

邮储银行【快乐消费·诗路打开】AI动画营销

- **品牌名称：**邮储银行
- **所属行业：**金融
- **执行时间：**2024.09.26-2025.01.21
- **参选类别：**AI营销类

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://go.163.com/f2e/20250110_psbc/index.html



目标回顾

承大行责任

主张快乐消费，激活全民消费潜力

为贯彻**商务部2024“消费促进年”工作部署**，落实国家关于促进消费系列政策措施的大行担当，邮储银行2024焕新**“美好生活、快乐消费”**的品牌主张，引领快乐消费新风尚；

传专业实力

拆解产品优势，满足快乐消费需求

具体拆解邮储银行**借记卡、个人消费贷、手机银行APP、科技金融U益创**等多元产品优势，占位目标用户**产品选择**心智。

用户洞察

“快乐消费”的新主张，急需对话“年轻派”



35岁以下年轻派成为 **消费市场的主力军**



更是激发消费增长的 **活力所在**

69%

35岁以下年轻消费群体消费总占比

11%

35岁以下消费者消费能力增幅年均

2倍

消费能力增幅对比35岁以上消费者

用户洞察

TA们一边传统文化血脉觉醒，一边AIGC科技革命

古诗词

成年轻人新社交语言

16.03亿

《长安三万里》
票房奇迹

增长168%

2024古诗词相关的短
视频播放量增长

AIGC

正掀起内容消费革命

“产出内容”也“消费内容”

51%年轻派

曾用AI艺术创作

52.8%年轻派

热衷于AI娱乐

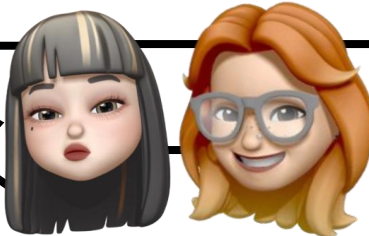
传播策略

于是我们决定融合TA们的热爱

用 AI 唤醒 古诗词

碰撞出 “快乐消费” 的 “快乐表达” 系列国漫番

让讨厌读 “条款” 的年轻人



笑着记忆产品优势

千秋诗圣



人物选择与“我”有关

他们是文学经典，更是与年轻派高度共鸣的“典型普通人”

花木兰



历史上她替父从军
现在她收到Offer却陷入“入职焦虑”

苏轼



历史上他以食做诗
现在他以诗带货，种草一哥

李白



历史上的诗仙
现在他是进京追梦的青年

鲁班



历史上的土木建筑鼻祖
现在他是让科技改变生活的创客

用AI具象化大众对诗词的“想象”

一场跨时空“奔现”引发全民好奇

花木兰的一举一动到底有多**A**?

P人善良 大女主 擅长骑射 深明大义 身手敏捷 **超A**



当我们把关于木兰的关键词交给AI
少女的多面跃然纸上

吃货苏轼是否是**微胖界**颜值担当?

东坡肉 荔枝 以食做诗
豪放不羁 乐观豁达 乐天吃货
重情重义

当我们把关于苏轼的关键词交给AI
多版版苏轼**满足大众想象**

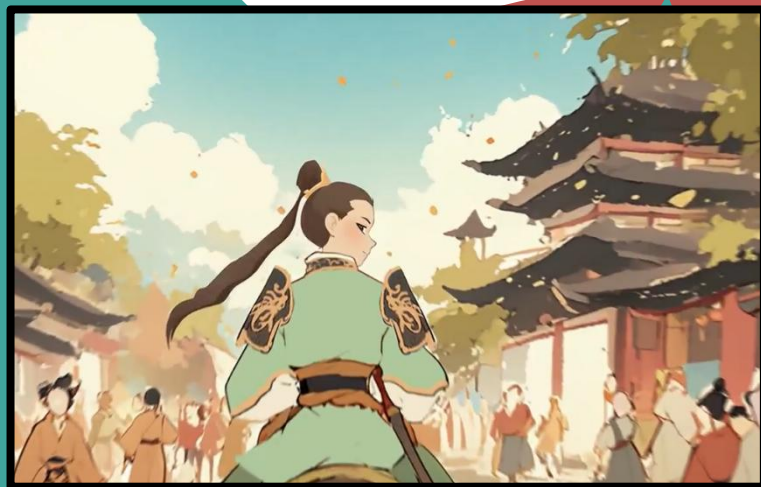


借诗叙事，制造记忆的冲突

在经典中“反转历史的结局”，以认知冲突加深邮储产品记忆

邮储银行储蓄卡×《木兰辞》

陪木兰轻松享“东、西、南、北”市购物优惠
装配齐全，快乐出征



邮储银行个人消费贷×《惠州一绝》

陪苏轼乐享“被贬惠州”新生活
意外打开“以诗带货”新思路



科技金融U益创×《咏鲁班》

让匠心惠泽民生的工圣鲁班
再进一步助力周朝制造业产业升级



字藏玄机，爆梗暗埋

古今碰撞，拉近品牌与年轻人的距离

顽梗年度
热门弹幕

蛤?

木兰买鞍遭遇“强制配货”
竟要配个蛤



噩梦
重现

早八

木兰买长鞭参与“限时抢购”
时间却仅限早八



游戏圈
名梗重现

船新
开局

苏轼南下没钱换船
副本重开渴望“船新开局”





一次科技让经典新生的内容革命
交年轻人“思诗”路打开，学会快乐消费！

快乐消费.诗路打开

系列国漫新番

也是打开邮储对话年轻派 | 传统文化表达 | 金融行业营销 的新诗路



传播timeline

3支AI诗词国漫番持续月更

释放邮储银行3大产品快乐消费新主张

2024.10金九银十消费旺季

2024.11双十一消费旺季

2024.12年终总结季

第1番《木难辞》

传递邮储银行储蓄卡乐享优惠信息

第2番《重生之我去惠州做司马》

传递邮储银行个人消费贷焕新生活信息

第3番《鲁班创业记》

传递科技金融U益创助力新质发展的己任

邮储银行官网自媒体、网易文创自媒矩阵“首映”+ 邮储快乐消费产品专题番剧卖点“划重点”

0

持续月更

吸引年轻人主动追番

邮储快乐消费主张渐入人心



动 / 画 / 入 / 口

第 番 《木难辞》

金九银十消费旺季

天崩开局

聚焦历史上最复杂的消费场景
邮储银行储蓄卡助木兰乐享优惠



剧情概述

木兰出征采购，为享优惠遭遇4大“窘境”



东市买骏马，遭遇**限款优惠**
特价的只有玩具“木马”



西市买鞍鞯，遭遇**强制配货**
配蛤蜊买鞍鞯，木兰满头大写“蛤？”



北市买长鞭，遭遇**限时抢购**
“早八”开抢，木兰来晚



南市买辔头，遭遇**路途奔波**
南市变“难找的市集”

购物窘境一卡拿捏



新人木兰自信出征





第 番 《重生之我去惠州做司马》

双
十
一
消
费
旺
季

无限流叙事

异地上任，陷入穷游囫途失败循环
邮储银行个人消费贷助苏轼副本重开
乐享惠州新生活



动 / 画 / 入 / 口



剧情概述

陪苏轼中年职场被贬，一路“难”下惠州



被贬惠州手拿降职offer
却因美食欣然上任



被迫穷游，遭遇黑心旅店
谁说这店好啊？这店可太坑啦



没钱买船，遭遇扁舟漏水
苏轼被迫船新开局



没钱装修，到手的offer
从破窗飞走

消费贷三大强BUFF



打开“以诗带货”新思路





动 / 画 / 入 / 口

第 一 季 《鲁班创业记》

年 终 总 结 季

主旋律升华

顺应2024 推进“新质生产力”发展主张
科技金融U益创助鲁班科技创业，热爱发生



剧情概述

鲁班临危受命，接到齐王修殿任务，却因囊中羞涩没有预算更新生产工具



鲁班紧急接到齐王修殿任务



却因时间紧急且“斧子”生产效能不足而苦恼



灵机一动想到模仿茅草造“锯”，却没钱批量化生产

科技金融U益创帮鲁班批量造锯，并让更多奇思妙想成为新质生产力



0

宣发传播

吸引年轻人主动追番

邮 储 快 乐 消 费 主 张 渐 入 人 心

现象级爆款番剧的运营思路 成为品牌营销的最新版本答案!

三大宣发强BUFF，共迎高光时刻

传播预热
埋亮点

引发全网坐等看番

传播引爆
建阵地

多维平台运营助力

传播沉淀
划重点

诞生品效互促新模式

吸引年轻人主动追番，点燃全网追番热情

传播预热

埋亮点

传播引爆

建阵地

传播沉淀

划重点

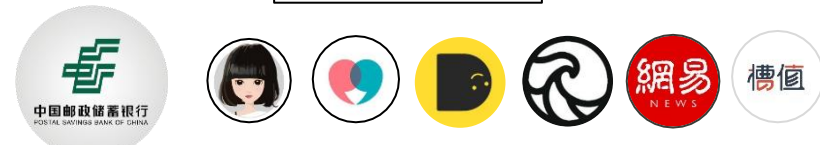


多平台动画新番联合发布

预热短片，抛出诗人消费困局

广告传播解析，AI玩法划重点

产品专题，动画卖点划重点



0

宣发效果

及传播亮点

科技让经典新生的内容革命



数据效果

这次科技让经典新生的内容革命
让枯燥的邮储卖点被更多年轻人看见

6.72亿+

项目总曝光量

6300万

3支视频全网播放量

117万

视频点赞

9.9万

视频的留言评论

年轻人的消费潜在追番的过程中被有效激发

6.74%

用户通过动画跳转至
邮储银行储蓄卡详情页

11.1%

用户通过动画跳转至
邮储银行个人消费贷款产品详情页

网友爆赞，好评连连

这次的国漫新番，引发全网网友疯狂前排围观



知足常乐 江苏 12天前
这视频拍的好有意义啊



谈人所需 12天前
好有趣的AI



晟灿 山东 12天前
跨越时空的买买买之旅



小糯米团团 浙江 12天前
这广告拍的很有创意



D阳 重庆 17天前
春秋鲁班开启ai创业之路



紫罗兰 吉林 12天前

古代人也会消费了



四姐D3 辽宁 12天前
木兰替父出征



7 黑龙江 12天前
思路打开了 喜欢这种



小苹果 河南 12天前
喜欢这种AI技术视频



晟灿 山东 12天前
果然木兰也是消费更快乐



文荀武略 山东 12天前
太有意思了 才发现还没有马



草莓酱 河北 17天前
鲁式创业，兄弟们加油干



可爱多多 辽宁 12天前
“现代消费困境”会发生什么



中国花（我） 山西 17天前
有创意，科技发展未来新思路



起风了～ 山东 12天前
拍的很用心 用动画的方式展现



冬日花开 河北 17天前
太可爱了



谈人所需 12天前
好有趣的AI



曾经心痛为何变成陌生人 山东 17天前
网易再次携手邮储银行

超好评



项目总结

科技让经典新生的内容革命

让年轻人身上的传统文化血脉觉醒，
与AIGC科技革命碰撞在一起，
用AI唤醒古诗

用最快乐的方式表达快乐消费

创作系列国漫新番，
让邮储银行金融产品去诗里化解千年消费难题，
让讨厌读“条款”的年轻人用最快乐的方式记忆邮储银行“快乐消费”的品牌主张

助品牌减龄让政策渗透

让“消费促进”国家部署
以潜移默化的方式对话年轻人。