

徒步中国·人文纪

媒体与发行资料包

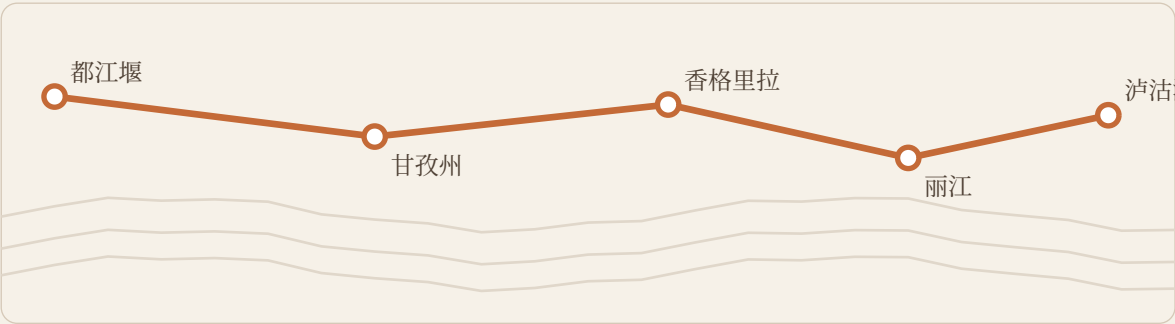
Media & Distribution Kit

以“十年徒步中国计划”为长期主线，从人的行走出发，记录中国不同地理单元、地方社会与普通人真实生活的长期影像项目。

项目名称	徒步中国·人文纪
项目类型	长期纪实影像计划 / 纪录片项目 / 跨平台内容开发
项目周期	十年长期计划；每年计划完成2部纪录片，并持续更新短视频、图片与行进日志
第一季路线	都江堰 → 甘孜州 → 香格里拉 → 丽江 → 泸沽湖
制作方式	轻量化小团队、长线行走、非摆拍、真实记录

一句话定位

这不是一次“打卡式旅行”，而是一项以徒步为方法、以纪录片为核心、以中国地方人文为内容主体的长期创作工程。



01 项目概览

项目缘起

创作者希望以相对低干预、长时段、贴地行走的方式，重新建立人与地理、人与地方、人与普通生活之间的观看关系。相比“景点叙事”，本项目更关注路上的人、地方的节奏、县域与村镇的真实日常，以及行走过程本身带来的叙事张力。

为什么值得关注

- 它具有清晰而可持续的长期性：十年路线计划带来持续的内容供给和稳定的话题积累。
- 它兼具公共传播价值与影像价值：既适合做媒体报道，也适合做平台纪录片、短视频剪辑和节展传播。
- 它天然具有真实感与陪伴感：观众既会关心“走到了哪里”，也会关心“路上遇见了谁、发生了什么”。

第一季核心信息

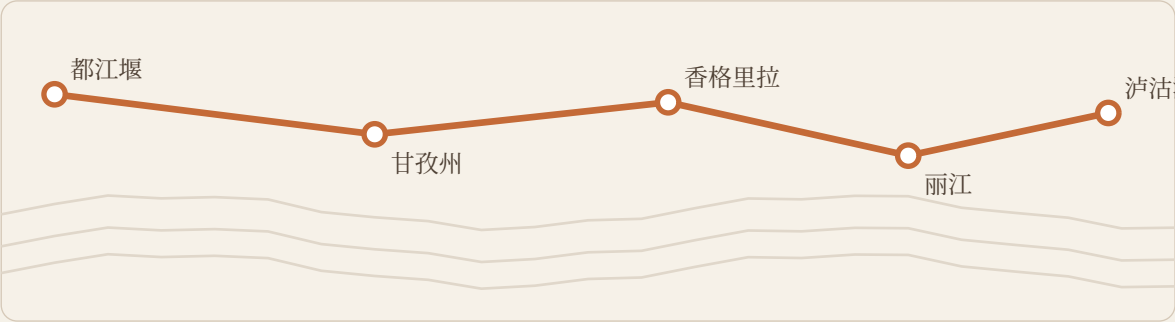
拍摄计划	 4-5 .. ；根据天气、路况、人物线索与实际进展动态调整
核心主题	人与地方、长线徒步、普通人的故事、身体与精神的边界、在路上的观察
主要输出	长纪录片、系列短片、预告片、人物切片、照片与图文日志
团队构成	导演 / 发起人 1 人；随行摄影 1 人（轻量化纪录片工作方式）

项目价值主张

项目在表达上追求“真实、温和、长期、可积累”。它既可以作为纪录片内容进入平台或节展，也适合被媒体作为持续跟踪的“人物 + 行动 + 地方”叙事对象。

02 第一季内容与路线

路线概览



起点	四川都江堰
途经	甘孜州、香格里拉、丽江
阶段终点	泸沽湖
行进方法	以徒步为主，必要时配合当地交通衔接；坚持真实记录，不做景观式摆拍

内容结构建议

- 主纪录片：围绕“一条路线、若干人物、若干事件”形成完整长片叙事。
- 中短片单元：围绕人物切片、单日行进、地方风貌、突发事件与阶段总结形成连续传播内容。
- 图文与照片：为媒体报道、公众号、官网更新与平台宣发提供稳定素材。

预期看点

- 长途行走中的真实身体状态与心理变化。
- 沿途普通人的小人物故事与地方经验。
- 地理变化如何改变叙事节奏：平原、山地、县镇、边地、旅游区与非旅游区的差异。
- “一个人为什么要走十年”这一命题本身的公共讨论度。

03 制作与交付规格

拍摄规格	以 4K UHD 16:9 为主交付规格，具体技术指标可按平台或采购方标准对接
短视频适配	可同步输出 9:16 竖版短视频，用于社媒分发、预热与增量传播
声音与字幕	保留同期声；可提供中文字幕，并根据发行需求制作中英字幕版本
素材管理	行进过程持续备份，保留时间线、地点、人物与场景元数据，便于后续剪辑与授权管理
可交付内容	成片、预告片、海报 / 剧照、精选照片、人物简介、导演阐述、路线图、EPK 素材包

制作风格

风格上强调观察式、陪伴式、低干预。画面不追求“旅游宣传片”式完美包装，而是优先保留行进中的真实感、呼吸感与在场感。

适合的合作对象

- 纪录片平台与长视频平台的纪实、人文、户外、旅行板块。
- 电视台 / 频道的人文、地理、纪实节目带。
- 媒体特稿、人物专访、影像专栏与联合报道。
- 节展 / 论坛 / 户外文化活动的展映与交流单元。

04 媒体报道与 EPK 素材

可供媒体采用的报道角度

- “为什么要徒步十年”：项目发起缘由、个人路径与时代情绪。
- “重新看见中国”：以脚步丈量不同地方与普通人的生活。
- “低成本但高强度的长期纪录片实践”：两人小团队如何完成真实影像记录。
- “内容之外的现实挑战”：路线、气候、资金、补给、安全与协作。

媒体资料包（EPK）建议包含

- 项目简介（中英双语可选）
- 导演 / 发起人简介
- 第一季路线图与拍摄计划
- 高清剧照 / 工作照 / 场景照
- 项目主视觉、片名字样、横竖版海报
- 预告片 / 样片链接
- 采访提纲建议与可采访话题

采访建议话题

项目为什么开始；为什么选择徒步；如何定义“人文纪”；路上最想记录什么；小团队如何工作；如何看待内容变现与长期坚持；第一季最想拍到的关键人物 / 关键场景是什么。

05 发行权益与授权方向

当前可对接的合作方向

- 平台采购：纪录片在线播放权、联合出品、联合宣发。
- 媒体合作：人物专访、跟踪报道、专题页面、联合栏目。
- 节展与活动：影像节展报名、论坛展映、户外文化活动放映。
- 短内容授权：预告片、片段、精选短视频在指定平台或指定周期内授权使用。

可谈判的权利维度

地域	中国大陆 / 港澳台 / 海外 / 全球
平台	SVOD / AVOD / 电视播映 / 机上及酒店系统 / 线下放映
语种	中文 / 中英双语 / 其他语种版本可根据合作需求追加
窗口期	独家 / 非独家；首播窗口、二轮窗口、节展窗口可分别协商
使用范围	成片、片段、宣传物料、海报、剧照、社媒预告等可按合同拆分

报价说明

发行价格、采购形式与授权费用建议根据权利范围、地域、平台类型、窗口独占性与交付工作量单独面议，不在公开资料包中提前锁死统一报价。

06 受众与合作模型

核心受众画像

- 关注真实纪录片、人文叙事、地方中国、户外与行走题材的观众。
- 对个人长期计划、理想主义行动、真实人物故事有兴趣的人群。
- 偏好连续追更、路线型内容、阶段性陪伴感内容的互联网用户。

传播链条

官网与项目日志负责承接长期信息；短视频与社媒负责预热与增量传播；长纪录片与阶段性特稿负责形成品牌锚点；媒体报道与平台合作负责放大公共讨论。

合作模型

- 媒体合作：专访 / 深度报道 / 路线连载 / 联合专题。
- 发行合作：样片评估 -> 权利沟通 -> 技术交付 -> 上线宣发。
- 联合宣发：联合发布预告、剧照、路书与导演阐述，形成多平台传播矩阵。

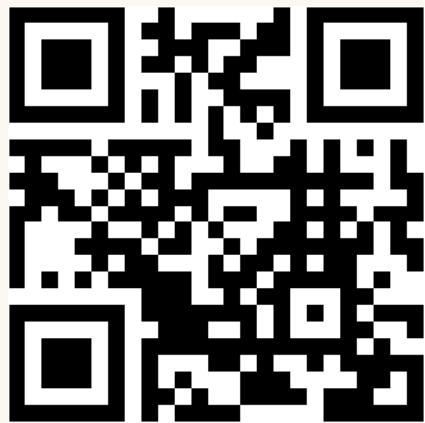
状态说明

目前项目处于可沟通、可对接、可联合开发阶段。对媒体采访、平台看片、发行接洽、节展报名合作持开放态度。

07 联系方式与获取材料

获取完整版资料与更新方式

扫码访问官网，可获取项目介绍、路线进度、更新日志、合作通道及后续样片 / 物料发布信息。



官网二维码
扫码访问项目官网
查看项目简介、路线动态与合作入口

合作洽谈建议流程

- 第一步：通过官网提交联系信息或合作需求。
- 第二步：获取项目完整版简介、样片 / 预告、EPK 或授权说明。
- 第三步：根据媒体报道、平台采购或发行合作方向进入具体洽谈。

版权与说明

本资料包仅用于媒体沟通、平台看片、发行接洽及合作评估。未经书面授权，不得擅自复制、转授权或将内部版本素材用于商业发布。最终权利范围以双方正式合同为准。

徒步中国·人文纪 - Media & Distribution Kit