

| 平安24全球守护计划

- ◆ 品牌名称：中国平安
- ◆ 所属行业：金融类
- ◆ 执行时间：2024.07.30
- ◆ 参选类别：商业短片

● 背景&目标

- 随着我国对外开放持续扩大，“一带一路”建设稳步推进，更多的企业背负了“走出去”“出海全球化”“参与一带一路”建设的国家责任，释放新质生产力，为全球经济、冒雨与投资走出低迷注入动力，同时，疫情带来的世界影响逐渐减弱，越来越多的公民也开始选择出行旅游、留学，恢复日常生活。而世界百年未有之大变局正在加速演变，国际环境正在发生深刻复杂的变化，传统与非传统安全风险的上升，都给在国外的中国公民、中国企业带来前所未有的风险和挑战，也让人民群众对领事保护与协助的需求日益上升。作为中国平安整合全球优质资源协同打造的境外旅游意外险“平安24全球守护计划”，24小时全天候、全球范围、全场景保障出境人群的健康与安全，守护出行人员平安，陪伴用户跨域山海，一路平安。



洞察&创意

- 在目前的碎片化信息时代，针对企业领导者和高层的产品宣传片，很容易陷入平庸且无趣的「PPT式宣传」如同飞机起飞前的安全演示片，大多数人看到枯燥乏味的视频画面和僵硬的演示就低头玩手机，很难认真地看完繁杂的条规。如何让影片更加有趣、能够吸引眼球，同时又减少产品说明的刻板印象，能给人留下深刻记忆，成为此次影片的重点。
- 基于以上洞察，我们将“平安24”化身为“出境生活小帮手”，为每位出境人员打造一份贴心的「出境安全须知」结合平安24强大的保障团队（平安首席安全官、客服坐席、平安专员、化险救援顾问等），在伪一镜到底的代入感场景里，将产品卖点有趣地进行展示，也让受众能够更直接地感受到在这样的场景下，有安全保障很重要。影片整体节奏高效、视觉连贯，重点突出，让人记忆深刻。



● 作品展示



作品链接：<https://www.xinpianchang.com/a13128914?from=UserProfile>

● 效果&反馈

- 视频在平安24视频号及小红书等社交媒体账号一经推出，便快速传播、出圈，触达目标人群，同时也引起平安人内部人员、平安代理人的自发传播，真正让产品走进了用户的身边。

