



平安保险商城  
BAOXIAN.PINGAN.COM

Thinking   
整合营销传播机构  
Integrated Marketing Communication Agencies

- ◆ **品牌方**：中国平安财产保险股份有限公司
- ◆ **合作方**：深圳市信广龙广告有限责任公司
- ◆ **参选类别**：年度移动营销金牌搭档

## **双方的合作时间、合作渊源、合作范围、规模：**

更懂你的中国平安，在过去不久刚荣获《福布斯》第10位的佳绩，信广龙作为平安多年的的框架供应商一直在为其提供着品牌传播的各项业务，大到跨界、整合营销、线下活动，小到H5、视频、抖音、设计、稿件等等。多年的合作让双方有了深深的默契和共鸣。平安保险商城作为中国平安重要组成部分，此次视频大大助力了品牌美誉度的传播及销售的引流。作为横跨深圳、上海、武汉三地的服务商，信广龙深谙品牌经营之道，能够采用各种传播手段实现品牌赋能，此次视频项目就是一个很好的体现。

**双方的合作模式：**年度框架供应商，从brief—创意—脚本—拍摄—传播整体打包合作。

**共同的目标及长远合作价值：**信广龙始终基于传播美好金融的理念，致力于为中国平安传递30更懂你的品牌情怀及理念，让极致服务及创新科技深入国民心中。

- **代表性案例：**
- **视频：**为你想看的世界“保”驾护航
- **视频地址：**<https://v.qq.com/x/page/o0771gthnnn.html>
- **视频解析：**视频创意不直接谈论保险产品本身的利害，而是从一位90后女性旅行者的角度切入，洞察他们对自由旅行的向往、对世界的渴望。拍出他们心中理想的慢生活，正面描绘旅途中的各种美好。在规避风险时顺势展示安途为美好旅途保驾护航能力的营销目的。
- **精准性：**以第一人称抒发当下年轻人的旅行观，给予年轻观众极强代入感。自由独立的人物形象，配合微电影式的大胆风格，高度契合品牌形象，为受众带来耳目一新的视听感受

- **创意性**：脱离了传统保险行业广告的老套路，抛弃了“贩卖恐惧与焦虑”的传播手段，无论是镜头语言还是文案，都在正面描绘旅行中的美好，渲染出积极、阳光的调性氛围，有效传达出平安安途“守护美好旅行体验”的品牌主张。
- **时间把控**：7月6日收到中国平安人寿的比稿，要一个月的时间内确定完稿。从创意、文案、确定创意、分镜、模特、服饰、场地、跟拍、后期制作（剪辑、调色、配音……）等，每个环节的时间节点都精准把控，包括意外情况预估及备选方案。
- **调性把控**：我们尝试搭建一个创新的传播模式，撇开传统、煽情、硬销等方式，搭配旅行意见领袖诠释积极的旅行态度。

- 此次视频突破传统保险行业的广告宣传片，采取新的角度去诠释保险，让用户对平安安途旅行险的认知由内至外逐步深入到心中，也让受众感受到了不一样的品牌魅力。
- 大部分社交平台都有反馈这支视频广告是保险广告的一股清流，广告视角创新，文案清新脱俗。大部分人看过表示很有感触，旅行途中可以带上一份平安安途旅行保险为自己的旅途保驾护航。

请点击/复制以下链接到浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/o0771gthnnn.html>





时间留白之美



然后发现自己比想象中更强





## 中国平安保险商城

信广龙团队的各位工作人员不辞辛劳地在一个星期内，为我方提供了3个的创意方案，他们在解读方案的同时，还尝试重新定义我们最初的视频需求。提供的创意方案中，从产品定位、受众的喜好、传播的有效性等数据都相当饱满，具有说服力。

在确定方案的创意后，信广龙团队能迅速地提供脚本及价格参考。在制作到完成的过程中，每天都能为我们提供进展信息。

通过此次与信广龙团队的合作，很放心并期待下次合作。

## 深圳市信广龙广告有限责任公司

在接到这此项目时，我们尝试改变保险行业普遍传播，拍一支“反传统”的新广告。首先要感谢中国平安对我们的信任，在确定创意后，对方能时刻抽出时间，耐心聆听每次修改，并提供有效的意见。其次要感谢中国平安对我们的放心，这次作品的孵化周期短，双方都充满期待。

此次创作中，从前期准备、拍摄、后期制作，我们在每个细节都做到精益求精，因为要做一次大胆的尝试，每天及时给中国平安反馈进度，双方契合度很高，才能制作出这次精良的作品。