

# 中国民生银行

**所属行业：**金融行业

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

## 品牌简介

中国民生银行于 1996 年 1 月 12 日在北京正式成立，是中国第一家主要由民营企业发起设立的全国性股份制商业银行，也是严格按照中国《公司法》和《商业银行法》设立的一家现代金融企业。

24 年来，伴随着中国经济快速发展，在广大客户和社会各界的支持下，中国民生银行砥砺奋进，开拓创新，从当初只有 13.8 亿元资本金的一家小银行，发展成为资产规模 6.7 万亿元、股东权益逾 5300 亿元、分支机构近 2600 家、员工近 5.9 万人的大型商业银行，在英国《银行家》杂志“全球 1000 家大银行”排名中居第 28 位，在美国《财富》杂志“世界 500 强企业”排名中居第 232 位。

作为中国银行业改革试验田，中国民生银行秉持“为民而生、与民共生”的企业使命，坚持以改革创新为己任，致力于为中国银行业探索现代商业银行建设之路，致力于为客户提供专业特色的现代金融服务，致力于为投资者创造更高的市场价值和投资回报。

## 2019 年数字营销影响力表现

2019 年，借民生银行手机银行上线 6 周年之际，民生银行着力打造手机银行代言人“顶顶”，将手机银行品牌 IP 化。在延续民生银行一以贯之的亲民形象的同时，新增了讨喜可爱的创意人设。通过自媒体文章、平面海报、短视频、周边产品等多种方式，线上、线下联动呼应，多维度、多渠道持续探索创意营销边界，成就脉络鲜明的整合营销案例，叠加品牌 IP 资产。

## 代表案例

### 中国民生银行手机银行吉祥物“顶顶”IP 营销

#### 一、IP 创意原型

民生银行品牌形象一向秉承竹子秀逸长青、生机盎然的风骨。于是，承载科技与创新使命的手机银行，便以新生的竹笋为原型，添加智能眼镜等科技元素，打造出时尚二次元色彩的吉祥物形象，并取竹笋“蓬勃奋发、向上生长”的含义，命名为“顶顶”。



## 民生网金代言人：顶顶

多金又多才的小竹笋，积极向上的正能量主角，擅长金融理财，精通潮流黑科技，社交广泛，反应敏捷，知识渊博。

### 人生格言：

生活的光芒永远投射在不断生长的能力与价值上。

## 二、高调“出道”

2018年6月28日，“民生银行新版手机银行发布会”在北京隆重召开，顶顶随着新版手机银

行的昭告天下，同步高调出道，不仅出现在发布会现场的各个角落，同时还“出演”发布会微电影（该吉祥物形象通过3D建模，融入新版手机银行宣传片场景中，与片中主人公互动，贯穿始终）。从此，顶顶精通科技、贴心可爱的人设圈粉众多。

## 三、IP全面运用

1、民生手机银行六周年，顶顶化身“感恩大使”，带领用户在h5中回顾过往。



2、为推广民生银行微信动账通知服务——微信即时通，顶顶化身“首席福利官”，向开通即时通服务的用户派发礼物。



3、投身民生银行线下活动，现身金博会民生展区，海量精致的周边伴手礼，与观众亲密互动，助推业务拓展。



4、自媒体传播中，顶顶服务于内容，融入不同场景，形成线上海报，陪伴用户的每一个重要时刻，乖萌可爱形象深入人心。

动态海报链接：<https://v.qq.com/x/page/g0864iw6rf6.html>

自媒体视频链接：<https://v.qq.com/x/page/h0864yqtp3c.html>

5、此外，顶顶形象还融入民生银行网点服务活动现场，如亮相天津分行团委活动现场、支行网点开业庆典现场。将线上资产巧妙落实到线下，实实在在地展示在用户面前，参与互动沟通，活跃现场氛围，提升用户的印象和好感度。



#### 四、IP 营销效果

2018 年全年，民生银行手机银行客户数增长迅猛，手机银行客户数增长 750 万，中国民生银行微信公众号粉丝增长 270 万，目标受众品牌好感度显著提升，真正实现了品效合一。未来，顶顶作为品牌资产，将进一步提升消费者对民生手机银行的情感认知！