

工商银行手机银行推出“年度账单” 财富吉祥物成网红

近日,工商银行手机银行上线“年度账单”功能。用户可通过“刷卡”方式打开账单,看到自己一年来在手机银行开展转账支付、财富管理、公益捐款等线上业务办理方面的汇总数据,并解锁个人专属的2022年财富吉祥物。

在呈现方式上,账单创造性的采取“刷卡”方式打开,给人耳目一新的感觉。形式上以古代盛世平凡百姓劳作、吃饭、逛街等日常生活场景为背景,采用“清明上河图”的创意,整个账单正文页合起来形成一幅完整的长卷轴国画,有行云流水之意。账单整体采用暖色调,汇集大红灯笼、烟花、祥云、集会等传统元素,与新年欢乐、团结的气氛相契合,在画风上呈现当前流行的新国潮,吸引Z世代年轻用户的喜爱,也彰显了对中华优秀传统文化的自信。同时,通过设置“闲话古‘金’”栏目,引导用户点击挖掘相关金融小趣闻,介绍古代人们劳动、生活、公益、环保等金融实践的相关背景,体现了金融为民、绿色金融特点。

在数据支持上,账单从“管钱”“赚钱”“花



ICBC 中国工商银行

钱”“借钱”“捐钱”5个维度,不仅汇集账户余额、工资收入、转账转出等基础金融行为数据,还展示了注册手机银行的时间、最大一笔入账/消费、减少的碳排放量等“高亮”数据。这次年度账单最大的亮点是,根据用户的资产、消费等属性生成个人专属的财富吉祥物,采用凤凰、貔貅、朱雀、玄武等传统神兽形象,配以个人品质、财富关系、2022年运势等个性化营销文案,形成网红“爆款”。

在推广应用上,账单根据用户账户和行为特点进行余额理财、信用卡分期等产品的精准介绍,并将财富吉祥物以卡片形式进行专门展现,以鼓励用户转发、形成“裂变”效应。据观察,用户的年度账单和财富吉祥物在微信、微博等社交媒体上得到广泛转发,在宣传上可称十分成功。但如何将用户从使用产品引导到产生交易行为,在相应的产品和活动推荐方面还有“最后一公里”需要打通,希望在活动推广、产品推荐等方面能有持续跟上。

(工商银行内蒙古分行供稿)