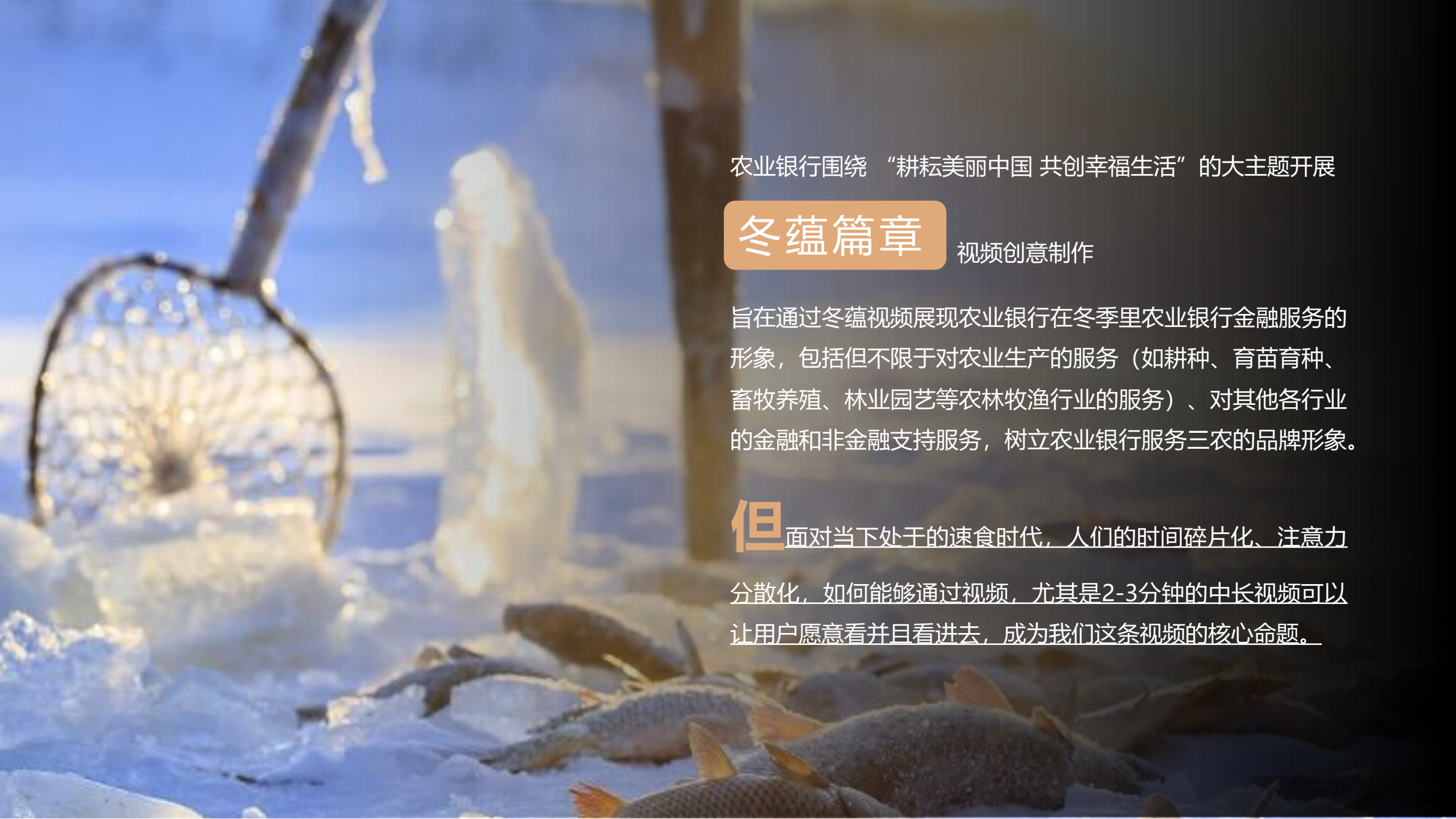


农业银行【冬蕴美术馆】

- ◆ 品牌名称：农业银行
- ◆ 所属行业：金融类
- ◆ 执行时间：2023.12-2024.01
- ◆ 参选类别：商业短片

The background image is a winter scene. In the foreground, several fish are lying on a layer of snow and ice. In the middle ground, a fishing net is partially visible, and a person is standing in the background, slightly out of focus. The overall color palette is cool, with blues, whites, and greys, accented by the orange of the text boxes.

农业银行围绕 “耕耘美丽中国 共创幸福生活” 的大主题开展

冬蕴篇章

视频创意制作

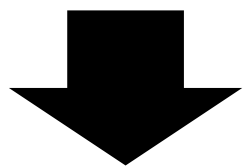
旨在通过冬蕴视频展现农业银行在冬季里农业银行金融服务的形象，包括但不限于对农业生产的服务（如耕种、育苗育种、畜牧养殖、林业园艺等农林牧渔行业的服务）、对其他各行业的金融和非金融支持服务，树立农业银行服务三农的品牌形象。

但面对当下处于的速食时代，人们的时间碎片化、注意力分散化，如何能够通过视频，尤其是2-3分钟的中长视频可以让用户愿意看并且看进去，成为我们这条视频的核心命题。

让片子具有传播力、感染力、影响力

形式上

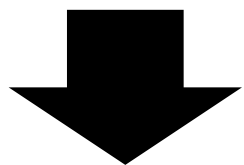
新鲜独特



创造第三视角
看农业故事

内容传播上

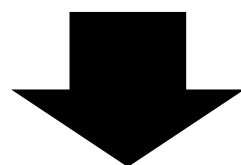
清晰传达出农业银行对
农业的各项金融以及非
金融支持



产品扶持精准植入
带出农行服务精神

情感上

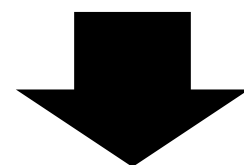
有共鸣



精准洞察每个时段
人们内心的渴求与盼望

传播覆盖上

针对农业作业人群以及
上下游产业链精准覆盖



分众营销
媒介精准触达

树立农业银行服务三农的品牌形象

● 洞察&创意



犹记得《博物馆奇妙夜》中
当博物馆里一件件藏品活过来的时候
那种神奇的设定和感受
如若冬季里有一座美术馆
里面是一幅幅冬藏鲜活的画面
它们也活过来了
又会发生什么有趣的事情呢？

第三视觉：观展人看到的“冬蕴”

● 洞察&创意



年轻人不着急
耐心守候
那些蕴藏的美好终将绽放



冬蕴美术馆
开业了



这些画
居然会动



● 洞察&创意



故事一：《穿越雪冬》

农民看了一下雪里的苗，然后很开心地说道：幸亏提前做足了越冬的准备，看向一旁的农业银行牌匾，说道：幸亏有你这位老朋友帮忙，点出了农业银行对农业的帮扶支持作用。

● 洞察&创意



故事二：《智慧大棚》

农业银行客户经理拜访了大棚种植的客户，发现棚里已经大变样，一切都智能化，冬天也能吃上新鲜蔬果，两人交流间发现了画外观展的女生，将棚内的番茄递出来给到女生品尝。

洞察&创意

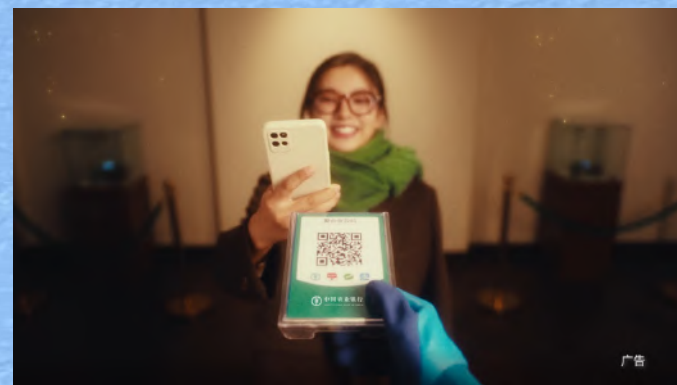


故事三：《卖年货》

一位在渔港码头的女生，正在直播带货，推销刚刚捕捞上来的渔货，而摊位上的农业银行收款码也点出了业务属性，同时三个不同的人物：农民、大棚种植户、渔港带货女生，人群的多样性广泛性，带出了农业银行从多类型多业务属性助力农业发展繁荣。

● 作品展示

“冬蕴”篇 视频分镜



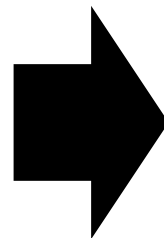
➤ 视频观看链接: <https://v.qq.com/x/page/v3536nkl43j.html>

效果&反馈

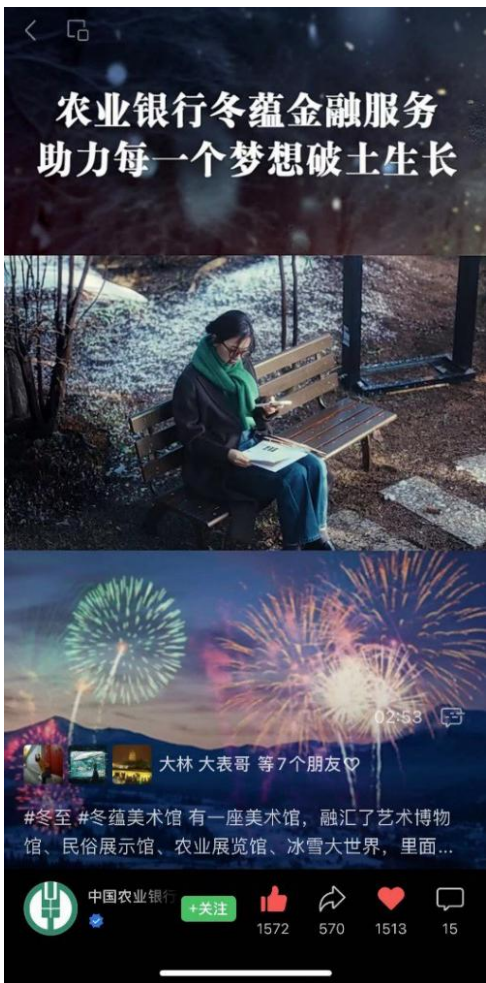
官方自媒体矩阵
中实现全渠投放

各地市营业分行
轮播投放

农业银行客户朋
友圈自行转发



有效触达目标用户群体
精准覆盖产业链上下游



获品牌评定年度优秀作品

系列视频曝光量超1亿+

全渠获赞数超5万+