

浙商银行



- ◆ 品牌全称：浙商银行
- ◆ 所属行业：金融业
- ◆ 参选类别：年度最具移动营销创新精神品牌

浙商银行手机银行



品牌定位
个人金融生活
伴侣

目标人群
80、90后

使用场景
突破空间、时间
的限制

行业地位
中国银行业论坛
创新手机银行奖

手机银行发展与营销演进

1.0

移动银行工具

线下网点推荐

无营销场景嵌入

2.0

一站式金融
服务平台

推广式营销

通过广告、活动等方式提高产品的认知度和活跃度。

3.0

个人金融生活
伴侣

社会化营销

建立产品的“自营销”能力，打造产品本身的传播属性。利用社会化传播提升产品的“品牌拉力”。



手机银行创新功能



代表案例：当AR黑科技遇上金融——

浙商银行手机银行发布AR版个人专属财富报告

演示视频



扫一扫看视频
或访问以下网址

<https://v.qq.com/x/page/h05481i111d.html>

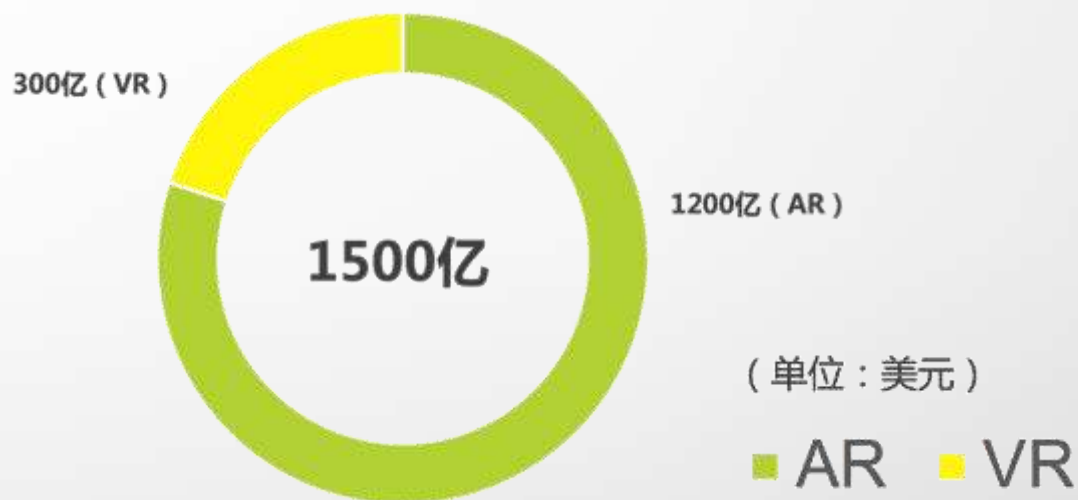
AR，未来已来！

AR技术已经成为最热的技术方向之一

根据谷歌搜索指数数据，自去年开始，VR（Virtual Reality，虚拟现实）/AR（Augmented Reality，增强现实）技术在全球的关注度以极快的速度上升。

继Facebook/Google等海外IT公司开始涉足这一行业开始，国内企业也纷纷开始将其业务与AR结合；时至今日，随着热度的骤升，各大投资及研究机构也将重心向VR/AR市场转移，出现了大量事件新闻以及创新应用场景。

根据Digi Capital预测至2020年，全球AR与VR市场规模将达到**1500**亿美元。



AR，未来已来！

AR技术有着独特的交互体验

相较于VR技术呈现出的100%的虚拟世界，AR技术是基于现实环境，叠加虚拟物体或电子信息，从而对现实达到“增强”效果。相比之下，AR技术所呈现的效果更接近人们的生活与工作，应用范围更为广泛。



真实
场景

虚拟
信息

9月13日新上市的iPhone X将AR黑科技作为本次新品发布的重要技术突破之一。

由于移动性强且普及面广，移动终端（手机、平板电脑）自然成为了AR大众市场最具前景的平台，智能手机生态系统为面向大众部署AR的纯软件解决方案提供了一切要素。



Pokemon Go

全新游戏模式



AR实景红包

全新互动体验

宜家AR家具选购



全新购物方式

Faceu特效相机



全新社交乐趣

AR技术 在移动端的应用

-
-
-

传播目标

基于对AR技术的行业创新级应用，深化浙商银行在客户心中时尚、新锐的“00后银行”品牌形象。



CZBANK  浙商银行

没想到你是
这样的00后银行

- 让用户直观的感知到浙商银行“会玩、年轻”
- 让用户有主动推荐、传播的意愿

为什么选择手机AR

易体验

制造出来的虚拟世界与真实世界同步，用户仅需使用手机，即可随时随地使用AR。

更生动

突破屏幕，虚实融合，让原本无感的平面、数据更加立体、形象、直观。

好话题

“沉浸”式体验感受，增强使用的趣味性和互动性。增强用户自主传播的意愿。

AR+金融=?

以往AR技术在金融领域的应用基本都是在“秀特效”

在金融业，尤其是银行业，因行业本身功能业务复杂、虚拟且难以具象化，还未有突破式的应用场景，多数只停留在特效展示层面，与金融特质并无深度结合。

人民币防伪推广



无动态展示

卡通偶像联名卡推广



缺乏金融特质

贵金属销售推广



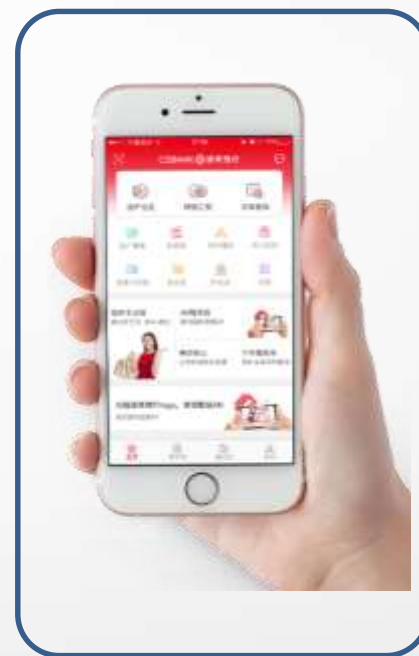
仅做视觉观赏

浙商银行AR项目传播方案

不同于其他金融行业以往在手机App界面内植入AR游戏的做法，浙商银行首次将AR技术实现功能化应用。将新科技与金融场景加以结合，打造可视化财富管理工具，用金融科技来提升客户体验，助力业务发展。



打造精品
行业级AR应用



提供海量用户入口
即刻体验



形成话题
扩大传播

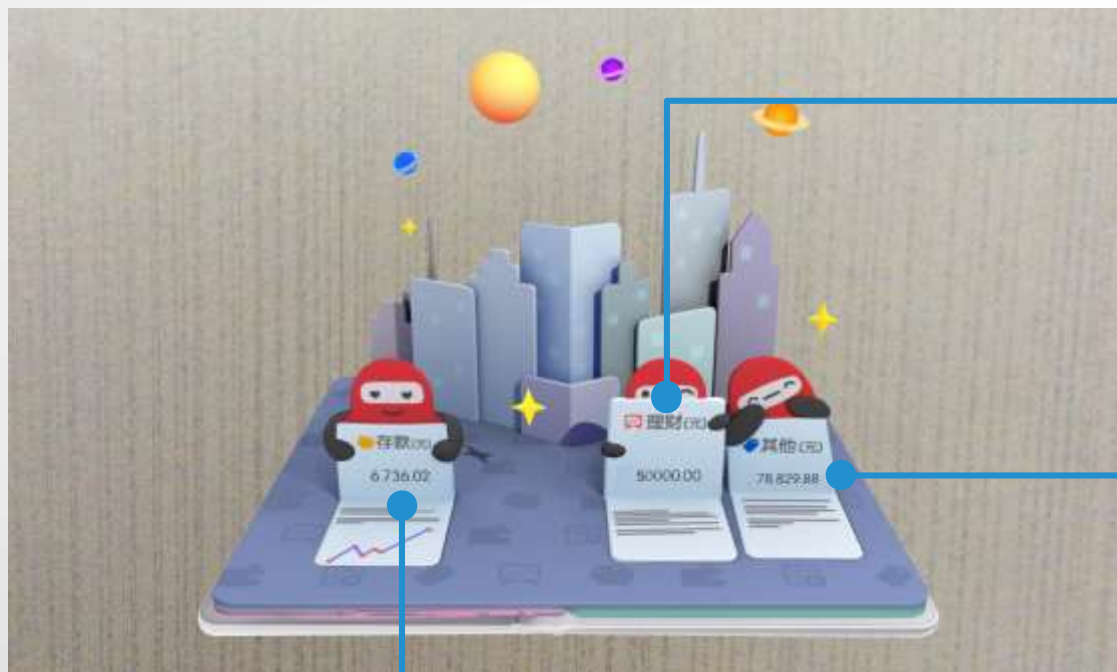
好看好用，好懂好玩

得益于AR技术加持，手机银行中使用频率最高的账户查询功能变成了这份脑洞大开的“AR个人财富报告”。绚丽绚烂的创新财富工具，一改银行业务“刻板高冷难懂”的老旧印象。



看看你的钱都投哪儿了？

这份报告将纯粹的“视觉游戏”与客户的财富数据实现了“互动”，以生动、直观、活泼的方式为客户全方位呈现资产负债状况及财富投资分布。



■ 客户在本行投资的理财产品情况

■ 客户在本行投资的基金、代销等产品情况

■ 客户在本行的存款情况

体验步骤：

① 新版手机银行神秘入口

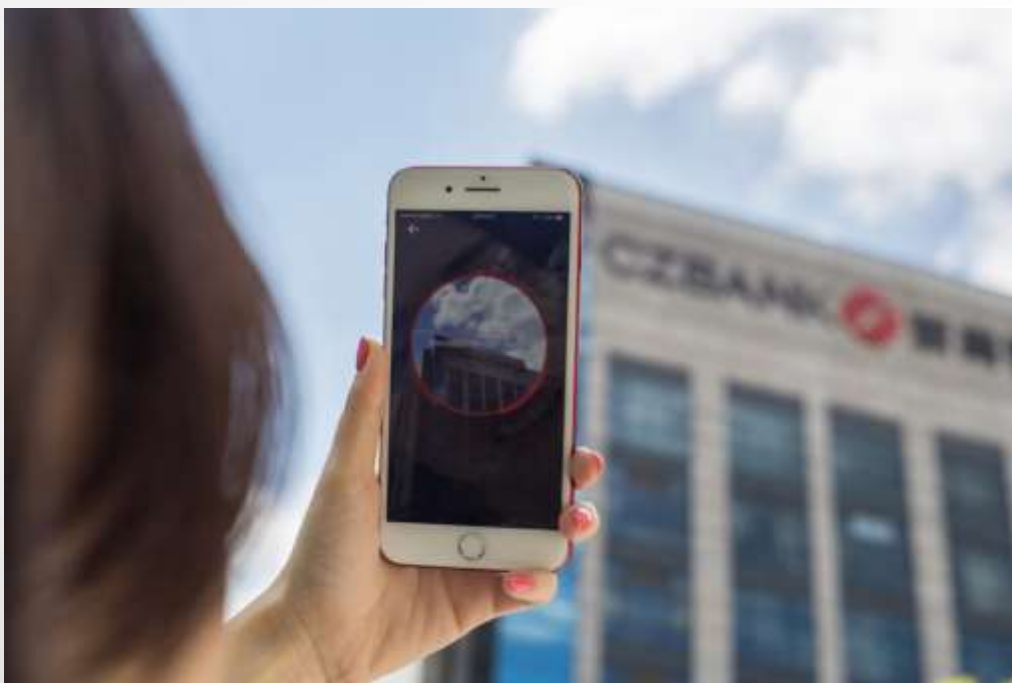
2017年8月28日，浙商银行个人手机银行3.0全新发布，客户可以从神秘入口获取自己专属的AR“财富报告”：

- 浙商银行个人客户只需更新至手机银行3.0并登录；
- 点击左上角 [AR] 或首页【AR酷体验】栏目；
- 进入扫描识别物环节。



② 寻找身边的浙商银行Logo

这份“财富报告”需要通过识别浙商银行Logo来获取，客户可以通过扫描身边例如浙商银行网点外部标识、宣传单页甚至是官网上的Logo，仅需0.5秒，即可完成识别物匹配。



③ 翻开专属财富报告

用户可以像“翻看立体贺卡”一样，翻看自己的总资产、总负债、理财金额、存款金额等。



传播媒介

手机银行宣传



微信公众号推文



朋友圈传播



30+ 篇线上媒体报道

功能上线后，浙商银行利用线上核心媒体资源，发布多篇新闻通稿、软文共计30余篇。在多个大型门户网站、主流新闻报刊以及影响范围较大的微信公众平台进行定向投放。



首页 / 浦江财富 / 正文

借势AR黑科技 看"00后银行"玩转互联网



浙江省银行业协会
ZHEJIANG ASSOCIATION OF BANKS

VR、AR应用成果亮相浙商银行新体验发布



和讯网 > 银行 > 新品速递 > 正文

浙商银行借势“黑科技”推金融新品



浙商银行借势“黑科技” 推金融新品



财经

互联网金融“战国时代”用户体验创新 成为热点



浙商银行借势“VR黑科技”推金融新品

< 返回 浙商银行借势“VR黑科技”推... >>>

线上+线下整合营销效果



全民寻找00后银行Logo

浙商银行自去年8月品牌焕新以来，加大了在重点城市重点区域以及华东沿海高铁站的广告投放力度，以醒目的浙商银行Logo作为主画面，焕发着00后银行年轻的品质特质。今年7月，以“没想到你是这样的00后银行”为主题的创意列车出现在杭州地铁1号线，日均曝光率达到3.5万人次。

在品牌广告投放之处，浙商银行客户都可以使用手机银行AR扫描功能识别浙商银行Logo，随时随地翻阅AR个人财富报告立体书。



浙商银行在AR/VR领域的探索

近年来，浙商银行紧跟VR（虚拟现实）、AR（增强现实）两项Fintech热点，不断探索其在金融领域的场景应用，将“高冷”的金融业务转化为“好玩，易用”的客户体验。

在“增金财富池”电影贴片广告中，浙商银行曾运用AR游戏帮助观众直观体验个人资产“池化”增值过程；客户可体验基于HTC VIVE的VR虚拟银行、基于AR技术的“浙+银行”趣味3D互动场景。



未来，

浙商银行还将在MR（混合现实）领域进行进一步的探索和创新。

Thank You