众安保险×《华彩传承晚会》跨界联动
打造CNY营销新范式

- **品牌名称：**众安保险
- **所属行业：**保险行业
- **执行时间：**2023.01.09-02.10
- **参选类别：**金融类

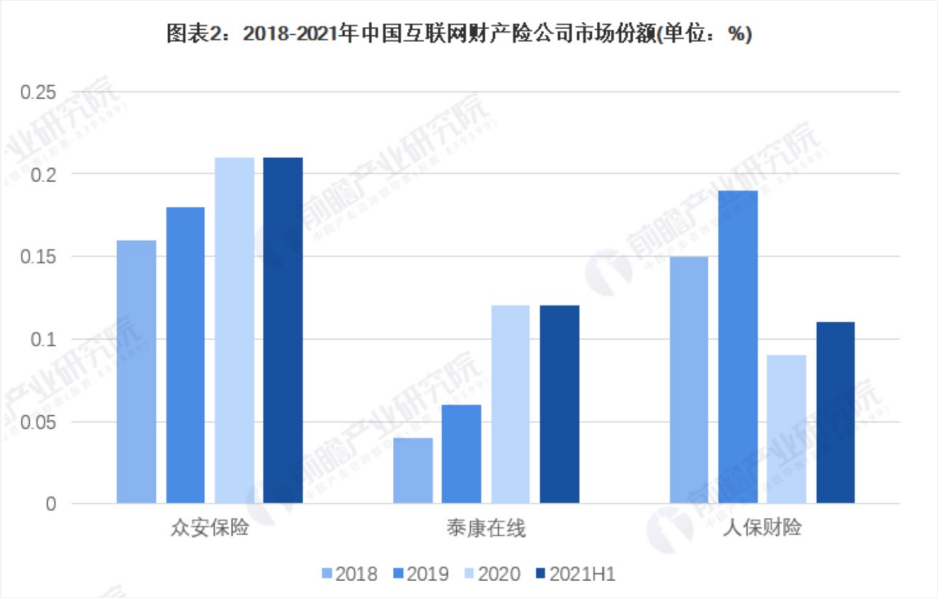
背景&目标

众安保险

市场份额
TOP1

众安保险是中国首家互联网保险公司，"互联网+保险"基因深厚

- 中国互联网财险领军企业，市场份额连续多年稳居第一；
- 近年来互联网保费收入不断上升，众安保险在互联网财险领域具有领先优势；
- 众安保险目标受众为高收入、高学历、高线城市人群，通过线上渠道购买保险的比例更高，更关注产品的性价比。



借CNY契机，如何探索高价值渠道

自2020年首次与抖音合作《发财中国年》项目之后，2023年的春节众安保险再次将抖音作为品牌春节营销的主要阵地，**如何避免纯粹的流量营销玩法，打造有价值的品牌声音?**

如何探索全新场景内容玩法，引发共鸣

如何打造一个既接地气，又有高信任度、高调性的金融业品牌，成为众安保险需要攻克的难题。

背景&目标

众安保险总冠合作《华彩传承晚会》，打响CNY营销

- 众安保险在CNY节点，希望通过大IP项目向用户**渗透品牌认知**；
- 总冠合作《华彩传承晚会》，以**“温暖守护”**主题传递品牌形象；
- 实现**涨粉、活跃直播间、导流购买**等目标。

渗透品牌认知

传递品牌形象

促进涨粉转化

保险和非遗文化深入跨界，众安保险书写品牌升级新范例

保险 + 非遗

众安保险以非遗文化作为突破点，讲述一个保障非遗文化传承的故事，既符合春节传统的节日氛围更也突出众安保障与守护的国民保险品牌形象，**在新春节点传达品牌温度。**

借势非遗文化，提升众安保险品牌好感度

晚会“共创”讲述非遗文化传承故事

春节营销季，众安保险抓住非遗文化作为突破点，利用**保险和非遗文化跨界**，讲述了一个“保障非遗文化传承的故事”，实现破圈向上。

凸显众安保险“保障与守护”的保险本质

非遗晚会从形式上契合春节的节日氛围，晚会内容上则侧重对非遗文化的保障。众安保险的定位是普惠性的国民保险品牌，与非遗晚会的内核其实是一致的，两者都在体现**「保障与传承」**。

明星创意内容赋能，提升众安保险品牌声量

龚琳娜互动演绎文化故事，提升品牌声量

龚琳娜首次现场演唱《陆吾神》，用歌声讲述传统文化故事，与观众热情互动，分享众安保险带来的温暖守护，**大幅提升众安保险品牌声量。**

龚琳娜拍摄祝福视频，传递品牌理念

华彩传承夜合作艺人龚琳娜拍摄抖音定制新春祝福视频，面向华彩传承夜的观播用户做投放，**让观众更深刻感受到众安保险带来的贴心保障。**

开拓全新场景内容玩法，唤起品牌文化共鸣

国风舞台+AR技术等全新玩法，打造沉浸式用户体验

晚会合作中，寓意非遗文化在传承与创新中繁荣壮大的AR“华彩云杉种子”在「众安是福」的守护下绽放成参天大树，**形式新颖，视觉冲击力强，贴合众安的互联网保险科技属性**，进一步凸显出众安保险“温暖与守护”的品牌特质，加深用户的品牌印象。

打造金融直播IP，沉淀品牌5A兴趣人群

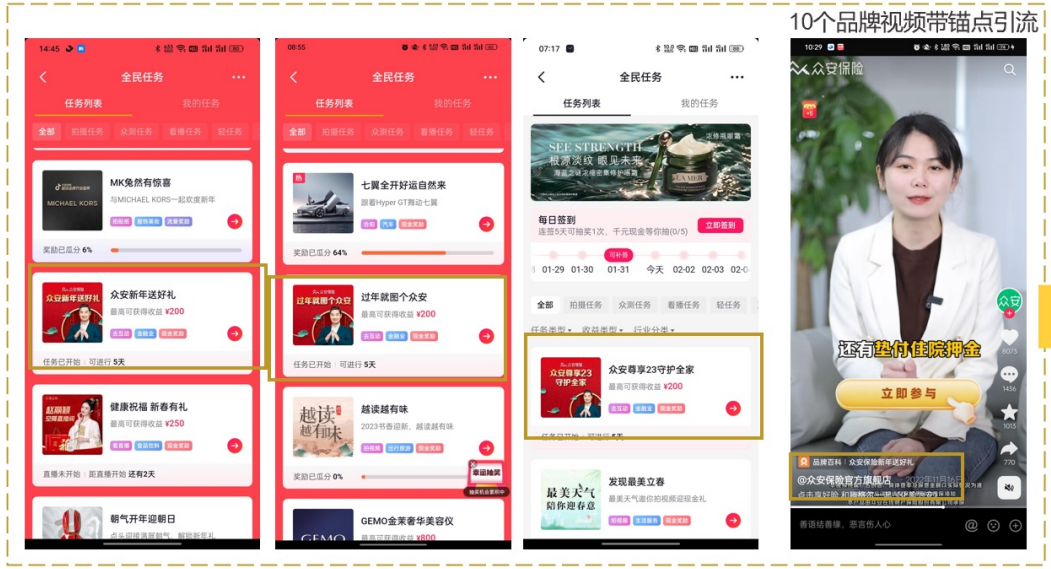
重磅IP为品牌强势引流，沉淀人群资产

《华彩传承晚会》作为平台重磅IP为品牌带来巨大关注度，众安保险立即对直播观众进行复投，将晚会观众**沉淀为品牌的5A兴趣人群。**

承接晚会热度，联动非遗达人强势引流

承接非遗晚会热度，众安保险又推出「华彩传承晚会的番外篇」，与多位抖音非遗达人进行内容联动。在进一步传播优秀非遗文化的同时，继续**深化保险和非遗文化的联动效应**，为品牌直播间引流。

多元任务组合及多渠道宣发，全面提振品牌影响



多元产品助力品牌植入，多任务组合精准引流

晚会期间，品牌综合运用直播产品(关注组件、弹幕、共创组件、定制礼物)，及各类口播、角标、压屏条等植入，**全时段捕捉用户注意力。**

在品牌全民任务中设置多个轻任务组合，为品牌任务精准引流，助力品牌**积累粉丝人群，活跃经营阵地。**

多宣发渠道及资源助力曝光，放大品牌影响力

在活动长尾传播中，网媒与客户端自媒体号同时发力，并联动30个营销社群，全面扩大IP影响力，**提振众安保险品牌知名度。**

效果&反馈

华彩传承晚会效果

项目总曝光	直播观看人数	站内播放	全网收获热点
21亿+	3588万	1.4亿	9个

定制全民任务效果

品牌话题

总播放：1.7亿

总投稿：6.2万

点赞数：337万

评论数：46.2万

分享数：16.7万

品牌贴纸

播放量：4049万

投稿量：2万

点赞数：129万

评论数：18.3万

分享数：3.4万

品牌任务

过审播放：3600万

过审投稿：7942

累计投稿：9456

点赞数：113万

评论数：15万

分享数：3.4万

看播任务&轻任务效果

看播实惠版x3

只展示部分数据，详见另外的表

累计涨粉：8456

累计评论：208万

参与人数：4.1万

人均评论数：37~66

人均看播：41~119分钟

轻任务x4

只展示部分数据，详见另外的表

累计涨粉：16.6万

视频点赞：75.7万

参与人数：24.7万

人均官号浏览：44~165分钟

日均官号浏览：1.7万~4.3万

总曝光预估7亿，实际21亿+，完成率300%，**收获大曝光**；

直播观看人数3588万，高于众安合作腾格尔演唱会的2260万，也高于同类节目《国风大典》单场2500万。