



2015 中国工商银行品牌文化年度报告

Annual Brand Culture Report 2015

2015中国工商银行品牌文化年度报告

ICBC  中国工商银行

中国北京市西城区复兴门内大街55号 邮编：100140

55 Fuxingmennei Avenue, Xicheng District, Beijing, China PC100140

www.icbc.com.cn

ICBC 

Annual Brand Culture Report 2015

2015中国工商银行品牌文化年度报告

ICBC 

目录

01

02

03

04

05

第一章 聚焦2015

- 06 一、助力中非合作
- 08 二、翻越美利坚
- 10 三、小微金融发展迈向新征程
- 12 四、阳光在南海
- 14 五、荣耀时刻



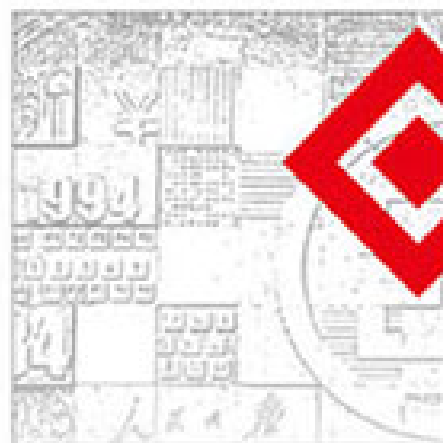
第二章 e-ICBC新形象

- 18 一、e-ICBC-领跑互联网金融
- 26 二、“三平台、一中心”



第三章 塑造品牌形象与传播

- 38 一、传承企业文化
- 41 二、CI管理与实践
- 44 三、企业形象规范
- 48 四、业务品牌形象集萃
- 59 五、传播渠道建设
- 66 六、服务品牌树立



第四章 品牌营销推广

- 74 一、业务品牌营销
- 82 二、整合营销活动



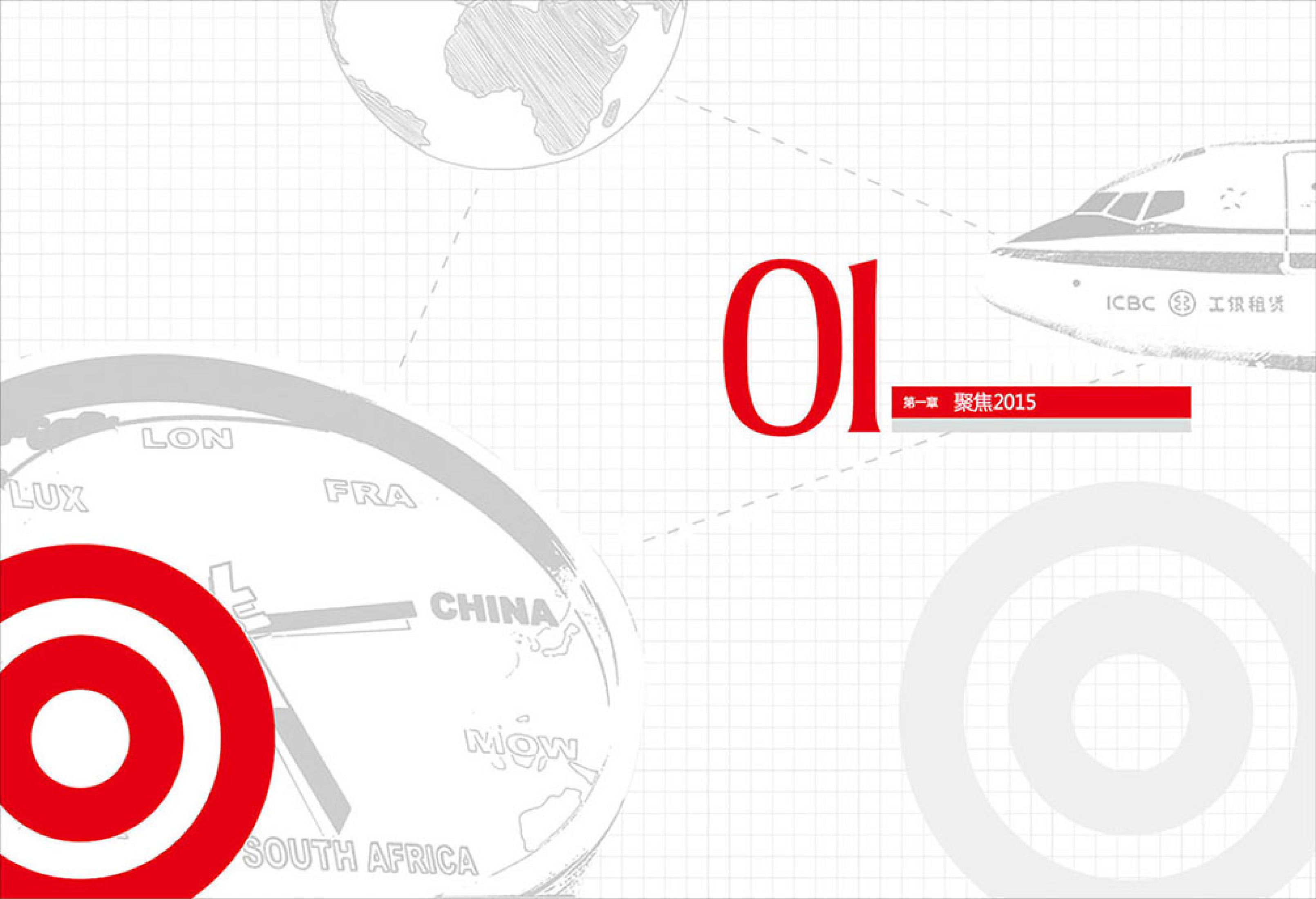
第五章 品牌国际化发展

- 90 一、全球服务能力
- 96 二、跨境人民币业务发展
- 98 三、国际化品牌形象



01

第一章 聚焦2015



聚焦

2015

2015年，随中国经济的巨轮扬帆远航，ICBC集团品牌与业务品牌，不仅在中国更在世界舞台上留下了一个又一个闪耀的时刻，绽放着令人瞩目的光芒。



一、助力中非合作

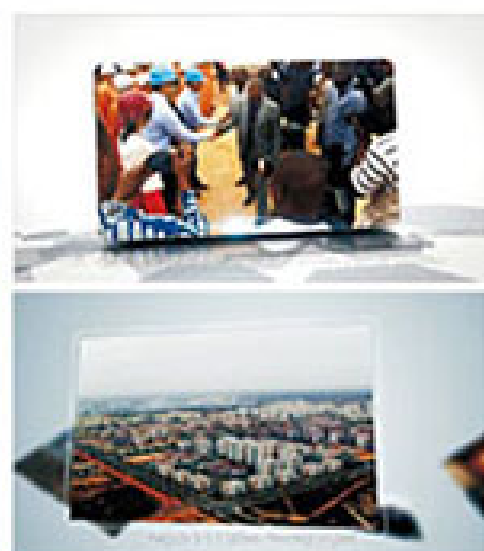


2015年12月4日至5日，中非合作论坛约翰内斯堡峰会在南非成功举行。习近平主席出席峰会开幕式并发表致辞，近50个非洲国家和组织的元首、逾千名中资机构的企业家参与了峰会。此次峰会是中非关系史上新的里程碑，为中非合作向着更广更深层次迈进打下了坚实基础。

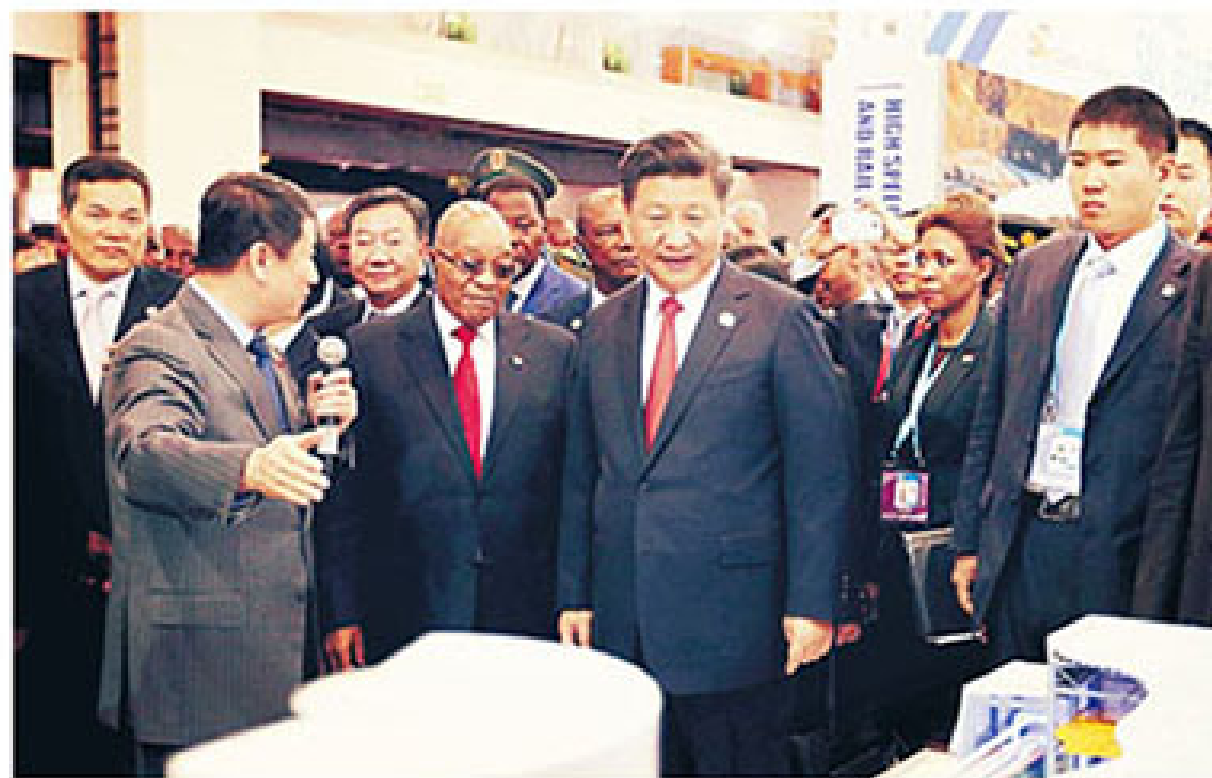
本行历来重视非洲市场，通过参股南非标准银行使服务网络间接覆盖非洲20个国家，大力支持非洲地区重大项目建设，助力中非经贸合作。在本次中非合作论坛系列活动中，ICBC品牌频繁亮相，表现抢眼。本行在峰会上签署了多项战略合作协议，作为唯一企业代表在中非企业家大会开幕式上致辞，联合南非标准银行、国家发改委国际合作中心主办了中非投融资论坛，并参与了中非装备制造展，展现了本行雄厚的金融服务实力和良好的国际大行形象。



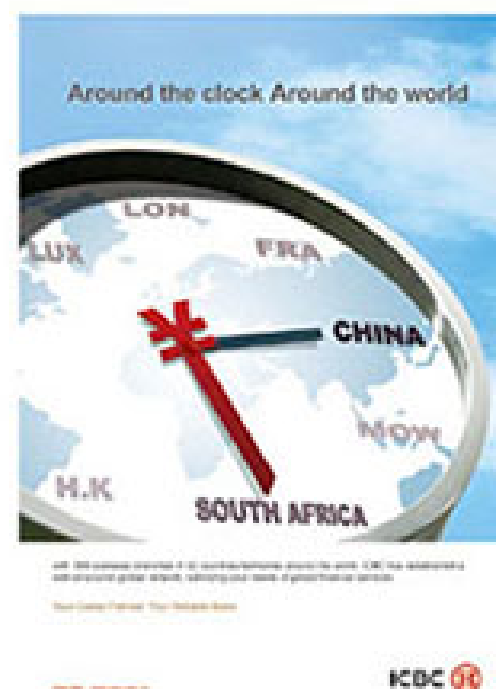
● 本行参与了中非装备制造展。



● 在中非装备制造展中支持非洲地区重大项目建设与融资进行了专题宣传。



● 12月4日，习近平主席在约翰内斯堡出席峰会开幕式，南非总统祖马、津巴布韦总统穆加贝共同出席中非装备制造发展开幕式。



● 本行在中非合作论坛上重点宣传了海外投融资、全球现金管理等服务，展示了本行的全球金融服务能力。



● 为迎接本次论坛，本行联合标准银行在约翰内斯堡国际机场进行了宣传。



二、翱翔美利坚



2015年9月，习近平主席访问美国并出席联合国成立70周年系列峰会。这是习主席首次对美国进行国事访问，也是习主席首次走上联合国总部的讲坛。此次访问有力地推动了中美关系的发展，并为地区和世界的和平与发展注入了新动力。

在此次高访活动中，ICBC荣耀亮相，品牌形象得到极大提升。9月22日，本行全资子公司工银租赁和波音飞机公司在美国西雅图签署了30架737-800NG型飞机的购机协议。这是习近平主席访美行程中签订的首张商贸订单。目前，工银租赁拥有和管理的名类大型飞机总数超过430架，客户遍誉境内外50余家一线航空公司，并已成为我国国产飞机研制、销售的重要载体以及中国制造业出海的探路者和先锋。



● 习近平主席参观波音公司制造厂并在欢迎仪式上致辞，ICBC在本次活动中荣耀亮相。

三、小微金融发展迈向新征程

2015年4月17日，李克强总理到本行考察并主持召开座谈会。李克强总理在本行重点考察了小微金融业务发展和金融支持企业“走出去”情况，对本行积极开展小微金融业务予以肯定，勉励本行要勇于在面向世界、服务企业中提升自身竞争力，拓展发展空间。总理的肯定鼓舞了全体工行人，令ICBC的价值再度提升，更将小微金融业务品牌发展推向了新高度。



● 本行向李克强总理汇报“助力实体经济提质增效”情况。



● 4月17日，李克强总理与本行领导合影。

四、闪光在南美

2015年5月18日至26日，李克强总理对巴西、哥伦比亚、秘鲁、智利进行了正式访问。这是李克强总理首次访问拉美，标志着中国与拉美各国正在共同开创全面合作伙伴关系新征程。

配合李克强总理此次高访安排，本行开展了系列营销活动，ICBC在南美大陆频频闪光，令人瞩目。

在巴西，本行与淡水河谷、巴西石油、巴西航空、欧德布瑞奇、联邦储蓄银行等5家企业分别签署了合作协议，签约数量在此次中巴高访成果项目中居于首位。李克强总理对本行在巴西的稳健经营表示赞赏，并特地向巴西总统罗塞夫介绍和称赞工商银行。罗塞夫总统也在两次大会演讲中专门提到并感谢本行在巴业务开展和所作的贡献。本行作为唯一企业在“中国-巴西工商峰会”上作了主题发言，并参加了“中国装备制造业展览”和中巴企业家交流轮见座谈会。

在智利圣地亚哥，本行与智利国家矿业公司签署了合作协议，是此次李克强总理对智利高访的三个商业成果之一。在“中国智利建交45周年经贸研讨会”上，本行作为唯一金融企业在研讨会上发言。



5月20日，李克强总理在里约热内卢参观中国装备制造业展览。李克强总理参观了本行展台并合影留念。希望工行发挥好商业银行的作用，与各国银行一道，共同参与海洋铁路等基础设施建设，加强对中国企业的支持和引领。



本行在里约热内卢介绍工商银行巴西服务合作情况。

本行在“中国装备制造业展览”上的展台。

五、荣耀时刻

2015年，本行的品牌表现得到了社会各界的认可，品牌价值持续名列各大国际权威榜单银行业前茅，并荣获了众多知名媒体和权威机构颁发的国际大奖，其中英国《欧洲货币》杂志将“全球新兴市场最佳银行”大奖授予本行，这是该杂志首次将全球大奖授予亚洲银行。

2015年本行品牌价值及排名情况

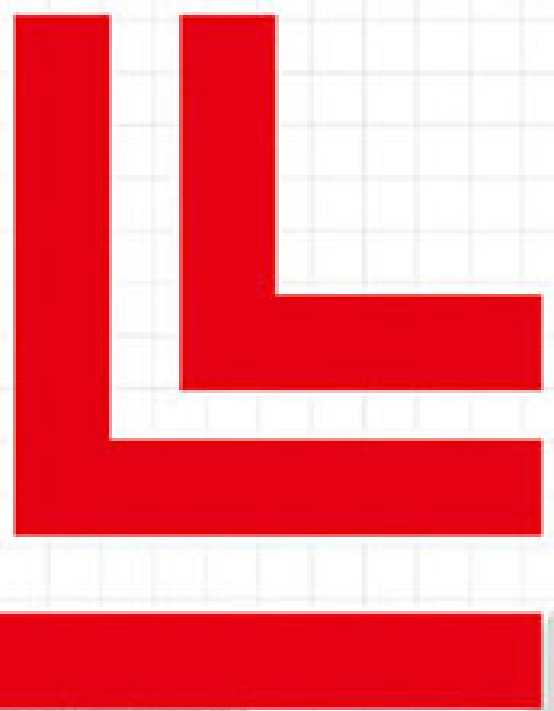
发布机构	明略行 MilwardBrown  (美国)	Brand Finance  (英国)
排行榜	最有价值品牌全球 100强	最有价值品牌全球 500强
2015年度排名	全球银行业 第2位	全球银行业 第2位
工行品牌价值	388亿美元	275亿美元
评估指标	1.品牌无形资产 2.品牌贡献值 3.品牌动量值	1.财务数据 2.市场影响力 3.品牌折现率

金融/汽车/机械制造/家电/钢铁			
行业 / 名次	企业名称	品牌强度	品牌价值 (亿元)
金融 /1	中国工商银行股份有限公司	990.0	2793.54
金融 /2	中国建设银行股份有限公司	985.0	2662.25
汽车 /1	重庆长安汽车股份有限公司	849.0	353.93
汽车 /2	长城汽车股份有限公司	889.0	242.74
机械制造 /1	潍柴动力股份有限公司	862.5	201.08
机械制造 /2	亨通集团有限公司	836.3	82.39
家电 /1	珠海格力电器股份有限公司	933.5	446.82
家电 /2	康佳集团股份有限公司	836.5	44.67
钢铁 /1	武汉钢铁 (集团) 公司	939.7	44.99
钢铁 /2	江苏沙钢集团有限公司	900.3	40.00

2015年12月12日，国家质检总局联合中央电视台发布了2015年中国品牌价值评价信息，本行以人民币2793.54亿元的品牌价值连续第二年位居中国企业品牌价值榜首，再次成为中国最具价值企业品牌。该活动2014年开始将金融等服务业纳入评价体系，2015年共有356家来自各个行业的中国知名企业参与评价。

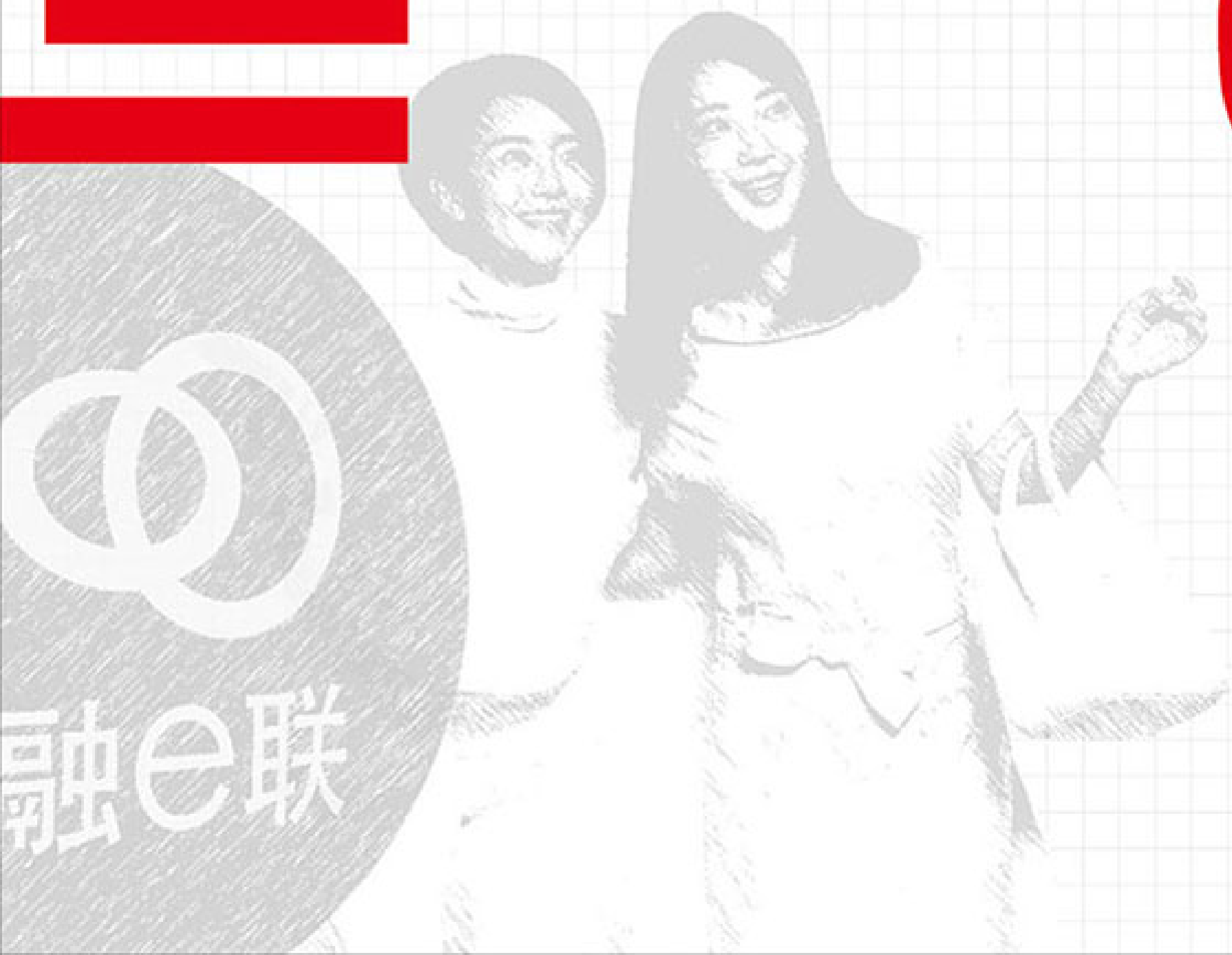
 《福布斯》 全球企业2000强排名第一 (按销售收入、利润、资产和市场价值综合排名)	 《银行家》 全球1000家大银行排名第一位 (按银行一级资本排名) 中国最佳银行
 《欧洲货币》 全球新兴市场最佳银行 中国最佳银行	 《财富》 世界500强排名第18位 商业银行子榜单第一位 (按营业收入排名)

本行2015年度所获各大国际权威奖项



02

第二章 e-ICBC新形象



e-ICBC

中国工商银行互联网金融产品发布会



■董事长姜建清在发布会上致辞。

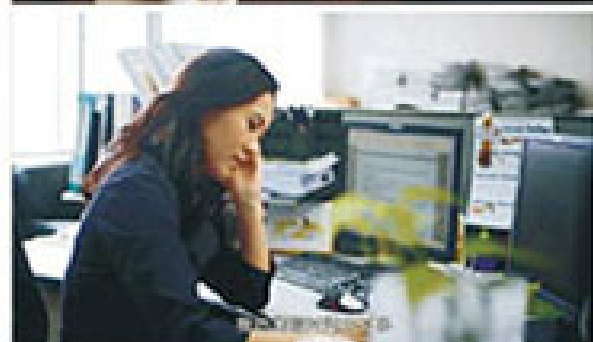
一、e-ICBC 领跑互联网金融

(一) e-ICBC 概念发布

互联网技术与金融的融合造就了互联网金融的异军突起，深刻影响了金融运行方式和生态环境，金融服务深度嵌入人们的日常生活。2015年3月23日，本行召开互联网金融产品发布会，正式发布了“e-ICBC”互联网金融战略和“融e购”、“融e联”、“融e行”、“工银e投资”、“工银e缴费”等一系列互联网金融产品，标志着中国最大的商业银行已经全面加快互联网金融战略的实施。



■“融e购”宣传片

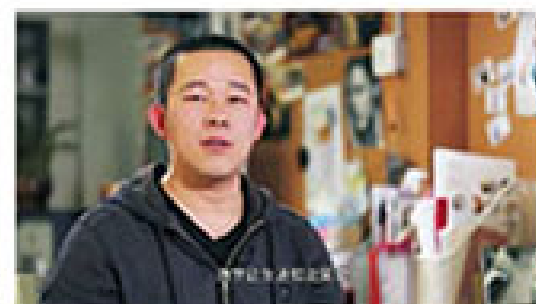


“线上POS”宣传片

“工银e支付”宣传片



“工银逸贷”宣传片



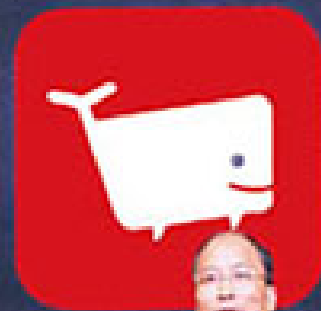
“互联网+”时代全新的中国工商银行

e-ICBC 2.0



融e联 Information

- ✓ 随身客服
- ✓ 便捷信息
- ✓ 互动交流



融e购 Commerce

- ✓ 打造
- ✓ 品牌
- ✓ 提升



融e行 Banking

- ✓ 业务开放
- ✓ 客户开放
- ✓ 平台开放

(二) e-ICBC概念升级

2015年9月29日，本行在安徽合肥举行中国工商银行互联网金融战略暨网络融资中心成立发布会，正式发布互联网金融升级发展战略e-ICBC2.0，宣布构筑起了以“三平台、一中心”为主体，覆盖和贯通金融服务、电子商务、社交生活的互联网金融整体架构，以大银行的新业态、新生态为促进实体经济提质增效增添新动力。

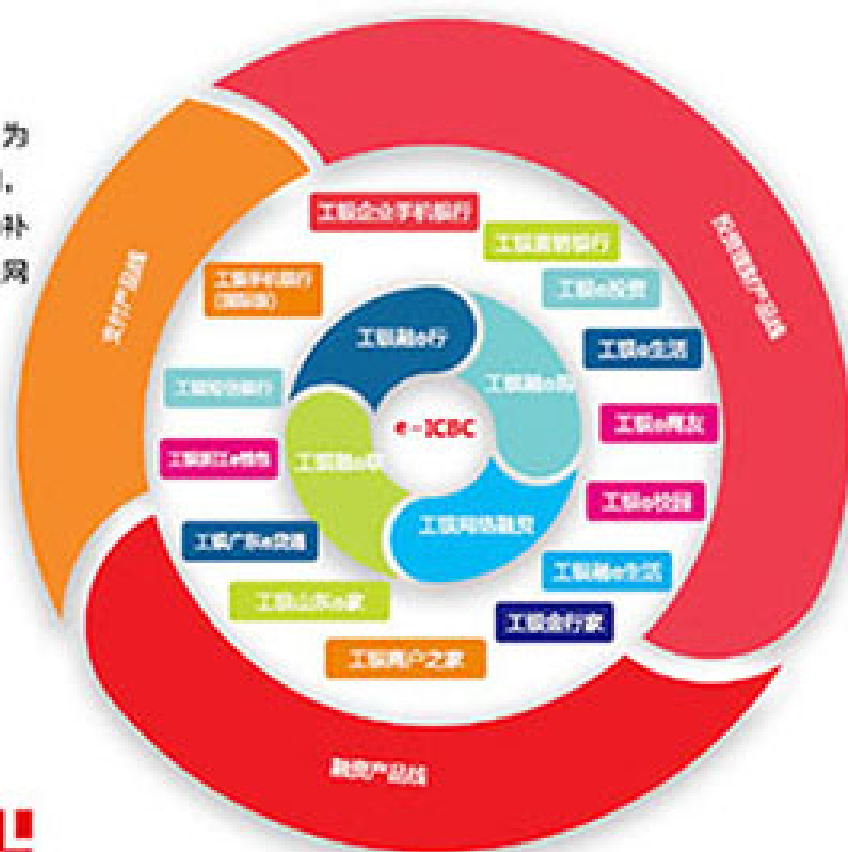
“三平台、一中心”互联网金融主体架构的搭建，为e-ICBC概念赋予了新的内涵。在e-ICBC战略布局中，e (Electronic)，代表的是信息化、互联网化；I (Information，信息)，对应融e联平台，核心是把握客户的信息流；C (Commerce，商贸)，对应融e购电商平台，核心是把握客户的商品流；B (Banking，银行业务)，对应融e行平台，核心是把握客户的资金流；C (Credit，信贷)，对应网络融资中心。



e-ICBC宣传片

(三) o-CBC生態系

e-ICBC生态圈，以“三平台、一中心”为核心，以各类特定客户群和区域特色应用，以及支付、融资、投资理财三大产品线为补充和支撑，为客户提供全面、多样的互联网金融服务。



三、“三平台、一中心”



工銀銀行

工银手机银行全面升级，并以“工银融e行”品牌全新登场。“工银融e行”是开放式金融服务平台，无论客户是否持有工行卡，都可享受工行提供的安全、贴心、极致的金融服务；“工银融e行”是智能服务平台，在同业中首创以客户的行为轨迹量身定制“金融日历”，提供提醒和预约“智服务”；“工银融e行”是惠民服务平台，“惠生活”栏目汇集各类生活优惠，提供手机充值、水电燃气、机票酒店、医疗服务、交通罚款等各种便民服务，让客户尽享“智·惠”新生活！



工銀總行

本行全新打造的社交型金融服务平台，实现了银行、客户、第三方之间的即时通讯，服务于每个金融交易、日常生活场景，让每一个客户都能拥有自己的客户经理，并随时随地把客户经理带在身边，平等便捷地获取信息和服务。



工型鋼、鋼

定位于“名商、名店、名品”的综合电子商务平台，为入驻商户提供商品陈列、信息发布、订单管理、支付结算等线上销售服务。为客户提供在线交易、分期付款、融资贷款等专业化服务。业务领域从B2C、B2B延伸到B2G(企业与政府)，商品从日常消费品扩展到地产、旅游、汽车、教育、集中采购等领域，交易从境内到跨境。

2015年11月18日，本行以“工银融e行”全新上线和“工银融e联”升级为主题，在全国范围内同步举办了50余场粉丝见面会，同时开展“红包大‘联’萌 融e联送不停”营销活动。

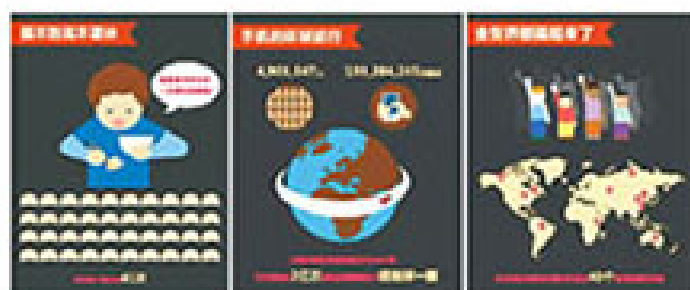


全国各地工银融e行的粉丝见面会



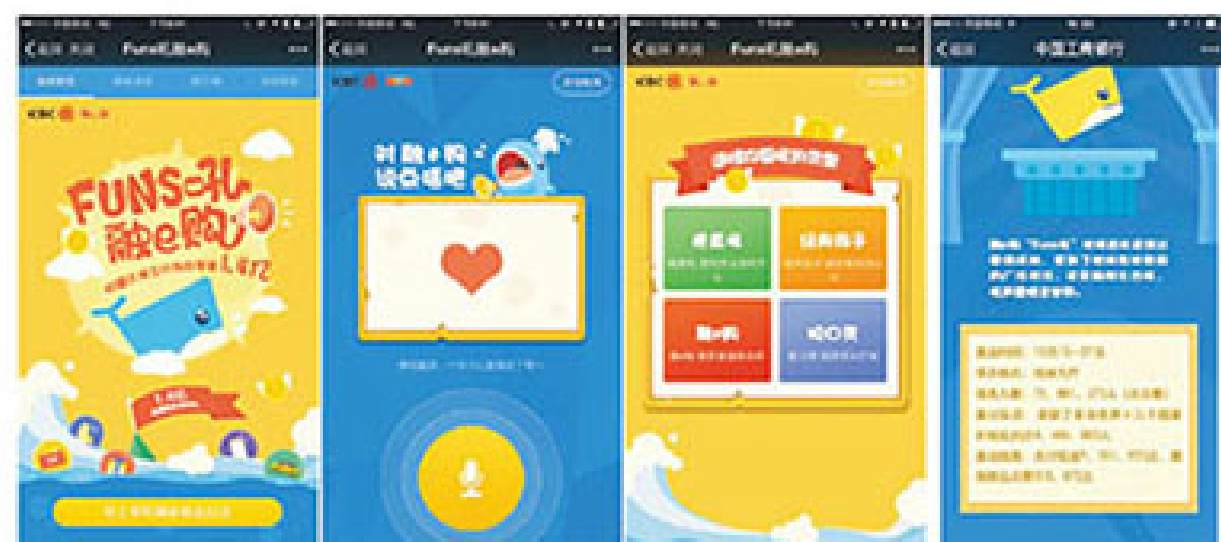


为工银融e行全新上市推出的“色彩篇”电视广告和平面广告，该广告以色彩为视觉线索，以不同色彩串连起不同应用场景，既展现了融e行清新、亮丽的全新形象，又突出了智服务、惠生活、开放式、与融e联无缝衔接等核心特点，调性时尚、富有活力。电视广告包括30秒、15秒、10秒版本。



2015年，融e购开展了两期亿元红包“双喜临门”活动，

累计参与用户 **1500万**，
累计互动 **2.42万亿次**，
峰值达到每秒 **6500次**。



2015年10月，融e购推出亿元红包“双喜临门”营销活动，活动持续7天，共计近7000万人次参与。

5月18日—24日，融e购在全国35家分行400余家网点举办O2O购物狂欢周活动，本次活动紧扣“品质生活”主题，精选了万科、乐视TV、顺丰优选等1400家优质商户，提供了智能家电、有机食品等2万款精美商品，采用实物+二维码结合的展示方式，让客户感受线上扫码预览购物，线下互动体验提货的购物新形式。活动期间，新增注册客户数42.4万，移动端交易笔数12.6万。



12月24日，河南分行与上合峰会文艺晚会联手打造O2O联动特色发行，在现场展示融e购电商平台特色产品。融e购与某网站合作开展O2O联动营销活动。

工银网络融资

本行运用互联网与大数据推动融资业务变革，针对额度相对较小、信息对称、适合标准化的信贷需求，面向客户特别是小微客户和个人客户在消费、经营、周转方面的资金需求，推出线上自助操作、业务自动处理的标准化融资产品，为客户带来“无地域、无时差、一键即贷”的良好体验。

网络融资产品体系

个人消费、公司经营、商e贷、小微企业贷、金融资产质押贷、网贷通



消费融资产品

个人消费-消费类贷款

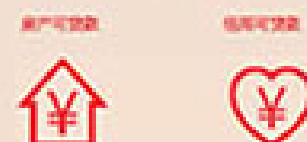


周转融资产品

金融资产质押贷款-周转更便捷



网贷通



经营融资产品

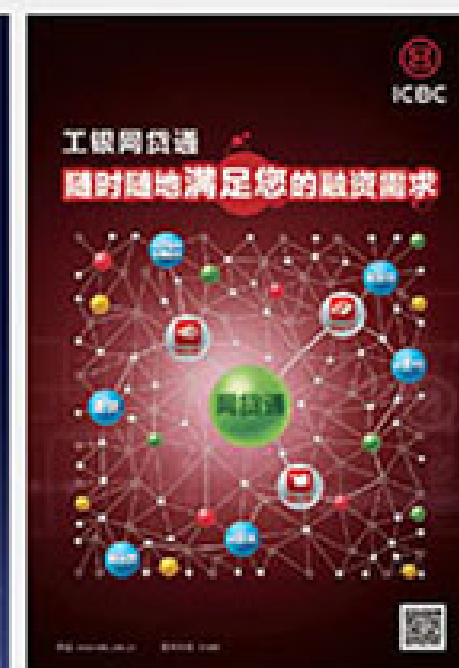
公司信贷



商e贷

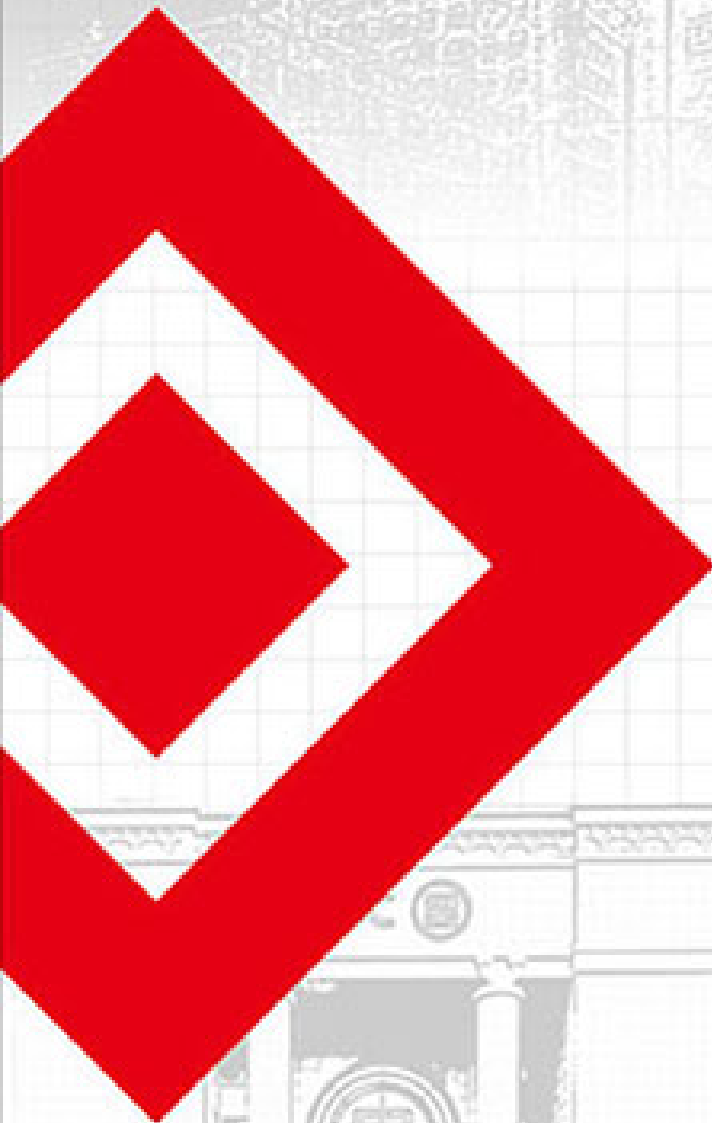


小额信用贷款



03

第三章 集团品牌形象与传播



一、传承企业文化

企业文化是本行经营发展的灵魂，始终体现在全体员工的经营思想、价值取向、思维方式、行为准则和企业的规章制度、品牌形象、责任理念之中。

2015年11月16日，位于本行总行办公大楼的行史馆正式开馆。行史馆以1000余平方米的展陈面积、500多幅照片和逾千件珍贵实物，生动再现了几代工行人艰苦创业、励精图治的奋斗历程，折射和反映出本行三十多年积淀的优良传统、企业精神和经营理念。



◆2015年11月16日，董建清董事长、周念海行长、钱文挥副董事长为行史馆开馆剪彩。



◆行史馆主厅序厅墙



◆“成长之路”展厅一角



◆“走向世界”展厅一角。以历史沿革的蓝色展柜，串起的身影，映衬时代的脚步向前，象征本行扬帆出海，大力拓展国际业务。



◆再现20世纪80年代本行营业场景的展厅一角



◆ 海内外员工参观博物馆，许多老员工在一个个场景、一张张照片、一件件实物前长时间驻足，追忆过去艰苦奋斗的峥嵘岁月，情不自禁热泪盈眶。

位于本行上海市分行的银行博物馆是我国首家银行博物馆，自2000年开馆以来受到社会各界的关注与好评，记载了中国金融业的辉煌成就和发展历史轨迹。



◆ 2015年8月11日，上海市商务教育研修中心学员参观银行博物馆，感受金融历史文化。



2015年，本行全面推进廉洁文化建设，正式推出了“公开透明、公私分明、自律律他、廉洁共赢”十六字理念，成为首次发布的专业文化，同时编印了《企业文化故事集》（第四辑 廉洁篇）。

二、CI管理与实践

伴随着本行诞生、成长、壮大的脚步，本行的CI体系趋于完善，不仅在境内机构中实现了常态化的统一应用，更在综合化、国际化布局中不断延伸，“工字行徽”和“ICBC”成为各综合化子公司、境外机构统一的品牌背书，全集团合力展现着“ONE ICBC”的鲜明形象。



◆ 工字行徽



◆ 工字行徽



◆ 万丰分行



◆ 巴黎分行



◆ 工银加拿大国际华利英文分行



◆ 罗马分行



◆ 安特卫普分行



◆ 重庆南山工银村镇银行

随着金融服务由线下向线上蓬勃发展，“工行红”也由线下延伸到线上，统一、鲜明的APP形象树立了本行互联网金融品牌的整体形象，更将本行CI所代表的热情、稳重、专业基因延续到了互联网金融之中。



工银融e行

工银融e联

工银融e购

工银e投资

工银e生活

工银e校园

工银直销银行

工银商户之家

工银mPOS

本行树立了以集团品牌灌溉业务品牌的理念，以“工银”统一冠名业务品牌，以行徽标识组合+业务品牌名称形成品牌标识，用集团品牌的巨大价值为业务品牌背书，用业务品牌的丰富多元充实集团品牌，打造本行统一、鲜明的业务阵容。



统一的业务品牌阵容

三、企业形象展现



2015年本行制作了环球金融电视广告，以宣传本行环球金融服务优势，展现新时期全球化大型金融集团的崭新形象。该广告片艺术化地展现了人们在中国与海外工作、生活、留学、旅游的场景，寓意本行环球金融服务始终伴随客户左右，并进一步诠释了“您身边的银行 可信赖的银行”的品牌理念。广告片包括45秒、30秒、15秒等多个中英文版本。



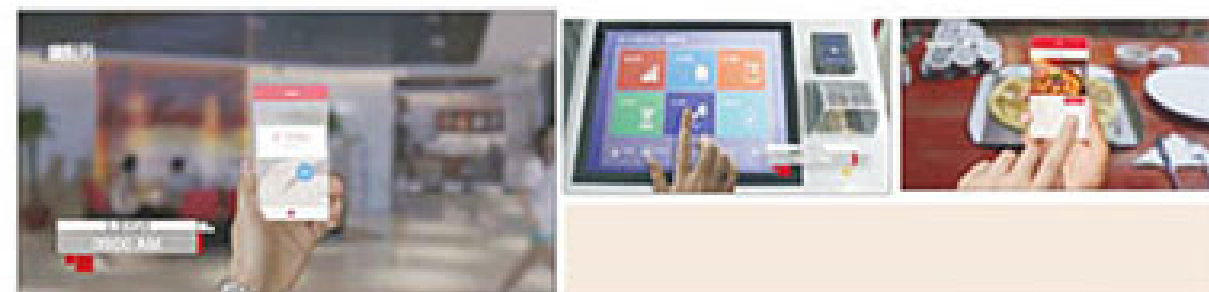
◆ 2015年中国工商银行简介片



◆ 2015年工商银行校园招聘海报及宣传片

工银出国 金融服务

本行为个人客户提供的一站式出国金融服务，包含出国留学、海外移民、因公出境、旅游度假、外籍人士等五大系列套餐。



◆工银出国金融的微信展示图片

工银薪管家

本行面向代发工资个人客户推出的综合服务品牌，提供专属芯片借记卡、专属优惠结算套餐、专属个人贷款、优选投资理财产品、专属积分等服务。



工银自助 质押贷款

个人客户可以本行认可的金融资产进行质押，通过网上银行或手机银行自助申请并实时获得贷款，无须等待审批。这一服务有利于激活客户的存量金融资产，满足客户购物、装修、旅游休闲、教育培训等消费资金需求。



工银信用卡 现金分期

现金分期是以信用卡取现方式向持卡人提供的一种小额消费贷款，持卡人在信用额度内一次性提取一定数额现金，并按照与银行约定期限分期偿还、支付手续费，具有手续简单、申请快捷、免担保抵押、快速到账、分期还款等特点。



工银云闪付 信用卡

云闪付信用卡是依附于实体卡片的虚拟附属卡。在申请时，基于不同的移动设备，分为Apple Pay信用卡、Samsung Pay信用卡、HCE信用卡。云闪付信用卡运用全球领先的专业技术保障账户安全，通过POS设备非接触刷卡瞬时实现“闪付”。



◆2015年，本行与中国银联合作率先推出了“工银云闪付信用卡”，这是我国率先由商业银行自主发行并真正基于手机的全功能移动支付产品。其中应用了当前全球领先的NFC、HCE、TSM（可信服务管理）和Token（支付标记）技术，全面支持线下“近场”刷卡支付和线上“远场”一键支付，为持卡人带来更加便捷安全、时尚便捷的移动支付新体验。

工银e灵通

工银e灵通是一款适于短期闲置资金的便民理财产品，具有“T+0秒”实现收益、7X24小时交易、赎回资金实时到账、全自助理财、分红再投等五大特点。



工银财智账户卡

本行为对公客户提供的以卡片为介质的单位客户身份认证和支付结算工具，集账户管理、支付结算、投资理财及信息报告服务等功能于一体。



● 财智账户卡宣传短片《智慧与财富》



● 财智账户卡宣传短片《小卡片大用途》

工银投行

本行面向企（事）业客户提供包括重组并购、股权融资、企业债券、银团贷款、资产转让与证券化、理财以及常年财务顾问、投融资顾问、企业信息服务等在内的全面投行服务。



工银融安e信

本行自主研发的外部风险信息服务平台，集风险信息收集分析、风险评级、数据挖掘、实时预警、自动控制等功能于一体，能够实时预警外部欺诈并提醒银行工作人员及时防控，为银行业务审核和办理提供风险防控的信息与技术支持。“工银融安e信”的主要目标客户群体为银行同业、保险、电商、融资、担保、互联网金融、征信企业等。



◆ 工银融安e信宣传图



◆ 工银融安e信宣传图

工银瑞信基金产品

工银瑞信基金管理有限公司于2005年由中国工商银行和瑞士信贷合资设立，是目前国内业务资格全面、产品种类丰富、经营业绩优秀、资产管理规模领先、业务发展均衡的基金管理公司之一。2015年工银瑞信公募规模、社保和企业年金规模、专户规模均位居行业前5，旗下有13只基金业绩进入同类基金前十。



◆ 2015年2月，工银瑞信全球精选股票(QDII)基金荣获《中国证报》“国际基金金牛奖”，图为该基金广告。

工银安盛人寿保险产品

工银安盛人寿保险有限公司成立于2012年，由中国工商银行、AXA安盛集团和中国五矿集团公司合资。公司专营人寿保险、健康保险和意外伤害保险等业务，针对子女教育、退休规划、家庭保障和财富管理四大关键领域，为客户提供度身定制的个性化保险解决方案及服务。2015年末，工银安盛人寿的保费收入位列中国寿险行业第十四位，银行系保险公司和外资合资寿险公司第一名。



财富管理

新年伊始
财富开始长

工银安盛人寿
财富成长两全保险(分红型)

产品特点：保障全面、分红丰厚、灵活领取、资产增值、财富传承

工银安盛人寿财富成长两全保险(分红型)是专为追求中长期财富增值的客户提供的一项投资理财产品。通过客户人身保障及财富增值双重需求。



家庭保障

100W 30Y

工银安盛人寿
百万保两全保险

产品特点：保障全面、分红丰厚、灵活领取、资产增值、财富传承

工银安盛人寿百万保两全保险是专为有车一族量身打造的兼具保障与财富增值功能的产品。满足家庭保障与财富增值两大需求。

五、传播渠道建设

顺应媒体环境的变化，融e联、微信公众号等形式的自有传播渠道越来越丰富，而在外部传播渠道方面，机场、电视、户外等传统大众媒体投放也逐步向互联网、电影院等高到达率媒体倾斜。

(一) 自有传播渠道

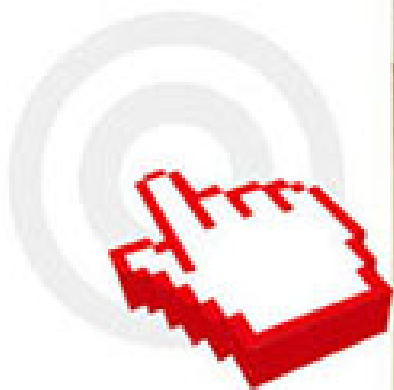


◆本行从总行、分行、业务等多个层面推出了微信、融e联、微信公众号平台，丰富了信息服务和业务办理的内容与渠道。

◆2015年，本行通过微信及融e联公众号向客户推送《私人银行》周刊。

（二）智能网点

近年来，本行不断加大创新力度，于业内首创了基于新型设备实现的“客户自助+人工协助”的智能服务模式。截至2015年，本行投入智能柜员机、产品领取机、智能打印机等新型设备1万余台，在智能服务模式下先后推出了借记卡、信用卡、电子银行、外汇等金融服务，基本覆盖了我行营业网点柜面常用的个人非现金类业务，极大缓解了网点柜面压力并提升了客户服务水平。



◆ 江苏分行智能网点



◆ 山东分行智能网点



◆ 深圳分行的152家网点全部实现智能化，标志着本行深圳分行成为全国首家实现智能网点全覆盖的分行。



◆ 江西分行智能网点



◆ 湖北分行智能网点

(二) 外部传播渠道



● 11月18日，为宣传“工银融e付”手机银行全新上市，本行首次大范围投放展架广告。



◆在“新浪财经”、“腾讯新闻”、“网易新闻”、“华尔街见闻”等APP上投放的广告



◆优酷、搜狐等视频播放平台广告



本行在PC端、移动端媒体投放的DSP广告。DSP(Demand-Side Platform),即需求方平台,它区别于传统广告从网络媒体包买广告位的方式,而是利用大数据和分析技术抓住精准定位的目标客户,以实时竞价(RBT,即Real-Time Bidding)的方式从广告交易平台(AdExchange)实时购买广告曝光机会,实现精准投放。



本行投放的Discovery搜索集成平台及信息流广告。Discovery是一种基于搜索引擎、数字出版、大数据、内容推荐引擎等技术的整合营销工具。例如,受众点击了投放媒体上的“工行e投资”广告之后,将跳转至由Discovery快速整合形成的一个搜索集成页面,即将搜索到的新闻资讯、产品信息、视频广告、游戏入口、网上办理通道、手机和微信入口以及用户评论等“工行e投资”相关内容针对不同客户集成个性化自媒体网页。

六、服务品牌树立

服务是对品牌承诺的践行，是品牌形象的有机组成部分。服务会说话，客户的赞许汇集成了ICBC的品牌价值；服务有口碑，行业内外的肯定树立起了“您身边的银行、可信赖的银行”的品牌形象。那些倾情、忘我的优质服务场景每天都在本行网点上演着，他们是本行以卓越金融服务打造“百年老店”的缩影和体现，是最佳品牌代言。

“明星大堂经理”彭雪梅和她的大堂服务团队

本行北京新街口支行营业室位于老城区，全国金融系统“五一劳动奖章”获得者、中国银行业协会明星大堂经理彭雪梅和她的大堂服务团队就在这里工作。面对每天繁忙而琐碎的大堂工作，彭雪梅和整个大堂团队运用她总结出的“大堂致胜七步法”，以规范的礼仪形象、扎实的业务知识、周到热情的服务和快速高效的应急能力，成为了客户最信赖的工行代言人。



“雷锋”安鸿雁

现任本行天津分行佳园里支行副行长的安鸿雁是一位用雷锋精神践行服务理念的优秀工行人。入行十几年，安鸿雁坚持利用休息时间为一对盲人夫妇提供上门服务。“一送十年，情意看得见”，安鸿雁用自己的实际行动恪守工行的诚信，“回报忠诚，信任在工行”，客户也用忠诚表达对工行的信赖。安鸿雁完美展现了工行人的风采，以始终如一的优质服务书写工商银行的服务品牌！



新疆明德路支行——“儿童金融教育”创品牌

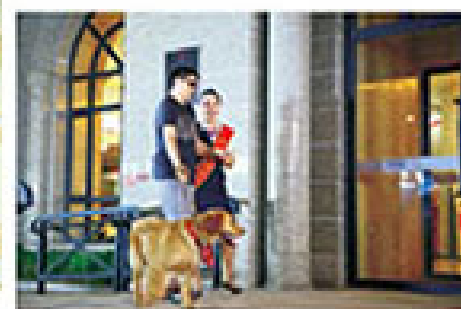
已有70年历史的“大银行”，如今不仅是乌鲁木齐市的十大景点之一，也是爱国主义教育基地。“大银行”携手乌鲁木齐市第一小学、晨报小记者等，共同搭建教育实践基地。通过寓教于乐的互动体验，帮助孩子们制订科学的消费计划，开展虚拟的储蓄、投资等理财实践，让原本复杂和枯燥的知识充满趣味。



大连甘井子支行营业部“JIA”服务



走进中华西路117号——本行大连甘井子支行营业部，客户体会到“家”的亲切周到，员工感受到“家”的温暖关爱；客户体验到最“佳”的服务质量，员工参与最“佳”的团队建设，创造出最“佳”的业绩；客户享受互联网“+”的便利，员工借助互联网“+”解放双手提升服务质效。客户与员工共同打造了网点独有的“JIA”文化服务品牌。



朱捷——跨越海峡父子情

台湾同胞徐明向本行上海分行寄来一封题为《大爱工行，仁义之师》的表扬信，讲述了本行员工朱捷十年来为徐明战友杨根岳付出真情的故事。杨根岳是一名台湾退伍老兵，与朱捷由一笔业务结缘。在老人经历丧偶、被诈骗等人生变故后，朱捷毅然承担起照顾老人日常生活的重任。因身故后未找到任何亲属，朱捷亲手将老人安葬老家，完成了老人落叶归根的遗愿。朱捷展示了一个工行人不计付出、真诚奉献的高尚品质，也为“身边雷锋”作了最佳诠释。



◆朱捷与台湾退伍老兵杨根岳



◆朱捷接受媒体采访

安徽滁州汇通支行——微商搭建沟通之桥

“尊敬的客户，央行降准降息，您是不是正在为自己的资产保值增值发愁呢？我行新近推出XX理财……”一条条由安徽滁州汇通支行微商运营团队精心编写的金融产品信息源源不断地推送到客户手机上。微商运营团队根据网点目标客户资产情况，将本行最新产品及各类金融服务制作成精美的动画，定期推送给客户，及时解答客户问题，让客户足不出户享受面对面、心贴心的金融服务。

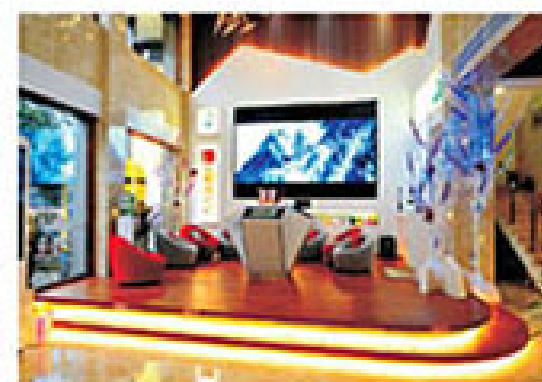


“悠然见峨眉”——四川乐山峨眉山景区支行

四川乐山分行峨眉山景区支行是本行率先推出的旅游特色支行。该行以旅游景区为依托，建成了集传统银行业务、互联网金融、旅游信息共享、亲子娱乐、文艺休闲等功能于一体的综合性新型银行网点，成为广大客户的金融首选、游客之家、寄情之所、休闲之地，吸引了大批海内外客户。



◆峨眉山景区支行亲子休闲区，让客户在轻松的环境中享受温馨和快乐。



◆峨眉山景区支行旅游信息综合服务区，提供旅游信息咨询、特色明信片DIY等服务。

宁波分行营业部“贴心服务”小分队

作为中国银行业文明规范服务“百佳示范单位”的本行宁波市分行营业部，不断拓展服务外延，努力为客户提供更贴心的服务。以业务骨干组建服务小分队上门开展金融服务，涵盖金融知识宣讲、社保卡启用、工行新产品介绍、账户密码重置、挂失等业务，“一条龙”的贴心服务获得了客户的一致好评。



◆小分队利用周末时间到周边社区进行金融知识宣传。

“汽车金融”专家——北京四季青支行

北京四季青支行深挖自身资源优势，与客户需求紧密对接，将银行物理网点展示与线上汽车销售相结合，积极探索O2O汽车金融生态圈，为广大客户创造了耳目一新的“汽车金融”新体验。



◆ 汽车金融服务及互联网体验区

◆ 四季青支行整合周边资源，为客户提供便捷试驾、汽车保养、汽车租赁、分期购车在内的一站式汽车金融服务，构建了20余家汽车4S店在内的服务网络，有效提升客户的服务粘性。

“百年老店”——浙江杭州羊坝头支行

“百年老店”杭州羊坝头支行，前身为1907年成立的浙江铁路银行，历经百年，“待客如己、推己及人”的优质服务传统始终未变。近年来，支行通过叫号策略预调整、岗位排班预准备、业务授权预告知“三预”服务方法有效提升网点服务质效；利用网点服务名片、外汇汇款信息卡、服务小贴士“三张卡片”拉近与客户之间的距离，让老银行焕发出新光彩，深得客户赞誉和业界美誉。



山东“大观精神”代代传

从90年代“按两毛存一万”的故事，在全国率先推行微笑服务和优质服务用语活动，到今天的“三特色”服务，山东大观园支行的服务旗帜永不褪色、始终飘扬。以“敢为人先、求真务实、争优创先、无私奉献”为内涵的“大观精神”，彰显了“大观文化”的正能量，是本行历久弥新的服务品牌。

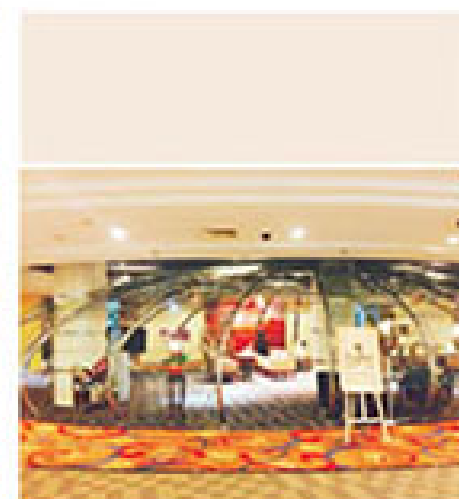


“服务名片”——北京海淀西区支行营业厅

该行位于北京市海淀区这一智力密集区，始终坚持与时俱进，挺立在窗口服务改进的前沿，走出了一条具有鲜明个性的服务创新之路，多次摘取中国银行业协会“百佳”桂冠。



◆ 网点打造了北京市首家互联网金融综合体验区，全方位宣传和推广e-ICBC品牌和产品。



◆ 网点创新性地引进了“咖啡银行”概念，为客户提供兼具私密性和便捷性的业务洽谈区域。

苏州朱劲松理财工作室

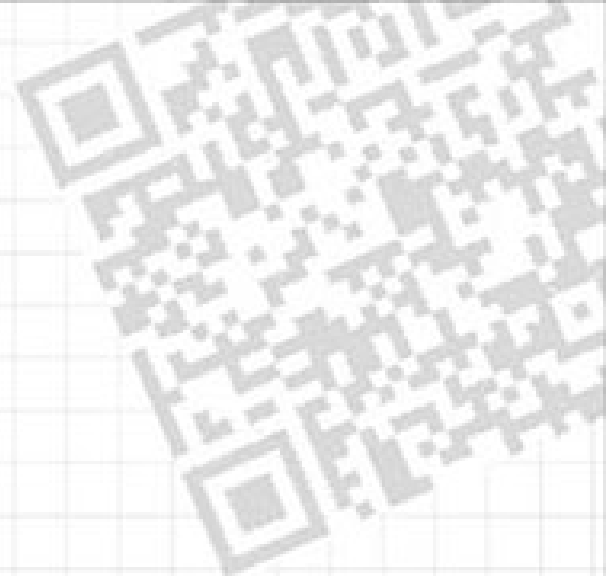
本行苏州吴中支行于2014年以全国金融五一劳动奖章获得者朱劲松的名义组建了苏州首家理财工作室。工作室由专业的国际金融理财师团队组成，为客户提供理财规划、财务顾问、资金融资等更加专业化、多元化的专属理财增值服务，更为客户提供从金融到生活的一条龙贴心服务，打造出经得起客户检验的服务品牌。



◆ 吴中理财工作室进社区

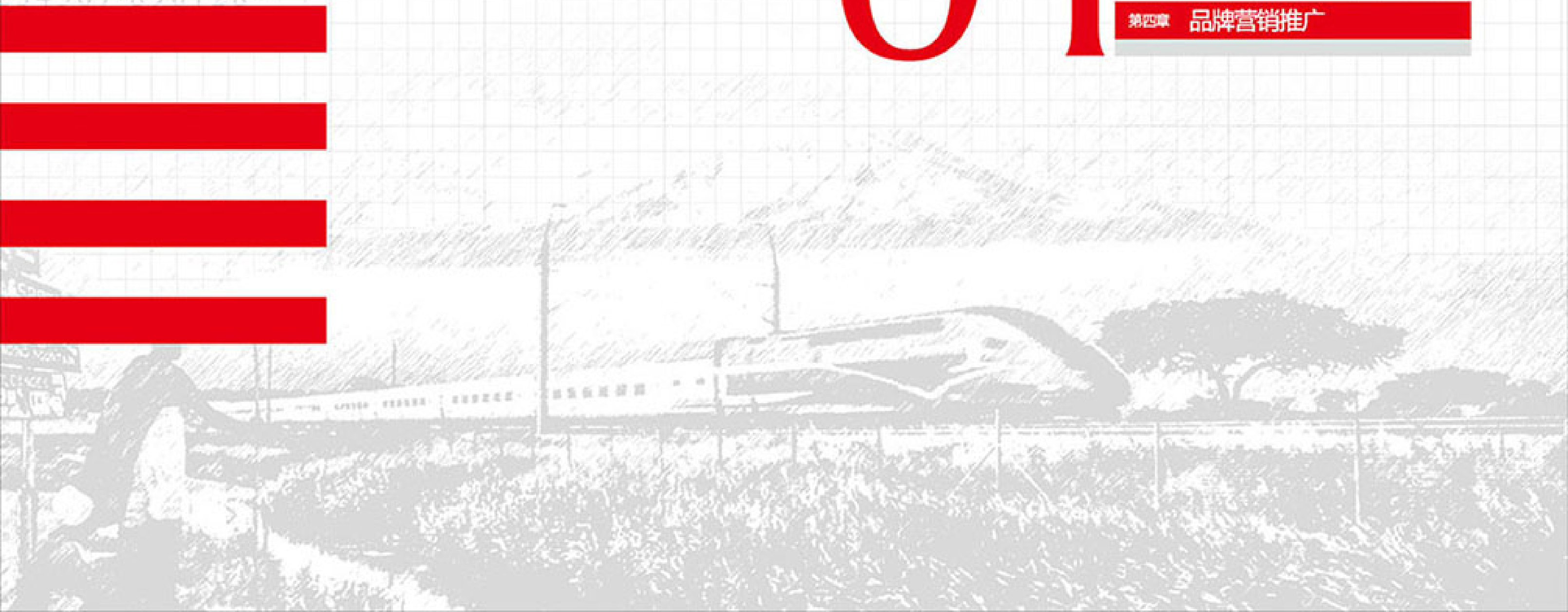


034567890128



04

第四章 品牌营销推广



2015年,本行业务品牌运用线上、线下、O2O等各类营销传播形式,以游戏、比赛、优惠、回馈、联谊、推介等多彩营销方式,结合平面广告、微电影、动漫等丰富的传播方式,赢得了客户关注。

一、业务品牌营销

e-ICBC走进校园



■ 深圳分行“e-ICBC”进校园。



■ 河南分行与河南大学联合举办“e-ICBC进校园”。



■ 北京分行推出校园金融综合服务方案。



■ 吉林分行与吉林财经大学合作举办“智慧金融,伴您e行”互联网金融校园行活动。



■ 江苏分行在盐城工学院、盐城师范学院、南京工程学院等高校开展“智慧金融,伴您e行”营销活动。



■ 广东分行营业部校园行活动走进广东工业大学现场。



■ 辽宁分行在辽宁大学、沈阳理工大学等高校开展了14场“青春e校园 e-ICBC校园行”主题活动。

工银e支付

一款向个人客户提供的小额网上便捷支付产品,客户在本行门户网站、网上银行、手机银行、手机门户、电话银行、自助终端、柜面开通后,在小额的B2C、转账、缴费等电子支付交易时,输入手机接收到的动态密码进行身份认证,完成交易。



■ 2015年元宵节期间,本行为客户举办了线上工银e支付“灯谜游园会”活动,活动在e支付和微信两大平台同步开展,客户可以在活动中猜灯谜、猜灯谜、拿红包、得大奖。活动上线20天,共3400万人次参与。



■ 2015年11月12日,本行推出推出“数字冲关”游戏,以提供游戏“2048”为原型,将e支付、e-ICBC及“工银e支付”植入到游戏中,客户仅需将游戏产品玩成规定步数,即可获得相应奖品,游戏共有22万人参与,点击量达600多万次。

工银e校园

本行推出的高校学生专享手机端APP,结合大学生生活场景提供金融与非金融综合服务(消费贷款、信用卡申请、投资理财、校园一卡通、充值缴费、学生购物、分享通信等),旨在打造一款“校园金融和生活神器”,无论大学生是否持有工行卡,都可注册成为“工银e校园”客户,在转账汇款、购物等板块享受专属折扣。



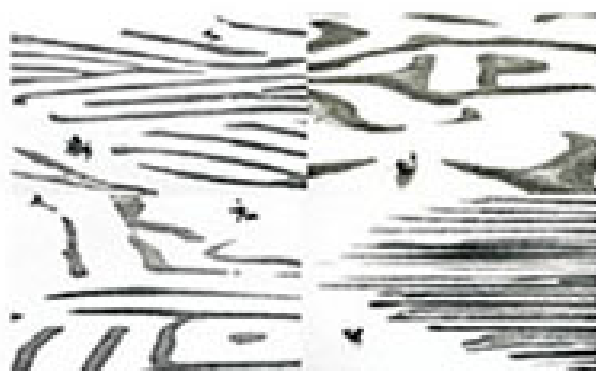
■ “工银e校园”于2015年9月正式上线后,以“工银e校园,人生新一步”为主题陆续开展了“玩转工银e校园”、“e校园,e生活”、“天天e校园”、“e校园e生活”、“e校园e生活”、“e校园e生活”等贴近大学生的营销活动,品牌关注度不断提升,截至12月末,平台注册用户已经覆盖了全国1000所高校。

▶ 工银私人银行“镜界”摄影大赛

3月23日，本行在上海举办了工银私人银行首届“镜界”摄影大赛颁奖典礼及作品展。本届大赛共收到400多位参赛者的2500余幅优秀作品，经过半年的征稿与评选，最终评选出金奖1位、银奖2位、铜奖3位、评审奖10位、优秀奖60位和入围奖60位。



“镜界”摄影大赛获奖作品



“镜界”摄影大赛获奖作品



▶ 金融市场业务“优惠好礼 洋洋得‘益’”系列营销活动

2015年，本行针对账户交易类产品、个人结售汇、柜台记账式债券等产品，在全行统一开展了以“优惠好礼 洋洋得‘益’”为主题，包括交易优惠、开户有礼、交易有礼、客户回馈、微博转发有礼等内容的系列营销活动。



▶ 工银结售汇

客户（包括对公客户和个人客户）基于国际结算、贸易融资、留学旅游等需求，与银行发生的人民币与外币之间的买卖业务。结售汇业务包括即期结售汇和远期结售汇。



■ 2015年4-5月，本行推出工银结售汇“OFFER 工行送你来留学”活动，客户上传海外高校的录取通知书（OFFER）或留学缴费分享至朋友圈即有机会参与抽奖，也可持海外高校的录取通知书到网点办理个人结售汇业务，享受六折点差优惠。



■ 9-10月，本行推出工银结售汇“GO GO GO 爱购·爱购·爱分享”主题活动，客户上传海外旅行攻略和美图照片并分享至微博，作品所获“喜欢”和“分享”数量之和排名最高的一定数量用户可获得国际机票电子券。活动还推出“我最爱美闺蜜”、“最暖心闺蜜”、“舌尖上的全世界”及“环球地球去探险”四个主题单元，每周评选奖励。

▶ 工银金行家

本行全力打造的贵金属综合服务品牌，以国内首屈一指的贵金属专家团队为客户提供全面而专业的服务，业务种类涵盖实物类、账户类、交易类、积存类、融资理财类等类别。



■ 2015年，工银金行家与电商渠道共同举办了20场线上线下营销活动，营销访问人数达3万人，商城浏览量达8万次，图为双十一期间举办的“双十一金狂欢节”。



■ 2015年5月，积存宝贝定投活动盛大开幕，活动通过分行和总行，举行启动仪式并率先启动了“积存金明星宝贝20强”，随后通过公众票选产生冠军“积存小王子&小公主”各一名，他们也将获赠“黄金天天存、天天梦成真”积存金新版海报。



■ 本行作为上海黄金交易所主办会员，携手各黄金会员单位共同开展了“黄金沪港通”上线首日的西笔交易。

工银宝贝成长卡

本行为青少年、儿童量身打造的家庭套卡，采用“宝贝卡+父爱卡+母爱卡”的组合形式发行，具有成长基金、成长保障、成长纪念、感恩回报、求学助手等专属功能。



工银商友俱乐部

本行针对各类商品交易市场经营商户、中小型私营企业主、民营企业股东和管理人员等商户客户群体组建的新型营销服务平台。本行是首家通过搭建专门平台为商户客户群体提供系统全面服务的银行，实现了会员制营销在银行业务发展中的应用创新。

2015年本行开展了“惠享商友，汇通天下”主题营销活动，目标客户为各类商品交易市场经营户、中小型企业主（股东）以及管理人员、商业街区经营户、互联网店铺经营户等商贸类客户。



湖南张家界永定支行参加联谊活动



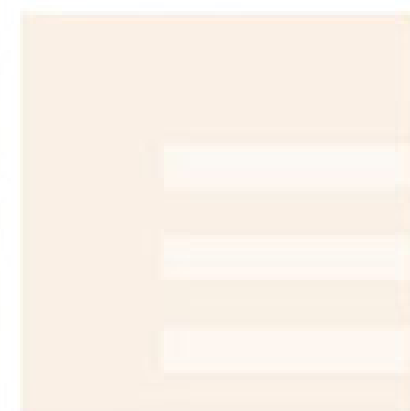
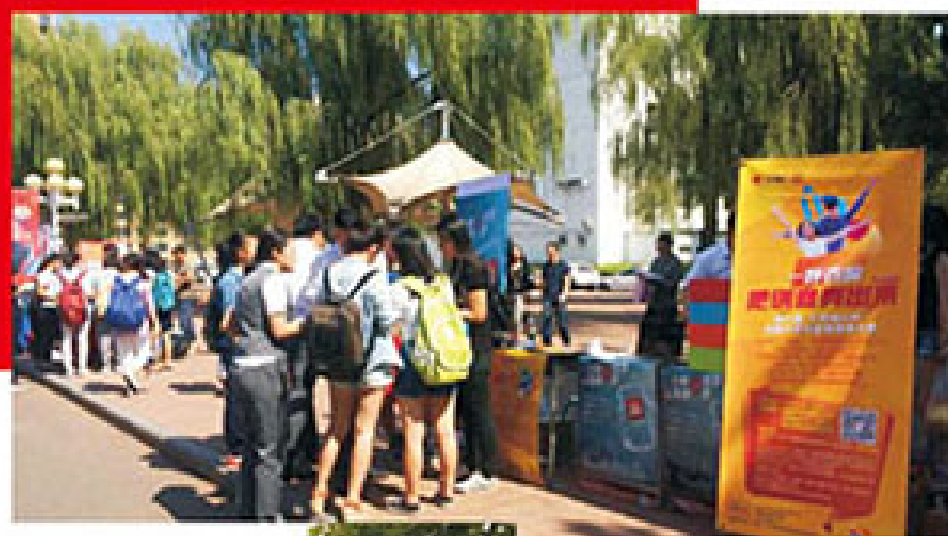
工银财智账户卡

2015年10月至12月，全行开展了财智账户卡“百万话费大放送”营销推广活动，参与活动企业16.55万户，中奖客户13.18万户。

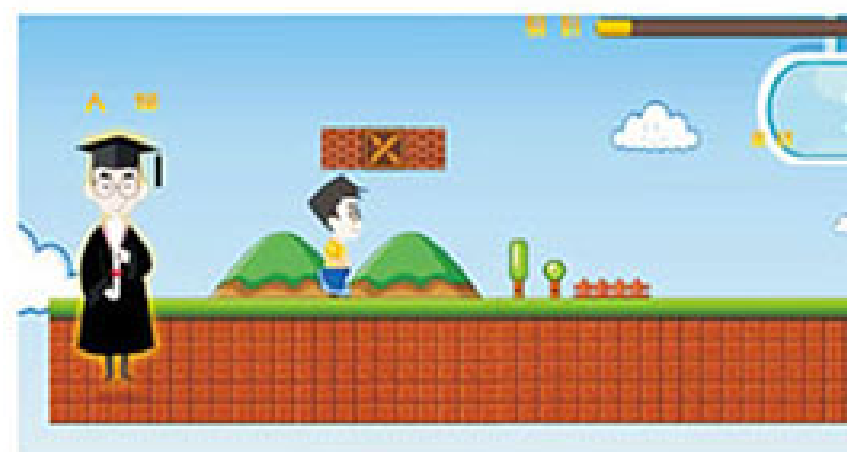
二、整合营销活动

“工商银行杯”全国大学生金融创意设计大赛

2015年本行举办了第六届“工商银行杯”全国大学生金融创意设计大赛，共有国内外千余所高校的8万余名学生参与金融创意设计大赛，3万5千余人参与贵金属模拟交易大赛，近5万名大学生参与“融e购”产品体验活动。



大融e网络宣传



大融e网络宣传

浙江省分行“猴年旺季整合营销活动”



■ 活动卡通形象，贯穿整个品牌传播及业务营销之中。

工贺新禧
大好时猴

■ 主题ICON



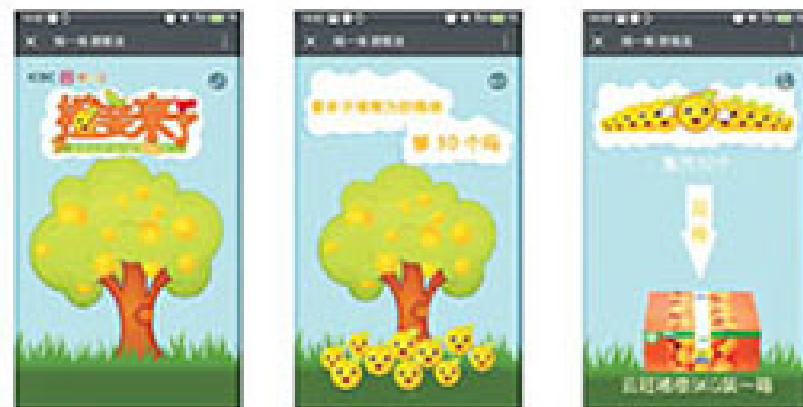
■ 活动主形象及业务海报



■ 猴年旺季营销新春祝福信

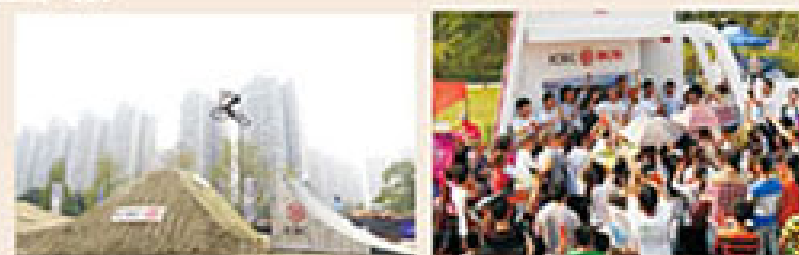
云南分行“猴要来了”营销活动

云南分行创新策划“猴要来了”小游戏，客户在线上“摇橙子”并注册成为融e购客户或邀请朋友参与，即有机会获得一箱橙橙奖励，实现了“融e购”与商户的共赢。



四川分行“融e购—FISE世界极限运动巡回赛”

2015年10月16-18日,FISE世界极限运动巡回赛在成都南郊旅游度假区举办。本行冠名赞助了山地车项目，在比赛现场进行了品牌传播与互动营销，更深入高校推广了“手机银行”、“工银e支付”、“融e购”等互联网金融产品。



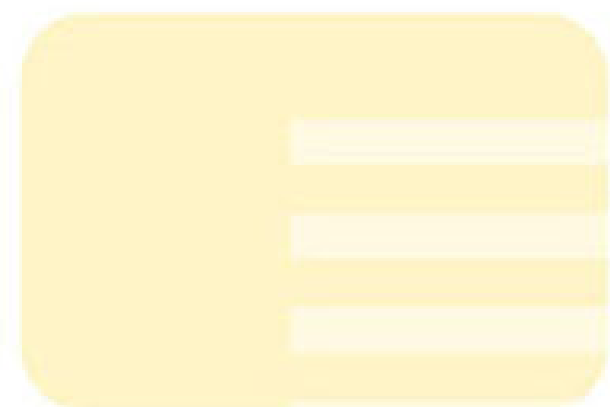
广东佛山分行在社区设立“小小银行家”金融知识体验区，邀请社区小朋友以角色扮演的方式参与体验。



江苏分行冠名“环太湖、环蠡湖”徒步大会。



辽宁分行与腾讯大辽网联合举办“工行杯大学生街舞大赛”。



北京分行参加第十一届北京国际金融博览会。



贵州分行营业部携手贵州电视台开展“沿着高速看贵州”活动。



广西分行参展第12届中国-东盟博览会。

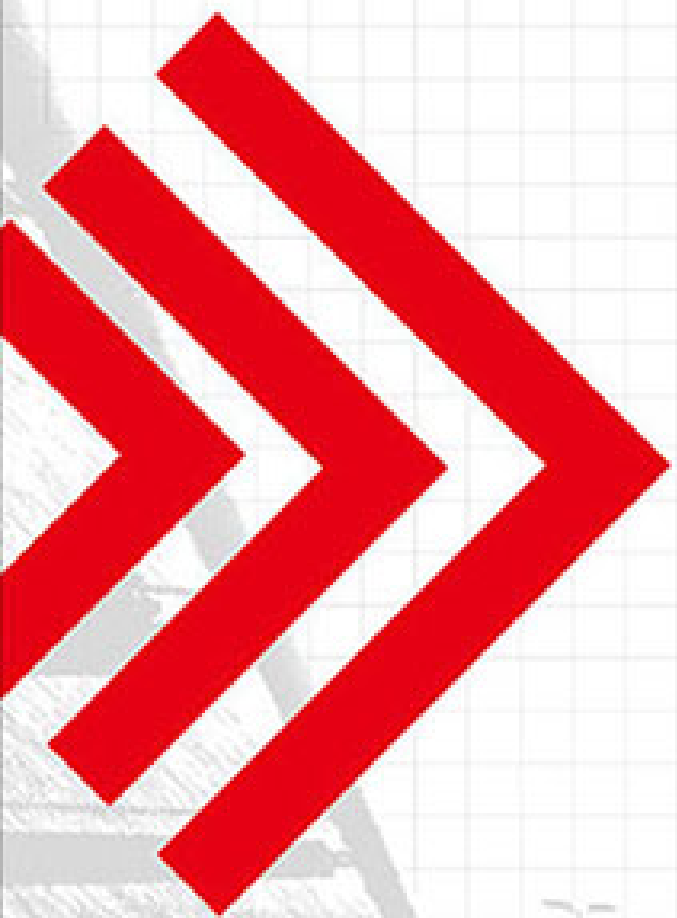


贵州分行参展贵阳国际大数据产业博览会暨全球大数据时代贵阳峰会。



广东营业部参与广东省第二届网络安全宣传周公众现场体验展。





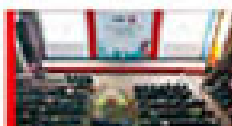
05

第五章 品牌国际化发展

一、全球服务能力

(一) 全球机构布局

10月14日，中国工商银行（墨西哥）有限公司在墨西哥首都墨西哥城正式成立。这不仅使本行成为墨西哥第一家中国银行，同时也是近二十年来在墨西哥本土以中资方式成立的第一家外资银行。



6月5日，本行利得得分行在沙特阿拉伯王国首都利得得正式开业，成为沙特境内第一家中国银行，也是在中东地区设立的第5家分行。

截至2015年末，
本行境外营业机构延伸至全球**42个**国家和地区，
分支机构**404家**，
并与**147个**国家和地区**1,611家**境外银行建立代理行关系。

亚洲区域：香港分行、首尔分行、佛山分行、东京分行、新加坡分行、河内分行、多哈分行、阿布扎比分行、工银亚洲、工银国际、工银澳门、工银伦敦、工银马来西亚、工银阿拉木图、科威特分行、迪拜分行、利得得分行、孟买分行、卡拉奇分行、万象分行、工银泰国、仰光分行、金边分行

欧洲区域：法兰克福分行、卢森堡分行、工银伦敦、工银莫斯科、伦敦分行、阿姆斯特丹分行、布鲁塞尔分行、华沙分行、工银巴黎、巴黎分行、米兰分行、工银欧洲、马德里分行、工银土耳其

美洲区域：纽约分行、工银美国、工银加拿大、工银墨西哥、工银阿根廷、工银智利、工银巴西

澳洲区域：悉尼分行、工银新西兰

非洲区域：南非约翰内斯堡分行、非洲代表处



9月8日，本行衡阳分行开业，成为第一家进入内陆市场的中国商业银行，进一步完善了本行在东南亚地区的网络布局。



(二) 工行人迎新年全球联跑

2016年1月1日，自GMT+12时区上午10点10分开始，来自本行总部及48个境外机构、55个城市的166名工行人共同创造了这一奇迹：横跨六大洲、17个时区、92.00个纬度，让工行人的脚步与世界一起转动。

全球各地的工行人，或者在寒冷似冰的莫斯科、多伦多，或者在骄阳似火的开普敦、约翰内斯堡；或者是孤身一人轻装上阵，或者是聚成小组团体活动，都用自己充满希望的眼光，用联动的双足，体验着新一年的脉搏。

Part.1: 亚太（中国大陆除外）区（GMT+12-GMT+6:30）：

GMT+12
奥克兰



GMT+8
香港

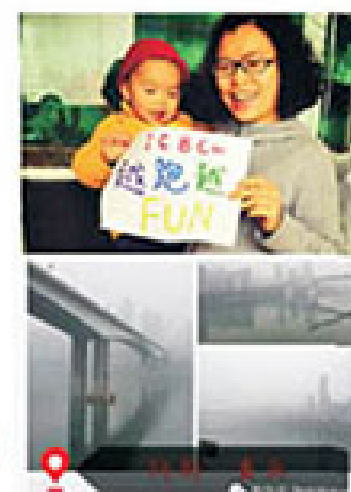


Part.2: 中国大陆区（GMT+8）：

GMT+8
北京



GMT+8
重庆

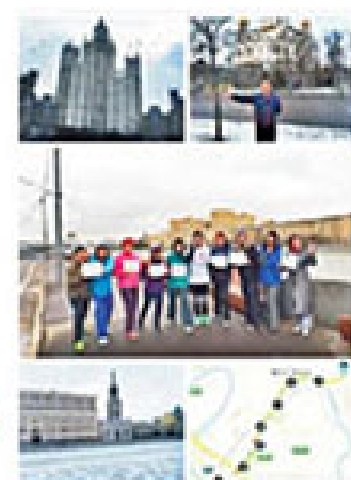


Part.3: 中亚、中东区与非洲（GMT+6-GMT+2）：

GMT+4
迪拜



GMT+3
莫斯科



Part.4: 欧洲区 (GMT+1-GMT+0):

GMT+1
马德里



GMT+1
阿姆斯特丹



Part.5: 美洲区 (GMT-2-GMT-8):

GMT-2
利马



GMT-8
洛杉矶



(三) 服务“一带一路”

本行通过布局在“一带一路”沿线18个国家和地区的123家分支机构,和外汇业务、贸易金融、金融市场、投资银行、资产管理、私人银行、现金管理等全球产品线,深入推动“一带一路”服务,支持中资企业走出去。



本行“一带一路”沿线布局图



《6,705,000公里——行通在一带一路》宣传片

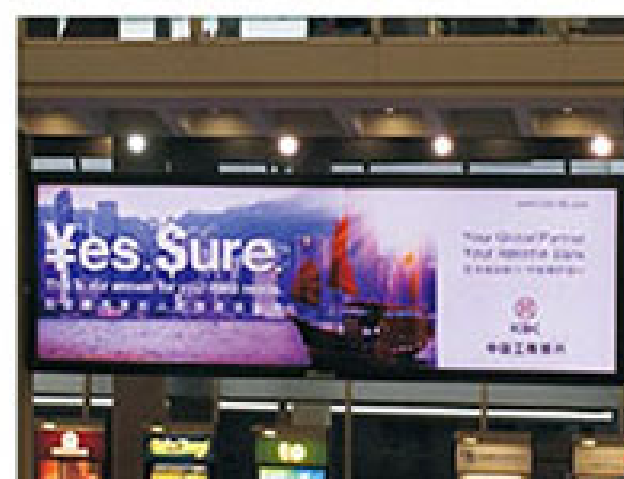
二、跨境人民币业务发展

截至2015年末，本行已在新加坡、卢森堡、加拿大、卡塔尔、泰国和阿根廷六个国家拥有由中国人民银行指定的境外人民币清算行，是首家提供横跨亚、欧、美三大时区的24小时不间断人民币清算服务的金融机构。人民币代理行清算网络覆盖全球75个国家和地区，创建了包括人民币跨境结算、清算、代理债券投资与外汇交易、债券承销、人民币汇率与利率交易、境外人民币贷款等产品在内的全方位服务体系。

(一) 境外人民币清算行网络



(二) 跨境人民币业务宣传



在阿根廷布宜诺斯艾利斯、新加坡、纽约、洛杉矶、伦敦等地区及全球的跨境人民币业务广告



工商银行大厦、金边分行、马德里分行内的西班牙人及中企商务咨询

三、国际化品牌形象

2015年，本行品牌广泛活跃于国际金融及公共领域，通过论坛、展会、广告、活动等方式，推动了国际间金融业务、企业文化的交流、理解与共赢，进一步提升了品牌国际地位与形象。

(一) 积极参与国际论坛



承办墨西哥中国—中美洲国家经贸论坛“同心携手 共筑‘一带一路’”分论坛活动



与中国经济贸易委员会共同主办“中国中小企业论坛”



联合意大利企业家论坛秘书处及南非约翰内斯堡、肯尼亚内罗毕举办了“中非企业家论坛”



与巴基斯坦国际银行在苏州共同主办了“巴基斯坦投资论坛”



与朝鲜日报（Chosun Ilbo）在韩国首尔共同主办了“首尔人民经济论坛”



联合新加坡金融管理局、新加坡交易所举办“人民币国际化之新机遇，更成熟的新兴市场”论坛

(二) 丰富的展览展示活动



参加在新加坡举行的 Sibos 2015 年会，展示本行全球跨境贸易业务的整体优势。



作为唯一家中资银行参加在美国华盛顿举办的 A/P 2015 年年会，介绍本行全球化发展倡议、全球现金管理解决方案及服务优势。



作为唯一家中资银行参加在加拿大蒙特利尔举办的国际商会、贸易和风险管理年会，展示本行现金管理业务。



中非合作论坛期间，联合南非标准银行、中非国际航空公司推出论坛主题航班，开展机上“中非论坛”知识普及活动，宣传了本行在非洲的业务优势。

(三) 多渠道的广告传播



• 网内分行广告

• 工銀亞洲跨境金融业务广告



(四) 因地制宜的品牌营销



工银波兰科伦坡第六届中国大学生钢琴大赛



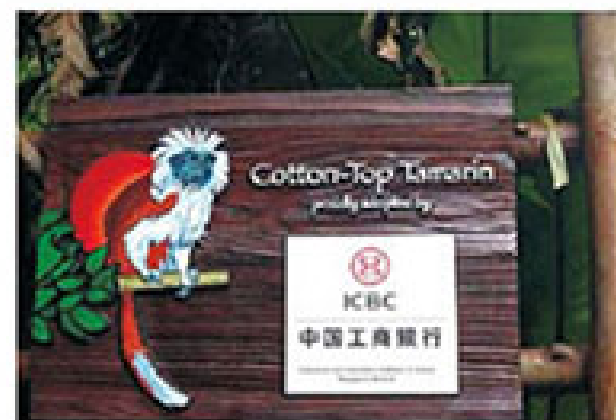
工银亚洲赞助第43届香港艺术节开幕演出



新加坡分行赞助“工行杯”第三届中资企业协会篮球赛冠军



工银澳门举办“庆祝共融·双庆圣诞新年”慈善公益活动



新加坡分行在新加坡动物园认养黑尾树懒“棉顶冠猴”

