

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：数字营销最具影响力品牌

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 年数字营销影响力表现

随着多年互联网营销实战经验的积累，邮储银行的品牌传播思路和体系已逐渐走向成熟，并形成邮储银行特色的营销方式。2019 年邮储银行从央视、互联网、平面、户外等多平台联合宣发，借力成熟媒体平台的成熟内容，巧妙结合植入邮储服务理念及成果，向 70 周年国庆献礼，同时结合国民节点、银行活动、业务产品等打造高质量传播活动，结合媒体特性，多维度多角度诠释邮储银行品牌主张。

邮储银行 2019 年传播策略概述：以集中化、多元化、创新性、互动性为原则，实现品牌声量的高价值曝光，更加聚合的传播声量，让品牌的传播更加体系化，传播效力最大化。

本年度邮储银行传播布局均衡，主次分明节奏科学，选取中央级媒体作为主阵地，其他媒体为辅传播；互联网年广告覆盖约 24 亿人次用户，与约 3000 万人次用户产生互动，在获得优质传播效果的同时，积累到更加丰富的实战经验，共同助力邮储银行的品牌建设。

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>





邮爱公益
PSBC CHARITY

2018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





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>



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