



e-ICBC



2017
ANNUAL BRAND CULTURE
REPORT OF ICBC
中国工商银行品牌文化年度报告





2017
ANNUAL BRAND CULTURE
REPORT OF ICBC
中国工商银行品牌文化年度报告

e-ICBC



目录

1 华彩乐章 荣耀奏响

集团品牌形象再获提升·登顶折桂	06
砥砺五年谱华章·奋进历程	10
新印记 新形象·大行雄风	12
握住彼此的梦想·“一带一路”	14
风景独好·形象展示活动	18

2 品质服务 在您身边

多元化金融服务·业务品牌形象	26
就在您身边·各类营销活动	44
口碑中的工行·大众媒介广告	50



3 美好生活 用心体验

多一点体贴·服务体验提升	62
给你家的感觉·网点环境靓化	64
你我零距离·线下粉丝活动	66
像亲人一样·匠人匠心塑造	68
分享才是金融·共享经济品牌传播	72

4 逐梦前行 智慧金融

更聪明的金融·智慧银行品牌	76
金融无处不在·新媒体广告	78
您的掌上银行·自媒体运营	80
看得见的好声音·新闻宣传和 声誉管理	82

5 守望相助 让未来不同

你是我的牵挂·精准扶贫	88
爱满五大洲·公益奉献	94

华彩乐章 荣耀奏响

百尺竿头更进一步。2017年，本行品牌建设紧密结合集团发展战略创新进取，在继往和开来两大战场取得了新胜利，在国际和国内两个舞台奏响了新乐章。

集团品牌形象再获提升·登顶折桂

凭借在企业品牌、广告营销领域的优秀表现
本行蝉联

“中国广告长城奖”
2017 年度“广告主奖”



凭借“一带一路”金融服务再度获评
中国国际金融服务展

“金鼎奖”
“年度优秀金融品牌奖”

凭借卓越的品牌价值
再次登顶英国《银行家》杂志与英国品牌价值研究机构
Brand Finance 共同推出的

“全球银行品牌价值 500 强”榜单



全球最有价值银行品牌



全球最强银行品牌

从 A 股 3000 多家上市公司中脱颖而出
获评

“2017CCTV 中国十佳上市公司”
成为唯一一家获此奖项的金融企业



在麦肯锡发布的《2017 中国 TOP40 家银行价值创造排行榜》中，
本行创造的
经济利润在国内主要商业银行中**排名第一**
是当之无愧的价值创造者

本行拍摄制作了《做坚定的价值创造银行》宣传片，从“坚持为实体经济创造价值；坚持为股东创造价值；坚持为社会、为员工创造价值”三个角度进行阐释，彰显了本行卓越的价值创造力。



砥砺五年谱华章·奋进历程

集团品牌 视频传播

在党的十九大召开之际，本行制作了《砥砺五年路 谱华彩乐章》宣传片，以乐章形式总结了十八大以来本行的辉煌成就。

华彩的乐章——这是价值创造和综合实力达到新高度的五年

总资产、存贷款、净利润稳定增长。通过分红和上缴所得税累计为国家创造了超过9000亿元的价值回报。

激昂的交响——这是支持实体经济服务国家重大战略取得新成效的五年

主动适应供给侧结构性改革新要求，围绕实体经济重点领域和薄弱环节精准发力。

稳健的基调——这是强化风险管理维护金融安全迈上新台阶的五年

始终将风险管理作为经营管理工作的“生命线”，切实发挥了国有大行维护国家经济金融安全稳定的基石作用。

灵动的音符——这是经营转型和改革创新形成新格局的五年

牢牢扭住转变发展方式这根主线深化改革，进一步形成了多源动力、多点支撑的收益结构。

坚定的主旋律——这是党建和队伍建设开创新局面的五年

始终坚持党的领导不动摇，实现了党的建设与现代金融企业建设的深度融合。



新印记 新形象·大行雄风

年度业绩视频传播

2017年，本行制作了新版简介片《工行印记》。经过33年发展，本行在规模、资本、利润、品牌等诸多指标均处在国际最大银行的地位，本行的发展轨迹也镌刻上了深深的“工行印记”。本片有别于以往简介片，以“工行印记”为主题，通过四个“印记”阐释了2016年本行的优秀业绩。



印记一：始终坚持对商业银行经营规律的把握与遵循。

坚持“稳”字当先，保持了稳中向好、稳中提质的发展态势。

印记二：始终坚持观大势，谋大局，保持战略定力。

聚焦经济本源，把握经济发展规律，把握客户金融需求变化，不断创新和改进金融服务。

印记三：始终坚持稳中求进，创新求进。

坚持专业化经营方向，强化专业作为，不断实现专业化经营的新突破，促进了新动能发展壮大、传统动能焕发生机。

印记四：坚持专业专注，与客户、与员工共同成长。

致力于打造“百年老店”，面对复杂多变的国内外经济金融形势，本行站位大局、把握方向，始终保持战略定力，在推动经济、社会、环境与自身可持续发展中，彰显大型银行的责任与担当。

握住彼此的梦想·“一带一路”

品牌TVC

“一带一路”国际合作高峰论坛是“一带一路”倡议提出 3 年多来最高规格的论坛活动，第一届高峰论坛于 2017 年 5 月 14 日至 15 日在北京举行。

在“一带一路”国际合作高峰论坛召开之际，本行制作了《一带一路》主题电视广告。广告契合了国家“一带一路”倡议，表明本行与客户携手迈向未来的愿望。在高峰论坛期间，本广告在央视投放，广泛传播，取得了良好的宣传效果。

以金融的力量
握住彼此的梦想
一带一路 筑梦之路
中国工商银行与您携手
迈向未来

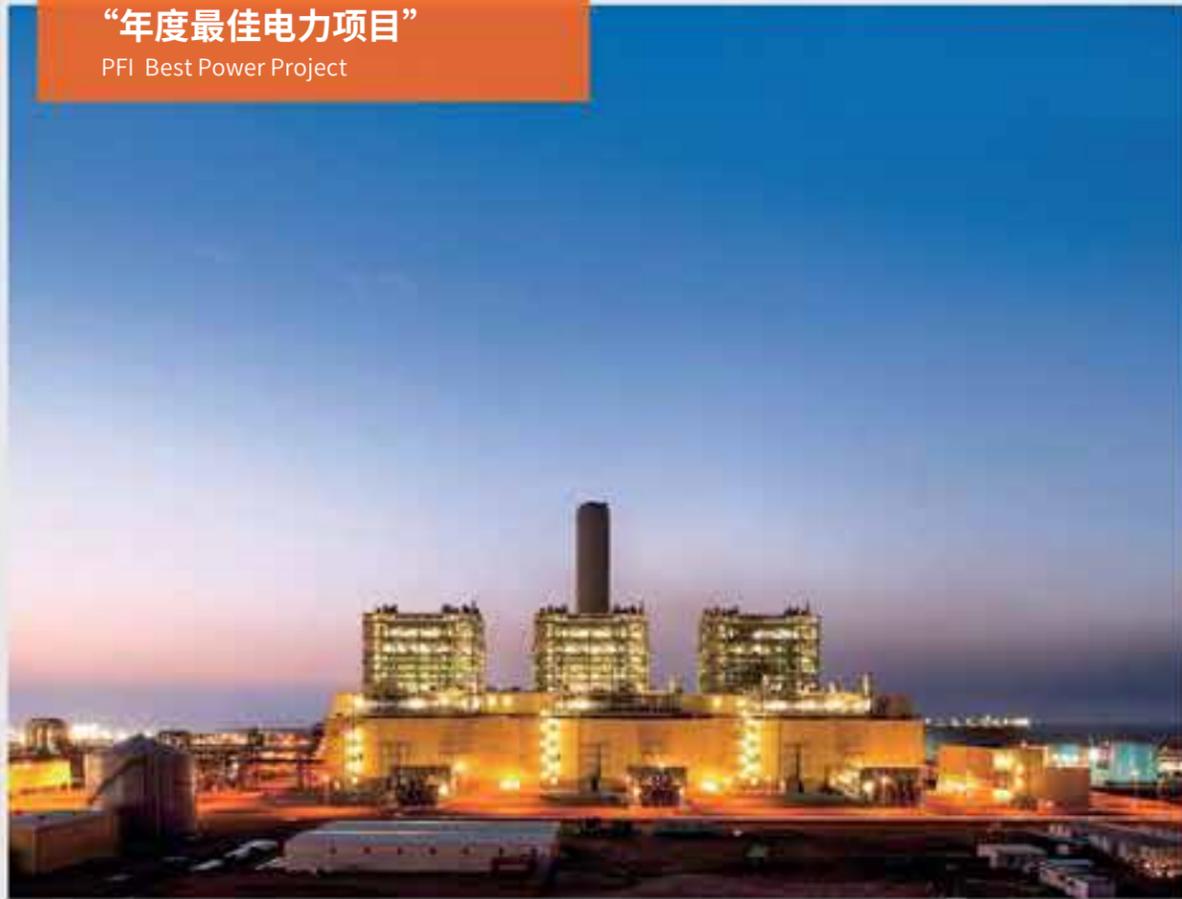


“一带一路”银行家圆桌会

2017年5月15日，由本行主办的“一带一路”银行家圆桌会在北京召开，易会满董事长发言。



本行支持的迪拜哈翔清洁燃煤电站荣获 PFI
“年度最佳电力项目”
PFI Best Power Project



ICBC 中国工商银行

2017年8月，本行在新加坡举办“分享合作 共赢‘一带一路’ 同业合作研讨会”。



风景独好·形象展示活动

积极组织或参与各类活动及展会，大力传播本行价值卓越、坚守本源、客户首选、创新领跑、安全稳健、以人为本的品牌新愿景。

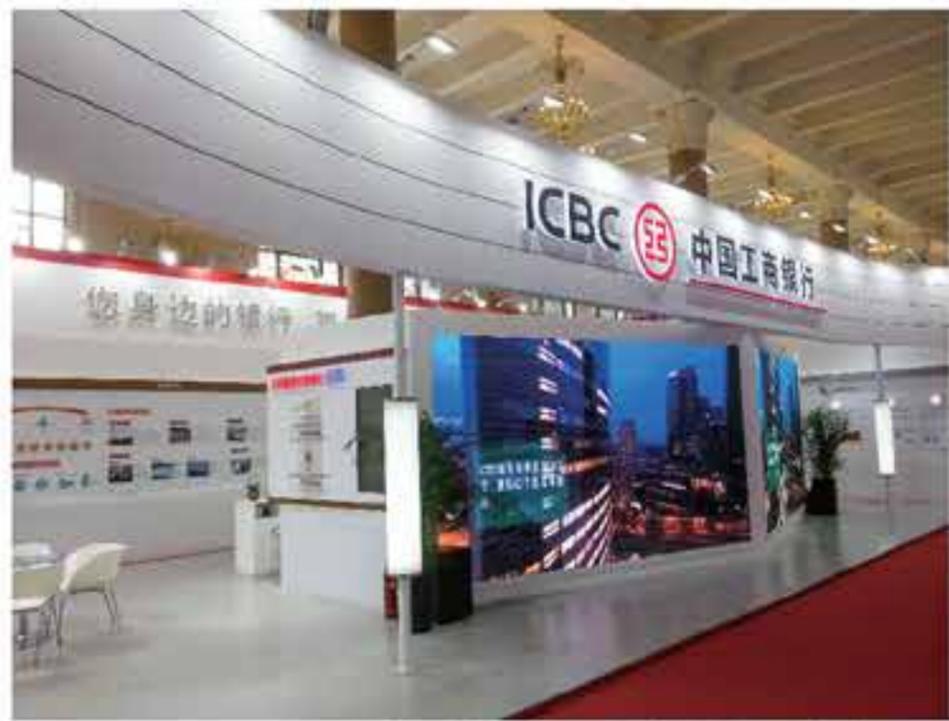
阿根廷子行携手布宜诺斯艾利斯拉美艺术博物馆举办“ICBC之夜”



展示活动

中国国际金融服务展

本行以“致力金融创新 打造智慧银行”为主题，成功参展2017年中国国际金融服务展。通过“奋进十年”“筑梦之路”“科技创新”“互联网金融”四大板块，以及多项金融创新服务的互动体验设置，展示了本行在经济发展新常态下的改革转型与创新成果。



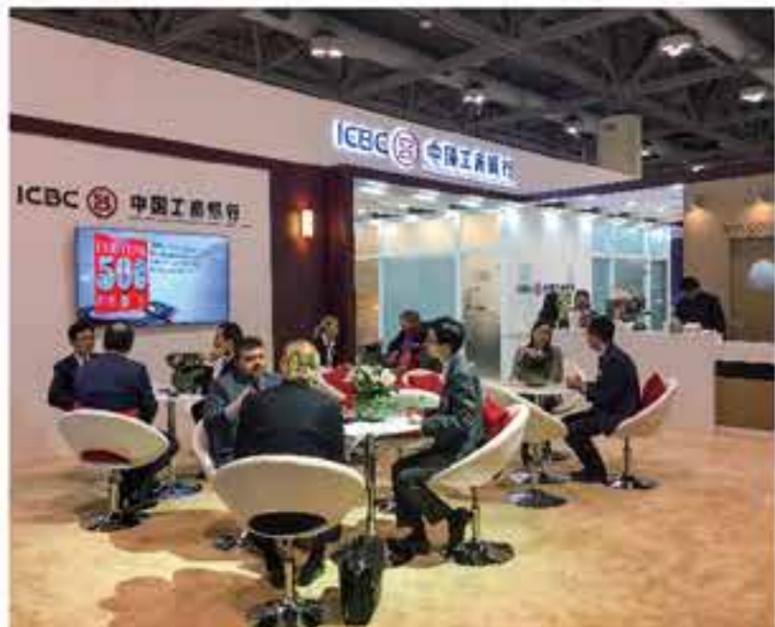
本行参加中国国际金融服务展展台实景



Sibos2017 年会

2017 年 10 月，本行代表团在加拿大多伦多成功参展 Sibos 2017 年会。通过展台推介、现场会谈、公开剧场演讲、社区论坛、大会采访以及投放官方广告等方式，围绕支付清算、国际业务、结算与现金管理、金融市场、资产托管等专业与全球同业开展深入交流，全方位展现推介本行在业务领域、管理领域和企业文化等方面的综合实力及品牌号召力，取得了业务拓展与品牌宣传的双丰收。

展台及活动现场照片



欧洲金融 2017 年国际现金和财资管理年会

2017 年 10 月，本行成功参展在西班牙巴塞罗那举办的欧洲金融第 26 届国际现金及财资管理年会。本行以金牌参展商身份参展，通过搭建展台、发表致辞、拜访客户等方式，多维度宣传和介绍业务，取得了良好的品牌宣传和营销效果。

展台及活动现场照片



工银租赁十周年发展汇报展

2017年11月，工银租赁在成立十周年之际，在本行北京总部举办“工银租赁发展汇报展”。

展台现场照片



品质服务 在您身边



2017年，本行通过各类业务品牌的多元化传播，展现了坚守服务实体经济本源、履行社会责任担当的大行形象，不断丰富“您身边的银行 可信赖的银行”的品牌内涵。

多元化金融服务·业务品牌形象

通过视频、户外、平面、新媒体等广告投放及各类营销活动组织，展现丰富全面的金融业务品牌。

微电影

居民财富增值·私人银行业务

瓷器传人在本行私人银行财富顾问的帮助下，将自身经历与传统工艺相结合，以新的艺术观点将瓷器推陈出新，富二代蜕变为“艺二代接班人”；番外篇以老袁主述的形式，讲述本行服务两代私人银行客户的幕后故事，彰显工银私人银行对家族财富管理和传承的服务理念。



微电影

亲情暖心·贵金属业务

微电影以“小苹果”为线索，回顾主人公从小到大的成长历程，阐释了母爱的伟大，同时也巧妙地宣传了本行“小苹果”贵金属产品。



她是一个天使

幸福小苹果 爱你不嫌多

宣传片

对公精品产品宣传片

选取料器大师、小提琴制琴师、铁器艺术家、本行客户经理等人物形象，从客户需求到精品最终诞生的过程入手，表达了“淬炼精品 升华价值 卓越服务 至诚相伴”的品牌承诺。



宣传片

信息科技宣传片

把握金融科技发展方向 全面推进信息化银行建设
 加快技术创新应用与IT架构转型, 加强金融产品和服务创新,
 持续完善生产运营信息安全和科技治理体系。

金融市场业务宣传片

本行金融市场业务涵盖了投资、融资、交易和承销发行四大板块, 涉及二十余
 条业务线、百余项产品, 努力为广大对公、同业客户和个人投资者提供更好的
 金融市场业务服务。



宣传片

工银聚宣传片

“工”代表工业电商和产业电商平台；
 “银”代表交易银行模式，把结算、贷款、理财等金融服务嵌入企业的采购、销售活动中，是国际先进的产融结合模式；
 “聚”代表数据聚合及其在企业经营管理中的分析和应用。
 “工银聚” 共赢聚

融安e信宣传片

本行推出国内银行业首个大数据智能风险防御系统——工银融安e信。集风险目标识别、风险交易预警、风险管控方案、风险分析评估等多项功能于一体，致力于为客户提供全渠道、全链条的风险防控服务。



平面形象

工银跨境人民币业务平面广告



凭借跨境人民币品牌的
全球本地化传播
本系列广告方案
荣获IAI国际广告奖代理组
平面类作品
银奖

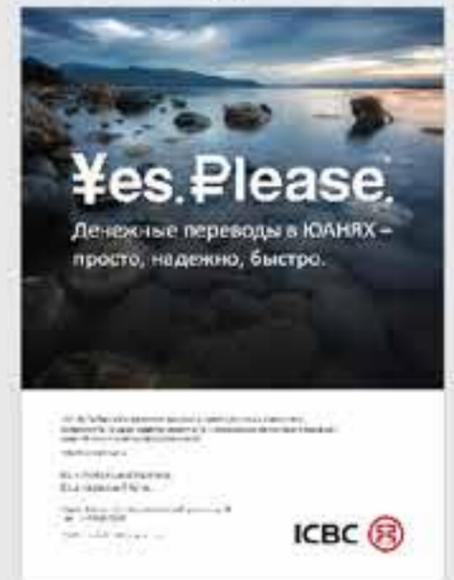


应用案例

工银加拿大业务广告



俄罗斯人民币清算行启动仪式易拉宝宣传



《德国商报》全球特别版广告



香港机场广告牌



私人银行业务平面广告



“随军行” 军人服务升级平面广告



小微金融平面广告



养老金业务平面广告



结现业务平面广告



金融市场营销活动平面广告



信用卡形象设计

奋斗卡



军魂卡



医护卡



教师卡



十二星座卡



境外和控股机构平面广告

工银瑞信业务平面广告



新加坡分行业务平面广告 ▶



工银瑞信业务平面广告



工银安盛主题活动平面广告



就在您身边·各类营销活动

创新推出节日营销、活动营销、主题营销等多种形式的品牌营销活动，提升本行品牌与社会大众各类金融需求的契合度，增进品牌影响力。

自媒体节日营销

节气问候：亲爱的，你好吗？



自媒体节日营销

“我的年度关键词” H5活动



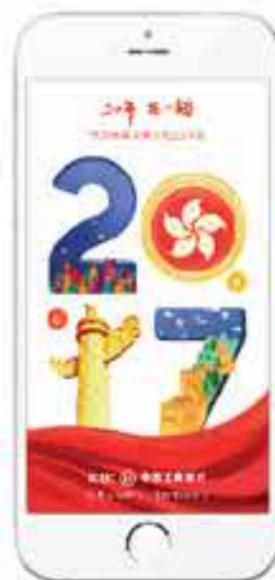
佳节又重阳



光荣属于奋斗的你



风雨携手二十载 紫荆花开别样红



祝福祖国



2018年元旦“新年好”系列宣传海报



品牌营销活动



北京·“梦幻西游 游戏联名卡”营销活动

广东·信用卡爱购港澳系列活动宣传



深圳·“工银融e行”百万梦想演说家营销活动

大连·“宝贝成长卡”营销活动



口碑中的工行·大众媒介广告

锁定客户阅读、生活、出行、消费等场景，利用大数据分析等创新手段，投放期刊杂志广告、航机视频广告、地铁公交广告、高端楼盘框架广告、院线贴片+映前广告，精准提升品牌的生活渗透性。

期刊杂志广告



万象分行·英国《泰晤士报》专访及广告



老挝《悦生活》杂志广告



生活圈广告

机场



- 1. 纽约
- 2. 香港
- 3. 上海
- 4. 老挝



公交

- 1.上海
- 2.深圳
- 3.江西
- 4.苏州



户外



1.上海
2.安徽



3.山东
4.重庆
5.北京



电影院线广告

本行加大影院传播力度，优化投放方式，策划了“映前+贴片”纵横双线推广，实行“卖座影片+热门档期+优秀影院”强强组合，传播效果良好。



美好生活 用心体验



聚合金融力量，成就美好生活。本行持续运用各种金融手段，发挥综合金融优势，用爱心、匠心和恒心传递金融的美好，用卓越的服务积淀优质金融品牌的深厚底蕴。



多一点体贴·服务体验提升

本行不断提升服务水平,通过网点智能化改造、大堂服务改进等途径,持续改善客户服务体验,积极建设客户首选银行品牌。



服务文化
发布会



辽宁阜新分行·为外国客户讲解金融知识

山东日照分行·为客户提供贴心服务



湖北三峡分行·“新服务 心满意”活动



万名用户赞
工行活动



给你家的感觉·网点环境靓化

本行持续推进网点靓化改造, 改善网点对外窗口形象, 提升服务口碑, 为社会大众提供舒适美好的服务环境体验。



你我零距离·线下粉丝活动

本行境内外机构积极组织各类线下粉丝活动，开展粉丝互动、未来客户培育、高端客户回馈等，提升客户黏性和品牌忠诚度。

宁波分行·茗茶、咖啡品鉴活动



宁波分行·“厨艺小当家 披萨DIY”亲子活动



阿根廷子行·橄榄球之缘

阿根廷子行与阿根廷橄榄球协会合作，植入广告并开展球迷互动活动，每年用ICBC COPA (ICBC杯) 命名一场比赛，获胜球队获得由ICBC命名的奖杯，推进ICBC品牌宣传。



像亲人一样·匠人匠心塑造

本行深入挖掘用心服务客户和支持企业行稳致远的精神资源，大力传播“忠诚专注、精益求精、勤思善学、造福于人”的工匠精神，感人的故事通过全渠道传播推广，塑造了一大批服务人民美好生活的大行工匠。

“大行工匠”自媒体传播



策划开展了“大行工匠”主题宣传活动，大力推动对外新闻传播渠道及方法创新，展示本行良好的服务形象。

根据刘铁峰事迹改编的嘻哈MV播放量达1700多万次



网络大V纷纷点赞



分享才是金融·共享经济品牌传播

共享经济风生水起，本行适时推出共享单车、共享雨伞等金融服务共享形态品牌，积极传播工行共享金融新品类。

金融市场部开展共享单车联名月卡活动

工银瑞信开展共享单车免费畅骑90天活动

广西分行“共享雨伞”项目在东博会上正式启动，两名舞者跳舞展示共享雨伞。



广东分行全辖推出“共享雨伞”便民服务

逐梦前行 智慧金融



锐意创新的银行，矢志前行的银行。2017年，本行加快实施e-ICBC 3.0战略升级，聚焦建设“智慧银行”，用更聪明的金融服务百姓生产生活，用智慧金融传播重塑传统大行的品牌认知。



更聪明的金融·智慧银行品牌

通过多渠道、多种形式的营销推广，大力传播本行智慧金融的最新进展和服务亮点。

“三平台一中心”

ICBC 工银融e联

工行与爱同行
随心随心随心随心
下载融e联APP，
领取千万红包，助力爱心

我的百万梦想
全国总决赛
10月23日-10月31日

网络来了

便捷支付 快乐共享 即时沟通 贴身客服

ICBC 工银融e联 移动金融社交平台

www.icbc.com.cn
服务热线 95588

ICBC 工银信用卡专属APP

为我的生活点赞

- 海量的权益
- 火爆的优惠
- 便捷的服务

随机立减 最高1000元

爱购扫码 1 GO 工行

ICBC 工银信用卡专属APP

1折看电影

《蜘蛛侠：英雄归来》正在热映！

- 活动时间：即日起至10月31日，每日上午9时
- 活动对象：工商银行信用卡用户
- 活动内容：活动期间，每日上午9时-22时，通过“工行+生活”APP扫码消费满30元，立减10元

爱购扫码 1 GO 工行

为我的生活点赞

金融无处不在·新媒体广告

借助互联网、新媒体、精准营销的高效传播，本行智慧金融服务品牌推广获得加速度。

朋友圈营销



精准投放



H5情怀故事



扶贫柜台债H5



通过Discovery搜索集成平台及信息流广告、DSP广告等方式，对e-ICBC整体品牌和多个互联网金融产品进行推广。



DSP广告投放



百度品牌专区



您的掌上银行·自媒体运营



12星座表情包



看得见的好声音·新闻宣传和声誉管理

2017年,本行继续通过新闻传播和声誉管理,向社会公众展示服务实体经济、建设客户满意银行和积极履行社会责任的理念和行动。

1 主题宣传再获新突破

为迎接党的十九大胜利召开,策划开展了“砥砺奋进的五年”专题宣传,树立本行业绩优秀、经营稳健、创新进取的良好社会形象。



本行组织众多海外员工于同一日期举行“跨时空联跑”活动,拍摄的视频在央视“厉害了我的国”国庆重点节目展播中播出,成为银行业人物报道的热点话题。



2 新媒体传播取得新进展

2017年，官方微信订阅号“中国工商银行”关注人数首次突破1000万，标志着自媒体传播能力上了一个新平台。



微信订阅号	微信服务号	官方微博
202189	1010607	10541232

2016年11月20日 12月1日起银行理财产品有人变化，这几类必须提前知晓！

阅读量	点赞	评论
2016527	2552	339

我中山的总也拍定了哦，最后拍入了！

阅读量	点赞	评论
57533	123	51



在微博平台通过运营#大行工匠#、#致敬奋斗#等热点话题，累计获得超亿次阅读量，得到社会各界广泛好评。



守望相助 让未来不同

希望同在



内聚文化，锻造行稳致远的不竭动力，外塑形象，传播责任大行的铁肩担道义，让ICBC成为新时代最具温度的品牌样本。

你是我的牵挂·精准扶贫

精准扶贫 TVC

自 1995 年起，本行先后对四川省四个县（市）开展定点扶贫工作，围绕党中央、国务院扶贫开发工作部署，紧密结合定点扶贫县的发展规划，积极帮助对口地区加快脱贫步伐。

本行拍摄制作了“精准扶贫”主题电视广告。广告选取了本行定点扶贫县——四川省南江县凉水希望小学、南江黄羊养殖项目等真实援建帮扶的事迹，以原创音乐贯穿全片，以黑白色调作为背景，突出“红色”的希望，展现了本行精准扶贫取得的成绩，彰显了国有大行的责任和担当。

♪ 那一抹红 ♪
 ♪ 带来希望的火种 ♪
 ♪ 让未来不同 ♪
 扶贫点到点，大爱心连心



22年，金融扶贫、产业扶贫、教育扶贫、卫生扶贫、生态扶
贫、救灾扶贫、新科技区块链扶贫.....

扶起的，是一天天变好的日子，

播下的，是希望，是梦想，

是全面小康道路上一支支浩浩荡荡的逐梦大军。



北京·上海·四川扶贫图片展

2017年，本行在北京总部、上海及四川组织开展了扶贫图片展，一张张真实感人的照片生动展现了本行扶贫工作取得的不凡成绩，获得了社会公众及行内员工的广泛关注与好评，有效提升了本行扶贫工作的品牌效应。

大巴山的孩子，舔着舍不得吃的苹果。



北京总部



上海



四川



爱满五大洲·公益奉献

走到哪, 爱到哪, 这是初心, 这是工行。

志愿公益

安徽·“3.5”学雷锋志愿服务帮扶共建活动



甘肃·“爱心圆梦金秋”助学活动



河北·“喜迎十九大 爱心满工行”捐赠活动



吉林·“携手助梦踏实 爱心温暖捐赠”捐书活动



浙江台州·“志愿服务千人行”集中志愿日行动



陕西渭南·“爱心助考 工行相伴”活动



书香社会

在全国范围内新建“爱立方”爱心图书室, 给贫困儿童带去丰富的书籍。



文化为帆，奔腾入海。

交融互鉴，共赢共享。

本行积极践行对外文化传播的责任担当，在全球五大洲、45个国家和地区开展“ONE ICBC, ONE FAMILY”境外机构文化宣传月活动，实施“文化工行·中国书架”项目，大力推动中华文化、工行文化“走出去”。让每一名员工都成为文化传播的使者，让每一家机构都成为交流互鉴的窗口，向全世界展现中华文化的独特魅力和时代风采。



工银巴西



工银欧洲



工银亚洲



非洲代表处书架



华沙分行



工银标准



新西兰分行



工银秘鲁



纽约分行



首尔分行



利雅得分行



孟买分行

健康生活



支持北大健身盛典



支持2017首届全国新闻界马拉松邀请赛



支持2017上海国际半程马拉松赛

传统文化保护

春节期间，参与新加坡家喻户晓的华族传统节日活动“春到河畔”，深化本行与新加坡本地社团的合作。

