

腾讯新闻携手民生银行，共探年轻人养老观

- **品牌名称：**中国民生银行
- **所属行业：**银行类
- **执行时间：**2023.05
- **参选类别：**视频节目合作类

背景1：中国已步入老龄化阶段的时代现实

今年4月份，国务院发布《推动个人养老金发展的意见》，到了11月，人社部、财政部等五部委联合出台《个人养老金实施办法》的通知，对如何实施个人养老金做出了具体规划。随后各大商业银行和金融机构纷纷推出个人养老账户，我国的个人养老体系终于从设想变成现实，正式进入普通民众的生活。

背景2：年轻人养老意识觉醒的社会需求

老龄化加速的社会现实，是引发全社会“养老焦虑”的主要背景；

年轻群体关注养老，既是对当前家庭养老压力的感知，也是担忧自身在未来老年期处境的一种情绪投射；

调查显示，**90.3%**的受访青年认同养老越早准备越好，但仅有**16.6%**的人已经在配置相关的资产。

围绕年轻人养老观打造舆论场

围绕年轻人养老观打造舆论场，以先行者论点响应年轻人自己的“养老观”，通过展现民生银行对社会养老问题的深度关注，突出业务理念，展现专业能力。

年轻圈层强关注 → “新老者” 关注

创意策略1:

以内容深挖“年轻人养老”痛点与解决方案

通过《先见之人》的创意性、深度性纪实，挖掘当前社会有关养老环境的关注与思考，并通过“适老化改造”这一解决方案，**引发年轻人共鸣**，发掘出社会话题。

创意策略2:

借内容发散话题，引发年轻人养老观热议

通过全网传播力量，发散社会话题，以先行者论点响应年轻人自己的养老观，加深年轻圈层的好感。



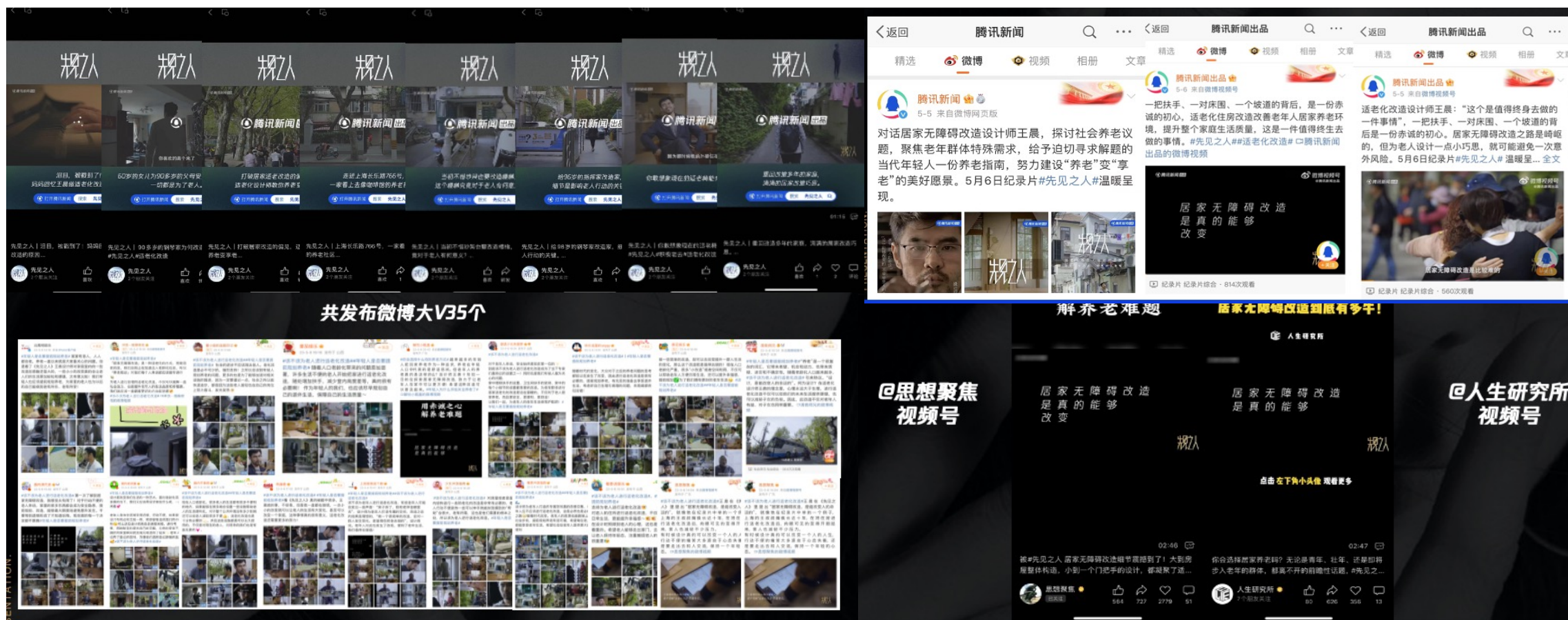
预热期：腾讯新闻发布海报配合#先见之人#话题引发讨论

腾讯新闻发布海报，腾讯新闻、先见之人视频好发布预告，配合话题#先见之人预告片#。



引爆期：正片全网上线，引爆品牌声量扩散

腾讯新闻出品、先见之人视频号发布正片、视频号（思想聚焦、人生研究所）、微博外围亮点混剪、节目通稿发布。

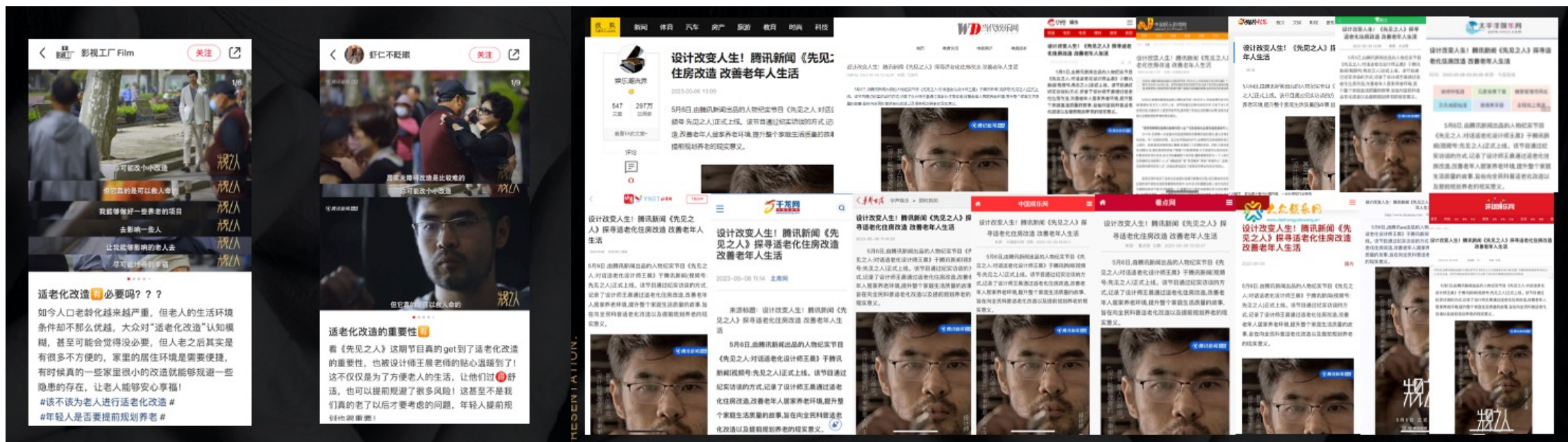


The collage illustrates the media performance of the '先见之人' (See Ahead) project. It features several key elements:

- Top Left:** A row of video thumbnails for the '先见之人' series, each with a play button icon and the title '先见之人'.
- Top Right:** A screenshot of a Weibo post from '腾讯新闻出品' (Produced by Tencent News). The text discusses the challenges of home accessibility for the elderly and the role of designers like Wang Chen. It includes a video player and a call to action to watch the full documentary.
- Middle Left:** A screenshot of a Weibo post with the headline '共发布微博大V35个' (35 major Weibo influencers published). It shows a grid of various Weibo posts related to the project.
- Middle Right:** A screenshot of a Weibo post from '思想聚焦' (Thought Focus) with the headline '居家无障碍改造是真的能够改变' (Home accessibility改造 is really able to change). It features a video player and a call to action to watch more.
- Bottom Right:** A screenshot of a Weibo post from '人生研究所' (Life Research Institute) with the headline '居家无障碍改造是真的能够改变' (Home accessibility改造 is really able to change). It features a video player and a call to action to watch more.

长尾期：社交媒体持续发声，带动品牌营销长尾效应

亮点外放（小红书频道外放金句）、收官（官方发布长图站报）。



多平台同步释放声量，引发社会关注，提高品牌用户认同感

- 纪录片预告播放50.9万次，纪录片上线播放量超**70万次**，端内播放量400万次，全网总曝光**6250万次**
- 整体话题阅读量超**5845万+**，纪录片播放量1000万+；整体话题词互动量超**8.4万+**；
- #该不该为老人进行适老化改造#，该话题阅读量超1501万+，话题词互动量超8275;登录微博实时上升热点
- #你会选择什么样的养老方式#，该话题阅读量超1102万+，话题词互动量超6368;登录微博热议榜TOP41
- #年轻人是否要提前规划养老#，该话题阅读量超1646万+，话题词互动量超6340次。

6250万

纪录片全网
总曝光量

70万次

纪录片播放量

5845万+

话题阅读量

8.4万+

话题词互动量