

从第七届亚洲微电影艺术节传来喜讯，工银银联生肖信用卡主题微电影《窗花》荣获电影节“优秀作品奖”。

工行、银联与人民日报联合推出的工银银联生肖信用卡主题微电影《窗花》，正是一部融合了记忆、载体、经典和传承的微电影。微电影从老一辈人的传统切入，一开头就拉开了矛盾的序幕：奶奶热衷于手剪窗花，儿女辈、孙辈却嗤之以鼻，冲突的场景一出接一出，让人不禁为老人感到揪心.....

**【点击查看微电影《窗花》】**

从排斥到接受，从接受到融入，从融入到喜爱，《窗花》把这个过程演绎得淋漓尽致，片尾十二生肖剪纸的特写如画龙点睛之笔，将贯穿于整部影片的中国传统文化之美推向了高潮，而落版的工银银联生肖信用卡“铭刻文化，彰显自信”的主题，更是紧扣中国的文化自信大背景，用接地气的普通家庭生活深刻诠释了大国应坚守的文化自信到底在哪里。所以，我们就不难理解，为什么《窗花》能在第七届亚洲微电影艺术节上荣获优秀作品奖。

亚洲微电影艺术节由中国电视艺术家协会等机构联合主办，以“全国有品牌、亚洲有影响、世界有声音、社会有美誉、经济有回报”为主旨，表彰亚洲各国优秀微电影作品及影视人员，在微电影业界具有相当影响力。本届亚微节共征集到来自20多个国家的4773部作品。

银行在微电影节拿奖，看似出乎意料，却在情理之中。透过这部微电影，我们看到，金融产品不再像过去那样专业到高冷，它就在我们身边，一直陪伴着我们，影片中传递出的人情味儿，体现了金融产品有情怀、有温度的品牌形象，这也是金融产品在新时代融入社会的体现。

近年来，工银信用卡互联网转型发展过程中，非常注重品牌建设，不断推出客户乐于接受的信用卡新产品，他们或是有内涵、有文化，或是有理想、有情怀，或是有个性、年轻化，不论是铭刻文化、彰显自信的生肖卡，还是贴合社会主流价值观、催人奋进的奋斗卡，或是颜值爆表、个性十足的星座卡，都体现了工银信用卡的产品风格、价值导向与品牌理念。

认真做产品，用心做品牌。为工银信用卡“客户首选，行业领军，世界一流，百年品牌”的愿景而努力！

