

中国平安《公路不孤胆》脱口秀节目合作

- **品牌名称:** 中国平安
- **所属行业:** 金融
- **执行时间:** 2025.10.08-10.18
- **参选类别:** 视频节目合作类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjUxMzY4OTkxMg==.html

面对效率瓶颈与信任缺口并存的行业困局，平安以“车险服务升级名片”直击痛点，率先破局

当下核心挑战在于如何弥合专业方案与用户感知的断层，让升级服务价值听得懂、有感知、可破圈

——三大沟通痛点——

✕ **条款、权益专业晦涩
用户理解门槛高**

- ✕ 保险条款与服务规则（如“三免信用赔”）专业性强，用户理解成本高，价值感知模糊。

- ✓ **须将产品价值、优势，降维转译为大众秒懂的直观语言**

**传统沟通缺乏共鸣感
用户难代入角色建立信任**

- ✕ 以功能点罗列为主的传统沟通，往往疏于构建真实的用户场景与情感语境，用户难以产生真实共鸣与信任。

- ✓ **须构建有温度、强代入的沟通场景，实现情感共鸣**

⚡ **专业内容社交属性弱
传播效率低难破圈**

- ✕ 常规专业内容缺社交吸引力，无自发传播动力，难以突破圈层触达广泛人群。

- ✓ **须打造强社交基因与话题性的内容，撬动传播扩散**

以内容创新驱动品牌价值升维，实现“占位心智-情感共鸣-声量破圈”的整合营销目标

01

占位心智
传递价值

借节目诠释三省信用赔产品价值，传递“平安=出行护驾解决方案”价值主张，实现心智占位

02

直击痛点
建立共鸣

直击理车险痛点，缓解车主事故焦虑，建立对平安理赔体验的深度情感认同

03

占位心智
传递价值

借助创新形式+热点话题，引爆三免信用赔认知和声量，撬动UGC自发传播

核心策略

锚定脱口秀全民热度风口，打造“全国首档公路脱口秀”

联动脱口秀演员以喜剧形式转译产品价值，建立“平安=出行护驾解决方案”的心智

花式喜剧+车险理赔科普
将产品价值与幽默段子巧妙融合

形式
破圈

内容
共鸣

嘉宾矩阵精准匹配
实现车险价值的多客群精准触达

模式
首创

首创公路主题脱口秀
1:1还原行车理赔场景

信任
背书

品牌挚友岳云鹏+理赔专家坐镇
构建专业信任矩阵



全国首档车主“保”典情景脱口秀

1. 模式首创：全国首档公路主题脱口秀，沉浸式重构车险沟通场景

1:1搭建公路元素剧场，通过还原追尾、碰瓷等行车高发场景，构建沉浸式“行车吐槽大会”



2. 形式破圈：借助喜剧实现科普破壁，将产品价值与幽默段子巧妙融合

通过情景剧、脱口秀两种喜剧形态将专业车险知识、三省信用赔的产品价值转化为用户易懂的喜剧内容

环节一：模拟日常出险情景，真实还原公路理赔难题，让产品价值可视化

情景剧
演痛点



环节二：喜剧大咖助阵，用段子拆解“理赔修罗场”，硬核知识趣味输出

脱口秀
讲干货



3. 内容共鸣：嘉宾矩阵精准匹配，实现车险价值的多客群精准触达

嘉宾人设覆盖老司机、新手司机等标签客群，以各自视角精准匹配车主需求，传递平安车险的适配性优势

庞博 PANG BO 生活观察者·幽默老司机

围绕开车上路难免遇到的堵车、事故等场景展开介绍平安车险“三免信用赔”、代驾等老司机实用指南



唐香玉 TNAG XIANGYU 新手司机代言人

以自驾出游经历为切入点，引出出游趣事介绍车险理赔相关服务，展示平安车险给新手小白的底气

4. 信任构建：品牌挚友岳云鹏+专业专家权威背书，夯实品牌专业护城河

构建“流量破圈 + 专业坐镇”的信任闭环，实现“护驾解决方案”的用户心智占位

01 “岳好使”精彩支招，化解马路难关



02 “理赔专家”现场解答，破解日常行车用车难题



联动平安自有传播矩阵和爱奇艺平台，全网上新，引爆节目关注

预热期

引爆期

延续期



公路不孤胆 护驾有平安
祝各位车主一路平安



官方微博、小红书等账号全网发布预告片、节目群像海报、单人海报，官宣节目上线信息

花絮视频提前释出，引流用户关注；节目上线后当天官号直播累计观看**7.6万人次**，转发**940+**，点赞**8900+**

官方产险账号精彩cut放送，收获**920+**转发

预热期

平安官媒矩阵全渠道释出物料，官宣节目阵容，锁定核心受众期待



嘉宾单人海报



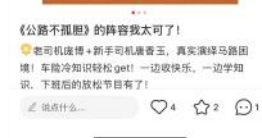
节目预热海报



节目预告片



平安自媒体矩阵发布



播出期

正片上线 + 多形态内容分发，实现传播声量与产品价值双扩散



节目正片



精彩CUT视频



精彩CUT视频



花絮视频



平安自媒体矩阵发布



金句海报



活动战报



长尾期

全渠道追投 + 二次传播，完成内容价值的长效转化与复盘



【爱奇艺端】移动端开屏



平安自媒体矩阵-活动回顾推文



【爱奇艺端】
首页黄金焦点图



【爱奇艺端】
app热点聚光灯



【爱奇艺端】
微博KOL、KOC合作

• 传播效果超预期完成

爱奇艺站内总曝光 **1.9亿+**，总播放 **1.15亿+**，总点击 **244.5w+**

• 用户口碑印证传播实效

节目收获海量用户“有趣、有料、有共鸣”的正面评价，印证以脱口秀进行“降维沟通”有效打破了专业壁垒，重塑了用户对车险服务的感知与信任。

