品在当代青年用户心中的全新认知和定位。



扫码观看完整案例

新片场周榜单·精选榜

排行榜根据内容质量，近期的数据综合展示，每周二零点更新

总榜

精选

广告

宣传片

创意

干货教程

2024 第5期 01/29-02/04

分享

1

抖音 | 《第9169个鄂伦春的孩子》Dircut

榜单君推荐语：《第9169个鄂伦春的孩子》是一部展现鄂伦春族文化精神的宣传片。生动的人物描绘和深入的文化解读，让观众真实感受到了鄂伦春族的生活状态及其文化魅力。

Xingchen 人小明Demian 剪刀手刘德华 沈强 潘疏 粗面 地外星系

共 7 位创作人

2

大王椰公益CNY | 《猫咪的新年》

榜单君推荐语：温馨又揪心的公益广告片，《猫咪的新年》以冬日流浪猫为主角，独特视角揭示生活之残酷，唤起人们的关爱之心。

郭先泽 佳爷 李方博 LUFS 颜辛 瑶婷 姚小月 方达 曾丹青 吴成龙 润华 何强Ho

共 13 位创作人

3

《我不是二手》| 知交酒X二手玫瑰贺岁微电影_Dir

榜单君推荐语：知交酒X二手玫瑰贺岁微电影《我不是二手》深入人心，揭示了现代人对真实感情的追求。影片技巧性和艺术性完美结合，让人感受到生活的酸甜苦辣，值得推荐。

陈马俊 制片小A 王凯 李大千 三十 为何ForWhy 陈火火 8G Studio AstoraDigital 刘派

共 10 位创作人

4

我用AI做了一个汽车广告

榜单君推荐语：创新而独特，AI的应用赋予了广告新的生命力。无论是设计理念还是执行效果，都展现出了高水平的专业性和艺术性。非常引人入胜。

刘坤

NGK品牌创意短片

项目背景

NGK作为日本老牌汽车配件供应商，生产的火花塞产品受到全球各大汽车品牌的青睐，作为它们的原产配件，受到世界各地车主的广泛认可，但是大多数用户并不知道这个所谓的原产配件是由NGK生产，所以为了打开C端市场，NGK需要将它的产品与品牌形象牢牢印在用户心中。

SHOWCASE



策略分析

火花塞作为燃油车发动机中不可或缺的配件，发挥着至关重要的作用，但大多数普通用户并不太了解，如何通过形象的比喻，让大众在极短的时间内，对火花塞的功能与特点产生认同，就显得尤为重要。

因此，我们采用了类比的手法，将火花塞比作人的心脏，人的健康离不开强有力的心脏，同样一台健康的发动机，也离不开火花塞的强力支持。

画面的风格上我们采用了简洁干净的折纸风格，保持了高级的品牌调性。

执行成果

短片获得了客户与用户的一致好评，为NGK火花塞在全平台的零售端口的销售打开了市场。

项目荣誉

2022年上海国际广告奖 最佳动画广告



扫码观看完整案例



古井贡酒 X 2025江苏卫视春晚

项目背景

江苏卫视春晚作为覆盖超**2亿**观众的现象级**IP**，兼具国民流量与文化影响力，是品牌深度触达家庭场景的黄金窗口。古井贡酒作为徽酒龙头，亟需突破地域认知、强化高端文化符号。项目以“春节文化+品牌植入”为双核，打造定制化**TVC**，实现品牌价值与晚会调性的深度融合。通过抢占春晚开播前的黄金**60秒**，借助卫视权威背书，强化品牌在礼品酒及宴席场景的消费心智，助力客户实现品效协同目标。

举杯古井贡
实现心中梦
SHOWCASE



执行策略：

以生肖符号为核心创意，三维视效动态融合家庭叙事母题，通过多世代角色矩阵构建品牌柔性叙事，虚实交互激发情感共鸣。

执行成果：

影片收获江苏卫视工作组与客户的一致好评，于首个世界非遗春节热档期间放映。江苏卫视春晚#话题全网曝光超60亿，晚会相关短视频总播放量破10亿。



概念短片

为何

中国男篮孙悦 再见大圣 9号球衣退役短片

项目背景

NBA/CBA双料总冠军，中国最具天赋的后卫
从一人一城的大圣孙悦，到未来无限的教头孙悦

不是隆重谢幕，而是华丽转身
是一次告别，也是一次新的开始

白马银枪，仍旧少年

SHOWCASE

孙悦退役短片「再见大圣」



扫码观看完整案例

执行策略

每一个少年曾经都有一个梦想。这支短片的框架就源于孙悦在童年时期的真实愿景——成为一名职业球员。主人公回忆录式的拍摄脚本，时间和场景在互相推进和迭代中逐一被挖掘。成长的过程中，有憧憬，也有怀疑，每一个热烈而真挚的青春故事都值得掌声。

执行成果

2024年12月，孙悦球衣退役仪式期间首次公开放映，国家体育馆数万球迷同享感人瞬间，CBA、咪咕体育线上同步直播。



宣传短片

为何

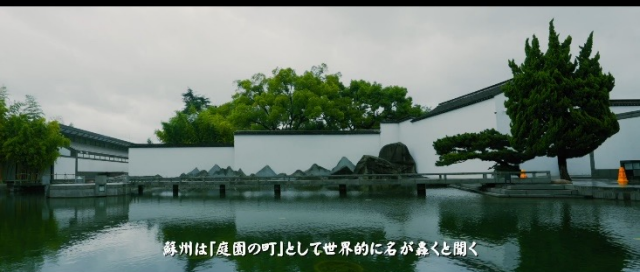
苏州文化旅游 宣传系列片

项目背景

苏州作为中国园林艺术的代表城市，在这里，现代与传统交融，古今中来，无数文人墨客在这里留下痕迹，时至今日，依然向世人展示着中华文化的魅力。

SHOWCASE





策略分析

我们选取了五个最能代表苏州文化的点，以点盖面的表现苏州的古与今，传统与现代，传承与创新，从这些文化的细节中认识苏州，喜欢苏州。

执行成果

短片在海外获得了众多好评，将苏州的文化与特点展现的生动有趣，真正践行了讲好中国的故事，传播中国的文化。



扫码观看完整案例

城市云游指南

Urban Cloud Travel Guide

CLAY DOLL

程安

优雅的迟到者

网易云城市云游指南

项目背景

后疫情时代，城市文旅产业亟需突破传统宣传模式，构建年轻化、情感化的数字传播矩阵。苏州作为“双面绣城市”，既有千年园林非遗底蕴，又面临现代文化符号断层的挑战。网易云音乐作为**Z世代**聚集的音乐社区，需强化“音乐+城市”场景化运营能力。项目以“音乐人创作为切口”，通过《城市云游指南-苏州篇》纪录片，实现城市文化肌理与音乐情感载体的双向赋能，打造“**可聆听的城市文旅名片**”。

SUZHOU
CHAPTER

苏州篇

为何

SHOWCASE



执行策略

传统文旅内容容易陷入景点罗列窠臼，本项目独创“音乐叙事坐标系”——横向串联评弹、昆曲等非遗艺术，纵向深挖独立音乐人的创作日常，构建“传统基因·现代表达”的立体叙事结构，采用“跟拍创作+即兴对话”纪实手法、**4K HDR+**无人机倾斜摄影技术，实现苏州园林光影的毫米级还原。

执行成果

“音乐基因解码城市文化DNA”的新型内容范式，通过技术赋能实现非遗艺术的年轻化转译，成功验证了“平台资源-城市IP-用户生态”三位一体的文旅营销模型。



网易音乐人 十周年特别企划

项目背景

音乐流媒体行业进入“创作者经济”深度运营阶段，网易云音乐需强化平台与音乐人的共生关系，巩固“独立音乐第一社区”认知。项目借势平台成立十周年节点，以“音乐人成长史”为内核，打造品牌定制化综艺短片，突破传统音乐人访谈的碎片化叙事局限，构建“平台-创作者-用户”三位一体的情感共鸣场域。

SHOWCASE

执行策略

面对Z世代用户对“真实幕后”与“娱乐化表达”的双重需求，项目独创“纪实综艺化”内容模型——通过导演代用户及平台发问的互动机制，串联13组音乐人的成长记忆与行业思考。透过朋克、说唱、民谣、摇滚、爵士等多元音乐风格代表人物的真实表达进行融合，同步输出平台“尊重创作多样性，与音乐人一起成长”的核心价值观，完成从工具型平台到文化策源地的品牌升维。

执行成果

正片上线24小时站内播放量破1200万，弹幕互动量达87万条，带动“网易音乐人”品牌关键词搜索量周环比暴涨420%，专题页音乐人入驻申请量激增3倍。推动网易云音乐与国内更多厂牌达成深度合作。



Showcase

产品形象类

《辉瑞智慧医疗创新中心介绍短片》

项目背景：

辉瑞作为全球顶尖的医药企业，在杭州创建了智慧医疗创新研发中心，中心的成立标志着辉瑞将持续投入智慧医疗的决心，用科技的手段造福更多患者，如何将辉瑞的愿景清晰的表达，是创意的难点。

SHOWCASE

《辉瑞智慧医疗创新中心介绍短片》



策略分析：

作为一个研发中心的宣传短片，如何亲切，清晰的向受众介绍它的功能与亮点，是一个挑战。

与客户沟通之后，我们决定采用访谈这种容易拉近观众与受访者距离的形式，通过采访参与这个创新中心建立的人的视角，来展现大家对于这个地方的思考与愿景，拉近了彼此之间的距离，让受众有机会认识这个充满活力的地方。



执行成果：

短片受到了客户的一致好评，并在进博会现场播放，向用户展现了辉瑞对未来发展长远规划与科技、智能、活力的企业形象。



开发面向医生和患者的数字化



这里是我为合作伙伴准备的工作场地



我在这里主要负责产品研发的工作



感受到这个创新的氛围



如何通过数字技术带来突破



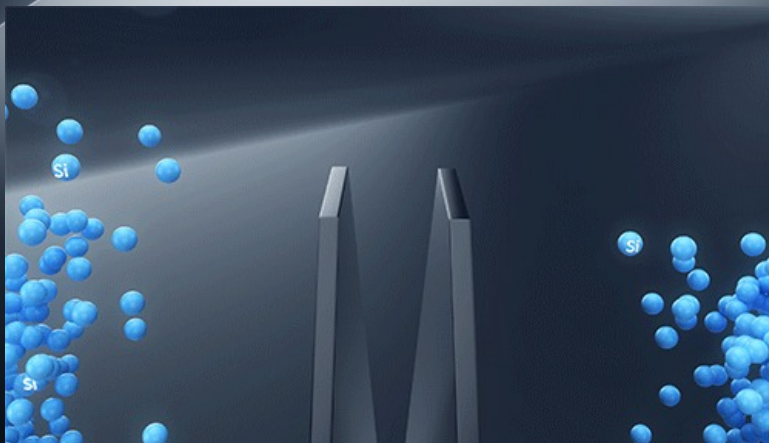
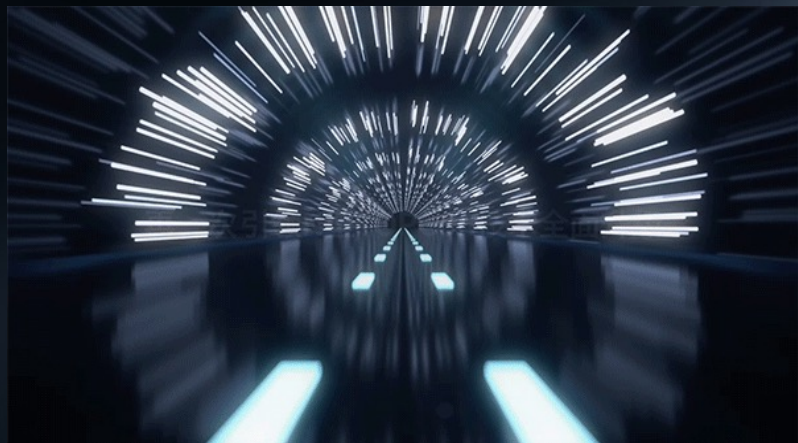
扫码观看完整案例

《中来TOPCon 2.0技术演示短片》

项目背景：

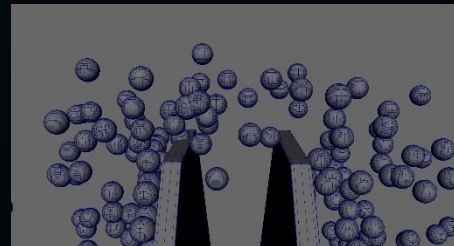
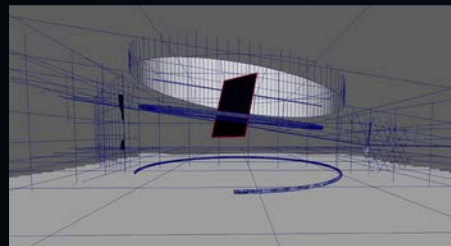
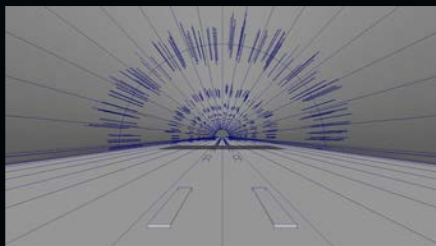
中来股份作为国内光伏企业的核心力量，多年来一直坚持研发转化效率更高的N型电池组技术，经过多年的不懈努力，其独有的TOPCon 2.0技术也日渐成熟，但如何更直观的将这项技术的特点展示给中来的客户们，是一个挑战。

SHOWCASE



策略分析：

如何通过画面来表现中来TOPCon 2.0的无绕镀技术，是一项挑战。我们采用由小见大的策略，采用三维动画的形式，从微观入手，以原子的分布形式展现无绕镀技术的优势，通过视觉化的语言将复杂的技术展现的直观易懂，同时又不失品牌的高级与调性。



执行成果：

短片得到了客户的认可与赞赏，同时帮助中来在境外的会展中，展现了企业的技术实力与品牌价值，得到了各国客户的普遍赞赏。



扫码观看完整案例

《niwa产品卖点广告》

项目背景：

niwa线面向普通的户用市场，如何让普通用户在众多品牌的太阳能电池板中，对中来的产品留下深刻印象，是非常重要的。

SHOWCASE



《更轻质 更美丽》



《高发电 高收益》



《多发电 更安全》

策略分析：

我们从用户端的需求出发，经过咨询与调研，找到了欧洲普通用户在选择和使用光伏组件过程中的痛点，并从这些痛点出发，展现了niwa的优势与特点，为用户在选择和购买的过程中扫清了障碍。

同时因为产品是销往欧洲，所以我们选择了欧洲当地的使用场景和用户作为拍摄对象，拉近了产品与用户之间的距离。

执行成果：

以产品特点为倒向的卖点视频，很好的帮助客户迅速打开了欧洲的户用市场，得到了用户的一致好评。



扫码观看完整案例



在使用大功率家庭电器时
不再为承担高额电费而烦恼



NIWA拥有更卓越的发电性能
相比常规组件单瓦发电量提高约3.5%-5.5%



户用屋顶光伏专家

中来亿瓦户用光伏组件



全黑系列

好看，到哪里都是风景

NIWA户用光伏组件



居家用电的首选

更多的发电

更高的收益

Showcase

其他创意多媒体影像

创意动画

为何

“每天朝山顶 推一秒的 石头”

动画/音效：成佩轩

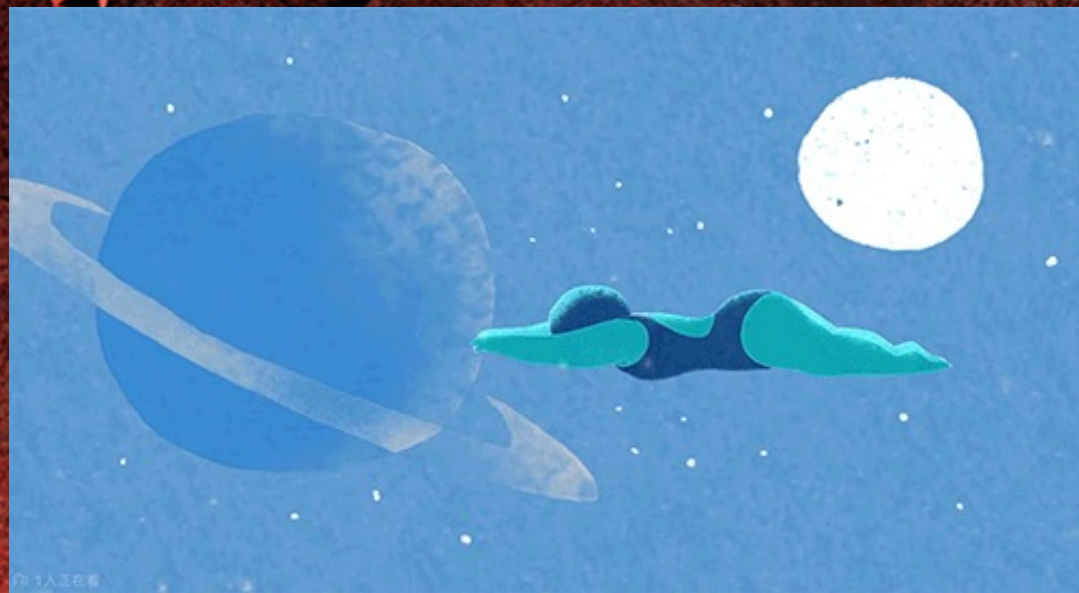
Animation/Sound Effect : Cheng Peixuan

项目背景

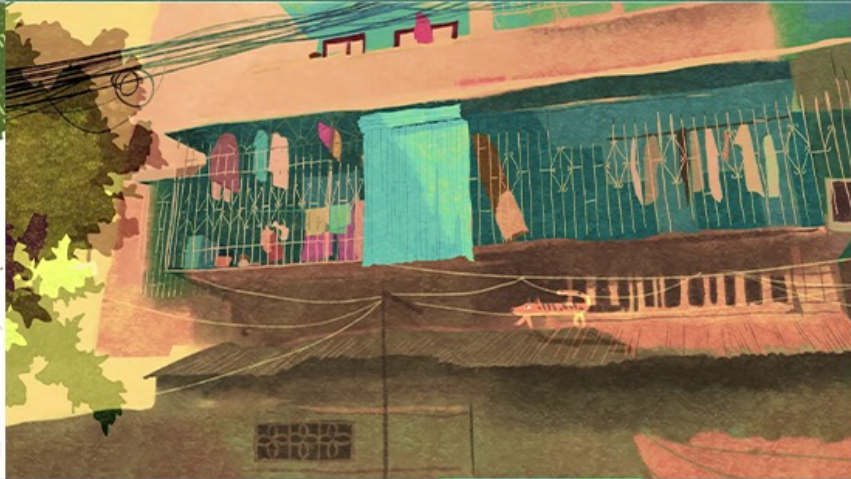
每天一秒钟的动画，记录当下生活的感受，
看到的、听到的、摸到的、尝到的、空白的、困惑的、委屈的，
串联成没有逻辑的时间片段，
将给这些普通的日子加注一个个逗号，
就像西西弗永远推着他的石头去山顶，又滚下来

SHOWCASE

每天朝山顶推一秒的石头 手绘动画



「每天朝山顶推一秒的石头」手绘动画



每天朝山顶推一秒的石头 手绘动画

项目荣誉

- 2022法国昂西国际动画节 学生毕设竞赛单元 入围
- 2022加拿大渥太华动画节 入围
- 第25届上海国际电影节短视频单元，最具探索精神荣誉作品
- 动画短片《Being Sisyphus for One Second a Day》
获illus第八届全国插画双年展新媒介应用 金奖
- 第九届温哥华华语电影节 入围
- 费那奇2021北京动画周竞赛单元 入围
- Minute国际短片节 提名
- IAF西湖国际动画双年展创作奖 提名
- Pixel 维也纳动画节 最佳学生动画短片
- 2021厦门国际动漫节 金海豚奖
- 巴黎国际动画节 观众大奖 PIAFF Paris International Animation Film Festival
- 巴塞罗那动画节 Mecal Pro 2022, Barcelona International Short and Animation Film Festival
- Cardiff Animation Festival 2022 入围
- T-Short Festival 入围
- Icona 2021 Honorary Mention 最佳观众奖



扫码观看完整案例



Homeless 专辑先导片

项目背景

《Homeless》作为野外合作社乐队的第六张专辑

歌曲创作多以器乐为主，悠扬旋律配合丰富层次的编曲功力

展现创作者丰富多彩的内心世界

SHOWCASE



策略分析

通过画面展现音乐的丰富内容是需要一些思考的，越具象的内容越容易让观众产生不适，所以我们采取了抽象的元素与最新的 **UE5 技术** 结合，将概念、音乐与视觉结合，表达音乐中那些隐藏的细节与概念。

执行成果

我们通过画面与音乐的结合，很好的展现了音乐人内心的世界，得到了乐迷的一致赞赏与认可。



扫码观看完整案例



融合世界音乐及电子音乐元素的器乐摇滚专辑

专辑发行

2023.09.06 「Homeless」 网易云音乐

新专辑展演

2023.09.20 「原初的宇宙」 1701 Live House Max

野外合作社「Homeless」

微电影

为何

《23号接警员6-反诈在线》

项目背景：

《23号接警员》作为南京公安的招牌项目，受到了来自全国各地的认可与鼓励。近年来，越发严重的电信诈骗，让许多老百姓蒙受了巨大的损失，造成了严重的社会问题，为了宣传电信诈骗的危害，减少受骗人员，普及反诈知识，南京市公安局决定制作一部反诈题材的微电影。

SHOWCASE

《23号接警员6-反诈在线》



策略分析：

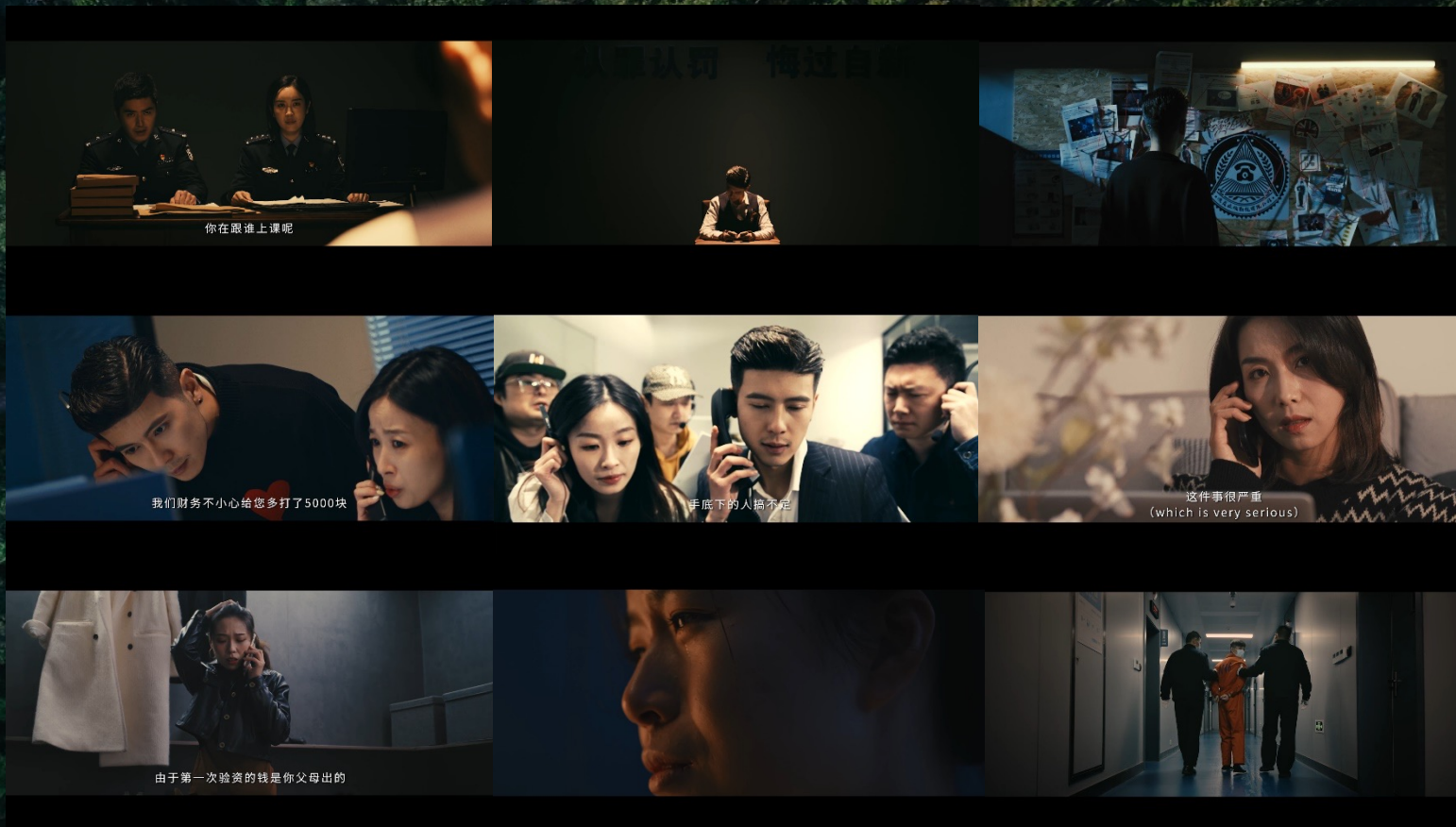
我们从一个诈骗犯的内心独白来展开故事，从他的“发家历程”中找细节，抓重点，让观众被剧情带入，理解一个诈骗的全过程，剖析诈骗过程中的心理战，才能从根本上“反诈”。

执行成果：

该片在2022年1.10日院线上映，获得了江苏省市级领导的充分认可与鼓励，同时也得到了来自普通观众的感谢与认可，帮助大家更好得了解反诈，识别诈骗手段，保护自己的财产安全。



扫码观看完整案例



麻园诗人此站麻园 演唱会纪录片

项目背景

来自中国云南的摇滚乐队，以其诗意纯粹的歌词和明亮清新的旋律斩获无数乐迷青睐。2024年，乐队开启了职业生涯的首轮馆级演唱会，第一批演出城市包含北京、广州及苏州。

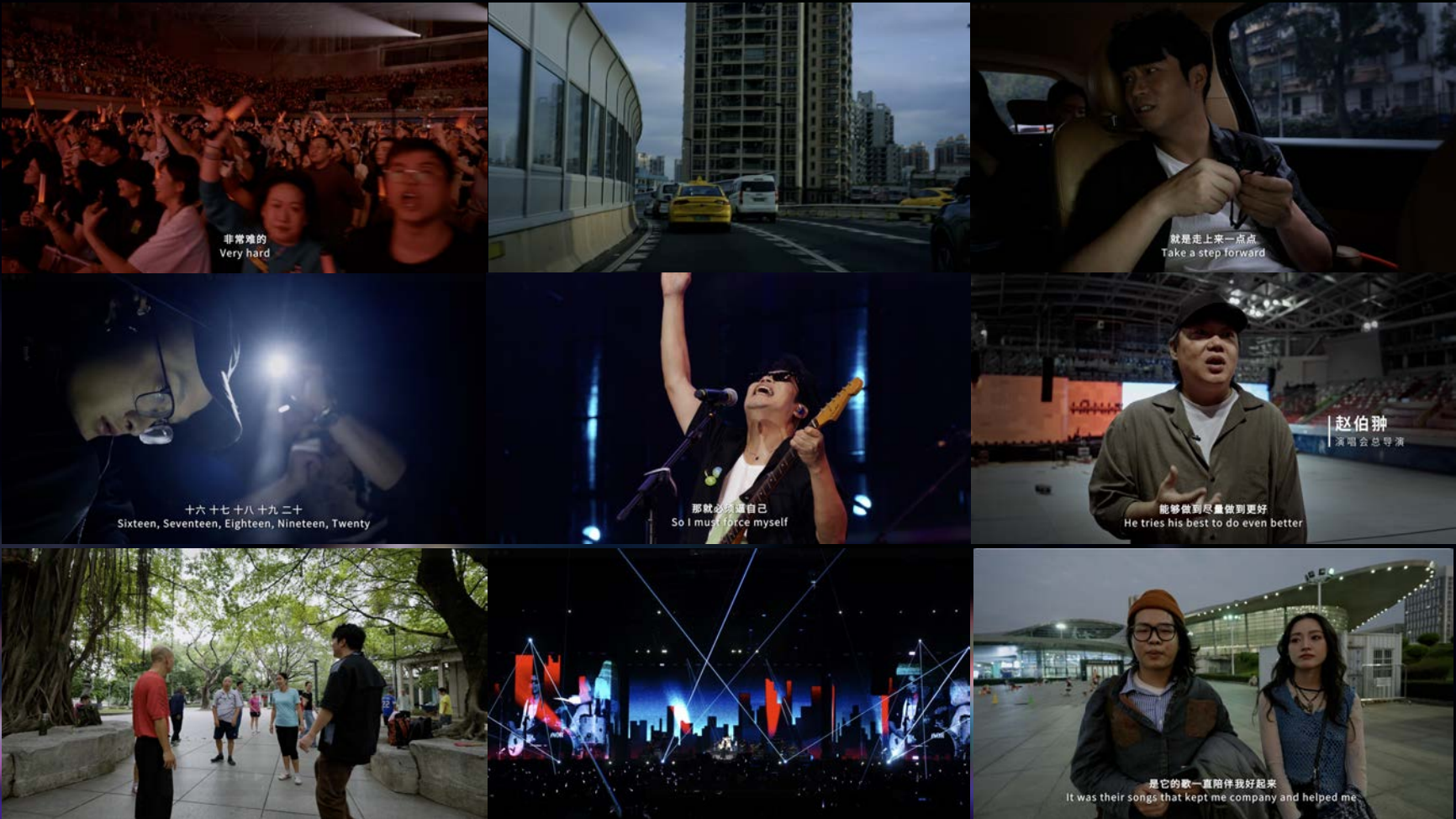
SHOWCASE

策略分析

演唱会作为近年来各城市文旅大力扶持的业务方向，具有粉丝高强度黏性、提升城市经济消费 GDP 的特殊优势。在城市形象与乐队活动事业中寻找关联，为 人物影片注入城市元素和本土人情味。

执行成果

短片一经发布，收获业内人士一致好评。乐迷通过纪录片这一渠道，了解到更多元与更深层的乐队幕后故事。



● 增值内容

● 演唱会预热先导片

为即将开展的新一轮演出创造曝光视角，以城市侧面、幕后故事为内容基底，持续输出与演唱会线索相关的优质影像，为乐迷营造观演期待。

● 演唱会回顾 / 高光现场





麻园诗人乐队

乐队 

北京 男

摇滚乐队

乐队官方 VX: mayuanpoet2

音乐电台

▶ 播放

✓ 已关注

私信

主页 视频 音乐

#麻园诗人 #拾光计划 #麻园诗人乐队 更多



CLEAR THE DISTANCE BETWEEN US
麻园诗人澳洲巡演·远行万里
MAYUAN POET Australia Tour

126



麻园诗人
接新年

退出游戏

79



「此站麻园」
麻园诗人「此站麻园」演唱会
苏州站记录片

232



此站麻园
现场速速

219



此站麻园
倒计时 1 天

133



「掷地之声」
麻园诗人「此站麻园」演唱会
广州站记录片

176



评论 47

都在搜: 麻园诗人此站麻园演唱会



琳美好 life  上海 2024 年 11 月 21 日

哈哈，你的音乐里面有贝斯，只要用心，哪里都能感受到音乐的美好。最后那个地方是广州哪里，好美！



琳美好 life  上海 2024 年 11 月 21 日

最后这个地方是哪里？



FU 广东 2024 年 11 月 21 日

十年以后，你会相信吗



陶 shin 倫  广西 2024 年 11 月 21 日

不见不散 



等夏天来 江苏 2024 年 11 月 21 日

我喜欢那个质朴的笨小孩 

纪录片

为何

《点亮童心，燃动凉州》

项目背景：

《点亮童心》是一个公益项目，他们向偏远地区的学校捐助护眼灯，帮助当地的孩子拥有明亮的上课环境，保护大家的视力。

SHOWCASE

《点亮童心，燃动凉州》



策略分析：

要展现公益项目，就必须深入故事，用最真诚的画面去打动观众，所以我们采取了纪录片的拍摄手法，深入项目所在地区，观察项目中所有人的状态，同时将艺术与公益结合，让当地的孩子们感受最纯粹的艺术魅力，用最真诚的手法来击打观众的内心，让他们感受来自远方的善良与真挚。

执行成果：

短片在上映后得到了社会的一致好评，也帮助生活在城市中的人了解这些偏远地区孩子的真实想法与生活状态，让更多人关注到这个公益项目，为更多地区的孩子带来光明的教室。



扫码观看完整案例



大型活动导播/直播

Large scale event guide/live broadcast

用 电 影 工 业 标 准 重 新 定 义 演 唱 会

我们的设备

引领未来视界
全流程BMD电影级制作解决方案



在4K/8K超高清时代，为何ForWhy 摒弃传统广播级设备的局限，采用全球领先的Blackmagic Design全流程电影级制作系统，为您的项目注入影院级画质与创意自由度。



易碎动物 Tour of Earth 巡演



为何

Billie Eilish Happier Than Ever 全球巡演



全球最知名音乐节之一科切拉



蝎子乐队全球巡回演唱会

核心优势

• 电影级画质，超越广播标准

搭载Broadcast G2系列摄影机，配备大尺寸传感器与动态范围，呈现电影般细腻的画面质感与色彩层次，远超传统广播级设备的画质表现。

• 全流程4K HDR，无缝衔接

从拍摄、切换、录制到调色，全程支持4K HDR工作流程，确保画面细节与色彩得到最大程度的保留与还原。

• 高效灵活，激发创意

ATEM 4K切换台提供强大的多画面分割、实时特效和流畅转场功能，配合DaVinci Resolve调色系统，让您的创意想法即刻呈现。

• 一体化控制，简化流程

所有设备无缝集成，通过中央控制系统实现高效操控，大幅提升工作效率，降低运营成本。

与传统广播级方案的对比：

	BMD 电影级方案	传统广播级方案
画质	电影级画质，高动态范围，色彩层次丰富	广播级画质，动态范围有限
工作流程	全流程 4K HDR，无缝衔接	多系统拼接，流程复杂
创意自由度	实时特效，灵活调色，创意空间大	特效有限，调色空间小
集成度	一体化控制，集成度高	多系统互联，系统容错率低

选择我们，就是选择未来视界。
让我们用先进的科技和专业的服务，为您打造震撼人心的视觉盛宴！

我们的人员

创造精彩影像

用电影级的画质全方位呈现精彩现场

我们的团队成员均毕业于北京电影学院、中国传媒大学、南京艺术学院等国内顶尖艺术院校。团队专攻导演、摄影、编导、动画等专业。同时，我们的合作摄影师常年服务于五月天、周杰伦、林俊杰等国内一线艺人演唱会，具有丰富的从业经验、高效的现场执行与应变能力。



二手玫瑰「龙门秀」演唱会



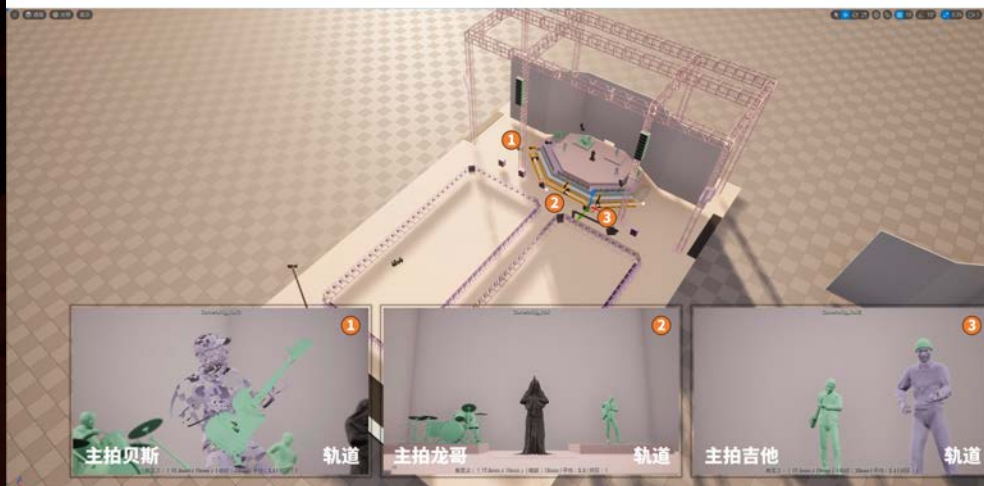
项目背景

二手玫瑰1999年成立于哈尔滨，是在新世纪崛起的中国摇滚乐队中最妖艳、强调民族性的一支。东北二人转与现代摇滚乐不露声色的嫁接，夸张的表演，戏谑的唱词，以及民乐的奇幻运用，构成了其雅俗共赏、玩世泼皮的表现风格。「龙门秀」映像之旅作为乐队近年来不断打磨与强势推出的演唱会IP，计划于一年一度在全国各地开办，为民间展现超现实主义的摇滚乐魅力。

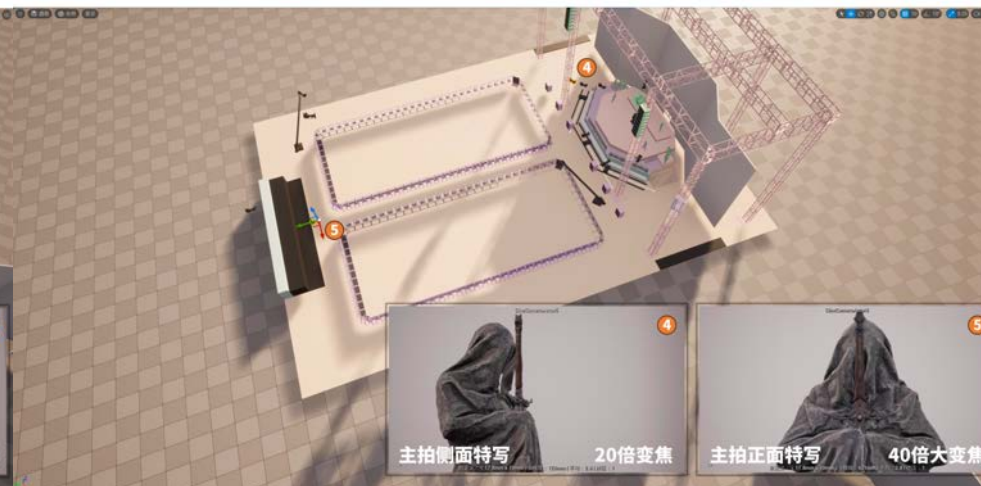
SHOWCASE

哈尔滨

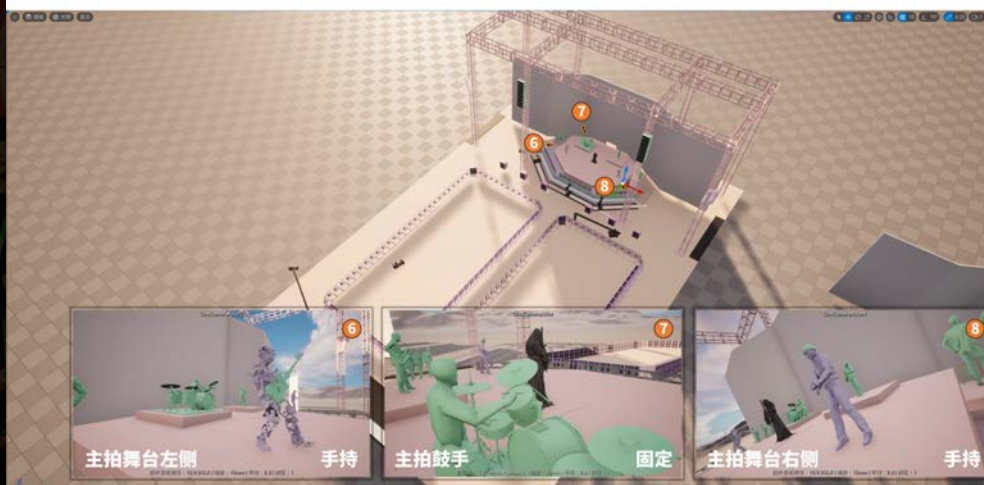
台前三个滑轨机位



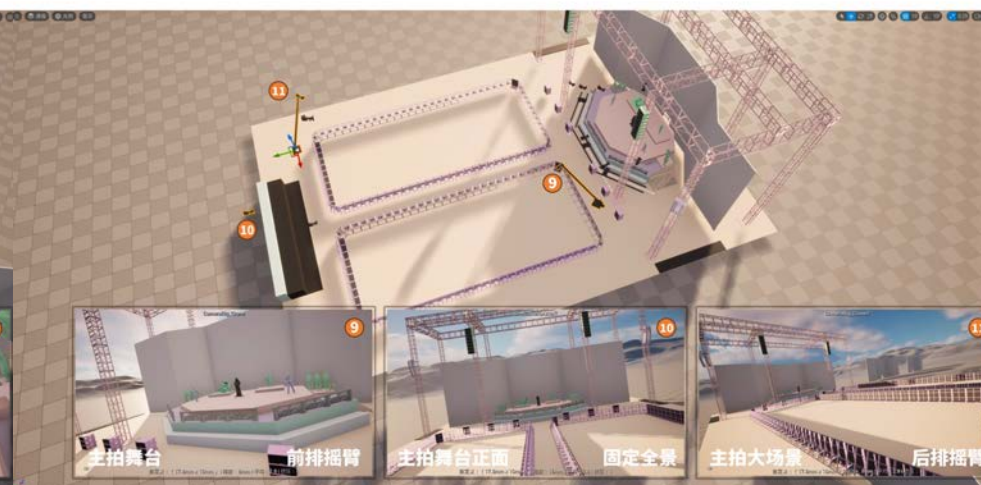
龙哥两个特写机位

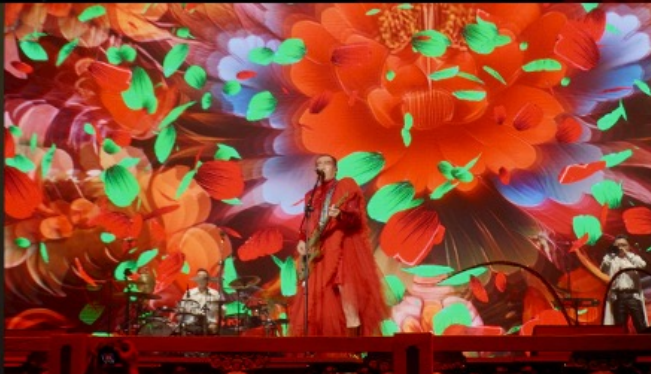


台前三个乐手机位



全景三个机位





郑润泽 漩涡人生演唱会

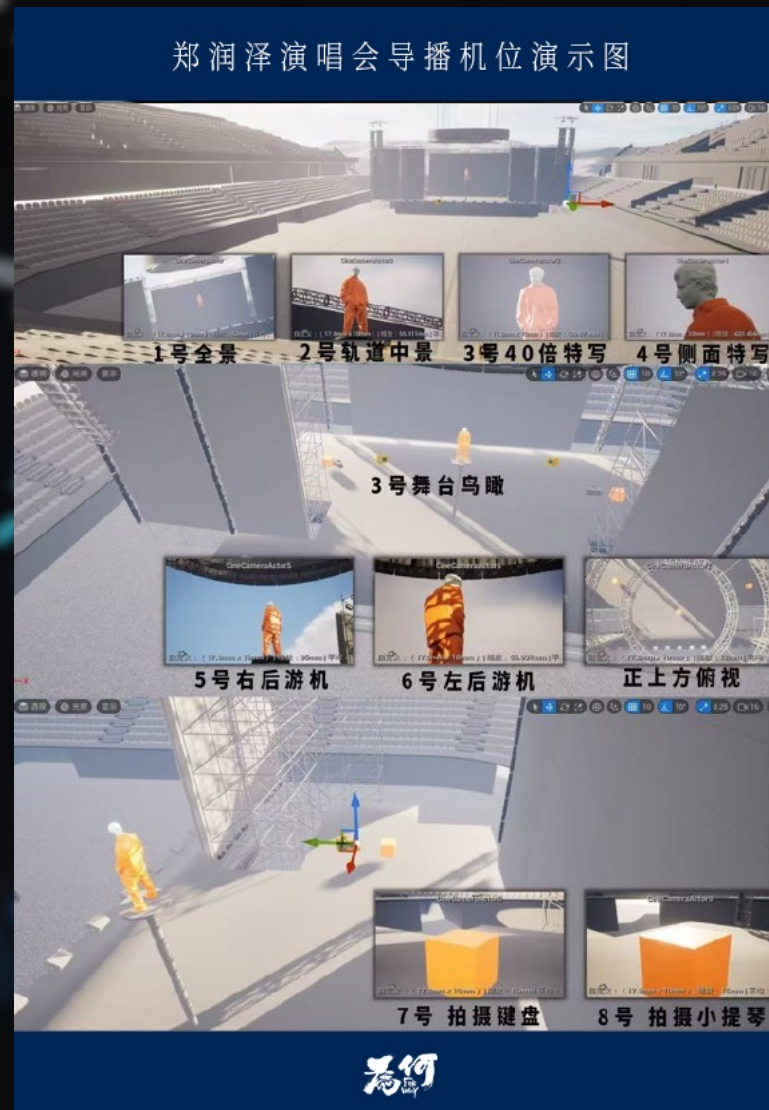
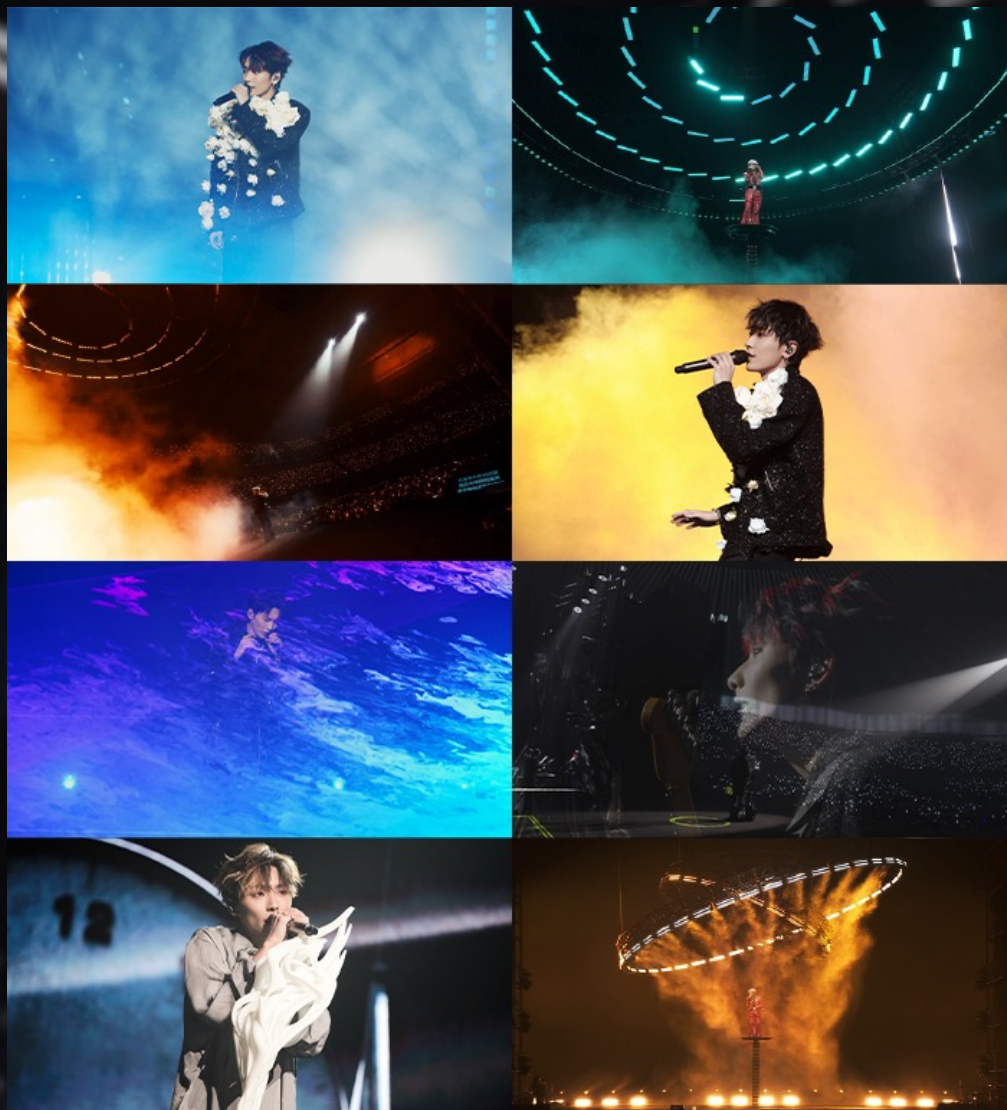


项目背景

郑润泽「漩涡人生」巡回演唱会如同一股温柔却不容忽视的力量，2024 年席卷了成都、上海、南京、佛山、天津这五座城市，2025 年场馆巡演计划近日强势官宣。蓝色的灯光、摇曳的荧光棒、以及那些熟悉而动人的旋律，都汇聚在情感的漩涡里。

SHOWCASE

全站次

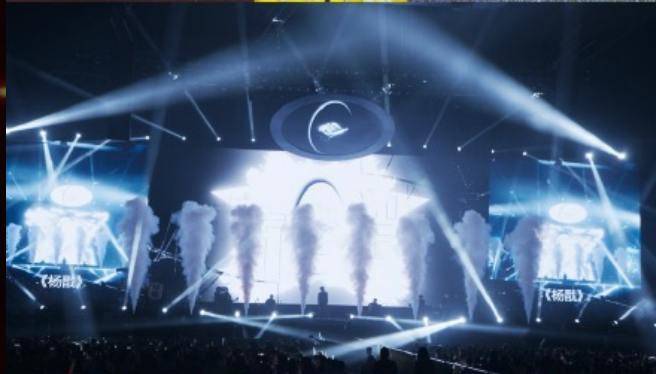


国风天华演唱会



项目背景

这是一场沉浸式的国风音乐盛宴。演唱会的舞台设计精美，氛围沉浸。整场演唱会不仅是一场音乐演出，更是一场文化的传承与共鸣。这场演唱会吸引了大量国风音乐爱好者，成为2024年西安演出市场的一大亮点。



哔哩哔哩 SUPER干杯音乐节



前宣制作

艺人ID/活动预告

导播/录制

主舞台、副舞台、品牌方舞台

高光CUT

30秒切片/混剪

纪录片摄制

3至5分钟音乐节回顾短片

PROYA
珀莱雅

SUPER 干杯音乐节
SUPER CELEBILI MUSIC FESTIVAL

成都

导播&4K录制

为何

棱镜&夏日入侵企画 2022演唱会



项目背景

在持续参与音乐演出行业的过程中，为何Forwhy也慢慢成长为国内顶尖的现场导播团队，参与并导播过大大小小的国内顶尖演出

SHOWCASE 广州



线下录制&数字发行

为何

时光代理人音乐巡演



项目背景

《时光代理人》与哔哩哔哩、摩登天空联合出品的「惊喜节拍」2024全国音乐巡演。上海站精美演出Live全场制作并全网发行。

上海&more

全国各地音乐节&大型活动 导播摄制服务



全国各地音乐节&大型活动 导播摄制服务



合作艺人

A公馆 April Rain **柏林护士** 白色海岸 柏大辅 波澜壮阔的童话 布衣乐队 补骨脂 布朗尼
 Chestnut Bakery CarsickCars Chinese Football Cicada 厨子和戏子 **超级市场** 苍蝇乐队 程璧 DOUDOU
 低苦艾 **唐朝乐队** 丢莱卡 电气樱桃 动物园钉子户 Fayzz 法兹乐队 帆布小镇 **房东的猫** GALA乐队 GALI
高旗&超载 孤独的利里 鬼否 海朋森 **回春丹** 海妖 海鸥诗人 花墙Fancy Wall 黑屋乐队 荒事乐队 杭盖乐队
 姜云升 康姆士 昆虫白 **棱镜乐队** 旅行团 冷冻街 李常超 **李志** 刘书宁 **老狼** 冷水AquaCold **麻园诗人**
梅卡德尔 木推瓜 Mr.Miss Moonage Mud Morganfield 秘密行动 脑浊乐队 Nosleep失眠少年
 霓虹花园 帕尔哈提 破碎乐队 缺省Default 裘德 **二手玫瑰** 声音碎片 沈以诚 Schoolgirl byebye
 Shanghai Qiutian **声音玩具** 散人乐队 S.C.B.Q 水妖 苏紫旭 体熊专科
Tizzy T 他方世界 天声乐队 The Blinda Butchers 万晓利 完美倒立 惘闻 蛙池 小河 小六 **夏日入侵企画**
 雨国Kingdomofrain 幽灵电台 野外合作社 银临 野孩子 **郑润泽** **郑钧** 周云蓬 钟立风 左小祖咒

.....

(名单以首字母顺序进行排列)

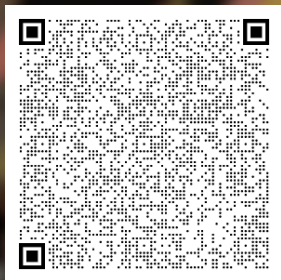
自媒体频道

Self media channel

音乐直播平台

为何

wink.



扫码浏览直播官网

项目背景

「为何Forwhy」出品的线上演出直播生态计划。
旨在联合目前国内最专业的 1701 LIVE HOUSE，将精彩的线下演出同步直播到互联网平台。
直播融合了为何自研的超高清导播系统与专业音频技术，线上观众带来演唱会般的直播体验，身临其境感受现场音乐魅力！

百万音乐用户遍布全球

Presented

Blackmagic 4K 超高清专业导播系统

1·演唱会级别导播呈现

打造亲临现场的观看体验

YAMAHA CL3 & WAVES 14专业音频系统

2·专业的OB调音

高清音频满足音乐用户挑剔的耳朵

3·广泛的宣传途径

借助微信视频号巨大流量基础与内容扶持，快捷、高效地将作品传递给更多受众

4·精准的销售渠道

直播间观众高度垂直，可高效打通乐队专辑及周边售卖渠道

5·额外的收入来源

直播门票/打赏/线上周边销售及直播回放带来更多高效、透明的收入来源

6·持续的传播助力

直播结束后的回放和LIVE MV都可以为乐队来带持久的关注度与影响力，为接下来的演出积攒人气

音乐是制造梦境最伟大的
艺术创作形式之一

音乐现场所展现出的巨大力量，我们都亲身体验过。伴随即将到来的 Web 3.0变革，我们希望借助科技与互联网，将这种神奇的力量通过流媒体手段传递给世界各地的潜在音乐用户

我们大胆预测：实时直播的现场演出将帮助音乐人更高效地传播自己的作品，吸引全世界范围内最广大的用户，让好的作品与现场触达真正的受众

音乐直播 合作案例

昆虫白 (甜梅号)

Cicada

他方世界

柏大辅

破碎乐队

二区六楼 (MOONAGE)

苍蝇乐队三十周年对话

刘莱斯

STOLEN秘密行动

柏林护士

Fayzz

The Bilinda Butchers

音乐直播 合作案例

缺省Default

海朋森

The Cheers Cheers

白色海岸

温和治疗

丢莱卡

动物园钉子户

Chinese Football

周云蓬

木推瓜

上海秋天

钟立风&borges

音乐直播 合作案例

苏紫旭 & The Paramecia

声音玩具

低苦艾

孤独的利里

李上安

花墙

小六

超级市场

chestnut bakery

海妖

电气樱桃

布朗尼

• 这是一群理想主义者冲破现实困境阴霾的全面胜利！作品、音乐、音乐家、音效、灯光、场馆、摄影、观众，没有一处瑕疵，当苏紫旭一脸幸福的歌唱/演奏时，这种喜悦也回荡在舞台上其他五位音乐家的身体和灵魂里，在2小时40分钟的时间里，苏紫旭&The Paramecia呈现了一场史诗级梦幻的音乐会。当一支支同样在巡演之路上如履薄冰的乐队胆战心惊的面对核能与超载时，苏紫旭和昼夜生乐队在今晚南京的1701Livehouse替他们圆了一个梦：只要你心底理想的火焰依然燃烧，那么没有一个人可以将它浇灭。狂人农场的往事，一个充满勾引性的想象与提示，我相信，正是这个杰出的主题命名，才驱使狂农的社员们共同奔赴一个理想国。感谢线下线上每一个见证了这场狂农理想之诗绽放的倾听者！

（《我们正在音乐创作奖》创办人&乐评人 | 邱大立）

评价直播 | 媒体

- 很感动！可惜只有为何一家公司在做这种直播
- 未来多尝试这种模式，付费也愿意
- 音质和机位运镜满分
- 我们微信的供应商团队拍摄都没这么清晰，而且音质也差

- 效果真不错，已经是国内顶级的线上直播水准了，果然是1+1+1大于一切。
- ForWhy+1701+艺术家。如果再+商家，就成为完美闭环了。

（南京广播电视台/杨晨）

- 好内容，好的模式，对未来有极好的开拓性。

（原文瑞片负责人&中国音像与数字出版协会/李强）
来自业内人士的评价

- 一直好喜欢为何的影像。他们的Live Video质量极高，直播也高水准，取原色调都好看。

（南京广播电视台/咪咕音乐节）

（微信视频号音乐娱乐直播 & 线上演唱会）

来自平台官方的评价

来自媒体的评价

wink | 媒体好评

- 直播特别成功，非常棒！

（成都摇滚圈头号小资俱乐部主理人&前夜电台音乐人徐乐 | 陈晨）
评价第二场付费直播 | 业内人士

- 国内的线上直播应该以此为标准
- 跟着现场演出一模一样
- 我从来没有这么听清楚过一首歌
- 直播的场控非常牛逼
- 声音玩具从不让人失望，为何也一样
- 观看体验整体都很好！要不是手机不能截屏我会疯狂截
- 我是广州站摄影师，知道拍摄难度。感谢你们记录呈现了这一场绝佳的表演，太棒了你们！超级专业！

来自新流行音乐媒体的直播好评

- 看了苏紫旭的直播，视频品质非常好。南京有这样的团队我高兴！

（在野文化艺术主理人&南京文化生态指南主编 | 巫谦&黄佳涛）
评价直播 | 媒体

- 音质太棒，记得戴耳机开音箱。
——中国好歌曲第三季评委&成都同力音乐创始人 | 李秋洋

- 声音和画质都接近完美，至少国内直播没见过过。
——野外合作社乐队 | 王海洋

- 这个直播，有我在youtube上看日本乐队现场的感觉。没有一个很具体的点，是很微妙的质感上的区别。
——以太唱片&影子和线子乐队/沙棘单经纪人 | 王卓

来自音乐人/乐队/经纪人对直播的评价



扫码观看完整案例

腾讯视频纪录片

为何

ON | BACK TO MUSIC

项目背景

团队独立创作并精心打造的系列纪录短片，
至今共录制并发行三季总计二十八支乐队。
此系列片有志于向大众展示一群有自我态度且专注于创作的音乐人群体，
纪录他们对“自我”“生活”“世界”的理解和故事，
并最终引发社会话题与思考。

Presented



ON 第一季 10期



ON 第二季 11期



ON 第三季 7期

策略分析

生活中有许多事情让人感动，值得被记录，恰恰现场演出就属于这一类，他们短暂而热烈，我们希望通过最真诚的方式，记录他们巡演过程中的某一瞬间，了解他们的想法，传递他们的故事，希望能引发大家共同的思考。为此，我们自费出品了近30支乐队的独家纪录片。

执行成果

纪录片于2019年首发至今，内容获得社会各界大量关注。

第三季于2021年在腾讯视频官宣首映，观看总人数达60W+。

越来越多的新兴乐迷群体开始注意到独立音乐这个行业，愿意花时间去到Livehouse、音乐节、剧院以及各类型演出场所。他们因此收获真正的感官沉浸式享受体验。此外，《On》纪录片作品的质量也得到了大量观众、音乐人、经纪公司乃至文化出品行业等广泛好评及认可。



扫码观看完整案例

<

纪录片排行榜

按过去7天的搜索热度与播放热度排序 · 10月4日更新

纪录片 纪实 美食 动物 自然 历史

1



人生第一次

2020 · 内地 · 纪实

43.1万热度

2



人生七年 (全系列)

2017 · 英国 · 纪实

28.8万热度

3



ON 第3季

2021 · 内地 · 艺术

16.7万热度

4



巡逻现场实录 2018

2018 · 内地 · 社会

15.3万热度

5



《人间世》抗疫特别节目

2020 · 内地 · 医疗健康

14.9万热度

- 

rollercoasterbeltis

//@沉默演讲 SilentSpeech:2019年，我们参与了ForWhy团队的影片录制，16分钟，我们都很喜欢。然后就赶上了疫情的爆发，这两年“没有意外”的生活，反而让我们可以静下心来，精读几本书；看几个长一点的纪录片；感受时间与亲情的交集；并反思我们的行为方式。“也许，之前我们还是太着急了”。
- 

学东陈

//@丁武唐朝:一个专为音乐人拍摄纪录的团队，他们在南京虽艰苦但仍然在坚持，也曾经为我纪录巡演过往。这么多优秀的音乐人在他们的镜头下得以呈现别人看不到的精彩的另一面，请多多支持👍
- 

Broken - Mirror

//@欧拉艺术空间:永远在用心做纪录片的为何团队，用他们的镜头还原音乐人最真实的状态，带着《ON 第3季》回归音乐！Back to Music!
- 

黑晴诗歌出版计划

👏//@刘光蕊: 👏//@声音碎片乐队:这是声音碎片“遍地风流”第一轮全国巡演南京欧拉那场，乐队成员罕见的一次共同表达，这样被记录下来的机会少有。
- 

孔雀眼 JadeEyes

看到一个真切切，鲜活的，清晰的孔雀眼，生命短暂，这是我们本质的回响。//@孔雀眼 JadeEyes:谢谢@为何ForWhy团队的用心，记录下我们在南京的美好回忆。我们的创作就是我们最真实的样子，每一场演出也都尽全力做到最好。这是我们第一次专场巡演，感谢每一位到来的乐迷朋友，很期待下一次相逢！
- 

赤瞳音乐

明晚巡演收官 @SCHOOL 学校酒吧 //@沉默演讲 SilentSpeech: 感谢@为何ForWhy这么专业又用心的团队、感谢导演 @Am1myOWn 为沉默演讲记录了这段回忆，希望喜欢独立音乐的朋友们多多支持和关注他们的作品！
- 

地下噪影

反对娱乐至死！摇滚是一种音乐，也是一种文化，我们要了解他的根，而不应该只是盲目的发泄情绪！ @一只代蕾 @摄影师 Birdy @摄影师 Birdy @谢尔米_ //@脑浊乐队:抵制一切无谓的平庸👍👍
- 19-6-1 15:44

為何編輯室

项目背景

为何编辑室是「为何ForWhy」出品的艺术文化垂类深度解析内容，
为了给我们的潜在受众传播更有价值的内容，开发的全新栏目。

栏目自2022年中上线以来，与B站达成了深度合作。

受到平台、业内与观众的一致好评。

Presented

执行成果

节目自发布以来
保持双周一期的更新频率
累计原创内容30余期
全网播放量超300W

为什么年轻人走向无性化？

2023-08-01

为什么人们讨厌说唱 | 浅谈中文说唱现状

2022-06-19

为什么人们讨厌说唱 | 浅谈中文说唱现状

2022-06-19

塑料爱 背景解读 | City Pop 是日本人的美国梦

2022-08-20

盘点 Radiohead | 最具自我颠覆性的乐队

2022-12-23

瑞克和莫蒂到底讲了什么

2022-08-07

这可能是最畅销的[政治不正确动画] 麦克法兰和他的恶搞之家

2024-04-26

解读 蒸汽波 | 蒸汽波里蒸的是什么

2022-10-23

「老三」响度战争是如何毁掉音乐的 | 响度战争简史

2023-02-12

《星际牛仔》是在彩蛋里插播的动画？渡边信一郎的美学考据

2022-09-07

说唱 / Hip-hop 已成为全球最流行的音乐风格

2023-05-25

谁杀死了朋克？亚文化的由来与衰落

2023-08-20

平泽进 | 唱片业摆烂？那我炒了它！

2022-09-20

盘点日本传奇乐队 YMO

2023-04-14

朋克专辑里那个男人是谁？My name is Giovanni Giorgio

2023-08-30

「老三」盘点 Aphex Twin | 英国大炮与先锋电子

2023-03-02

中世纪福音快车

2022-10-03

「老三」采样只是偷个伴奏？ | 采样是如何影响流行乐的

2023-03-18

道格玛95 | 他们靠“粗制滥造”的电影被写进影史

2023-11-20

莫里康内 | 影视界的旋律之神

2023-10-01

创新影像技术

Innovative imaging technology

专业杜比视界 HDR全流程 影像制作

我们采用了最新的杜比视界（Dolby Vision）技术，通过专业的HDR流程，将影像创作提升到了一个前所未有的全新高度。杜比视界以其卓越的动态范围和色彩表现力，赋予画面更丰富的细节、更真实的色彩以及更震撼的对比度。无论是深邃的阴影还是耀眼的高光，每一个场景都栩栩如生，仿佛跃然眼前。通过这项技术，我们能够更精准地传达创作意图，为客户带来身临其境的视觉体验，让每一帧画面都成为艺术的杰作。



 **Dolby**
VISION·ATMOS

演唱会4K超高清 双杜比蓝光记录

2024年团队采用最新杜比视界
全流程技术，参与了音乐人日
本演唱会的完整影像制作，为
艺人团队与观众呈现珍贵的影
像资料。

李志 / 2024东京演唱会

是谁 带你来看这场庙会

 **Dolby**
VISION·ATMOS

专业全景影像 VR全流程 影像制作

我们与苹果公司达成了深度合作，获得**国内首批**由苹果与Blackmagic Design（BMD）合作研发的世界首款VR专业摄影机——Blackmagic URSA Cine Immersive的**测试权限**，结合Apple Vision Pro的独家Immersive Video格式，为客户呈现精彩绝伦的沉浸式影像内容。这一合作标志着我们在影像创作领域迈入了全新的技术高度，为客户带来前所未有的视觉体验。



技术亮点与创新

1 Blackmagic URSA Cine Immersive摄影机

这款摄影机专为沉浸式视频设计，配备一对180°立体镜头，能够以8160x7200的超高分辨率拍摄90fps的立体3D视频，并支持16档动态范围，确保画面在色彩、细节和光影表现上达到极致。其采用的Blackmagic RAW格式还嵌入了独特的校准数据，为后期制作提供了更高的精准度和稳定性。

2 Apple Vision Pro与Immersive Video

Immersive Video是一种专为Apple Vision Pro设计的180° 3D视频格式，旨在为用户提供极致的沉浸式观影体验。通过URSA Cine Immersive拍摄的内容，能够在Vision Pro上完美呈现，让观众仿佛置身于画面之中，感受身临其境的震撼效果。

3 全流程技术支持

我们与苹果及BMD的合作不仅限于硬件，还涵盖了从拍摄到后期制作的全流程优化。Blackmagic的DaVinci Resolve Studio软件已针对Immersive Video进行了深度适配，新增了沉浸式视频查看器、无缝过渡功能等工具，极大提升了创作效率与内容表现力。



Our People



李亚光 FOUNDER / MANAGING DIRECTOR

拥有超过10年经验的资深战略专家，是为何ForWhy的创始成员之一，独立音乐纪录片《ON》项目发起人，线上音乐演出直播项目wink发起人。多年来，致力于发掘先锋文化、定位品牌策略、重塑品牌形象的工作中。与众多知名品牌合作，案例涵盖天猫、苏宁、汽车之家、隆基绿能、中来光电、电装DENSO、NGK、中国电信、CCTV、太合音乐集团、摩登天空等。

策划并指导的项目曾获得**金狮国际广告影片奖、上海国际广告奖、黄河广告奖**等奖项。

Our People

为何
ForWhy



成佩轩 Co-FOUNDER / CREATIVE PARTNER

拥有非凡的创意头脑。作为一个屡获殊荣的创意人，为何ForWhy的创意合伙人，在近10年的广告从业经验中，与科技、快消品、手机、汽车等品牌有过广泛的合作，是获得国内外众多电影节奖项《每天朝山顶推一秒的石头》的导演。与腾讯，阿里，BMW，SIEMENS，Kiehl's科颜氏，雅漾Avène，Rene Furterer，雅诗·兰黛ESTÉE LAUDER，央视读书公益，企鹅出版集团等长期合作。

策划并指导的项目曾获得法国昂西国际动画节、巴黎国际动画节、加拿大渥太华动画节、巴塞罗那动画节、温哥华华语电影节、Cardiff Animation Festival、T-Short Festival、Icona Honorary Mention、全国插画双年展、上海国际电影节、费那奇北京动画周、Minute国际短片节、IAF西湖国际动画双年展、Pixel维也纳动画节、厦门国际动漫节等国内外众多专业评审认可。

Our People



朱晨昕 Co-FOUNDER / CREATIVE PARTNER

Forwhy媒体创意合伙人。拥有近10年品牌传播与数字媒体影像创意及管理经验，与中国电信、中国建设银行、中国通信服务、苏宁集团、平安集团等大型企事业单位长期合作。

主要研究方向：青年亚文化传播、数字媒体艺术传播

现任南京传媒学院数字创意文化研究中心常务副主任、江苏省科普美术家协会动画与数字艺术专委会副秘书长。

Our People



黄敏敏 OPERATIONS DIRECTOR

拥有丰富的媒体运营经验。ForWhy运营总监，拥有十年行业经验，具有将复杂战略转化为可执行任务的卓越能力。曾参与打造南京独立音乐演出场馆媒体品牌形象,帮助建立新型产业口碑与价值传播。

曾担任南京知名Livehouse欧拉艺术空间媒体负责人；负责腾讯视频独家首播《ON》独立音乐纪录片的运营和发行；十三月中外音乐人合作计划以及电影《环城七十里》侧拍纪录片监制。

现wink独家直播产品负责人。

Our People

为何
ForWhy



王帅 EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR

拥有卓越的导演思维。为何ForWhy的执行创意总监，在近5年的广告从业经验中，参与并负责了众多国内外知名品牌的创意案例，纪录片《要疯传》《点亮童心、燃动凉州》、微电影《23号接警员》、宣传片《镜头下的苏州》导演。

策划并指导的项目曾入选中国金鸡百花电影节第三届国际微电影展映、全国第四届平安中国“三微”比赛 十大微电影、第三届警营文化周“警察故事”微视频大赛 一等奖、第三届公安民警“三微”大赛微电影 一等奖、第六届中国国际微电影节 公益微电影奖、第五届全国青年摄影大展等国内外众多专业评审认可。

Our People



方巍 CUSTOMER MANAGER

ForWhy项目总监，资深的广告公司客户经理。拥有丰富的广告行业经验，致力于为客户提供高效、创意和务实的解决方案。擅长与客户建立紧密合作关系，深入了解客户需求，确保项目的成功执行。在过去的10年里，积累了丰富的市场洞察力和策略规划经验，帮助客户实现了卓越的营销成果。



丁羽晨 DESIGN DIRECTOR

ForWhy设计总监，自2017年以来投身于创意设计领域的资深专家。曾任职世界五百强企业埃森哲南京分公司高级美术指导。服务过的客户涵盖了洋河酒业、南京银行、花旗银行、迪卡依、博西家电、香飘飘、肯德基、美的集团、奥利奥、欧莱雅等多个行业领导品牌。

Our People





全周期项目管理流程

C O N T A C T

01

资料采集/
解决方案咨询

02

PPM定制/
项目管理结构制定

03

解决方案
标准/定制化落位

06

创意/视觉/媒介/
系统组件落位

05

专项团队
组建/执行

04

交付/维保

公司地址

江苏省南京市秦淮区悦动新门西15栋301



新片场



B 站



视 频 号



Proudly Say
Thank you