

# 中国邮政2023报刊大收订宣传片-订阅更大的世界

- ◆ **品牌名称:** 中国邮政集团有限公司
- ◆ **所属行业:** 网络平台及服务类
- ◆ **执行时间:** 2022.12.24-2023.01.24
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-短视频

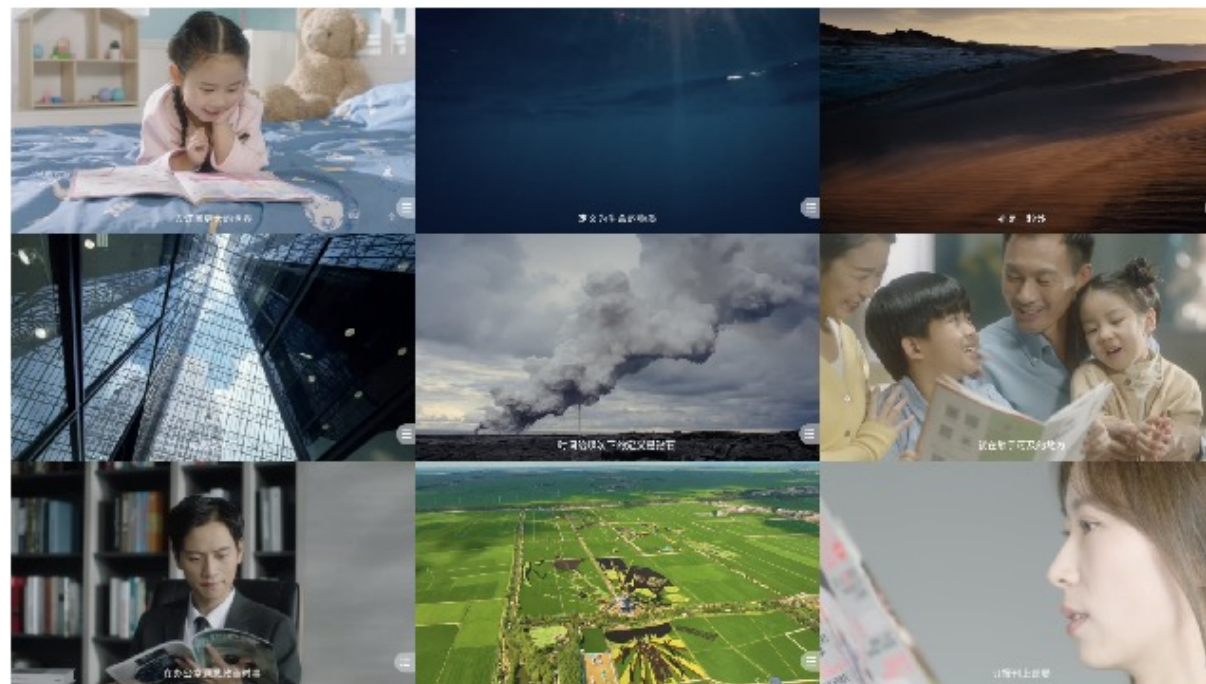
在2023年报刊大收订开启之际，以三大市场目标人群为立意点策划品牌宣传片，展现本次报刊大收订活动主题，加深受众对于“订阅”所带来的改变的直观认知，完成中国邮政报刊订阅读发行的国家队和主渠道的使命，打造报刊订阅品牌。

在订阅美好生活的核心主题下，在品效合一的营销目标中，如何通过宣传片建立与三大市场的目标人群沟通的桥梁，使内容适配产品使用场景和营销场景，进行营销的全覆盖，将宣传直达受众，并将订阅之于阅读着重突出，引导受众主动订阅是本案的重点课题及挑战。

## 核心创意点阐述

通过人类在各领域对于更深层次知识、更广阔天地的探索，从宇宙到生活细微，知识的探索从未停止，订阅的意义自然显现；从原始文明到现代社会，视野的延伸也因为知识不断增长，订阅的价值不言而喻。用文案和画面共同演绎了人类如何触达更大的世界，其中自然露出订阅的益处，旨在从情感上与用户产生契合，增强消费者对中国邮政报刊大收订的认知。

- 创意表现方式



视频链接: [https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNTkzOTkzMTI0OA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNTkzOTkzMTI0OA==.html)

**主题确定：**主题设定为“订阅更大的世界”。通过这个主题，强调中国邮政服务的广阔性和及时性，向公众传递邮政服务的美好体验和文化内涵。

**插画设计：**运用宣传片形式，将人、山水、建筑、动物等元素置于书中。每个画面都通过不同场景展示不同元素的美好景象，如一位白领在办公室中阅读报刊，或者书一家人一起阅读报刊。这些画面将中国邮政的服务与美好的场景相结合，营造出愉悦、温馨的视觉效果。

**色彩与构图：**运用鲜明而丰富的色彩，突出每个画面的主题和情感。通过精心设计的构图和细节处理，使每个海报充满艺术感和吸引力，吸引观众的注意力。

**文化元素融入：**在画面中融入中国邮政的文化元素，如传统建筑、民俗活动、书法等，强调中国邮政的文化底蕴和传统价值观。