

摩旅家族

项目策划案

出品

北京中侨影联传媒有限公司
北京麦基影业传媒有限公司
亚洲电视控股有限公司

影片信息

片名：《摩旅家族》

类型：冒险、爱情、户外、友情、运动

时长：90-100分钟

成本：5600万

项目启动：2021年7月

拍摄周期：30天

开机时间：2020年10月

上映时间：2021年10月

摄制公司：北京中侨影联传媒有限公司

创作理念

摩托骑士是一个团结的、热爱生活的群体，他们彼此关怀，亲如一家。他们尊纪守法、热心公益。通过本作品的表现，以改变人们对摩托骑士的偏见。更希望对摩托骑士精神的展现，让整个社会更团结更热心更有人情味更积极向上。



故事梗概

一辆老试摩托车倚在墙上放着。读书时候的曾秀冲出屋来，骑上车，远去。曾秀骑车来到沈雪琪家门前，沈雪琪从家里走了出来，坐上曾有的车，这时，她父母一直看好的罗全也出现了，她回辟着罗全坐上曾秀的摩托车向前走去。

曾秀和沈雪琪从小一起长大，他总是骑着他心爱的摩托车去接她下班。有时他们一起与朋友们一起去参加旅行，他们一起聚餐，他们一起参加公益去看望老人。有一次他们相约一起去敬老院，当他们刚到门口时，门被一个老伯打开。车手们拎着东西往院子里走，老伯说；昨天还说起你们，今天就过来了。一个车手问道；郑师傅好，老人们都还好吧！郑师傅说；都还好，今天天气不错，都在那边晒太阳散步呢！去陪陪他们吧！

老人们有的在下棋，有的在看报，有的在散步，有的在聊天。车手们向老人们走来。他们互相打着招呼，融为一体，车手各自陪伴着老人，一起下棋，一起讨论新闻，一起散步聊天，他们聊着笑着，彼此陪伴。

直到有一天，沈雪琪对他提出她一直想和最爱的人去拉萨，她们约定先分两路出发，在雅安汇合，然后一起去拉萨，如果有缘份能汇合，就在结婚永远一起。

故事梗概

在出发前曾秀和兄弟们制定了一系列的计划，保证在雅安和沈雪琪汇合。曾秀的车在山间的路上向前驶去，迎面过来一队摩托车，曾秀伸出左手，竖起大拇指。摩托车队的人也伸出左手，竖起大拇指，并点点头。路牌成都1000公里。曾秀路过一片山村，地里的人们在干活，小孩子们在奔跑着欢笑着。路牌成都400公里。曾秀路过一片山地，正在户外旅行的人们正在搭着帐篷，有的在放着风筝。路牌；成都150公里。曾秀路过一片河流，河岸边是正在专心钓鱼的人们。路牌雅安90公里。曾秀的车穿梭在山间。回想起他和沈雪琪的日子，沈雪琪坐在他摩托车后面，抱着他，面带笑意。

在曾秀去雅安的路上，他的车陷进了河床，摩友把车开过去想接他出来，结果出陷进去了，然后越野车，推土机，挖掘机，都陷进去了。

他们向摩友发出求救，各路摩友向那片河滩集结而来，这些人当中工人，有小老板，有白领，还有退休的老人，人们忙碌着，有的拿绳子，有的搬木板，石头，有的推，有的拉。几个人把曾秀的车拉了出来，曾秀被糊得像个泥人。经过大家的共同努力，被陷住的所有车都被移到了岸边。团结一心的人们最终战胜了机器都无法战胜的困难。

曾秀一把抹开手上的泥，看了看时间，显得有些着急。三哥来到曾秀身边，说；兄弟，我听车友们说了你在雅安有个约会，前面是我一朋友开的酒店，你去洗个澡，换身衣服，你再到雅安城里赴约。

在酒店里的收拾一新的曾秀来到雪琪面前，取下胸前的玫瑰花，半跪送给雪琪。车友们的掌友响起，叫喊声响成一片。

情感表达



摩托车是人们日常出行非常普遍的交通工具，一直承担着提供便利出行、缓解交通压的社会功能。有些摩托车使用者对交通法和社会责任的理解有所缺失，不当的行为让社会对摩托人产生了偏见和否定。

作为摩托车爱好者，作者写就本剧，以传递摩托车的正确社会认识，从而纠正偏见、提高中国的摩托车文化，让更多的人了解和喜爱摩托车，展现摩托车人有责任、有担当、率真可爱的一面。

本剧亮点及特点

本剧为摩托车运动轻喜剧，龙标大电影。通过以曾秀、老刘等摩托车爱好者们相处的方式，展现摩托车骑士们的生活日常和对摩托车运动的理解。本剧以几位摩托人的第一视角展现出摩托车与社会交通的融洽关系。

本剧中涵盖了摩托车俱乐部、安全出行常识和天下摩友是一家的情感认同点。

本剧主打运动轻喜剧，情节真实贴近生活，容易引起广大摩托人的共鸣。更是为富有社会责任感、遵纪守法的摩托人做一个正面的形象宣传。



人物小传

The background of the image is a deep space scene. A large, reddish-brown planet with visible surface features like craters and ridges dominates the center-left. To its left, a smaller, similar-colored sphere is visible. The right side of the image is filled with a dense field of stars and a bright, glowing nebula or star cluster, creating a warm, golden light that contrasts with the dark space.

演员：彭于晏

拟演曾秀，年龄25岁



代表作品：

乘风破浪、翻滚吧！阿信、听说、湄公河行动、邪不压正、悟空传、激战、破风、匆匆那年

主要成就：

2015年第34届香港电影金像奖最佳男主角提名

2014年第32届大众电影百花奖最佳新人提名

2014年第33届香港电影金像奖最佳男配角提名

2013年第50届台湾电影金马奖最佳男配角提名

2011年第48届台湾电影金马奖最佳男主角提名

2007年第44届台湾电影金马奖最佳新人提名

曾秀，男一号，从小和沈雪长大，热心的骑士，和猫子老刘等人是好友，经常和摩友们一起进山游玩，一起参加公益活动。在众多摩友的经过一系列的艰难险阻最终在雅安和沈雪。

演员：赵丽颖
拟演沈雪，23岁



代表作品：

花千骨、楚乔传、陆贞传奇、杉杉来了、知否知否应是绿肥红瘦、乘风破浪、西游记女儿国

主要成就：

第28届中国电视金鹰奖观众喜爱的女演员

第24届北京大学生电影节最受大学生欢迎女演员

第6届澳门国际电视节最佳女主角

第3届横店影视文荣奖最佳女主角

两届上海电视节白玉兰奖最佳女主角提名

沈雪；女一号，曾秀恋人，也是一个女骑士，是摩圈的红人，知性漂亮，经常和曾秀摩友等人一起参加活动。

演员：蒋劲夫
拟演老刘，25岁



代表作品：

轩辕剑之天之痕、秦时明月、青丘狐传说、步步惊情、
分手合约、栀子花开

获奖记录

- 2013第1届 伦敦国际华语电影节 最佳男配角奖 （提名）
- 2012第4届 国剧盛典 年度最佳新人男演员奖 （提名）
- 2012第3届 乐视影视盛典 最佳新人奖 （提名）
- 2013搜狐时尚盛典 年度时尚新锐明星奖 （获奖）
- 2012风尚权力榜颁奖盛典 风尚活力明星奖 （获奖）
- 2012第8届 男士体面大奖 艺人推广奖[（获奖）

老刘：曾秀的摩友，圈内的积极活跃份子，和摩友们
一起帮助曾秀在雅安成功与沈雪相遇。

演员：孙艺洲

拟演猫子，26岁



代表作品：

爱情公寓、步步惊情、爱情是从告白开始的、全民公主、秦时明月、怒江之战、孤芳不自赏

获奖记录

- 2014 2014年国剧盛典最具潜质演员 《步步惊情》
(获奖)

公益奖项

- 2011 第15届佐临话剧艺术奖公益之星 (获奖)

猫子；与老刘曾秀等人是好友，参与了雅安邂逅的行动。

主创团队

出品人：沈 林 岳园园

制片人：王 涛 高 波

导 演：彭 志 编 剧：沈林

演 员：彭于晏 赵丽颖
蒋劲夫 孙艺洲

摄影指导：杜 杰

艺术指导：林 木



出品人：岳园园

岳园园，北京麦基影业传媒有限公司副总裁

主要电影：《甩尾王》《D+怪医》《古曼惊魂》

《北京往事》《一夜百万》《女兄弟》《夜行
夜珍惜》等



制片人：王涛

主要电影：《京囧》《急速大作战》《设计师》《心坟游戏》

综艺节目：《怪咖侃天下》《你是我兄弟》

数字电影：《检察官》系列

导演：彭志



早期跟随香港TVB合作，拍摄电视剧：《游剑江湖》《太极》《大醉侠》等；

之后进修电影导演专业，在《一代宗师》《霍元甲》《江山美人》《天下无贼》等电影中都有其身影。2011年始独立导演电影。

影视作品：《爱莲说》《迷情》《红髅》
《英雄联盟》《国恨家仇》《站警》《新生》
《海棠》《飞刀》《赛车手》《潜龙勿用》
《忠烈图》《铁沙掌》《地上最强》
《我的传奇老婆》《万水千山风雨情》



摄影指导； 杜杰

代表作品；

无人区、西风烈、大笑江湖、疯狂的赛车、疯狂的石头、罗曼蒂克消亡史

主要成就；

第1届伦敦国际华语电影节最佳摄影奖

第51届台湾电影金马奖最佳摄影奖（提名）

第11届亚洲电影大奖最佳摄影奖（提名）

第31届中国电影金鸡奖最佳摄影奖（提名）



艺术指导：林木

代表作品：

《杜拉拉升职记》 《杀生》 《北京爱情故事》 《九层妖塔》
《火锅英雄》

主要成就：

第49届台湾电影金马奖最佳美术设计奖

2012年 第7届华语青年影像论坛 年度新锐美术师 （获奖）

2012年 第49届台湾电影金马奖 最佳美术设计 （获奖）

2012年 第49届台湾电影金马奖 最佳造型设计 （提名）

2013年 第2届华语电影幕后英雄盛典 最佳美术指导 （获奖）

赞助及广告植入：



《摩旅家族》 具体类目详见列表

道具广告植入：



《星空日记》 Ninebot九号平衡车



《大腕》 可口可乐



《新喜剧之王》 新氧美容APP



《美人鱼》 五粮液

《摩旅家族》 具体类目详见列表

场景广告植入：

将产品形象等广告元素植入拍摄场景中，广告牌、海报、招贴画等。

影片中涉及的场所：购物、餐厅、汽车4S店、银行、酒店、公司办公场所等。



《疯狂的石头》& 班尼路



《杜拉拉升职记》& 屈臣氏



《夫妻那些事》& 北京家园医院

《摩旅家族》 具体类目详见列表

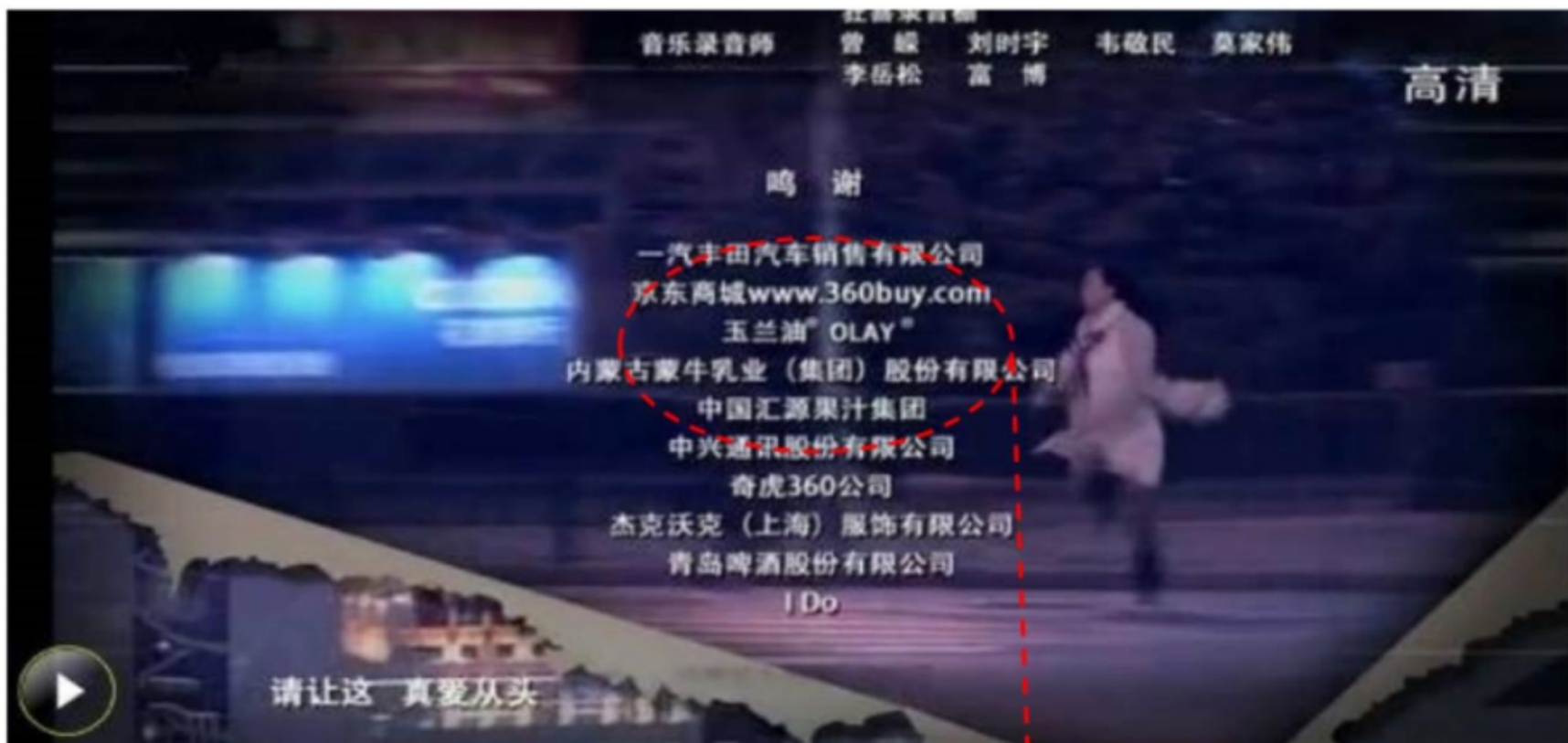
台词广告植入：



《摩旅家族》 具体类目详见列表

赞助片尾鸣谢：

随片放映的字幕展示：授予企业**片头片尾**鸣谢单位或企业联合出品单位，及企业logo展示。



影片 片头、片尾 字幕鸣谢企业

《摩旅家族》具体类目详见列表

一级广告植入：500万

类别	展现形式	
影视植入	植入方式	1.情节植入（2次）
		2.对白植入（4次）
		3.场景植入（5次）
		4.道具植入（7次）
娱乐营销	形象及名誉权	1.本影片战略合作、特别赞助等名义使用；
		2.企业方拥有海报、剧照使用权；
		3.片头/片尾企业或产品显著镜头；
		4.片尾特别鸣谢企业方logo或名称（视具体情况而定）；
		5.本影片宣传海报特别鸣谢企业方logo或名称；
	宣传活动搭载	1.企业方代表参加开机仪式；
		2.拍摄中安排品牌探班；
		3.新闻发布会企业作为鸣谢代表出席
		4.媒体报道中，提及企业名称或logo；
		5.企业代表作为嘉宾出席剧组宣传推广活动；

《摩旅家族》具体类目详见列表

二级广告殖入：300万

类别	展现形式	
影视植入	植入方式	1.情节植入（1次）
		2.对白植入（2次）
		3.场景植入（3次）
		4.道具植入（5次）
娱乐营销	形象及名誉权	1.本影片战略合作、特别赞助等名义使用；
		2.企业方拥有海报、剧照使用权；
		3.片尾特别鸣谢企业方logo或名称（视具体情况而定）；
		4.本影片宣传海报特别鸣谢企业方logo或名称；
	宣传活动搭载	1.企业方代表参加开机仪式；
		2.拍摄中安排品牌探班；
		3.媒体报道中，提及企业名称或logo；

《摩旅家族》具体类目详见列表

三级广告植入：100万

类别	展现形式	
影视植入	植入方式	1.对白植入（1次）
		2.场景植入（2次）
		3.道具植入（4次）
娱乐营销	形象及名誉权	1.片尾特别鸣谢企业方logo或名称（视具体情况而定）；
		2.本影片宣传海报特别鸣谢企业方logo或名称；

《摩旅家族》具体类目详见列表

此项目书为拟定内容，不作为合同的签约构成。



THE END

Thank you

北京中侨影联传媒有限公司