

邮储银行三农金融一起看见美好创意传播

- **品牌名称：**中国邮政储蓄银行股份有限公司
- **所属行业：**金融业
- **执行时间：**2024.09-12
- **参选类别：**创意传播类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://pan.baidu.com/s/1-NIW8aGPFOjeohYany0rXA?pwd=65ua>

项目背景

随着乡村振兴战略的深入推进，农村金融服务需求日益多样化，
但传统金融服务与现代农业发展需求之间仍存在差距。

困境与挑战

一

农村金融服务
认知度不足

二

传统银行形象与现代农业金融
服务存在认知偏差

三

目标客户对金融产品的
理解和接受度有待提升

三农金融服务需求增长，竞争加剧

如何突破传统金融广告的刻板印象，提升受众关注度

自身优势



多样化的金融产品

邮储银行提供多种针对农村的金融产品，如小额贷款、农业保险等，满足农民在生产、生活中的不同需求。



品牌信任度高

作为国有银行，邮储银行在农村地区享有较高的信任度，农民更愿意选择其金融服务。



社会责任意识强

邮储银行积极履行社会责任，通过金融教育、扶贫项目等提升农民的金融素养，助力农村经济发展。

品牌目标

强化邮储银行“服务三农”的品牌定位，提升品牌亲和力和现代金融服务形象。



营销目标

业务目标

通过传播活动，推动三农金融业务增长，包括新增用户数、交易量及用户活跃度的提升。

传播目标

通过高铁媒体精准触达目标受众，提升品牌曝光度和关注度。

一起看见美好

邮储银行服务三农 助力小微

商户收单

产业贷

极速贷

信用户贷款

策略核心：以“**一起看见美好**”为主题，通过视觉化的创意表达，展现邮储银行助力农村经济发展的使命与成果。

创意亮点：

- 1.元素符号化：**将**拖拉机、大货车、手机、工厂、POS机**等元素与三农金融业务紧密结合，赋予其象征意义，传递邮储银行服务三农的深度与广度。
- 2.情感共鸣：**通过温情、质朴的画面语言，展现农民、商户等群体的奋斗故事，引发受众情感共鸣。
- 3.现代与传统结合：**既体现农村的传统风貌，又融入现代金融科技元素，展现邮储银行在新时代背景下的创新与服务能力。



广告

产业资金无忧 一起看见蓬勃的商机

邮储银行产业贷

为产业及商圈中的商户、农户等自然人发放的用于满足生产经营活动资金需求的贷款。

产品特点：

- 贴近实际用款需求。结合各产业及商圈中商户、农户的实际生产经营周期，灵活设置贷款期限、还款方式等。
- 信用类额度可达300万元。
- 贷款年化利率最低为LPR。



扫码查看详情

极速资金助力 一起看见高效的经营

邮储银行极速贷（信用）

向信用状况优质的经营者提供的，用于满足生产经营活动资金需求的线上贷款。

产品特点：

- 免担保免抵押纯信用。
- 线上申请，快速放款，额度循环。
- 额度最高50万，还款方式灵活。
- 贷款年化利率最低为LPR。



扫码查看详情



中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA



三农金融

广告

收款轻松搞定 一起看见鼎沸的客流

邮储银行商户收单

邮储收单：优惠福利享不停。

活动时间：2024年9月1日-2024年12月31日

活动一：新开办中小商户享收单手续费优惠。

活动二：收单商户可享受信贷、理财等专属金融服务与优惠，助力商家经营周转、财富增值。



扫码查看详情

极速资金助力 一起看见广阔的未来

邮储银行极速贷（抵押）

向资金需求较大、且能提供抵押物的经营者提供的，用于满足生产经营活动资金需求的贷款。

产品特点：

- 额度最高可达1000万。
- 单笔贷款期限最长5年，还款方式灵活。
- 贷款年化利率最低为LPR-30BP。



扫码查看详情

 中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

三农金融

广告

资金周转无忧 一起看见丰收的喜悦



邮储银行信用户贷款

面向广大农户，用以满足生产经营需求的免担保免抵押贷款。

产品特点：

- 免担保免抵押纯信用。
- 单户授信额度最高50万元。
- 线上申请，快速审批，极速放款。
- 贷款年化利率最低为LPR+30BP。



扫码查看详情

媒介选择：

选择高铁媒体（**沈阳局-京哈线**）作为主要投放渠道，覆盖高频次、高流量的商务及返乡人群，精准触达目标受众。

媒介优化：

通过高铁站内灯箱、车厢内海报等多种形式组合投放，最大化提升曝光率和触达率。

传播节奏：

分阶段投放，初期以品牌曝光为主，后期结合业务推广，强化用户转化。



•传播效果:

1. 高铁广告触达人次: 累计触达约**1000万人次**, 有效关注度提升**30-40%**。
2. 业务增长: 新增用户数增长**15-20%**, 业务交易量增长**20-30%**, 用户活跃度提升**25-35%**。

•市场反馈:

1. 广告主评价: 邮储银行对传播效果高度认可, 认为海报创意与品牌定位高度契合, 有效提升了品牌形象。
2. 受众反馈: 农民、商户等目标受众对邮储银行的金融服务认知度显著提升, 品牌亲和力增强。
3. 行业评价: 业界专家认为该案例在视觉设计与传播策略上具有创新性, 为农村金融品牌传播提供了新思路。