

中国邮政储蓄银行股份有限公司

所属行业：金融银行业

参选类别：数字营销最具创新精神品牌

品牌简介

中国邮政储蓄银行作为国有六大行之一，2019 年成功实现“A+H”上市，是覆盖全国城乡网点面最广、交易额最多的个人金融服务网络，拥有近 4 万个营业网点，以服务用户、服务三农、服务小微、普惠金融为发展方向，服务个人客户突破 6 亿。

近年来，邮储银行坚持以客户为中心，打造线上和线下互联互通、融合并进的金融服务体系，为广大客户提供优质、便捷、高效的综合化金融服务。拥有优异的资产质量和显著的成长潜力，是中国领先的大型零售商业银行。

2019 年数字营销创新性表现

邮储银行 2019 年以业务推广和品牌建设为目标，积极创新媒介投放方式，确立了以门户网站为主体，带动网络、平面、户外、自媒体传播矩阵的媒介传播活动。通过投放创意性高、互动性强的素材，以及制作高质量品牌形象片、趣味 H5、公益活动等内容，精准投放触达核心受众，深度曝光吸引点击，提高了品牌传播活动的策划设计水平和资源整合能力，对品牌建设工作进行了有益探索。

代表案例

1、邮爱公益两周年项目

项目背景：2019 年 3 月 20 日，办公室与工会联合策划邮爱公益两周年主题媒介传播活动，梳理邮爱公益平台成立以来的发展情况，通过图文、视频、H5 等多种形式展现邮爱公益的理念、活动、成效，通过线上、线下整合宣传，进一步扩大我行品牌和邮爱公益品牌的社会影响力。

项目效果：本次项目有序分配媒体传播任务，实现网媒、纸媒与行内自媒体联动，线上与线下互补呼应的整合传播矩阵。总影响约 1.6 亿人次，纪录片播放量超过 300 万次，网络点击量约 330 万次，点击率约为 2.74%，相比 18 年项目有大幅提升。

专题页链接：

视频：<https://www.jiemian.com/video/AGQCNwhIB2MBOVVI.html>

文章：<https://m.jiemian.com/article/3000631.html?from=singlemessage&isappinstalled=0>

海报

> 取材自邮爱自强班孩子们的真实学习生活场景，配合文案引导，增强画面感知度



18年8月邀请界面媒体一同参与寻访，并拍摄**4条**纪录片，

2019年3月20日，结合两周年活动，重新创意剪辑创作，形成**1支**

有态度、有温度、有情怀约**10分钟**的纪录片

并由随行记者特别**撰文**，详细记录阐述了2018年的公益行动，

为邮爱公益**2周年**交上完美答卷。

让渴望学习的
贫困高中生实现梦想



媒体宣传成果展示

网络总曝光量

约1.2亿人次

网络总点击量

约330万人次

网络总点击率

2.74%

纪录片总播放量

约300万次

报纸总发行量

4625万份

行内报纸总发行量

《中国邮政报》发行量10万份；
《邮报理财》发行量为10.5万册

行内公众号阅读量

于3月20日、3月21日、4月4日，
共发布4篇相关文章，阅读量共
约：56,000次

让渴望学习的
贫困高中生实现梦想

2、最美的中国项目

项目背景：中国邮储银行特约冠名澎湃新闻《最美的中国》专题报道，走进云南、四川、湖南、青海等 12 个省区，走访 10 个国家公园试点，记录并展现最美的中国。此次作为澎湃新闻《最美的中

国》项目的特约合作方，中国邮储银行实现品牌全程的联合露出，辅助澎湃新闻线上硬广资源，同时在辅助媒体进行硬广投放，更全面覆盖用户，提升品牌社会责任好感度。

项目效果：本次最美的中国项目传播，自 7 月 28 日开始至 9 月 30 日结束，传播周期共持续 65 天。以澎湃新闻媒体为主传播阵地，通过今日头条、中国网、中国新闻网、光明网作为辅助配合传播，多平台联动放大传播声量，借势建国 70 周年，传达品牌主张，彰显大行担当。5 家一级网络媒体网络总曝光量超 4.4 亿次，网络总点击量超 542 万次，点击率约为 1.2%，整体执行结果良好。

专题页链接：

<https://adproject.thepaper.cn/adproject/2019/8/youchu/index.html?from=timeline&isappinstalled=0>

品牌视频短片

- ▶ 片头以“一束光”带入不同场景，从梅里金顶到祁连山国家公园、从海南热带雨林国家公园到南山牧场，以平凡奋斗者的视角讲述创业之路的艰辛，画面切入邮储银行的营业网点及金融服务窗口，切换不同网点工作人员，邮储银行以片中场景深度植入的形式塑造品牌精神。与邮储银行定位和坚持“普之城乡，惠之于民”的经营理念深度融合，积极履行社会责任，彰显大行担当。



线下影展

- ▶ 国庆节前夕，在昌荣为邮储银行在金鼎大厦举办的线下影展中，特打造最美的中国专题版块，对走访国家公园时拍摄的优秀作品进行展出，展现祖国的壮美山河和生态人文景观，激发社会公众对美丽祖国的热爱。该专题也反映了邮储银行依托遍布城乡的网点提供有温度的金融服务。在践行普惠金融、发展绿色金融、支持精准扶贫等方面，积极履行社会责任，彰显大行担当。同时也激发邮储银行员工民族自豪感及爱国热情。



澎湃新闻内容合作小结



特约冠名 (独家)	多维视角	深入定制	品牌报道
最强露出	软性呈现	品牌植入	精准触达

- 1 多平台、跨媒体矩阵传播，获得巨量有效曝光 专题片在澎湃三端、微博、微信、秒拍等平台同步推广。
- 2 深度定制产品植入，有效传递品牌理念，推广邮储银行品牌定位和特色服务理念。
- 3 立足建国70周年热点，记录与展现最美的中国，以政策深度解读透析品牌内容，实现用户触达。

项目数据亮点概况



5家媒体 总曝光量	5家媒体 总点击量	澎湃新闻 专题阅读量	澎湃官方微信 文章阅读量
446,099,297	5,428,762	350万	1.7万+
曝光完成率	点击完成率		
255%	344%		

中国邮政储蓄银行 澎湃 联合出品

数据统计时间截止至10月12日