

中国平安·居家养老品牌发布片 《盛放》

- ◆ **品牌名称：**中国平安人寿保险股份有限公司
- ◆ **所属行业：**金融保险行业
- ◆ **执行时间：**2022.09.28
- ◆ **参选类别：**移动创意作品类-短视频

结案视频



<http://www.zhichengbona.com/archives/7411>

创作背景与目标：

随着中国社会老龄化程度的加深和居民财富水平的上升，国人多层次、高品质养老需求也在不断增长。基于“9073”的养老模式下，中国平安持续加码居家养老市场，打造具有平安特色的养老模式。

9月23日，中国平安召开以“平安管家，伴您回家”为主题的中国平安居家养老品牌发布会，为长者打造“老人舒心，子女安心，管家专心”的一站式养老服务。平安首次以XR环形巨幕屏，打造“电影级”视听效果，场景化呈现，让观众全程身临其境，带来全新体验。洞察国民“以家为根”的养老憧憬，深度探讨高品质的养老之道。从破题到创新，从养老到享老。从而引出中国平安居家养老品牌“平安管家”重磅发布。



创意阐述：

发布会提出“平安理想养老之家”概念，结合平安的居家养老服务打造了理想养老之家的虚拟场景，结合发布品牌调性打造了充满国风禅意的写意场景。这不仅是一次发布会，也编织了一场“银亮色的梦”，让国人一齐见证了“理想养老之家”的诞生。

《盛放》作为发布会重要环节，我们特邀北京人民艺术剧院国家一级演员李光复，在诗情画意的中国山水中朗诵诗歌，娓娓道来中国平安居家养老的品牌核心价值主张之一，愿曾披星戴月赶路的老年人，在人生第二春放慢脚步，去慢慢感受路，去感受中国平安居家养老的温度！此次发布会，我们携手多位不同行业的专家，以诚恳的讲述方式，真挚的情感，面对面与大众分享交流关于中国人“归根”的特有情感。



效果与影响：

发布后，助推了产品的用户感知，加深了品牌的影响力，界定了产品角色，刷新了产品表达，实现了主推产品的用户圈粉。不仅如此，线上发布会在对外直播后，浏览量也十分可观，且回放视频全网曝光量迅速突破千万并持续发酵。