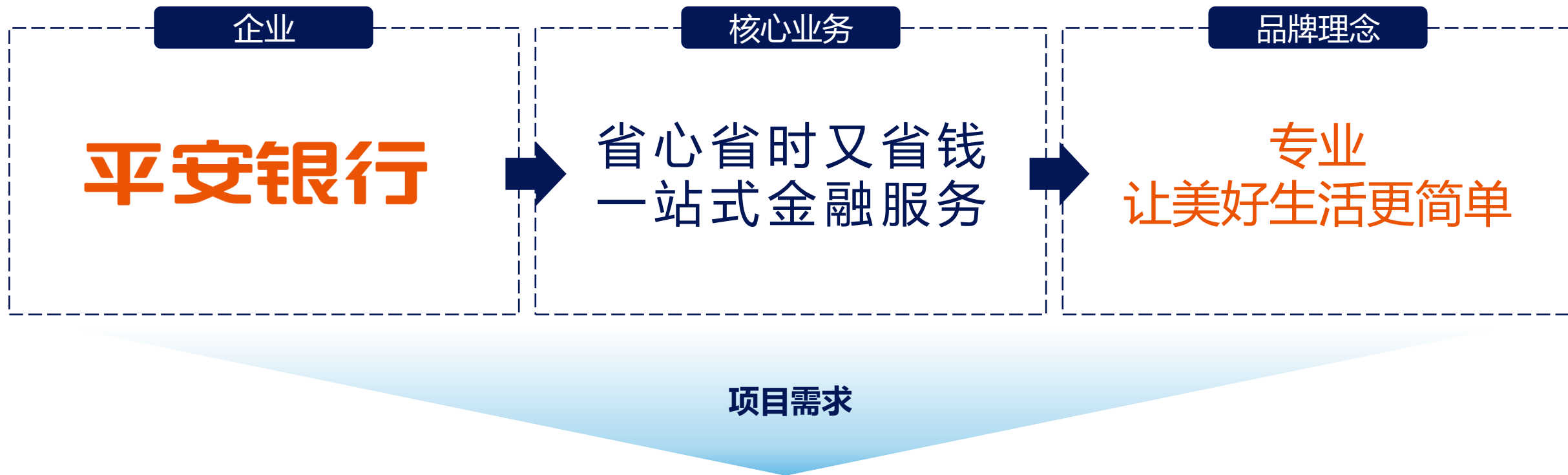


当金融遇上相声，原来你是这样的平安银行

- ◆ **品牌名称：**平安银行
- ◆ **所属行业：**金融
- ◆ **执行时间：**2022.08.01-08.26
- ◆ **参选类别：**短视频营销类





深化“专业，让美好生活更简单”的品牌理念

通过创意性的视频与群体进行有效沟通，引爆品牌声量

玩出趣

活化平安形象

让金融品牌也可以
流行起来!

玩出圈

夯实品牌理念

让一句口号抓住每个
用户心智!

玩出声

提升品牌声量

让分散的触点实现
聚焦引爆!

群体洞察



当代人工作生活 **压!力!大!**

疫情防控常态化，经济情势严峻，生活工作充满不确定性，社会不安感加剧

空气中焦虑、不安、迷茫的情绪因子，一点即着

让人片刻放松大笑的相声综艺、脱口秀节目等内容深受观众喜欢



我们选择当下流行、大众接受度高的

民间喜剧艺术 **「相声」**，作为创意原点

形式

跨界合作 制造趣点

专业
科技
温度



相声新势力

颠覆传统
百般武艺

主题

突出理念 营造热点

向美好生活启程

创意

古今碰撞 创造看点

打造情景喜剧，用现代人的方式，为古人解决理财难题
在相声中巧妙地融入平安卖点，趣味横生

创意视频

《向美好生活启程》 情景喜剧，爆笑上演

视频概述

- 视频采取实景加特效渲染的拍摄手法。
- 讲述了列车在开往过去的途中，现代人列车长玉浩碰到了三位古人（卢鑫一人分饰三位古人），他们各有各的烦恼：**杜甫创业受阻、唐伯虎理财不当、王羲之忧心家族财富传承。**
- 列车长给他们提供了**平安银行的个性化解决方案**，解决了杜甫的资金需求、唐伯虎的财富管理需求，王羲之的个性化理财需求。

相声新势力王炸组合：卢鑫 玉浩



创意
视频

古人也有金融难题？平安金融巧应对，三大故事笑出圈！

流行歌曲、快板、RAP、京剧等多元演绎方式，让用户轻松Get平安银行专业的价值和力量

故事1：杜甫的创业之路

体现平安银行满足最广大用户的资金需求



故事2：唐伯虎的理财之路

体现平安银行满足最广大用户的财富管理需求



故事3：王羲之的传承之路

体现平安银行满足高端客群的个性化需求



“多场景情感连接 + 多元化粉丝矩阵 + 多平台流量阵地 + 多维度内容”

共同发力，实现传播影响力大、覆盖面广的效果

step1

做热度 创意出圈•触达广大受众



平安银行视频号/官博全网首发《向美好生活启程》视频，卢鑫微博账号、玉浩微博账号强势围观转发，吸引用户互动，传播裂变。

step2

做深度 平台联动•撬动粉丝效应



艺人在B站/抖音/快手同步发布视频扩散，燃起传播势能，将相声圈粉丝对相声艺人的喜爱，转化成对品牌的喜爱，捕获更广的受众圈层。

step3

做广度 全网围观•打造品牌声量



生活/民生/娱乐/财经类视频号媒体持续推助，同时投放视频号原生广告，为用户群体提供沉浸式的视频体验，产生势能裂变。

step4

做高度 媒体报道•夯实品牌标签



多个财经KOL深度解读视频背后展现的平安银行“五位一体”新商业模式；权威媒体中国银行保险报做了全面的专题报道。

截至2022年8月26日

3.05亿+

项目总曝光量

2670万+

相声视频总播放量

2.67亿+

相声视频总曝光量

95000+

相声视频总互动量

350万+

媒体发稿阅读量

此次,《向美好生活启程》相声视频在平安银行对外+对内渠道、艺人渠道、外部媒体渠道进行投放,在社交媒体上吸引大量观众点击收看,引发热烈讨论。视频不局限于关注平安银行的用户,更扩散到艺人粉丝群体以及其他圈层用户,实现内容的破圈传播,传递了平安银行一站式解决用户全生命周期不同的金融生活需求的品牌形象。

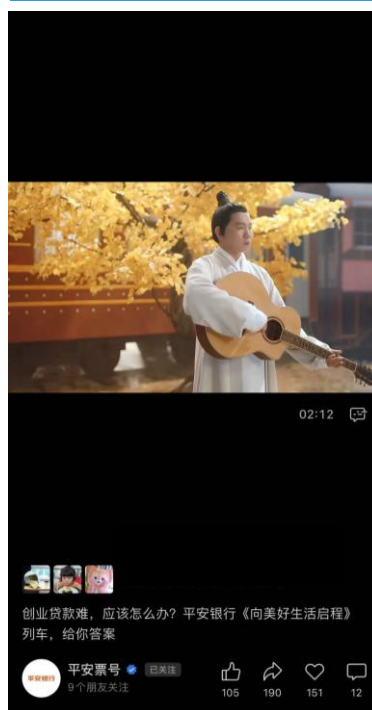
平安银行自有媒体矩阵齐发布，对外传播扩散引发大众热议

平安银行通过其自有媒体渠道（官方微博、平安银行视频号、平安票号）率先上线《向美好生活启程》视频，在社媒上吸引大众围观讨论，视频总播放量超630万+，互动量超8400+。

平安银行官微全网首发完整篇



平安票号上线泰山篇、桃花庵篇、兰亭篇

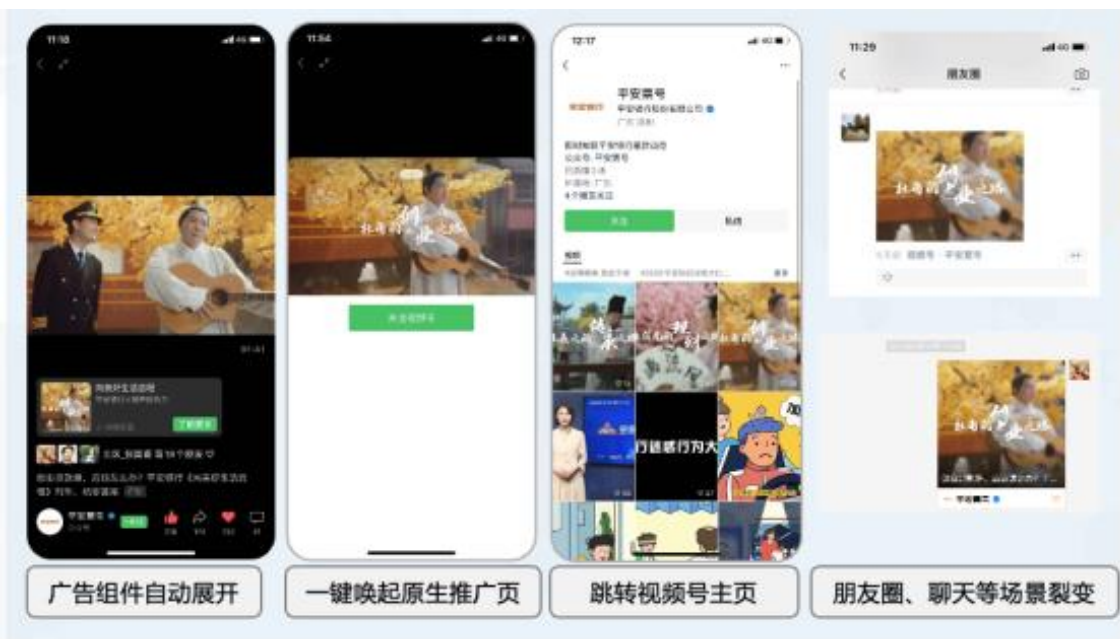


大胆采用视频号新玩法，链接上亿用户，流畅转化链路实现高效裂变

平安银行大胆尝试腾讯于7月刚上线的视频号原生广告功能，突破了原有的广告场景，通过视频号原生广告连接亿级短视频爱好用户群体，以内容连接用户群体社交和品牌私域，通过无打断式转化链路体验实现高效裂变。

引流私域 流量沉淀 长效运营

广告组件自动展开，用户点击强提示，一键唤起原生推广页实现边看边引流。同时支持分享朋友圈、社群等，实现用户社交圈层突破。



视频投放获高热度 后续稳定提升

在本次投放中，广告使用视频号原生广告组件跳转半屏原生页，凭借无打断式的转化链路体验，实现高效裂变。

投放时间：8.10-8.13

视频有效播放量 超过百万

总曝光量 超650万+

点赞 5000+

投放当天微信指数提升 99%+



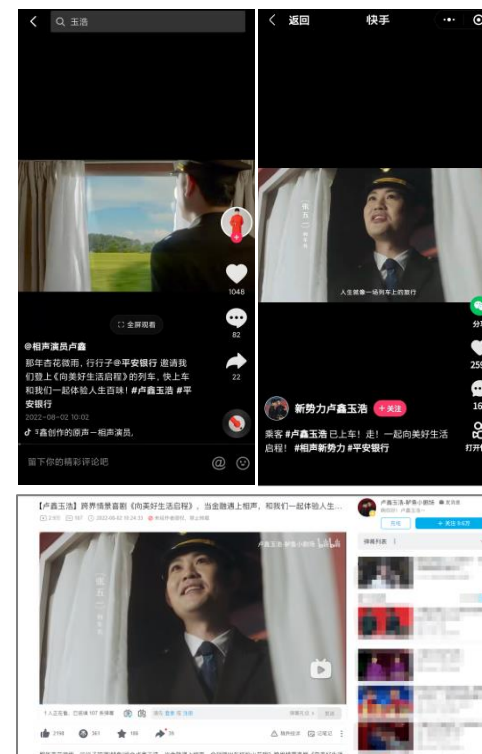
相声新势力卢鑫玉浩、官方大V围观转发，助推视频裂变扩散

借助相声新势力卢鑫、玉浩自身的流量，通过其官方微博、抖音、快手、B站等渠道发布，精准触达粉丝群体，助推内容破圈。视频总播放量超650万+，互动量超3万+。

卢鑫玉浩工作室直发完整篇



相声演员转发平安银行官微，抖音、快手、B站账号上线完整篇



一线影响力媒体集体发声，软性发布提升内容话题度

截至8月20日，围绕《向美好生活启程》相声视频共投放15次，覆盖生活、娱乐、民生、财经、商业等一线媒体，视频总播放量超1268万+，互动量超5.3万+。

媒体类型	媒体名称	发布内容
财经类视频号直发	凤凰网财经	完整篇
生活类视频号直发	生活热门说	完整篇
娱乐类微博号直发	冲浪提提	泰山篇
民生类微博号直发	vista看天下	泰山篇
民生类视频号直发	南风窗	泰山篇
娱乐类视频号直发	香蕉娱乐	泰山篇
民生类视频号直发	新京报	桃花庵篇
生活类视频号直发	疯狂百科	桃花庵篇
商业财经类视频号直发	商业导向标	桃花庵篇
娱乐类微博号直发	芒果综艺网	桃花庵篇
娱乐类微博号直发	饭圈壹姐	桃花庵篇
娱乐类微博号直发	娱乐圈长	兰亭篇
民生类视频号直发	新周刊	兰亭篇
生活类视频号直发	生活COSMO	兰亭篇
商业财经类视频号直发	商界观点	兰亭篇

大V号在主流视频平台扩散 (部分传播截图)

