

中国农业银行&《时间告诉我·东方符号》首席赞助合作

广告主：中国农业银行

所属行业：金融

执行时间：2019.12.10-2020.01.15

参选类别：视频内容营销类

营销背景

从故宫文创大热带动传统品牌跨界，到中华文化主题综艺等内容风靡全网，“国潮”涌动的背后，是中国年轻一代日渐增长的传统文化认同及民族文化自信。

中国农业银行以弘扬优秀传统文化、推动中华文化创新发展为己任。2018 年品牌推出了旨在弘扬“尊师重道”价值理念的尊师系列信用卡，并携手搜狐视频人物访谈微纪录片《时间告诉我·大师印象》共同走近大师、致敬大师；在国潮文化崛起、经典价值回归的今天，中国农业银行希望继续深挖中华优秀传统文化内涵，在为大众提供便捷安全金融服务的同时，不断增强中华优秀传统文化在当代的影响力和感召力。

2019 年，中国农业银行再度携手搜狐视频《时间告诉我》内容品牌，聚焦中国传统文化领域内的人物标杆。引领广大观众走近他们，通过他们在岁月中的精神沉淀与人生感悟，激发用户对中国传统文化的关注及思考，以及对中国农业银行的品牌认同。



营销目标

- 1、品牌价值赋能：携手《时间告诉我·东方符号》，开启东方魅力之旅，为农行赋予新的责任与担当。
- 2、品牌理念渗透：借东方精神及其影响力，深度传递品牌价值理念，向东方文化的传承与探索者致敬。
- 3、品牌共鸣广提升：借搜狐视频黄金传播资源，实现年轻用户最大化覆盖，广泛提升品牌共鸣。

策略与创意

- 1、节目聚焦不同行业领域内知名传统文化爱好者和践行者，通过他们的视角带领观众探索传统东方底蕴之美，感受时间沉淀下的文化魅力。
- 2、化身“见证者”。中国农业银行化身“见证者”，与“传统文化发烧友”张晓龙一同关注和探寻当代东方代表人物所蕴藉的时代光彩，带领年轻大众向他们致敬。
- 3、价值“传递者”。节目为中国农业银行品牌理念进行了升华，并通过东方代表人物故事在搜狐集团站内外传播，助力农行收获更加广泛的品牌共鸣与价值认同。

执行过程/媒体表现

1、寻找“探索者”

关注和探索 6 位深耕东方传统文化、链接现代文明的当代东方符号，通过他们身上所蕴藉的时代光彩，为大众讲述时间镌刻下的东方传统文化与美学魅力。

2、化身“见证者”

中国农业银行首席赞助，与本季主理人“传统文化发烧友”张晓龙，一同关注和探寻东方代表人物所蕴藉的时代光彩，聆听他们将传承与创新兼收并蓄的精彩故事，感悟时间在他们身上沉淀下的精神力量，同时以礼相赠，以表农行致敬之心。

3、价值“传递者”

节目为东方符号赋予了全新概念，同时也将农行品牌理念进行升华。搜狐视频集结平台优质黄金位+站内外矩阵推广运作，将节目价值传递至更多年轻用户面前，助力品牌收获更多共鸣与价值认同。

【微信平台】借势娱乐向大号为开播造势，吸引用户关注



【抖音平台】节目内容二次提炼，趣味视频撬动平台流量



【传统媒体】节目内容多角度分析，全平台覆盖铸造好口碑



营销效果与市场反馈

节目播放量**破 2 亿**，微博主话题阅读 6.6 亿；200+媒体朋友圈曝光；219 家门户网站超 50%首页焦点图强势曝光；11 万+微信文章阅读量；**抖音快手百万级账号宣推助力**，垂直覆盖受众 700w+，点赞累计破万；11 家 app 开机屏曝光，覆盖人群 5000w；高效传播助力中国农业银行斩获逾 **14 亿品牌曝光**。

节目收获 **40425+弹幕总量**，388+弹幕/分钟（最高时），互动量与当前热门泛娱乐内容基本相当。

客户证言：

中国农业银行一直致力于弘扬优秀传统文化，推动中华文化创新发展。这次和搜狐视频《时间告诉我·东方符号》的合作，我们一起聚焦中华传统文化领域内的标杆人物，跟同样热爱传统文化的张晓龙老师一起，去感受这些大师对于传统文化的热爱与坚持，同时也见证了他们将传统文化进行当代创新，从而让我们的东方文化走向世界的故事。这次合作是我们对于中华传统文化内涵的又一次深挖，通过搜狐视频这档优质节目和媒体力量，东方文化与美学又进一步获得了广大用户的关注，同时也提高了我们农行的美誉度和价值认同。