



Top  
Mobile  
Awards

---

# 「精彩生活守护者」主题配方挑战赛

- ◆ **品牌名称:** 中宏保险
- ◆ **所属行业:** 金融保险
- ◆ **执行时间:** 2022.03.15-04.20
- ◆ **参选类别:** 金融类

**行业背景：**中国保险行业经过三四十年的高速发展后，如今已进入新的高质量发展转型阶段。从“高速度”转向“高质量”，保险行业的转型和客户需求的升级对保险公司无疑提出了更高的要求：**如何围绕保险回归保障本源的初心使命，更好地服务消费者越来越理性、多元和个性化的保险产品与服务需求，成为新挑战。**

**品牌背景：**中宏保险预见行业的发展趋势和消费者不断升级的需求，宣布推出**全新的品牌主题——精彩生活守护者**，由此来重新诠释、升华中宏保险与客户、营销员和员工之间的关系，并赋予营销团队全新的价值定位与策略升级，使其成为“轻松选择，精彩生活”使命的最佳践行者。

**社会背景：**出行受阻，社交受限，反复的疫情持续影响着大家的生活。但生活中的精彩却从未断档，不管是举家郊游的春日美好，还是疫情期间携手共渡的真情流露，都值得被守护、被记录。

于是，当“**精彩生活守护者**”中宏保险遇上“**精彩生活记录者**”美图，双方一拍即合，一场关于“精彩”的创作表达原地开启。

目标:

## 强调品牌“**守护**”核心

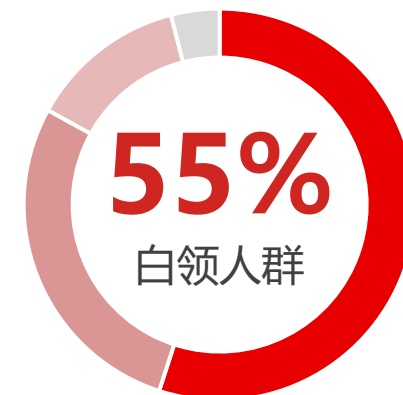
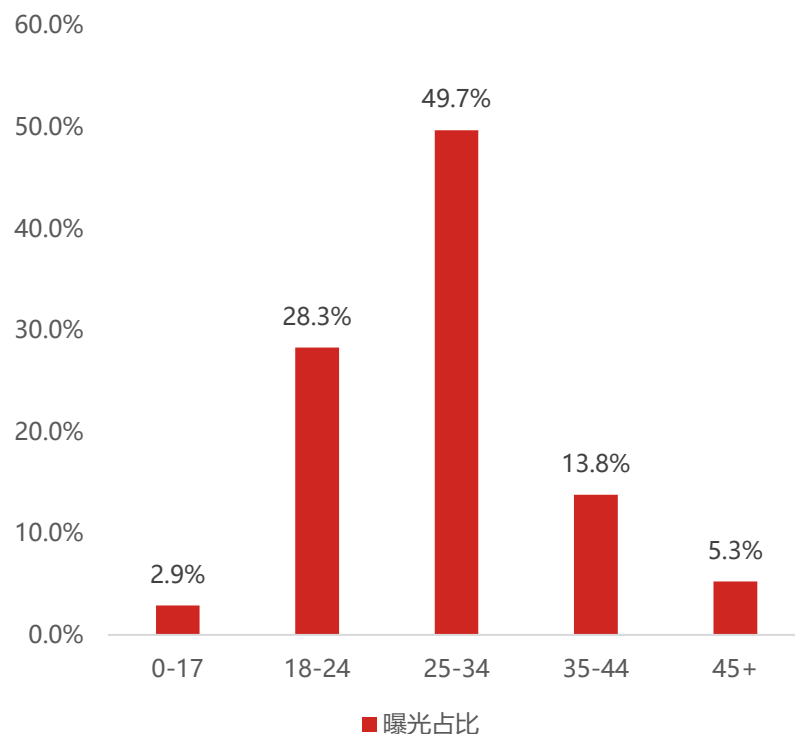
美图秀秀携手中宏保险共同发起“精彩生活守护者”主题配方挑战赛，赛事围绕品牌“守护每一份精彩”的核心命题，通过美图主题配方挑战赛新玩法，**打造一场集专业精巧与大众脑洞为一体全民共创赛事**，深度激发用户创意热情，同时在潜移默化中，让中宏保险“**守护**”的特色更深入人心。



# 消费者洞察：18-34岁年轻白领女性为主要触达对象，高度契合中宏保险目标人群

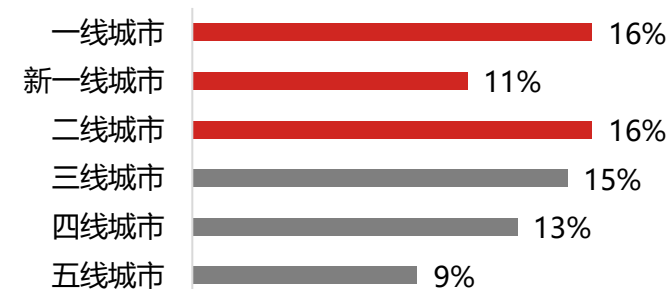
79%  
女性

18-34岁占78%



■ 白领 ■ 大学生 ■ 其他 ■ 求职中

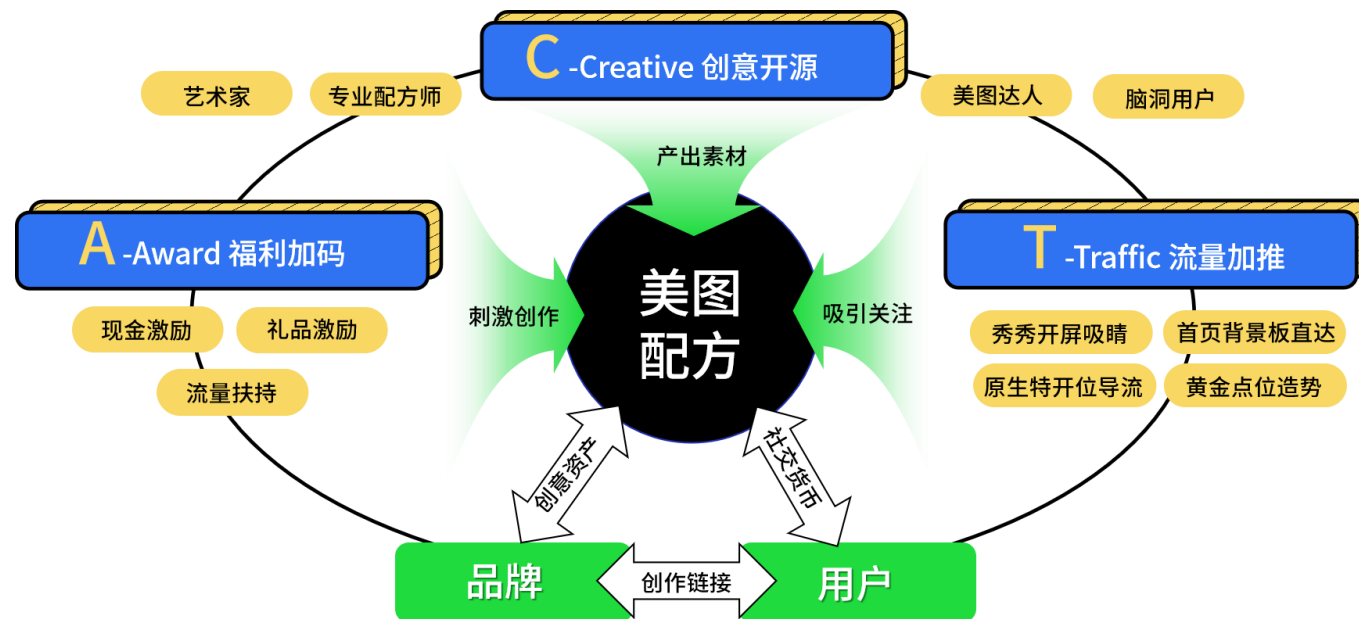
43% 高线城市



## 开辟“精彩生活守护者”「主题配方挑战赛」玩法

美图「主题配方挑战赛」以美图特色玩法「**美图配方**」为基底，在平台长达一年的月度主题式“配方高手海选赛”运营测试后，对用户参与心智、赛事流程、引流促活等多方面细致打磨，积累了丰富运营经验，从而进一步商业化打造的全新配方升级玩法。

挑战赛以“美图配方”为互动载体，整合**艺术家、专业配方师、美图达人、脑洞用户**等多圈层创意力量，辅以现金、礼品奖励等福利，搭配平台黄金点位矩阵资源，全力打造“平台x品牌”深度联创型主题赛事。



这次与中宏保险的合作，将品牌“**守护**”主题在赛事全程打亮，通过“**全民共创**”式互动玩法，拉近品牌与用户的信息交互，刺激用户变被动接受为主动参与，在脑洞创意生产中加深对中宏保险品牌的认知和记忆，助力品牌以创新玩法强势突围。



## 一、聚创作

### 半命题玩法+多圈层互动，集中释放用户创意热情

Part1:

美图设计师围绕品牌创作灵感元素，创作**三款基础素材**，结合品牌TA中产人群喜爱的**简约杂志风**为设计灵感，为后续全民配方创作保驾护航。



活动通过三款基础素材（包括1款边框，2款贴纸），将品牌信息全方位展示：

- 1/slogan(品牌愿景): 为更好的每一天; EVERY DAY BETTER
- 2/品牌主张: 精彩生活守护者; Life Partner
- 3/成立时间: 1996年11月成立 今年是25周年; 2022 Spring Vol.25 Manulife-Sinochem
- 4/公司使命: 轻松选择, 精彩生活; Decisions made easier, Lives made better
- 5/品牌核心创意符号

“「」”——取景框代表“守护”

Part2:  
定向邀请专业配方师领衔创作，预埋高质量配方作品。

在官方创作素材基础上，活动邀请平台专业配方师根据素材，围绕  
**“守护美好、守护健康、守护理想、守护成长、守护家庭、守护更好的每一天”** 六大方向进行配方创作。最终，定制产出**40款**风格各异的优质配方模板，供参赛用户参考及试用。



图5底图来源于：  
@MZ摄影-胖伟全球旅拍



## Part3:

深度激发UGC创作热情，引发全民众创风潮。  
在美图**专业配方师**的保驾护航和中宏保险对“精彩生活守护者”理念细致解读、诠释的支持下，用户对赛事主题美学洞察、创作灵感都有了更深层的感知，**进一步唤醒**了普通用户的创作热情。

配方师根据品牌素材及六大  
守护场景分别解读、演绎

中宏保险 **「守护力」**

包括多位**爆款配方**  
**产出者**，经验加持，  
更懂用户修图审美！



## 二、促参与

专属话题页聚合,黄金点位吸睛,原生路径引流

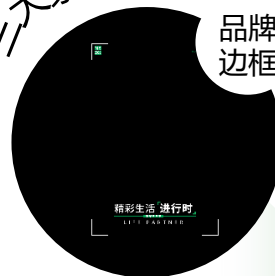
多路径促品牌与用户深度交互

不仅有多圈层创作力量为赛事保驾护航,美图也投入大量站内资源,助力中宏保险“精彩生活守护者”主题配方挑战赛**多维立体化**吸引用户参与。

项目上线伊始,活动便以**挑战赛主题话题页**为主阵地,一站式承载起了赛事所有核心内容。在话题页聚合有赛事规则说明及参赛必选素材展示,方便用户了解赛事后一键开启创作,更有优选配方推荐及参赛作品展示版块,方便用户集思广益,释放无限创作活力。

一周话题浏览量  
达348w

三大素材嵌入



# 精彩生活守护者

已收藏

每一次按下快门,记录的正是你想要守护的精彩生活。阳春三月,春暖花开,中宏保险联合美图秀秀发起首届主题配... 展开

进行中 2022年03月23日-2022年04月30日

【规则说明】

查看更多 >

参赛必选素材



试一试

试一试

试一试

精彩配方推荐



试一试

试一试

试一试

试一试

在赛事作品发布后，用户将回流至话题页信息流页面，方便一键拍同款形成**赛事闭环**，实现**参赛选手**和**打卡用户**的双重身份认证，极大激发单一用户活跃势能。而在此基础上，用户积极性也指数级提升，不再局限于以“看客”身份被动参与活动，而是以“赛事一份子”的身份积极共创，大大提升用户主观能动性，**深度展示美图平台互动营销动员实力。**



赛事作品发布后  
回流至话题页信息流  
用户可点击一键拍同款  
形成赛事闭环



而在站内曝光方面，赛事聚合美图系五大APP开屏带来矩阵式曝光，同步配合美图秀秀**首页背景板吸睛展示**，再辅以**MT情报局、push、私信推送**等内容发布，在全站无死角助推赛事发声。



MT情报局



PUSH



热搜词



热门话题



工具箱中心banner



素材中心banner

## 甄选8款优质作品登上**原生配方专区**

赛事还在站内**原生工具路径**埋点，将品牌素材同步植入“贴纸”“边框”工具栏，在细分工具版块中高频曝光。并且，甄选8款优质作品，开辟中宏保险品牌专属**“生活大片”配方专区**，集中展示赛事优质内容，供用户按需筛选成片。



配方专区点击  
451w+

## 三、助扩圈

赛事优质内容属性+内外双向资源合力，助赛事广域破圈

为深化赛事影响力，本次中宏保险“精彩生活守护者”主题配方挑战赛通过**内外双向渠道**，持续赋能活动声量，以吸纳更多用户参与赛事活动，广泛宣推中宏保险品牌主题。

在微博持续发声助推活动热度，发散用户创意，吸引大量**KOL积极参与**其中，多维度展示赛事“精彩生活守护者”的主题，吸引许多网友参与，更深刻的将品牌愿景“为更好的每一天”传达至用户心智，让品牌与用户一起在疫情下践行**积极向上的生活态度**。



百万级博主发声分享

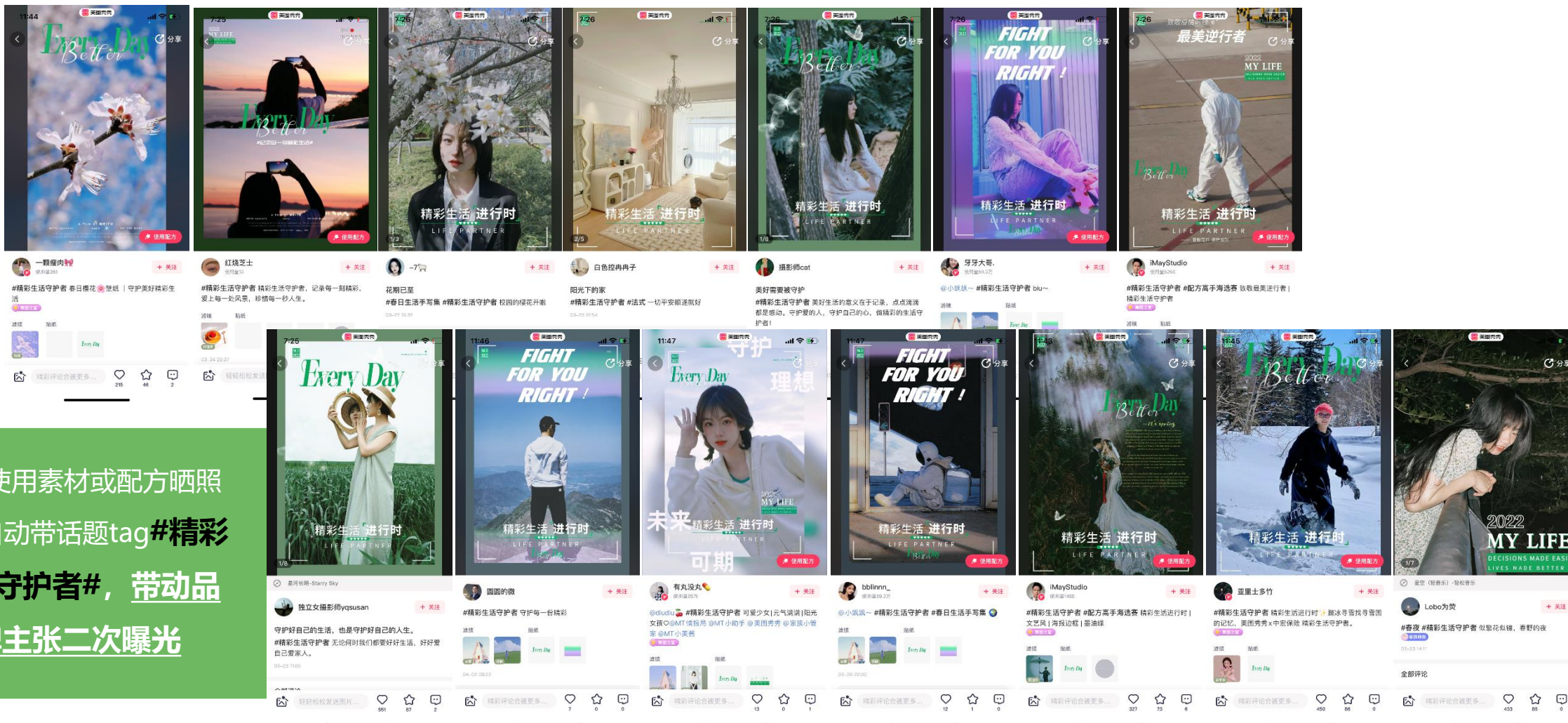
气质宝妈晒照演绎

多人设KOC应援种草

花式发声扩散首届主题配方挑战赛

晒自拍、晒日常，种草同款“精彩”配方

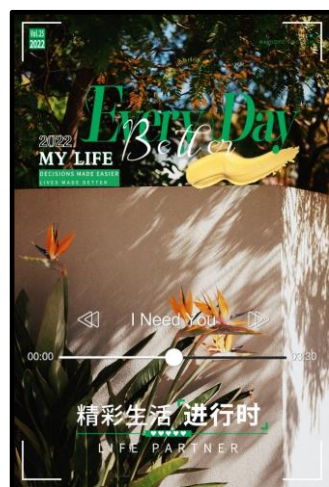
站内美图社区，在黄金硬广及原生路径的双重加持下，一周时间内有近万**UGC**持续输出各色赛事相关内容。



#

用户使用素材或配方晒照  
发布自动带话题tag#精彩  
生活守护者#，带动品  
牌主张二次曝光

8款配方使用量累计高达 **1050w**，其中**3款**配方使用量**破百万**，成为妥妥爆款



使用量: 60w+



使用量: 84w+



使用量: 89w+



使用量: 80w+



使用量: 79w+



本次美图秀秀联合中宏保险发起的“精彩生活守护者”主题配方挑战赛，赛事以**主题内容定制**为引，依托爆款「美图配方」玩法，搭配修图原生路径，全方位布局赛事，打造特色化“**全民创意众筹**”式互动营销，为品牌搭建与用户之间的沟通桥梁，将品牌理念渗透用户心智，烙下了中宏保险“**精彩生活守护者**”的深刻印记。

项目收获**曝光超5.2亿**，优质配方产出**40款**，赛事配方**总使用量超1050万**，中宏保险“精彩生活守护者”的概念成功输出，活动圆满收官。

首届  
**配方挑战赛**

美图&中宏保险共创首届主题配方挑战赛，以**#精彩生活守护者#**为核心命题  
通过有奖创作/晒照吸引用户聚拢，利用赛事素材和场景捆绑巧妙释放品牌“守护力”  
让用户产生品牌联想，潜移默化对精彩生活的守护期盼投射在中宏保险上

流量聚焦



以联创赛事撬动平台亿级流量  
品牌曝光效果加成

创意演绎



多圈层力量半开放式创作  
千人千面演绎品牌“守护力”

双向互动



化单向输出为双向互动  
用户既能创作配方也能使用配方