

骗局背后

兴业银行信用卡 《骗局背后》金融消保数字攻防战

- 品牌名称：兴业银行信用卡中心
- 所属行业：金融业
- 执行时间：2025.03
- 参选类别：公益内容类



案例视频

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://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/CfJWwmgLDi2O52kbZpecAAYfnab?from=from_copylink

Background & Challenge

当“维权”成为生意，金融消保面临沟通失效

在全民数字化的今天，金融纠纷催生了隐蔽的“代理维权”黑灰产。不法分子利用信息差与消费者焦虑，以“维权”之名行诈骗之实，严重侵害公众财产安全与信息安全。传统金融消保宣传多为单向、枯燥的条款警示，在情感共鸣与传播穿透力上严重不足，难以触及并唤醒已被黑灰产话术包围的潜在受害者。

本次公益行动的起点，是解决一个紧迫的社会问题：

如何运用数字传播的创新力量，打破专业壁垒，将复杂的金融风险转化为公众看得懂、信得过、传得开的社会共识？

Campaign Objectives

一次精准的社会干预与品牌升维

1_社会价值目标:

精准揭露“非法代理维权”的完整骗局链条，提升全民金融反诈免疫力，从源头上遏制黑灰产蔓延，履行金融机构的社会守护责任。

2_品牌沟通目标:

超越传统的风险提示，塑造兴业银行主动、智能、有温度的“金融消保卫士”形象，将企业社会责任转化为可感知的公众信任与品牌声誉。

3_行业创新目标:

打造一部在叙事、美学与科技感上均属标杆级的公益数字内容，为金融行业的消费者教育探索出一条高效、高共鸣的沟通新范式。

Strategic & Highlight

策略与创意：以“金融悬疑片”重构公益叙事

核心策略：将消保议题包装为一部“金融科技悬疑片”，以高概念叙事实现破圈传播。

创意三大亮点：

“攻防可视化”叙事：

采用银行与黑产的双线平行剪辑，通过分屏等手法，将无形的风险对抗转化为具象的戏剧冲突，增强代入感与紧迫感。

“科技美学”赋能信任：

设计“雷达预警系统”等动态数据可视化界面，将抽象的风控技术转化为观众可感知的“守护力量”，直观建立专业信任。

“解决方案”闭环：

剧情在揭露骗局后，关键落点于银行提供“个性化还款方案”，将传播终点从警示升维至提供“正道”与关怀，彰显品牌责任。



Execution & Media Mix

构建全域数字传播矩阵

核心数字资产：以商业片标准制作公益微电影《骗局背后》，确保内容品质。

整合传播矩阵：

线上精准渗透：于“3.15”期间在微信视频号、抖音等社交平台首发并助推；在财经垂直媒体发布深度解读。

线下公共空间覆盖：同步登陆上海市公共信息发布平台、地铁及公交广告屏等媒体，利用其强制性、广谱性触达城市主流人群，将公益警示融入公共生活场景。

公私域联动：在银行自有APP、网点屏幕全渠道播放，形成从公共空间到私域阵地的传播闭环。

Results & Feedback

可衡量的社会成效与品牌沉淀

广泛的公众影响：

影片在全网获得超 2400 万次播放，广泛触达。用户评论显示，其有效提升了公众对“代理维权”骗局的辨识力，并强化了对正规金融机构的信任感。

积极的行业与社会反馈：

案例获得了来自金融监管部门及消保部门的广泛报道与积极评价，被认为是金融消费者教育领域一次具有突破性的实践；

案例荣获上海市委金融办“防范打击金融活动优秀宣传作品”。

坚实的品牌资产沉淀：

本次行动成功为兴业银行塑造了“智能、主动、有担当的消保卫士”品牌人格，将一次公益传播转化为可持续的信任资产，显著提升了品牌美誉度与责任感知。

