

《我的养老社区闯进外来客》 微短剧营销战役

- ◆ 品牌名称：中国人寿
- ◆ 所属行业：金融保险类
- ◆ 执行时间：2024.12.05-2025.01.02
- ◆ 参选类别：金融类





案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://www.kuaishou.com/f/X-3XW09QoN6A81kP>

<https://www.kuaishou.com/f/X-7oEU66wED2nPk1>



背景&目标

中国人寿 | 健康投资
CHINA LIFE
情投健康 心铸幸福

国寿嘉园
China Life Caregarden

养老选国寿

安享体康同

项目背景：
如何通过高效的营销方式
提升康养需求人群对于中国人寿康养产品的心智
认知，进一步赋能业务增长



背景&目标

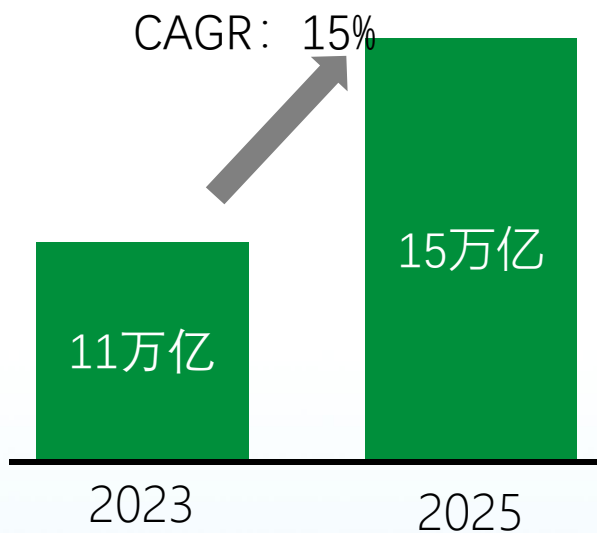
响应国家政策支持康养



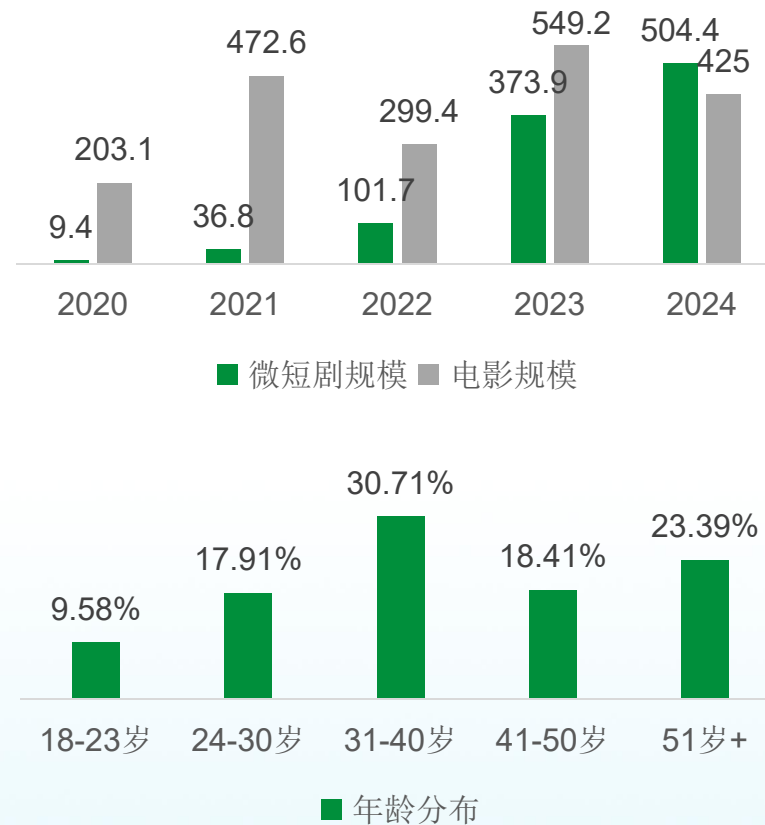
响应“十四五”养老金融政策号召，深入做好养老金融大文章，加快建设养老金融国寿服务体系，积极探索“健康保险+健康管理”“养老金融+养老服务”的新模式，全力践行“服务国家发展大局 守护人民美好生活”企业使命。



老龄化驱动康养市场增速



微短剧营销趋势猛增





结合康养嘉园的市场分布、目标人群40岁+的分析
以短剧内容传播和宣传康养嘉园的品牌认知和产品特色，
通过快手这个目标群体高频中高时长的媒体平台，进行覆盖和触达。



以微短剧为载体，“生活化”演绎
中国人寿康养嘉园的美好生活



“ 中国人寿26集系列短剧

我的养老社区闯进外来客

剧情梗概：该剧讲述了一个老年团意外住进了一个高端养老社区所引发的种种趣事。老年团的导游夏雪凝和养老社区的管家戚小赢，二人每天都处在林林总总的矛盾漩涡之中，或是爱情、或是亲情，又或是友情。而同为服务人员，他们理解彼此的难处，也难得的志同道合。二人从不畏惧困难，一起搭档化解了一个又一个的冲突，让欢声笑语重新回到每一位老人身上。



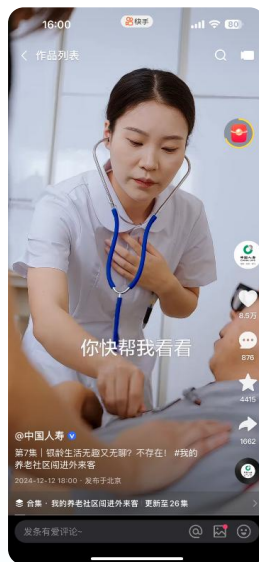
产品服务深度植入剧情



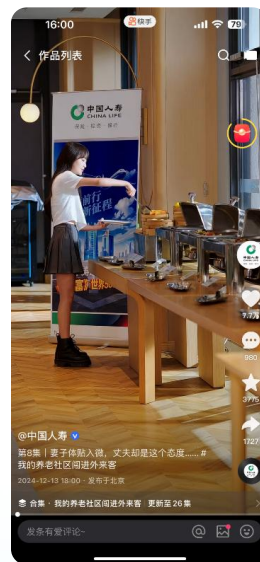
国寿嘉园场景深度植入



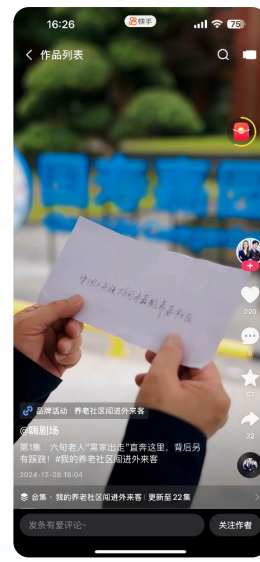
中国人寿业务信息口播植入



国寿嘉园服务深度植入



组件引流用户提升认知



原生内容场景引导，一站式完成用户教育&品牌关注





效果&反馈

总播放量超1亿，跃升成为快手爆款短剧

10000w+

短剧总播放量

194w+

短剧总互动量

4.1w+

总涨粉量

1亿+

话题总曝光

