

融创《逐浪》

- ◆ **品牌名称:** 融创
- ◆ **所属行业:** 地产
- ◆ **执行时间:** 2021.08.12
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-短视频

结案视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://www.xinpianchang.com/a11454564?from=UserProfile>

或扫码看视频



- **为打造融创西南校招品牌影响力，提升融创西南整体形象，品牌方融创西南提出创意并制作校招宣传视频。**
- **视频要求以校招为切入，引发C端、年轻化群体、应届毕业生情感共鸣为方向，传递融创作为最佳雇主对于年轻一代的洞察，进一步提升融创作为头部房企有责任与有担当，更是有心的成长平台，进而提升融创西南在C端的品牌形象。并根据此目的，选取演员或合适的拍摄手法拍摄影片内容，最终制作有调性、有共鸣的雇主品牌影片。**

- 影片的核心创意，是通过对Z世代的人群洞察，发现受众“具有时代共性，又面临人生困境；想要实现自我，又被规则左右；注重生命体验，也希望实现自我价值”的痛点，并衍生出“逐浪-破浪-承浪”的主张。
- 影片选择以三位各具代表的人物形象作为线索，分别对应海-森林-城市的视觉主题，并确定了如下核心定位：
 - 1、内容逻辑：找到痛点，提出问题，解答问题。
 - 2、画面风格：年轻、自由、鲜活、充满张力。
 - 3、切入角度：独特而拔尖，卓越而令人认同的先锋。
- 影片展示了普遍存在于毕业生一代中的痛点，并提出了对此洞察的解决思路——“每片海有每片海的浪花，每代人有每代人的回答。”

- **品牌方视频号播放量7.5万次，点赞量2.4千次。**
- **品牌方朋友圈总曝光量796万，点击2.2万次。**
- **新片场播放量8千次。**