

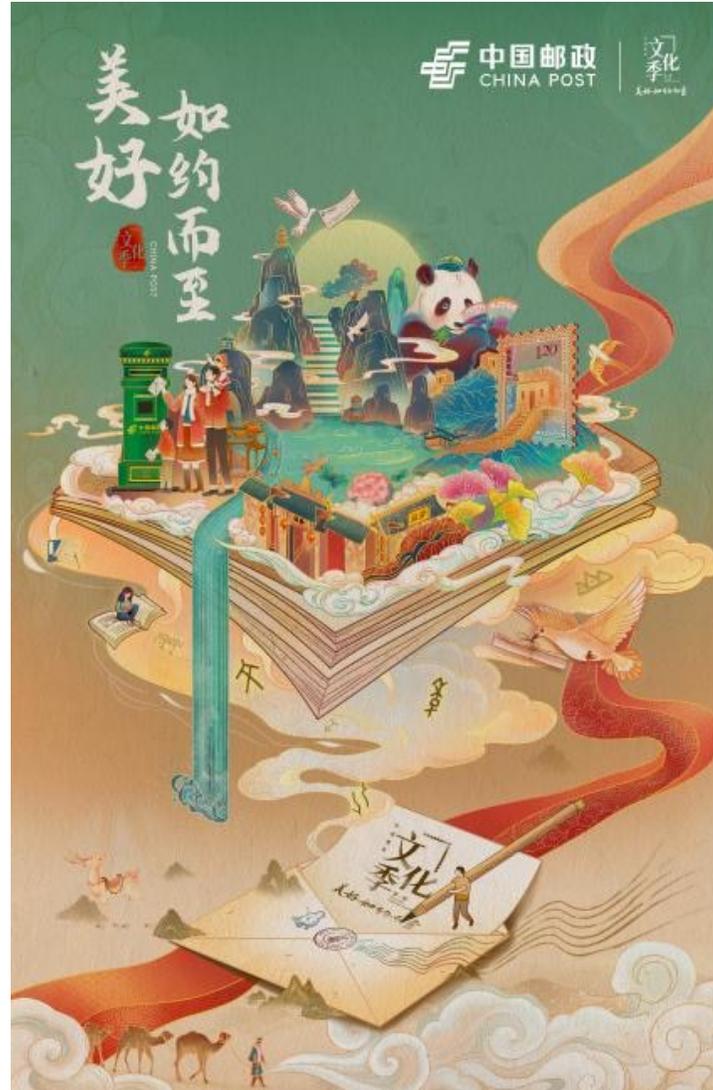
中国邮政文化季 “美好如约而至” 海报

- ◆ **品牌名称:** 中国邮政集团有限公司
- ◆ **所属行业:** 网络平台及服务类
- ◆ **执行时间:** 2022.12.15-2023.03.15
- ◆ **参选类别:** 网络平台及服务类

- 中国邮政文化季，是中国邮政品牌闪光点 and 记忆点，是中国邮政践行央企担当、传播文化自信的重要节点。在2022年中国邮政文化季来临之际，以创意海报的形式将邮文化最具代表性的业态展现给受众。
- 在中国邮政文化季来临之际，如何将邮文化讲述给年轻用户群体，与他们建立沟通的桥梁和情感连接，打通线上和线下实践互联网造节玩法，是本案的重点课题和挑战。

- 在配色上，选用了中国传统色中极具代表性的敦煌色彩，为鲜活文化内容添一抹厚重底蕴。
在主视觉创意基础上，我们还延展了四个创意街区，让邮文化中的古今元素碰撞，其扁平轻盈的风格也更加适于社交媒体的传播使用。

结合新年特点与敦煌古迹，很好地将年年有鱼与敦煌颜色相结合，同时又加了一些邮政文化季地相关元素，配合邮政的品牌色绿色，形成了现在红绿搭配得当有能很好反应文化季寓意的创意海报。



- 提升品牌形象：通过展现中国邮政的文化底蕴和美好体验，提升公众对中国邮政的认知和理解，增强品牌形象和信任度。
- 强化文化内涵：将邮政服务与插画中的文化元素相结合，强调中国邮政的文化底蕴和传统价值观，加深公众对中国邮政的文化认同和情感连接。
- 提高参与度：通过富有艺术感的插画形式，吸引观众的兴趣和注意力，增加公众对文化季活动的参与度和关注度。
- 传递情感共鸣：通过温馨、愉悦的图像表达，触发观众的情感共鸣，让观众在欣赏海报的同时产生对美好事物的向往和期待。