

□记者 崔凌琳
通讯员 徐文蕾

线上线下达人选秀推选用户成为“网红”；粉丝齐聚拍摄真人秀节目嗨翻全场；智慧女神现场助阵，互动游戏、有奖答题、O2O购物体验，精彩活动环环相扣……上周五晚，工商银行宁波市分行打开家门，走进宁波高校，办起了粉丝见面会，打破了传统银行高冷的既定印象。

►在“1118粉丝狂欢节”上，粉丝摇动手机参与拔河互动小游戏。



中国工商银行宁波市分行开启营销变革

“1118粉丝狂欢节”挑动市民跳跃神经

一举成名

工行“粉丝狂欢节”深入人心

据悉，中国工商银行凭借在互联网金融领域的锐意创新和卓越表现，曾在2015年分别获得《亚洲银行家》评选的“中国最佳网络银行”；《金融时报》、中国社科院金融研究所评选的“十佳互联网金融创新银行”和国内著名的大数据分析及评级机构易观智库评选的“易观之星最佳手机银行奖”等多项奖项。

2015年11月18日，工行宁

波市分行首次举行了“融e行”品牌升级粉丝见面会，得到了参与者的一致追捧。一年来，工行宁波市分行围绕e-ICBC互联网金融发展战略，全面推进互联网金融领域持续创新，着力打造“工银融e行”品牌，品牌涵盖手机银行和个人网银业务，触达各类金融场景，现已成为深受用户欢迎的金融服务平台。11月18日，也正式成了工行宁波市分行精心打造而成的

“粉丝狂欢节”。

正是这一年，该行先后上线了扫码取现、网点预约排队、二维码支付等具有市场竞争力的创新功能；并陆续推出“人脉挖宝”“工行最懂你”“一键召唤智慧英雄”等主题营销活动，聚集了大量人气。

今年，工行总行开展的工行版达人秀“智慧女神”评选活动，活动点击量近6000万次，用户累计参与812万人次。

联合发力

融e行、融e联、融e购三平台功能强大



据了解，近年来，工商银行不断开拓互联网金融服务和场景，现旗下拥有三大平台。其中，融e行是网络金融服务平台，涵盖了手机银行和个人网银业务；融e联作为即时通信平台，达成了银行与企业、银行与用户、银行内部之间的高效互动，是对传统服务模式的一次颠覆；融e购则是现下不少市民已然熟识的电商平台，它坚持秉承“名商、名品、名店”的定位，汇集十几大行业、上千个知名品牌，以互联网思维模式，从以往单维度的金融服务向“金融+销售”“金融+消费”立体化综合服务延伸，注重把握电子商务发展规律，致力提

升客户体验，同时重点突出银行业支付灵活、融资便捷的金融服务优势。

工行宁波市分行紧紧围绕国家“互联网+”发展战略，准确把握互联网金融发展大趋势，坚持以客户为中心，以市场为导向，大力发展互联网金融业务。数据显示，截至2016年10月，“融e行”个人网上银行及手机银行客户超过220多万户；“融e联”业务发展不到一年，用户已超过40万户；“融e购”业务累计发展商户130家，今年1至10月实现电子银行交易额已逾4万亿元，业务量共计1.57亿笔，客户数量和业务规模在区域同业中均处于领先地位。



中国工商银行宁波市分行副行长蔡志文在粉丝狂欢节上给粉丝颁奖。

好戏连台

工行智慧女神带您玩转粉丝节

今年的“1118 粉丝狂欢节”以“放飞梦想，智慧女神”为主题，再次邀请了工行在甬的大批优质客户和活跃粉丝，第一时间前往刚刚在我市浙江大学宁波理工学院挂牌的校园影院，直观感受和体验工行开放式手机银行、网上银行的产品和服务。并邀请粉丝亲身感受工行 e-ICBC 品牌优势以及客户场景化、社交化体验特点；同时，通过观影、游戏等丰富多彩的现场互动环节，进一步分享产品应用体验，让更多

的客户爱上工行移动金融产品。

现场活动亮点纷呈，一方面融合了多种互联网最新玩法，通过线上海选、线下晋级、全国PK、真人秀拍摄等环节，将网红、直播、O2O、真人秀等热点一网打尽；另一方面不忘突出金融属性。据悉，从报名支付、品牌故事展示，活动的各个环节都揉进了工行手机银行的业务功能亮点。此外，工行宁波市分行不仅为参与活动的粉丝

提供了丰富的福利，还联合5A级景区、五星级酒店等优质品牌共同展开粉丝节活动。在体验区，粉丝们通过扫码领取的融e购券，直接体验了一把线下O2O购物。

在游戏互动环节，粉丝通过扫描二维码关注工行公众号，在“智慧女神”的带领下参与小游戏“猜女神”“过障碍”“点钞票”和“拔河比赛”等互动项目，表现出色者，还获得了丰厚的礼品。粉丝们最后还在一起观看了电影《驴得水》。

拆掉“围墙”

传统银行与用户共舞

“任何不愿意改变的力量都会在互联网极速变化的浪潮中被毁灭、被边缘化”，工商银行宁波市分行副行长蔡志文在接受记者的采访时称，“银行作为传统金融的主力军，唯有借势新兴的传播渠道与形式，强化用户的参与感，才能在剧烈竞争的市场环境中不断巩固，提升自己的品牌形象和影响力。

在场的粉丝周先生直言，“工商银行的1118粉丝节，是传统金融体制与新兴市场趋势的一次碰撞，或许会其他‘国家队’、‘老字

号’企业带来启发。”而通过活动夯实的“粉丝”基础，将为工行电子银行未来的产品业务和品牌形象打下良好根基，也使得工行成为了银行业发展“粉丝经济”的模范排头兵。

蔡志文副行长表示，“未来，工行宁波市分行将持续推进移动金融产品业务功能、服务模式和客户运营的创新，为广大客户打造一个亲民、惠民、安全可靠的金融服务平台，通过进一步分享产品应用体验和感受，让更多的客户爱上工行移动金融产品。”