

平安银行

中国平安
PINGAN

专业·价值

专业 让生活更简单

- 所属行业：金融行业
- 参选类别：数字营销最具影响力品牌

品牌简介：数字金融服务的领航者

平安银行信用卡中心是平安集团旗下核心信用卡专营机构，以**省心、省时、省钱**为核心价值主张，深耕金融科技与场景化服务，是国内信用卡行业**科技营销、生态化运营**的标杆品牌。



市场定位

以综合金融生态为底座，做用户**全生活场景的金融服务伙伴**。



目标人群

全方位覆盖**车主、年轻、商旅、高端**等多元客群，提供定制化服务。



行业地位

稳居国内股份制信用卡**头部阵营**，其中车主卡市场占有率长期保持**领先**。

年度影响力：平台深耕，构建全域矩阵

平安银行信用卡中心在抖音、小红书、视频号、B站等主流平台建立官方矩阵，粉丝总量、播放量、互动率稳居金融信用卡行业前列，形成稳定私域流量池与转化阵地，实现了对目标用户的全方位触达。



抖音

聚焦创意 · 高效获客

聚焦短视频创意打造爆款，精准触达用户，实现营销获客的高效转化闭环。



小红书

场景种草 · 口碑沉淀

深耕生活化场景种草，通过真实用户体验分享，建立品牌信任与良好口碑。



B站

深度内容 · 圈层渗透

联合优质UP主共创深度内容，精准触达年轻消费圈层，助力品牌实现年轻化破圈。

年度影响力：效果标杆，实现品效合一

平安银行信用卡中心年度核心项目实现了**亿级曝光**、**百万级互动**，有效赋能信用卡获客、激活、复购全链路，数字营销投入产出比持续领跑同业。



品牌声量

多次打造行业现象级传播案例，带动产品首发声量大幅提升，成功树立了行业数字营销的新标杆。



用户互动

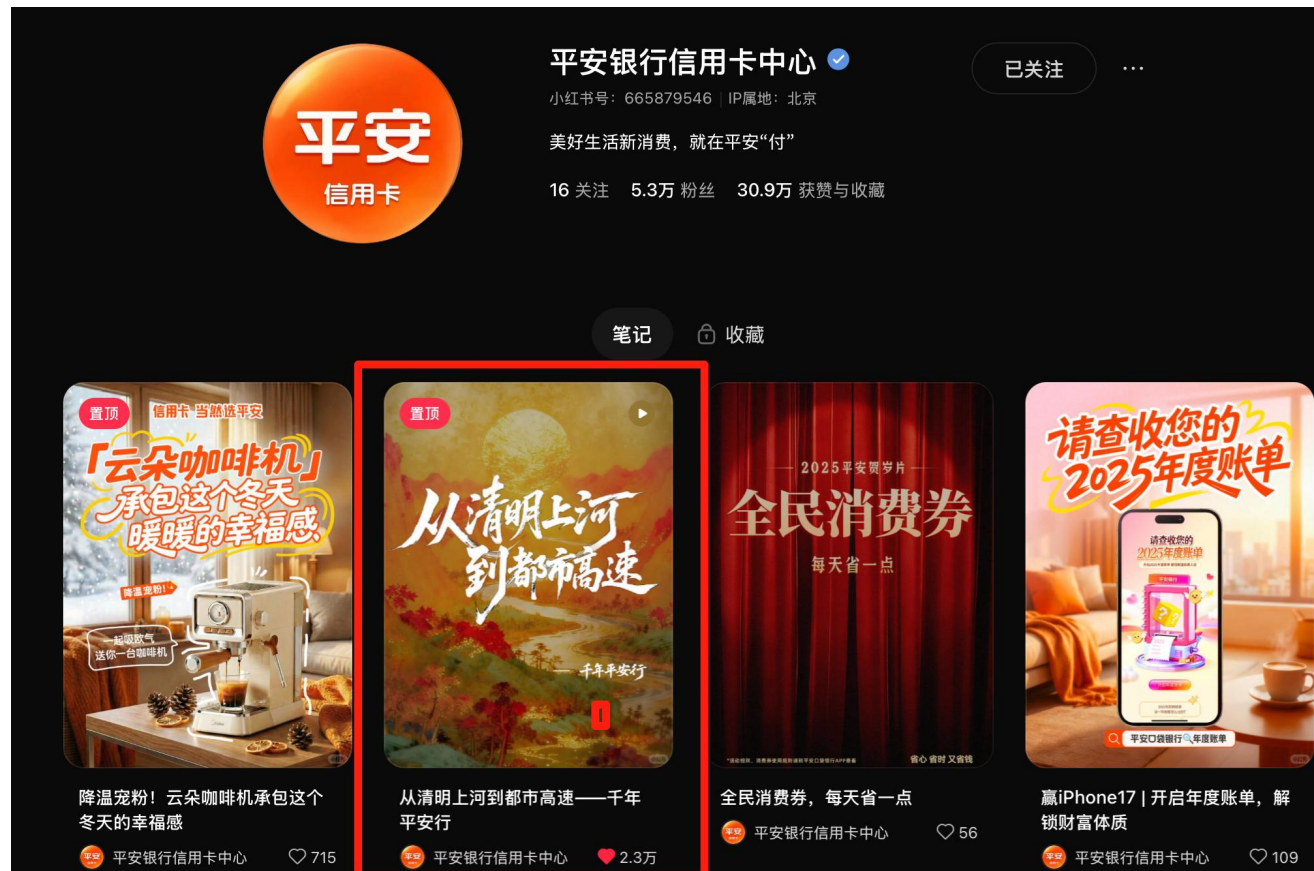
通过创新的内容策划与互动玩法，激发用户深度参与热情，互动率核心指标数据远超行业平均水平。



产品转化

构建清晰的“曝光-互动-转化”全链路营销路径，有效带动产品认知度提升，直接促进实际业务销售增长。

代表案例：《从清明上河图到都市高速：千年平安行》



案例背景

应平安银行信用卡中心委托，深圳市艾利艾文化科技有限公司承接了“平安银行好车主信用卡”新品发布的视频宣发任务。本项目旨在配合产品上市节点，打造高品质的创意内容，为新卡发布制造市场声量。

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://www.xinpianchang.com/a13618175?from=webShare&channel=copyLink&token=1rjbUC4jhNS3r6NEOL9KbG>

案例目标

- 聚焦抖音、小红书、视频号等主流社交媒体平台，通过优质的视频内容触达目标客群，实现高曝光与高互动，有效赋能产品的市场营销与获客转化。



核心策略&创意

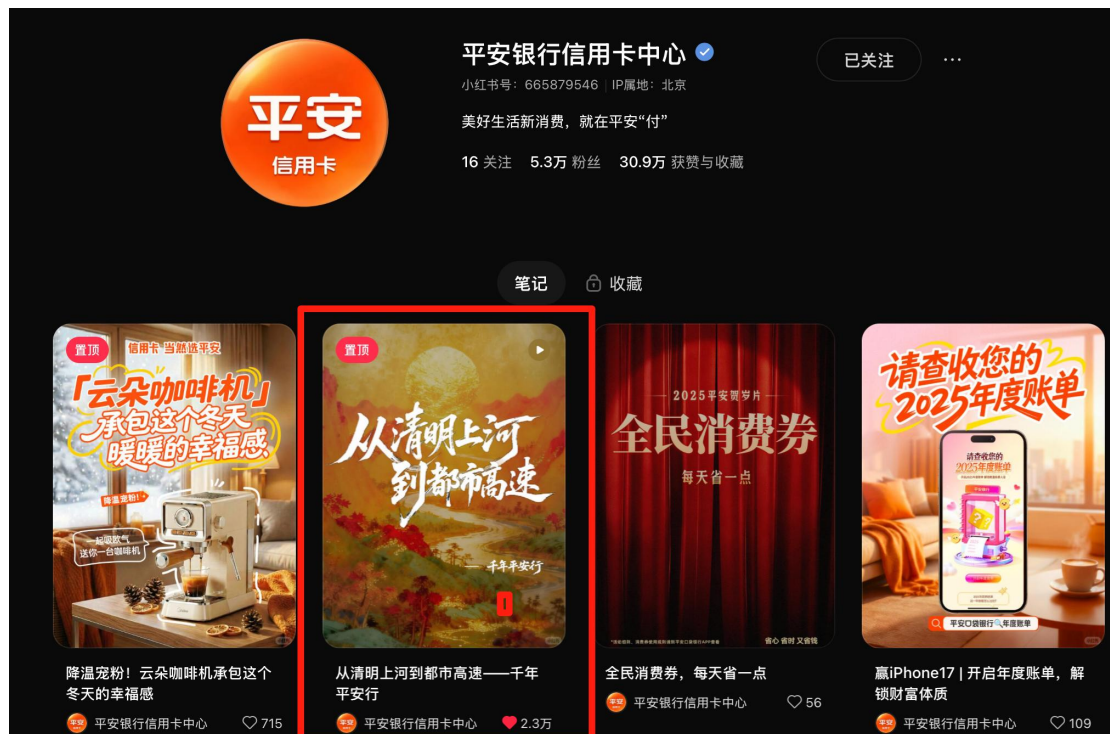
- 核心策略：古今时空联动，痛点场景重构。
- 我们摒弃传统说教式广告，以国宝名画《清明上河图》为文化锚点，构建了一场跨越千年的时空对话。创意聚焦于古代“交通故障”引发的经营焦虑（延期、赔款），通过人物穿越至现代的戏剧性转折，引出平安好车主卡的权益解决方案。



执行亮点

- 技术执行：AI赋能+实拍演绎。
- 项目采用“实拍+AI生成技术”相结合的制作手法，生动还原《清明上河图》的动态场景。
- 价值传递：通过古代车马行老板面临的“出行难”与现代车主享受的“权益爽”形成强烈反差，精准直击用户痛点。以此深度诠释平安信用卡“省心、省时、省钱”的品牌主张，让好车主卡的核心价值在古今碰撞中深入人心。
- 核心亮点：以AIGC活化国宝IP，用古今穿越演绎“三省”价值，打造金融产品营销新范式。





效果&反馈

- 整体大盘概览：流量与声量双爆
- 本次《从清明上河图到都市高速》AI创意视频在全网发布后，凭借“AI古画穿越”的新颖形式，成功突破金融产品广告的传统流量瓶颈。
- 全网总曝光量 (Views)：突破 343万+
- 全网总互动量 (Engagement)：超过 6.3万+ (含点赞、收藏、评论、转发)
- 核心结论：项目实现了“高曝光、深互动、广传播”的营销闭环。
- 用数据证明了AIGC内容策略成功，AI技术活化《清明上河图》的创新形式，有效降低了金融广告的枯燥感。

