

平安守“沪”笔记

- ◆ **品牌名称:** 中国平安
- ◆ **所属行业:** 金融
- ◆ **执行时间:** 2022.04.22
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-短视频

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

视频链接: <https://v.qq.com/x/page/b3345vl27e4.html>

- 上海疫情以来，中国平安多措并举，全面参与到守“沪”战“疫”中。关于疫情的传播数不胜数，大众的情绪持续低迷。如何用更创意的形式在一众品牌中脱颖而出，以一种更轻松的方式传递品牌的温度，激发大众的正能量。基于这样的策划目标，我们瞄准了疫情的代表性物件“口罩”。
- 从物件出发，细节入手，结合实拍+创意动画的视频形式，呈现了大家司空见惯的口罩也能巧妙变形，视觉上让人眼前一亮，给到用户惊喜感。以小见大，通过小物件映射到疫情背景下的大心态，期望传递品牌的大力量，给人更强烈的震撼感。

- 整个视频以疫情代表性物件“口罩”为载体，以口罩不同的巧妙变形串联各个场景，展现平安守“沪”力量。口罩变成“船”，传递疫情不等于疏远和隔离，我们更应同舟共济；口罩变成“帐篷”，传递疫情无情，才更需要用真情为彼此遮风挡雨；口罩变成“太阳”，不要止步于一时的困难，静静等待雨过天晴的未来；口罩变成“旗帜”，传递越是困难的时刻，越需要逆行向前的旗手。



- 巧妙的立意成功体现了疫情下各方力量同舟共济、守望相助的正能量，也抒发了雨过天晴，疫情必将结束的美好展望。同时，在各个场景中巧妙融入品牌方疫情之下的公益行动，恰到好处地彰显了品牌温度。视频一经发布即出圈，引发现象级转发及评论。