

恒昌财富2018年品牌策略及TVC广告竞标方案

新意互动

2018年3月30日



恒昌财富全新品牌

重装上阵

致力打造值得信赖的国民金融科技品牌!

2018年4月以TVC作开端

崭新亮相传播



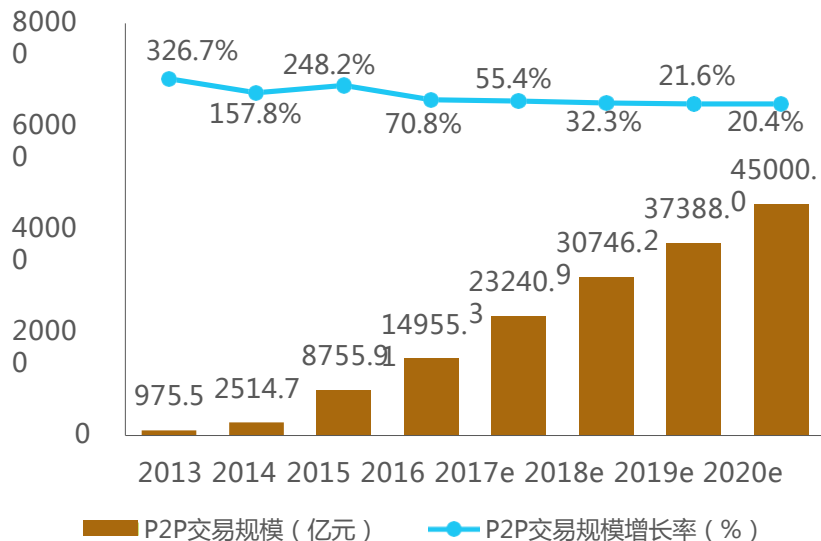
新时代

P2P行业整体扫描

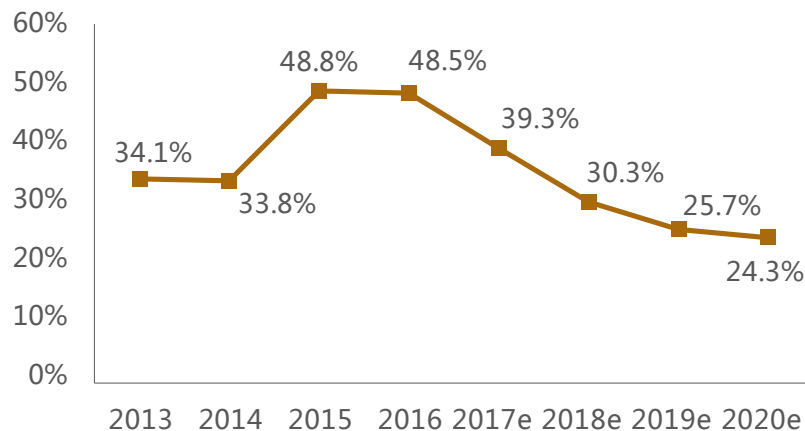
中国P2P行业规模增长回归理性

随着人口红利的消失和监管政策的落地，P2P商业生态从跑马圈地向提高用户质量过渡

2013-2020年中国P2P交易规模持续增长，但增长率在下降



2013-2020年中国P2P借贷余额占网络信贷总余额比例持续下降



“寒冬季”将过，P2P合规时代到来

2016年至今，行业内部经历了优胜劣汰的大洗牌，由最初的野蛮生长逐渐趋于规范稳定

网贷行业“1+3”制度框架

《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》

业务规则

确立了网贷行业监管体制及业务规则，明确了网贷行业发展方向。

《网络借贷信息中介机构备案登记管理指引》

备案登记

主要分为新设机构备案登记申请、已存续机构备案登记管理和备案登记后管理三部分。

《网络借贷资金存管业务指引》

资金存管

明确了网贷资金存管业务的基本定义和原则、委托人和存管人开展网贷资金存管业务应具备的条件、网贷资金存管业务各方的职责义务、网贷资金存管业务的具体操作规则

《网络借贷信息中介机构业务活动信息披露指引》及《信息披露内容说明》

信息披露

从维护消费者合法权益的角度出发，明确了信息披露的基本概念和原则；明确了在网贷业务活动中应当披露的信息内容；重点对披露的口径、披露标准予以规范；强调了相关披露主体责任及管理要求；明确了整改的过渡期限。

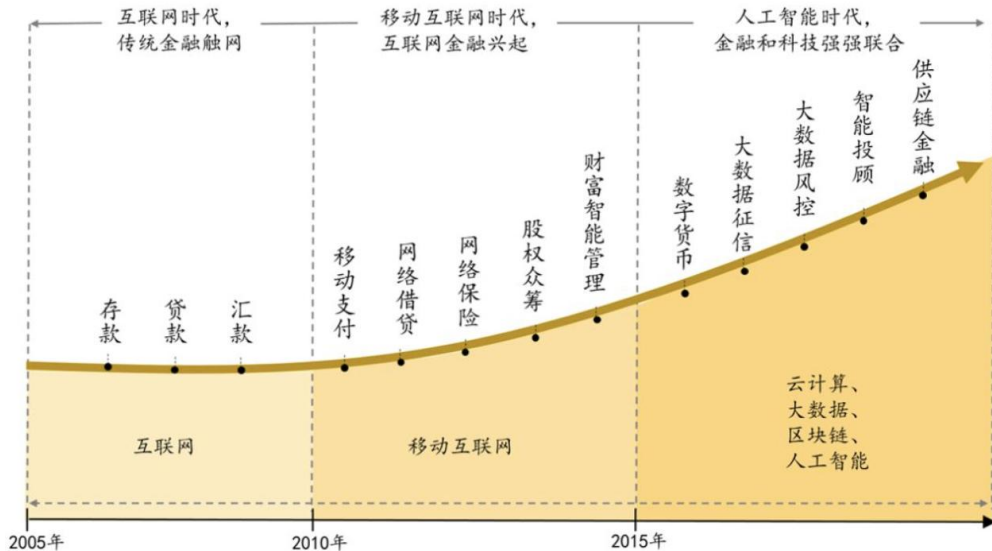
2018年，更换存管银行潮将至，P2P备案愈加紧迫

科技+金融，正在成为P2P行业发展的新拐点

随着监管日趋严格，平台运营成本不断攀升，金融科技成为P2P平台打破局限的利剑

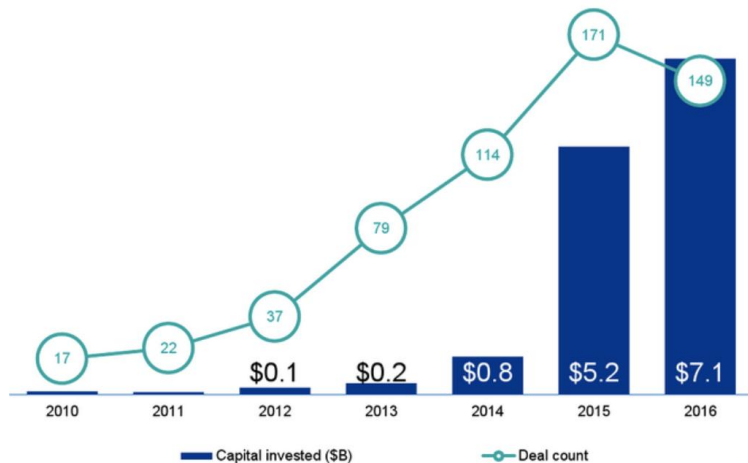
经历了互联网时代和移动互联网时代，P2P进入人工智能时代

Fintech热词火爆，金融科技企业迎来投资新风口



Venture investment in fintech companies in Asia

2010—2016



数据来源：华尔街见闻《科技驱动金融行业变革，Fintech时代来了》

行业增长回归理性

人口红利消失
监管政策落地
从跑马圈地转向提高用户质量

P2P合规时代到来

网贷行业“1+3”制度框架
更换存管银行潮
P2P备案



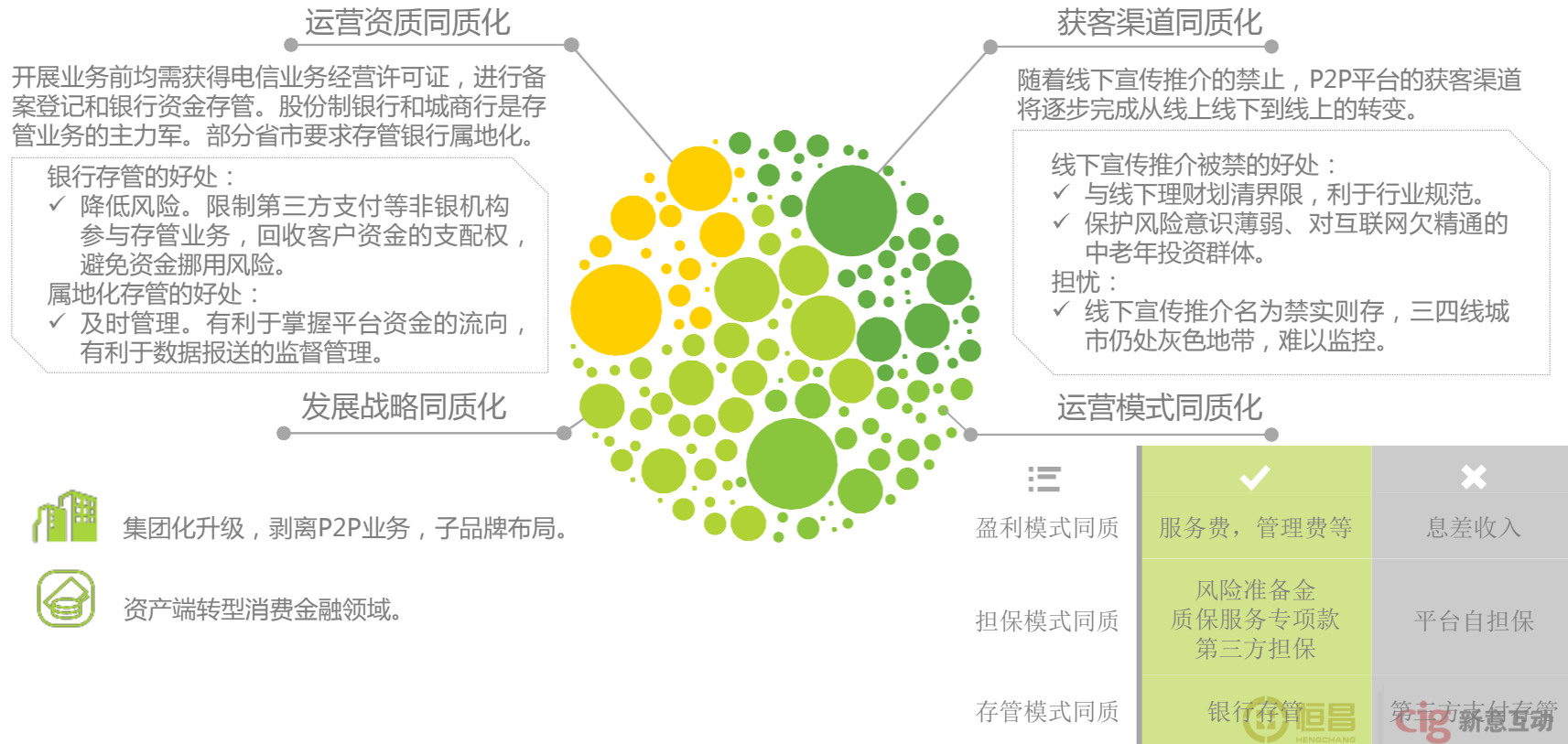
科技驱动金融变革

人工智能时代
Fintech成为业内热词
金融科技企业获资本青睐

新格局

恒昌财富竞争格局扫描

这是一个千企一面的同质化竞争格局



参与者众多，竞争格外惨烈



BAT互联网巨头

<搅局者>



传统金融机构

<变局者>



新兴P2P企业

<补局者>

搅局者：以阿里巴巴为代表的BAT巨头



品牌定位：为小微企业和消费者提供普惠金融服务

Slogan：为世界带来微小而美好的改变

传递品牌理念：社会贡献

通过流量入口及数据优势，构建自己的金融生态，普惠每一个微小个体



@广告文案-

蚂蚁金服

推出了首支品牌形象片《背影》

“每个认真生活的人，都值得被认真对待。”



蚂蚁金服

延续去年的传播概念

选择更多的场景，面向更多的普通人做情感传播

变局者：以平安集团、宜信为代表的传统金融机构



品牌定位：值得信赖的投资理财平台
Slogan：稳稳的陆金所，稳稳的理财
传递品牌理念：值得信赖



品牌定位：宜信旗下P2P网贷平台
Slogan：让精彩发生
传递品牌理念：让信用变价值

背靠老牌的上市金融集团，以不断的自我探索和改造，开拓年轻人群市场



陆金所

运用最新VR及360°全景视频
通过韩国美女直播的方式宣传陆金所微店



陆金所

与摩拜单车一同发起“mo拜财神，一陆骑出趣”活动
在跨界联合方面玩出了新花样



宜人贷

推出品牌宣传片《有梦，不惧未来》
用平实质朴的手法彰显90后年轻人群可贵的创业精神

补局者：以爱钱进、悟空理财为代表的新兴P2P企业



品牌定位：靠谱的互联网金融平台

Slogan：小小幸福，天天进账

传递品牌理念：靠谱



品牌定位：互联网金融大师兄

Slogan：让你的钱聪明起来

传递品牌理念：收益、方便

在资本的风口上齐头并进，扎堆初入职场的年轻白领



爱钱进

从签约汪涵做**代言**、到**创意中插**，到结合节日节点的**走心视频**
爱钱进在年轻人的市场始终玩得风生水起

悟空理财

结合互联网思维，制造空粉节，大玩**粉丝营销**
以大胆新奇的方式与年轻受众沟通

恒昌财富需要一个全新的品牌角色进入市场.....



搅局者：以蚂蚁金服为代表

- 依托流量入口及数据优势
- 打造自己的生态圈
- 以搅局者身份普惠每一个微小个体



变局者：以陆金所、宜人贷为代表

- 在保持悠久历史和规模效应的同时
- 不断重塑自己的品牌形象
- 以变局者身份开拓年轻市场



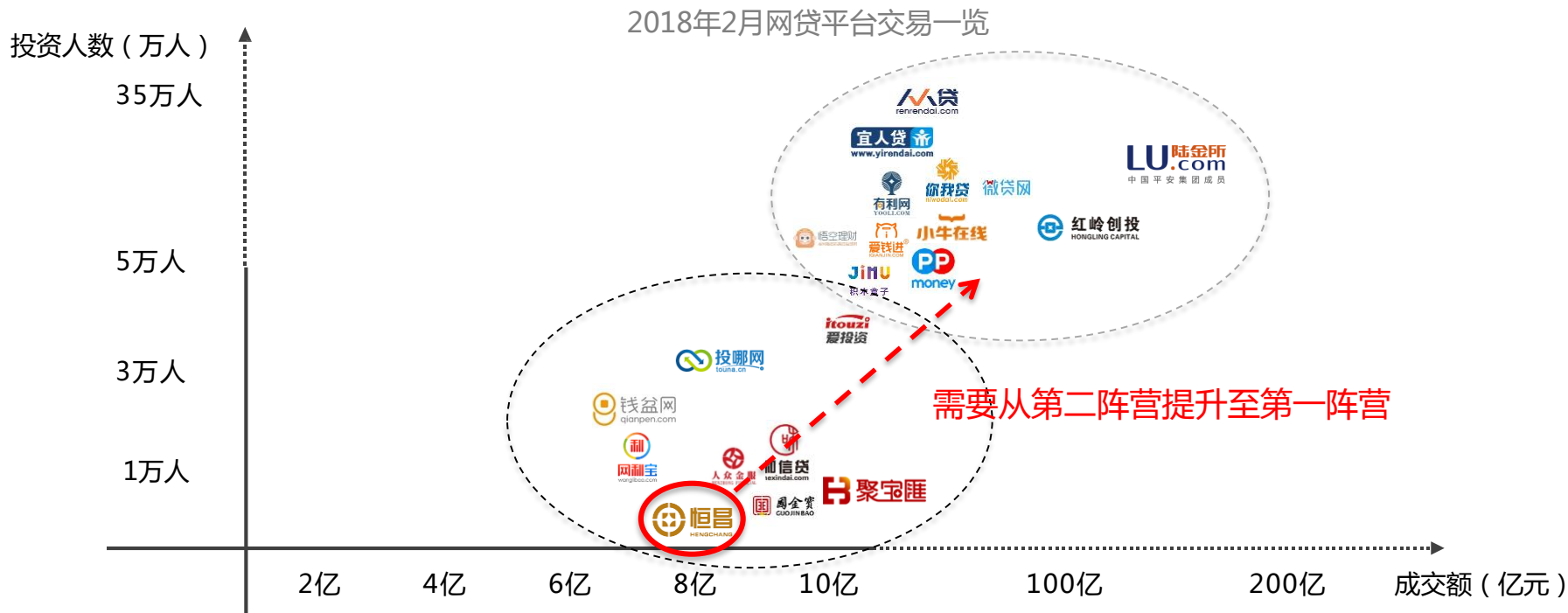
补局者：以爱钱进、悟空理财为代表

- 乘着P2P资本的风口崛地而起
- 直接聚焦于职场小白
- 以补局者的身份齐头并进开疆拓土



.....以助力恒昌在成交额与投资人数上的提升

恒昌旗下的恒易融处于10亿成交额规模，投资人数在1万人左右



来源：根据各大第三方网贷门户最新公开数据整理得出

恒昌财富的**品牌优势**在哪里？

如何通过品牌优势去塑造一个**新的品牌角色**？

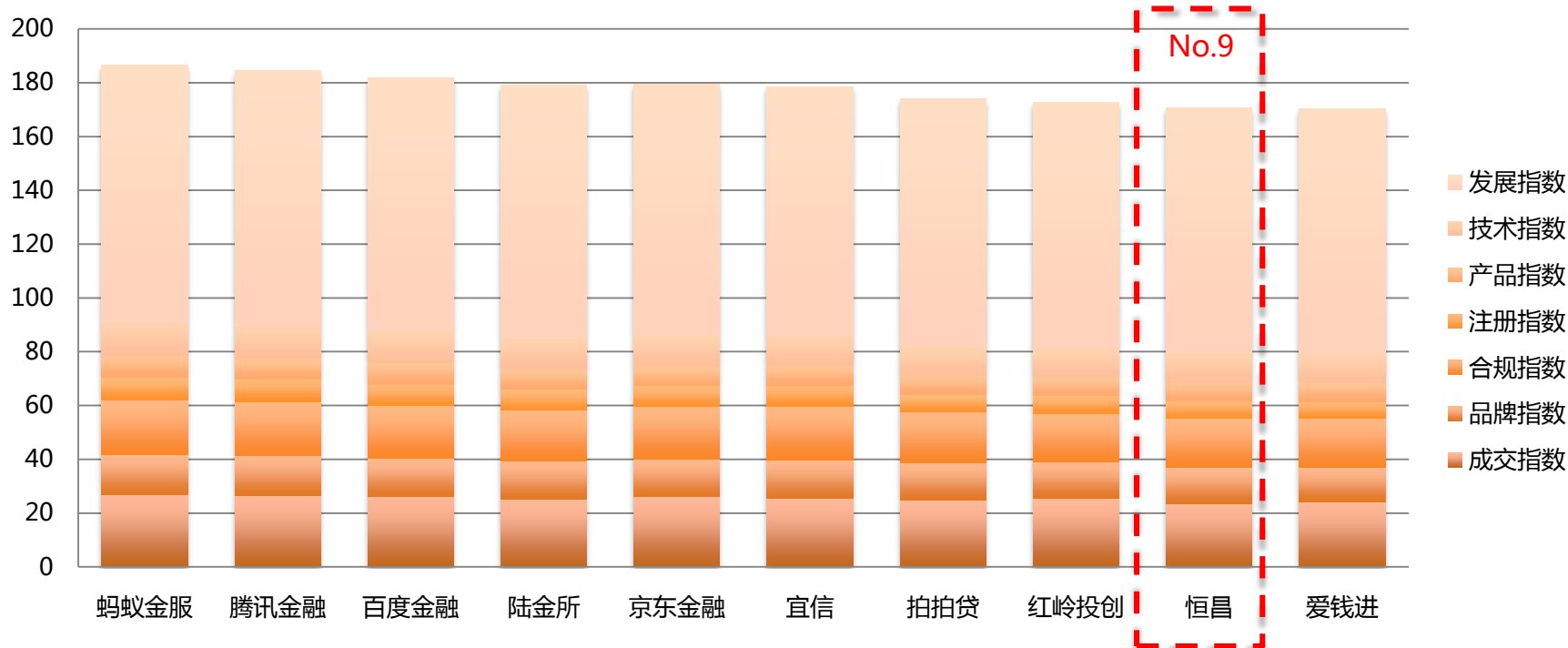


新机遇

恒昌财富品牌现状及优势梳理

依托于恒昌母品牌优势，恒昌财富在低调中前行

2018年2月中国互联网金融领军企业Top 10



数据来源：《中国互联网金融领军企业百强榜》，中国电子商务协会互联网金融研究院联合中国电子商务协会金融科技研究院



cig 新意互动

大平台的**稳健**发展，给了恒昌财富厚积薄发的积淀



超千亿资产管理规模



四万员工



三百家营业网点



五年稳定发展

以创新为动力，恒昌在科技金融领域成绩斐然



恒昌旗下恒易融凭借在金融科技细分领域的持续创新与领先的风控技术，荣获“互联网金融优秀企业”称号



恒昌旗下恒易融以七大人工智能技术为纽带，用心打造全方位、多层次、多元化的金融服务体系，让金融服务更优质、便捷、可靠

延续恒昌母品牌基因，恒昌财富低调、稳健、创新

低调

依托恒昌母品牌优势
以线下地推为主的低调传播

稳健

五年稳健发展
一点一滴积累客户，步步为营

创新

恒昌七大创新技术
为你的资产保驾护航

AI拥抱Fintech，给了恒昌财富重塑品牌最好的时机

AI Fintech 开启智能金融时代



“百度希冀以人工智能、大数据为核心科技赋能金融同业，帮助金融机构去服务更多用户，实现普惠金融的梦想。”

——百度金融高级技术总监许冬亮

虽然竞品也有AI科技，但还没有把它作为重点传播内容

“AI” 的话语权目前尚处一片蓝海



以领先技术为依托，恒昌财富抢占“AI”话语权



品牌角色：引领者

低调、稳健、创新

恒昌财富以AI为核心

做引领互金行业的国民金融科技品牌



cig 新意互动

恒昌财富的品牌定位

以AI金融为核心，
做引领互金行业的国民金融科技品
牌。

恒昌财富能
给目标用户
带来什么？



新人群

恒昌财富目标用户洞察

恒昌财富的目标用户拥有较高的汽车比例

基础信息

年龄：25岁-45岁

城市：一二线城市

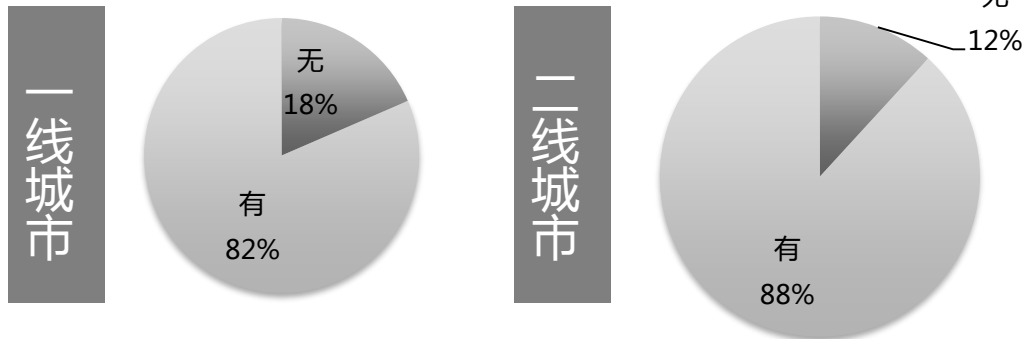
收入：中产，有一定积蓄

风险：偏好中等风险，期望资产保值增值



一二线城市中产家庭拥有汽车比例较高，平均购车价格在25万以上

2017年中国中产汽车拥有率



2017年中国中产汽车拥有数量

	平均汽车拥有量	平均车价
一线城市	1.44辆	31.9万元
二线城市	1.22辆	25.9万元

新意大数据：洞悉有车人群的投资理财观

筋斗云——汽车大数据营销策略支持工具

基于汽车垂直媒体海量用户及语义数据，以自然语义分析为技术基础，助力营销决策的分析平台。市场、产品、受众三大模块实现以数据驱动业务，提升营销效率，助力决策目标。

用户画像 洞察用户行为，勾画目标受众

移动触媒 分析媒体环境，呈现受众触媒

KOL分析 精准定位用户，聚焦意见领袖

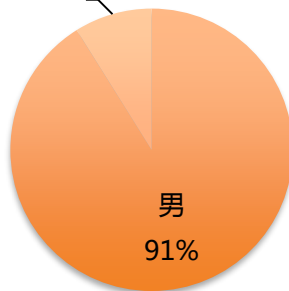


汽车+金融理财：城市中产人群画像

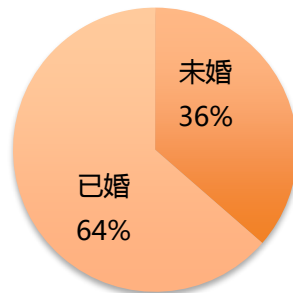
一二线城市、25-45岁、25万以上车型的
潜在车主在金融理财方面的人群画像



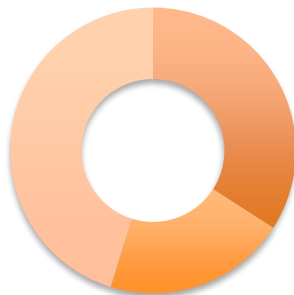
男性为主
女 9%



已婚居多

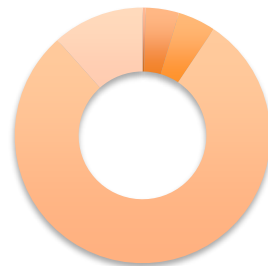


收入高、低都有



低等收入
中等收入
高等收入

大学本科为主



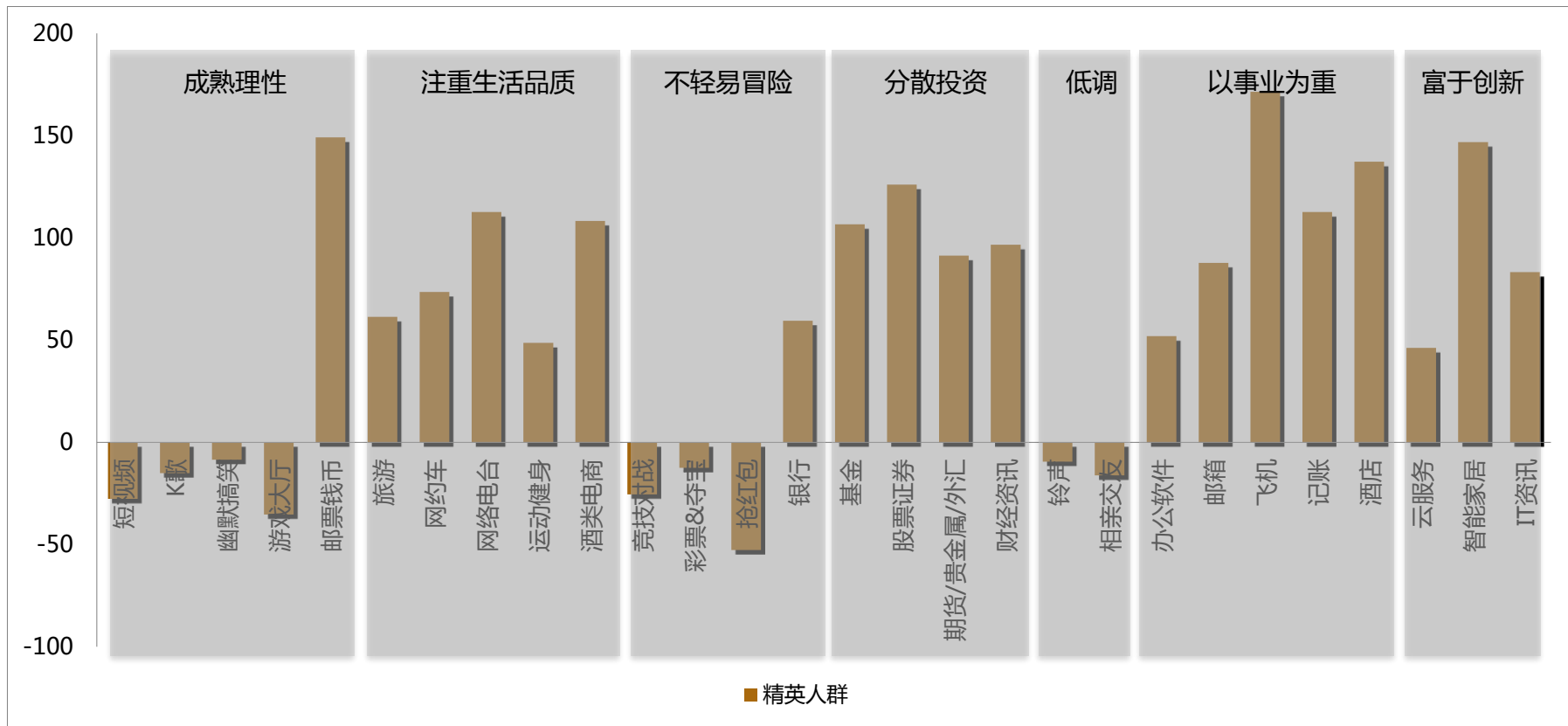
小学
初中
高中

聚类分析：成熟精英是核心用户，其次是持家教子

	宅男宅女	持家教子（次要人群）	小富安稳	奋斗进取	成熟精英（核心用户）
核心标签	宅、安逸、享受个人时光	家庭责任感强、理性成熟	随遇而安、活在当下	热爱工作、繁忙、拼搏	事业有成，低调内敛
群体占比	8.4%	28.0%	13.5%	16.5%	33.7%
人口属性	60%未婚，26~35岁为主，收入中等	80%已婚，有学龄前孩子26~35岁为主，收入低	60%已婚26~35岁为主，收入中高	54%未婚16~35岁为主，收入中等	55%已婚26~45岁为主，收入高
休闲娱乐	影音、游戏、动漫	图书、网络电台	星座占卜、相亲交友	旅游、拍照、即时通讯、音乐、K歌	旅游、图书
手机工具	通话助手、手机助手	系统工具、输入法	个性化工具、安全及系统优化、桌面主题	系统工具、上网工具、输入法、WIFI工具、办公软件	通讯、数据存储传输、邮箱、云服务
日常生活	日历&备忘	居住、智能家居	天气/空气、彩票&夺宝	记账/备忘、女性电商	地图导航、网购、生活服务平台、出行方式、运动健康
信息资讯	音乐资讯	新闻资讯	时政军事、美发工作室	百度地图、应用宝、微博、网易新闻、天天快报	体育资讯、京东、携程、二手车、凤凰新闻
财务理财	手机淘宝	P2P、小米金融	抢红包	保险、储蓄银行	P2P、电子钱包、银行、贷款、股票、信用卡、基金
学习教育	网易有道词典	小猿搜题	一起作业、智慧树	驾考宝典	百度文库、有道翻译官
商业工作	-	中华英才网	货车帮、Hancom Office	智联招聘	滴滴车主、阿里巴巴、钉钉

事业心强、成熟稳重、追求品质、富于创新

TGI指数



数据来源：新意互动筋斗云，成熟精英人群的兴趣偏好

消费品质为上，品牌认同度高

成熟精英们注重生活品质，会因品牌的认同感买单，但对超前消费较为保守

认同 Agree ✓

不认同 Disagree

即使价格贵一点，我也愿意购买
高品质的商品

77.1%

喜欢的品牌我会一直坚持使用它

78.3%

品牌选择非常重要，通过所买的品
牌别人会看出我是什么样的人

73.3%

对于想要的东西我往往会忍到它打
折促销式才购买

41.5%

消费购物时，能分期的一定会进行
分期

47.0%

TGI

男性

107

女性

91

生活不止，压力不息

成熟精英们事业有成，生活富足，但依然有着各种焦虑



压力指数（1-5分）

3.29

1. 社会的竞争

当今社会不持续努力和进步
很难生存

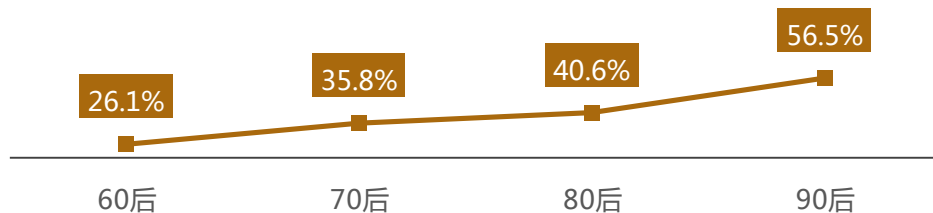
70.5%

2. 自我的要求

我喜欢出类拔萃

72.2%

2017年中国中产对“生活中太多事情让我感到压力重重”认同比例



中产四大焦虑来源

职场
竞争

立身之本

父母
健康

及时行孝

个人
情感

心之所系

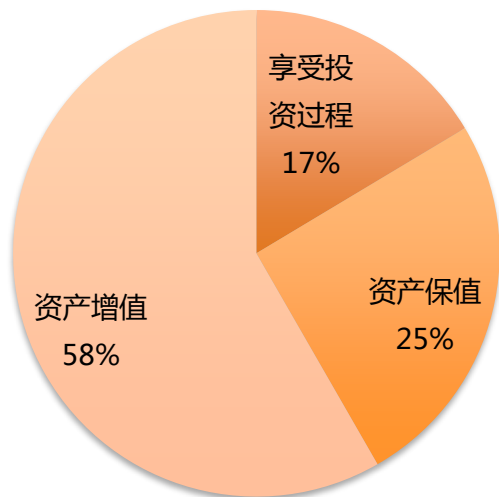
孩子
教育

未来所望

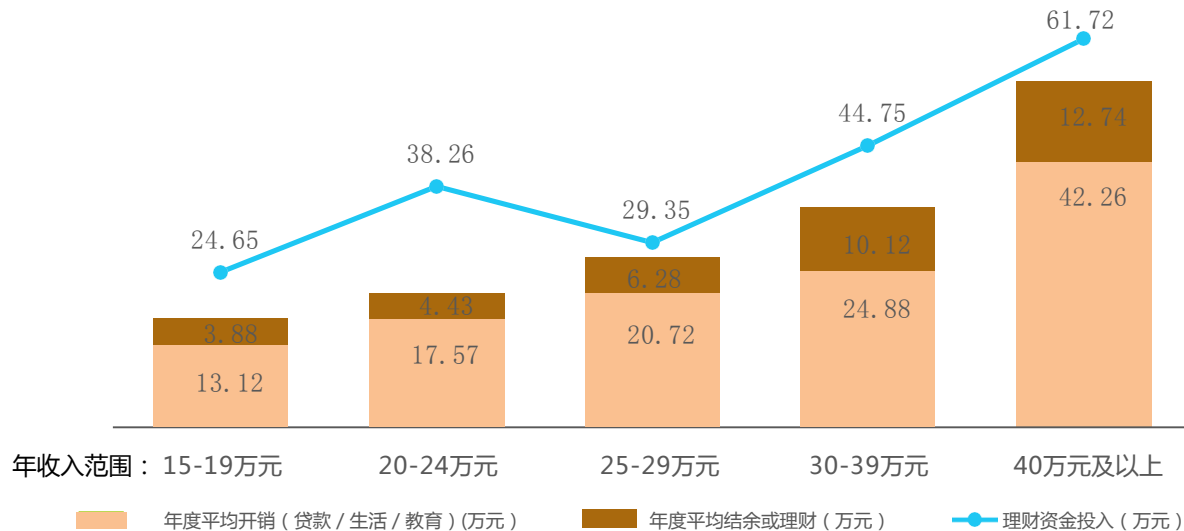
实现资产增值是缓解焦虑的方式

成熟精英人群理财的主要目的是资产增值，家庭年平均投入理财资金占年收入20%以上

目标用户投资理财的主要目的



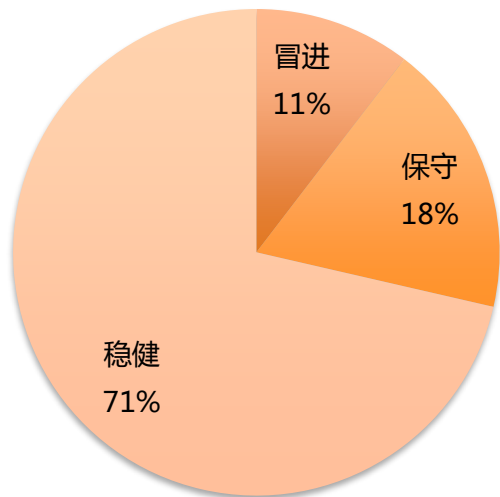
2017年中国中产家庭收入的理财资金情况



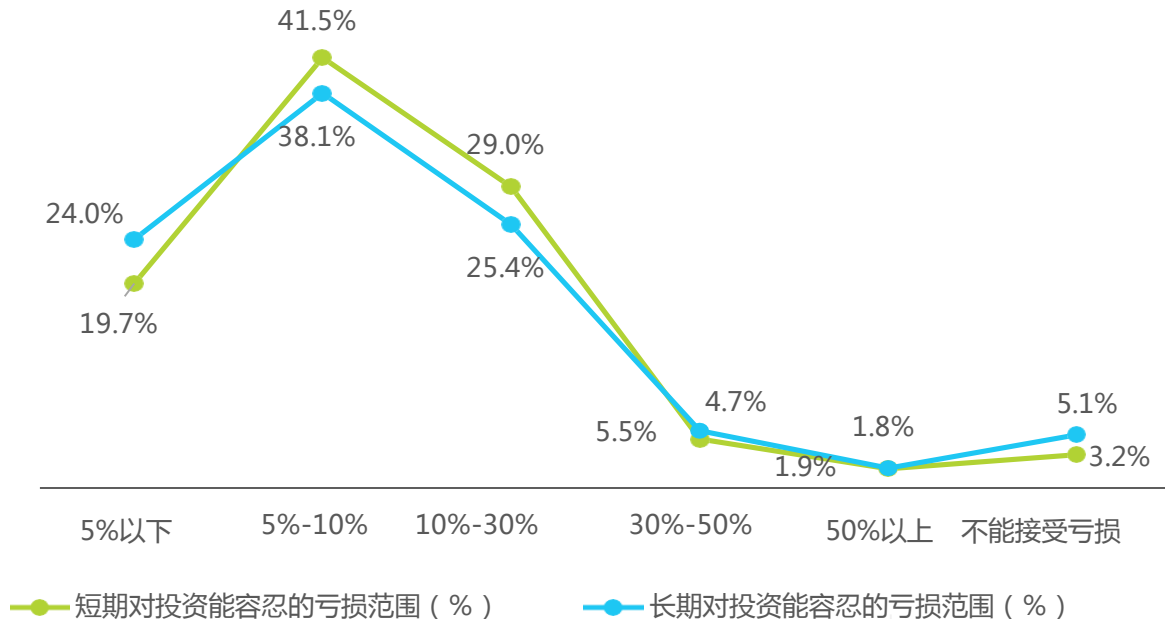
他们的投资理念偏向稳健

40%以上的目标用户只能接受5%~10%的本金亏损

目标用户人群理财状态类型



目标用户对投资理财能容忍的亏损范围



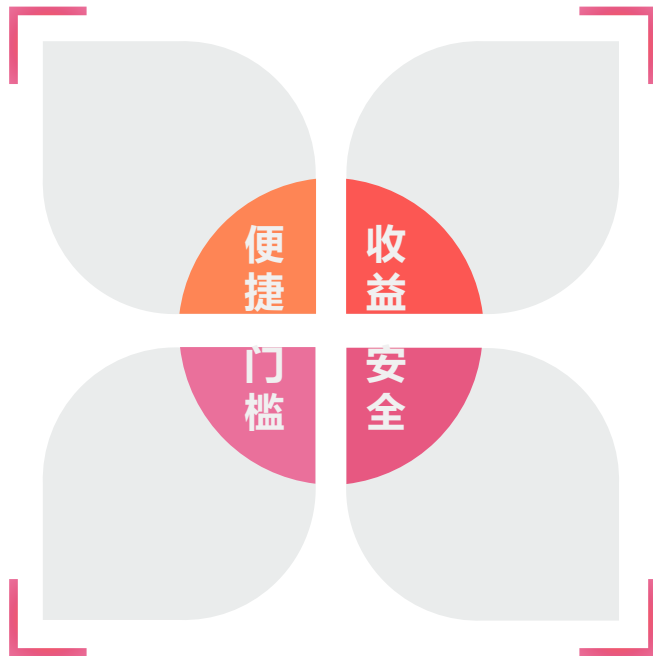
他们对P2P理财有着严苛的要求

操作简单

有72.9%的用户认为操作简单方便是他们选择P2P理财平台的最主要原因。

门槛低

有59.3%的用户很重视P2P的门槛，他们希望在理财面前，人人平等。



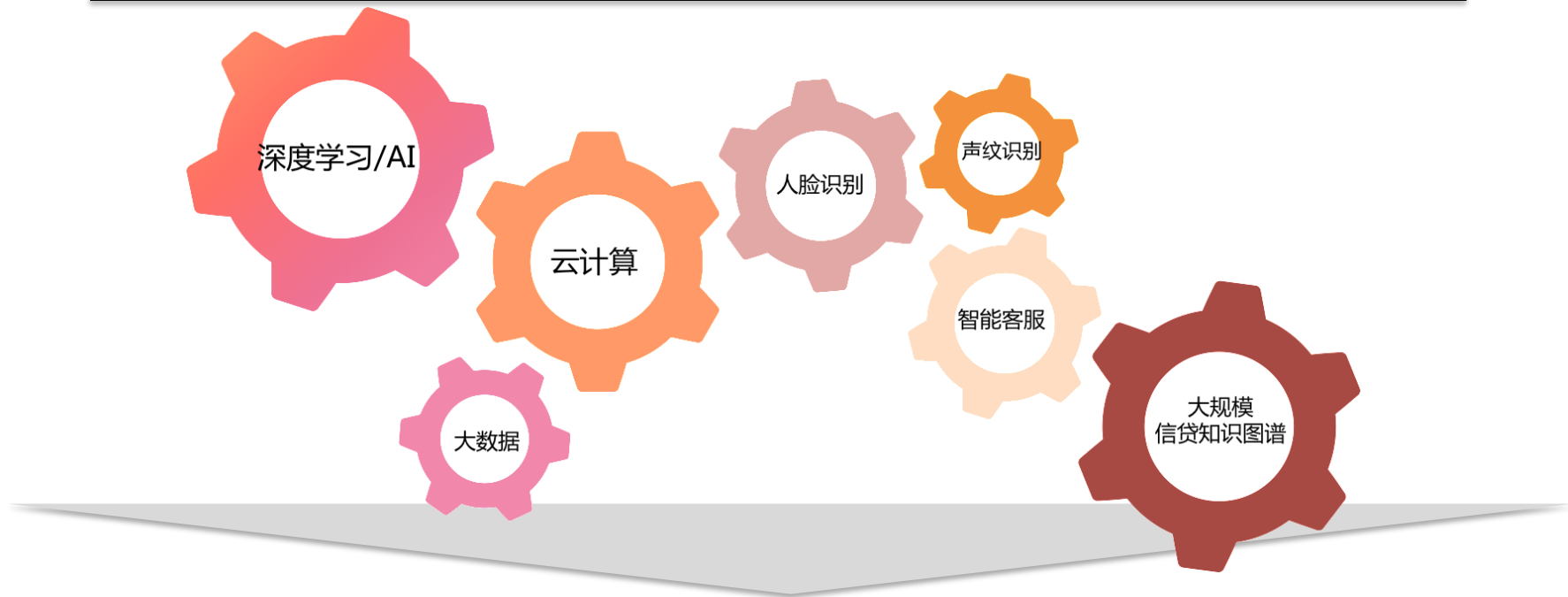
稳健收益

有59.3%的用户认为，短期的高收益难以产生持续的平台粘性，但稳健的收益可以。

资金安全

有45.1%的用户很看重在P2P理财平台投资的本金能否获得安全保障。

恒昌财富的AI，正好满足了他们对P2P理财的苛刻需求



操作简单 | 稳健收益 | 门槛低 | 资金安全

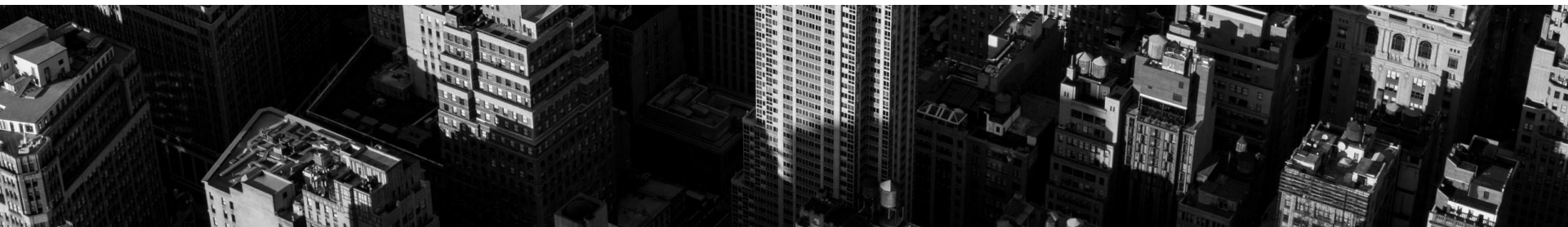
恒昌财富的市场定位

以AI创新技术，
满足理财用户的苛刻需求。



基于品牌定位和市场定位

恒昌财富如何建立与目标用户的强关联？

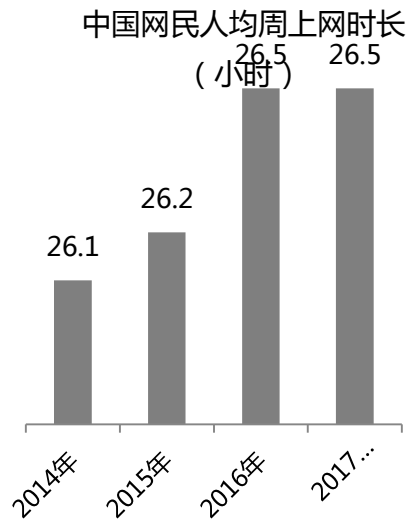
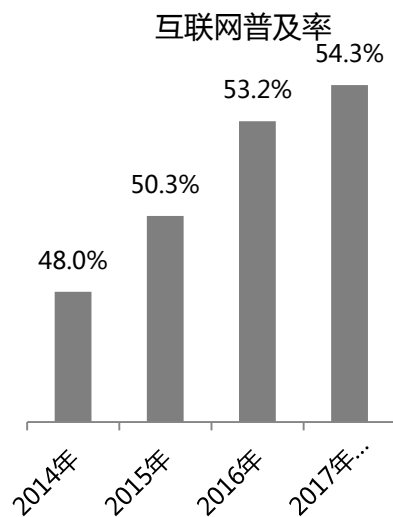


新方式

数字时代下的品牌创意构想

流量红利不再，互联网告别野蛮生长

我们的数字时代
量变结束
质变宣告开始





1993

互联网1.0

单项传播。网站发布信息告诉网民，网民被动接受。



互联网2.0

双向互动。网民与网站之间，网民与网民之间的信息可主动交流互动。



互联网3.0

全方位互动。网民和网络之间在衣食住行等各个层面全方位紧密结合。**是移动端为中心点出发与整个网络世界之间的信息互动。**



互联网+

互联网+成为国策。传统媒体和互联网优势互补、一体发展，技术支撑、内容为根本。**BAT战略展开，在各端口的内容、渠道、平台、经营、管理等方面与民众深度融合。**



超级互联网+生态圈

超级互联网生态圈逐步形成。国家着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。



2017

时代在变 战场不变

用户时间，一直是互联网企业经营的主战场

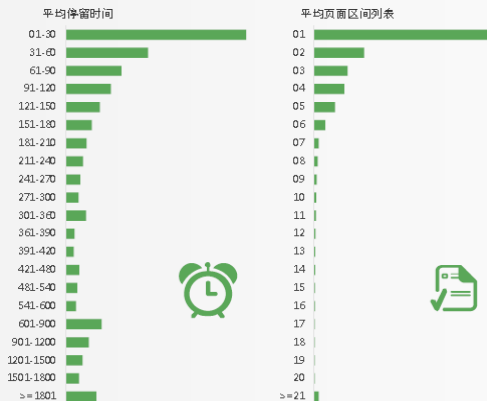


时间战场的本质，是心智战场

大众接受内容并未因为新媒体渠道倍增和自媒体内容的爆发而丰富，而是更封闭
占领了他们的时间，不代表就占领他们的心智

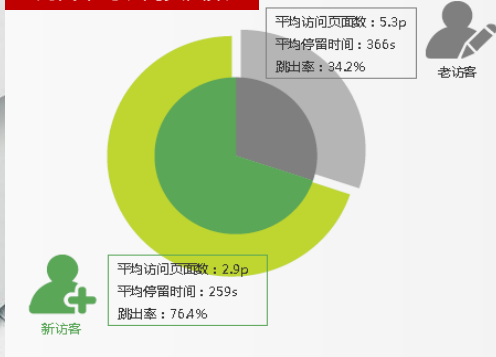
网民访问时长渐短

网民平均访问时间



网民访问页面数渐短

网民平均访问页面数



碎片化的媒体及内容

一天24小时媒体接触点



占领心智的传播进化史

Brand 1.0 以产品为中心
消费者是产品的围观者

亨利·福特



标准化的产品

Brand 2.0 以消费者为导向
消费者是品牌的参与者

沃尔玛



差异化的需求

Brand 3.0 以价值观为驱动
消费者是品牌的所有者

苹果



个性化的态度

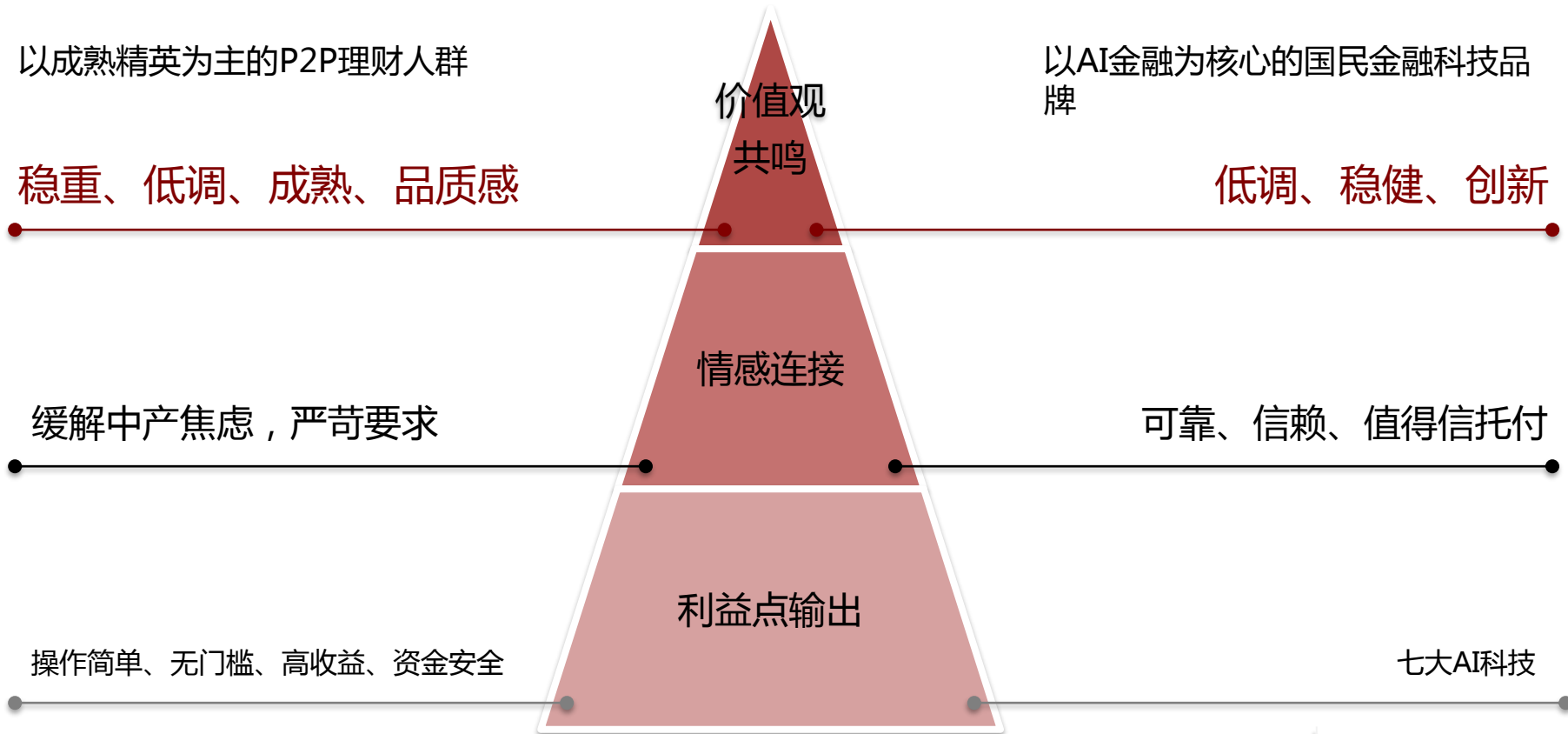
借助品牌3.0模型，高维度的实现心智占领



从目标用户的角度出发，
以恒昌财富的品牌价值观做驱动，
达成彼此在价值观上的认同，
实现用户与品牌的共创和共荣。

- | 内核：BRAND 3.0 - 涉入式战略
- | 外核：BRAND 2.0 - 卡位式战略
- | 外延：BRAND 1.0 - 渠道式战略

从品牌价值观层面与目标用户建立关联



价值关联点

稳中求进，行胜于言

恒昌财富以低调、稳健、创新的品牌个性，
通过前沿的AI金融技术，
降低目标用户的理财门槛、保障他们的资金安全、并且不断创造稳健的收益，
让他们的投资理财过程中稳中求进，让他们拥有一个更美好的生活。

恒昌财富的传播定位

稳中求进，行胜于言
AI金融让每个人的生活都美好。



品牌定位

以AI金融为核心，
做引领互金行业的国民金融科技品牌。



品牌个性

稳中求进、行胜于言



市场定位

以AI创新技术，
满足理财用户的苛刻需求。



沟通定位

稳中求进，行胜于言
AI金融让每个人的生活都美好。



cig 新意互动

恒昌财富品牌愿景 成为互金领域的AI巨头

品牌个性

稳中求进、行胜于言

品牌角色

AI金融领域的引领者

品牌定位

以AI金融为核心，做引领互金行业的国民金融科技品牌。

市场定位

以AI创新技术，满足理财用户的苛刻需求。

传播定位

稳中求进，行胜于言，AI金融让每个人的生活都美好。

面向人群

25~45岁生活在一二线城市的中产，以成熟精英为主，有一定积蓄，渴望资产保值和增值

技术支撑

深度学习/AI、大数据、云计算、人脸识别、声纹识别、智能客服、大规模信贷知识图谱

品牌重塑策略 Tips 1

“

不喊口号

”

品牌重塑策略 Tips 2

“

要有高度

”

“

表达态度

”

A close-up photograph of a human eye, focusing on the iris and pupil. The iris is a vibrant blue with fine, radial lines. The pupil is a solid black circle in the center. The eye is surrounded by a textured, wavy pattern of blue and orange, resembling water ripples or a close-up of a flower's petals. The word "CREATIVE" is superimposed in white, bold, sans-serif capital letters across the center of the eye, with the 'A' positioned directly over the pupil.

CREATIVE

OPTION.1

「AI金融面前 人人平等」

今天我们不谈科技，谈谈芸芸众生



梁守爱：

“我能成名，北影厂门口每一块砖都被我坐热了”

e 没房、没车，

连续13年，每天6点半起床，

搭1小时公交到北影厂门口，等待被剧组挑选。



黄觉：

“最关心的事就是让我的这个世界保持稳定”

e 十年演员生涯，

演戏为他带来稳定的工作、

稳定的生活和不算少的收入。



戴光臣：

“跑步要吃肉，补充蛋白质，我条件不好，但我就喜欢跑”

e

停车收费员，

业余马拉松跑者，

没理财知识，就喜欢往前跑。



林书豪：

“当时想如果不能得到一份 NBA 合同，我就再等一年”

e

首位进入NBA的美籍华裔球员，

哈佛毕业，年薪200万，

身价2000万。



买买提：

“自己开饭店是我从小的梦想”

e 簋街苏力坦餐厅小哥，
负责烤羊肉串和馕饼

，
每天烤500串，大约30斤羊肉。



Umberto Bombana：

“当我遇到顶级的食材，我很想用他们做出美妙风味”

e 米其林三星餐厅厨师，

全球烹制特大白松露最多的主厨，

被称作“亚洲白松露之王”。

那么，问题来了

他们中间谁应该被金融服务孤立



那么，问题来了

他们中间谁应该被金融服务孤立



一半以上的人

无法享有传统的金融服务

央行征信覆盖人群8.8亿人，其中信贷记录仅为3.8亿人

AI金融眼里

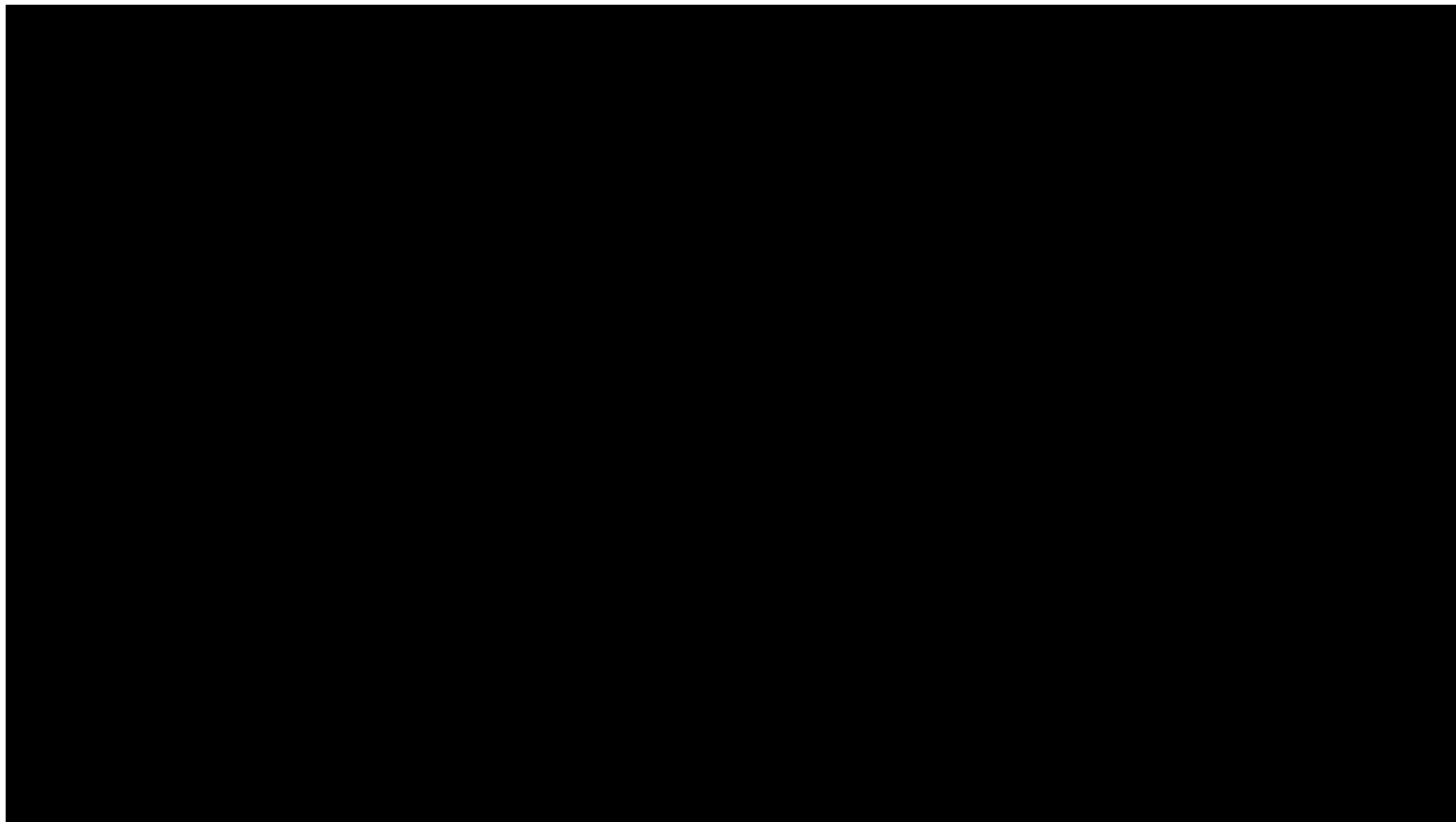
忽视谁都不公平

idea :

「AI金融面前 人人平等」

TVC

调性片（点击播放）：



COPYLINE :

你没时间
没关注吴晓波
没看过经济学人
没打算朝九晚五做个上班族
没理过财，财也不想理你
没有金卡
银卡
黑卡
没安全感
也没遇到能给你安全感的人

但，没关系
在AI的世界中，没有人是一座孤岛
我们冲破界限 为你而变
我们拒绝维护少数人的金融特权
我们捍卫你自由追求更高价值的权利

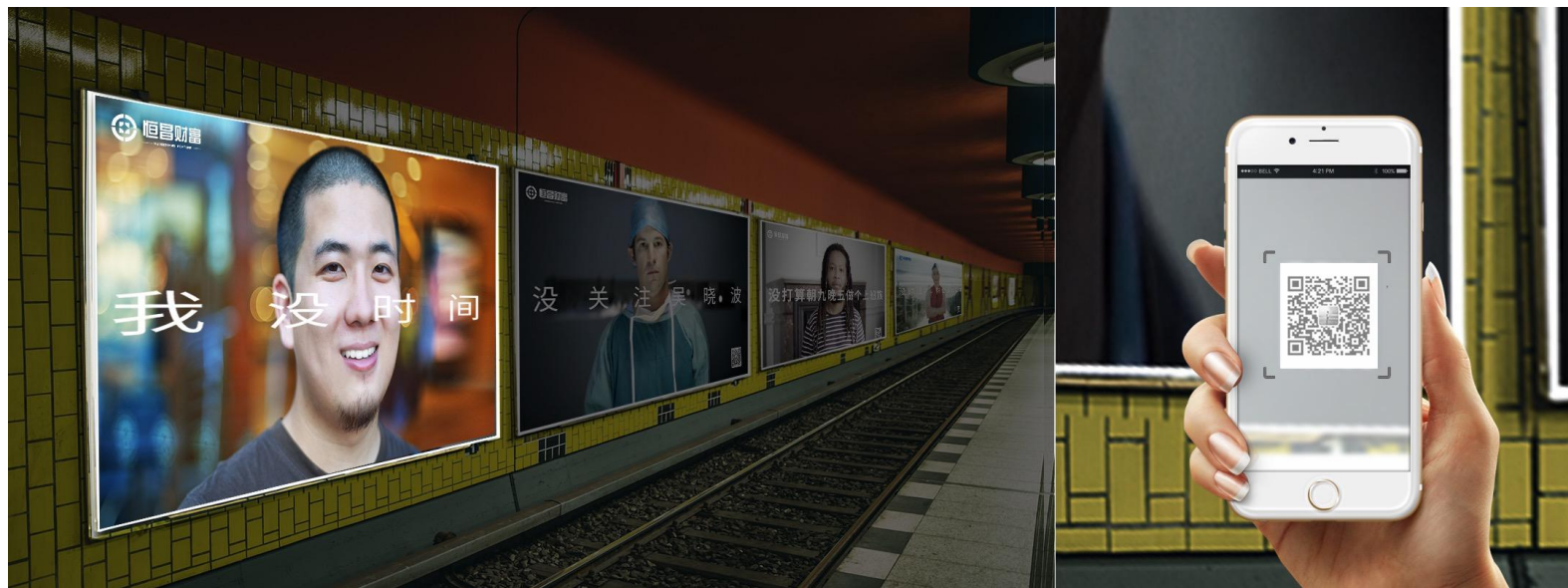
AI金融 用科技，创造美好金融生活
恒昌财富

互 动 平 面

户外LED灯箱展示：



+H5



玩法：用手机扫描广告上的二维码，即可将自己的头像上传在LED上，生成一张由自己代言的广告



玩法：

用户上传自己的头像，即可定制专属自己宣言海报，分享朋友圈，让跟自己同类型的朋友看到，实现精准用户传播

OPTION.2

「大师会失手 AI万无一失」

A l p h a G o 凭 什 么

可 以 战 胜 围 棋 世 界 排 名 第 一 的 柯 洁

通过算法实现

失误的最小化

因为你的财产不容许有半点损失

idea :

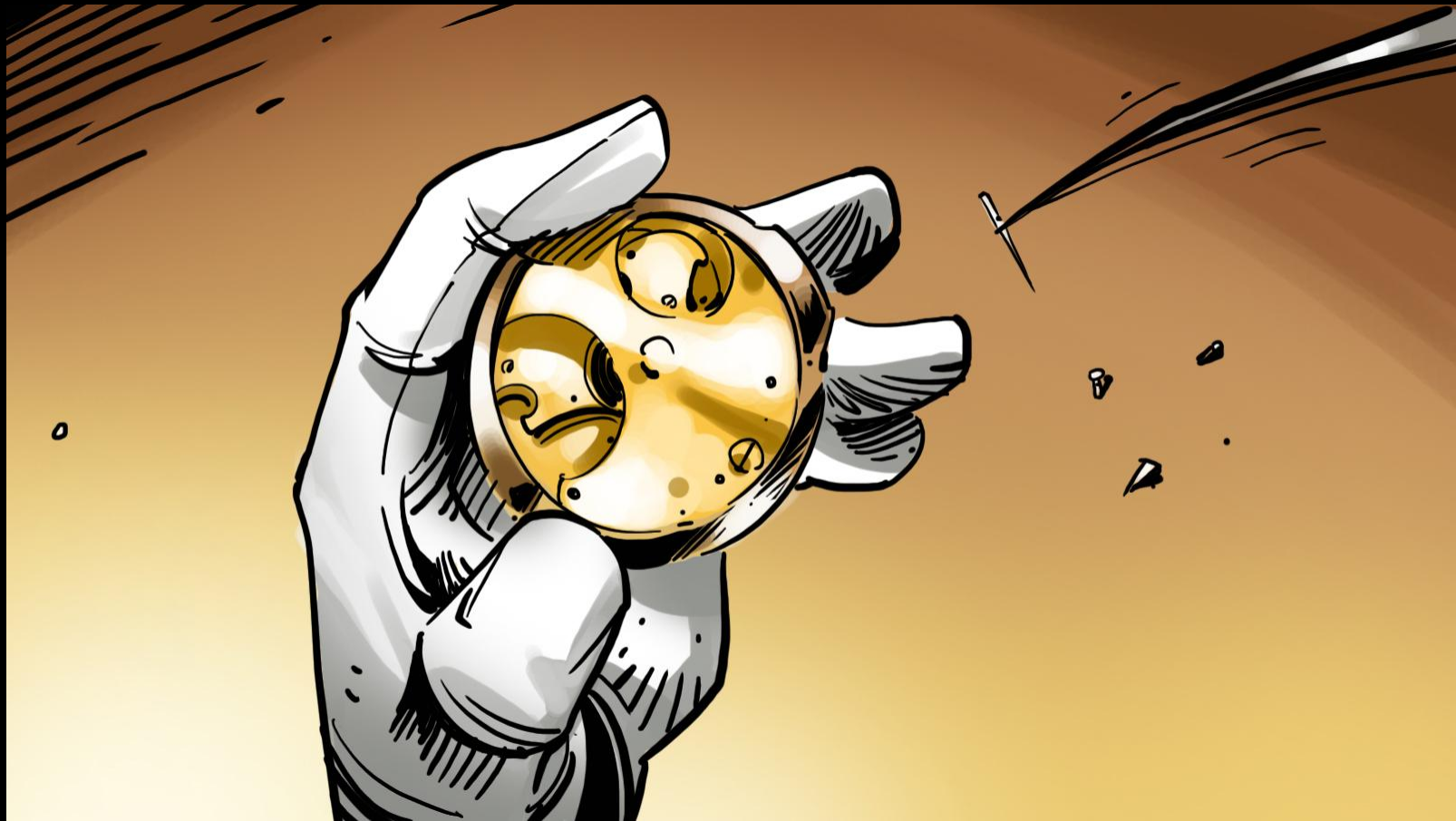
「大师会失手 AI万无一失」

TVC

《 钟 表 匠 篇 》



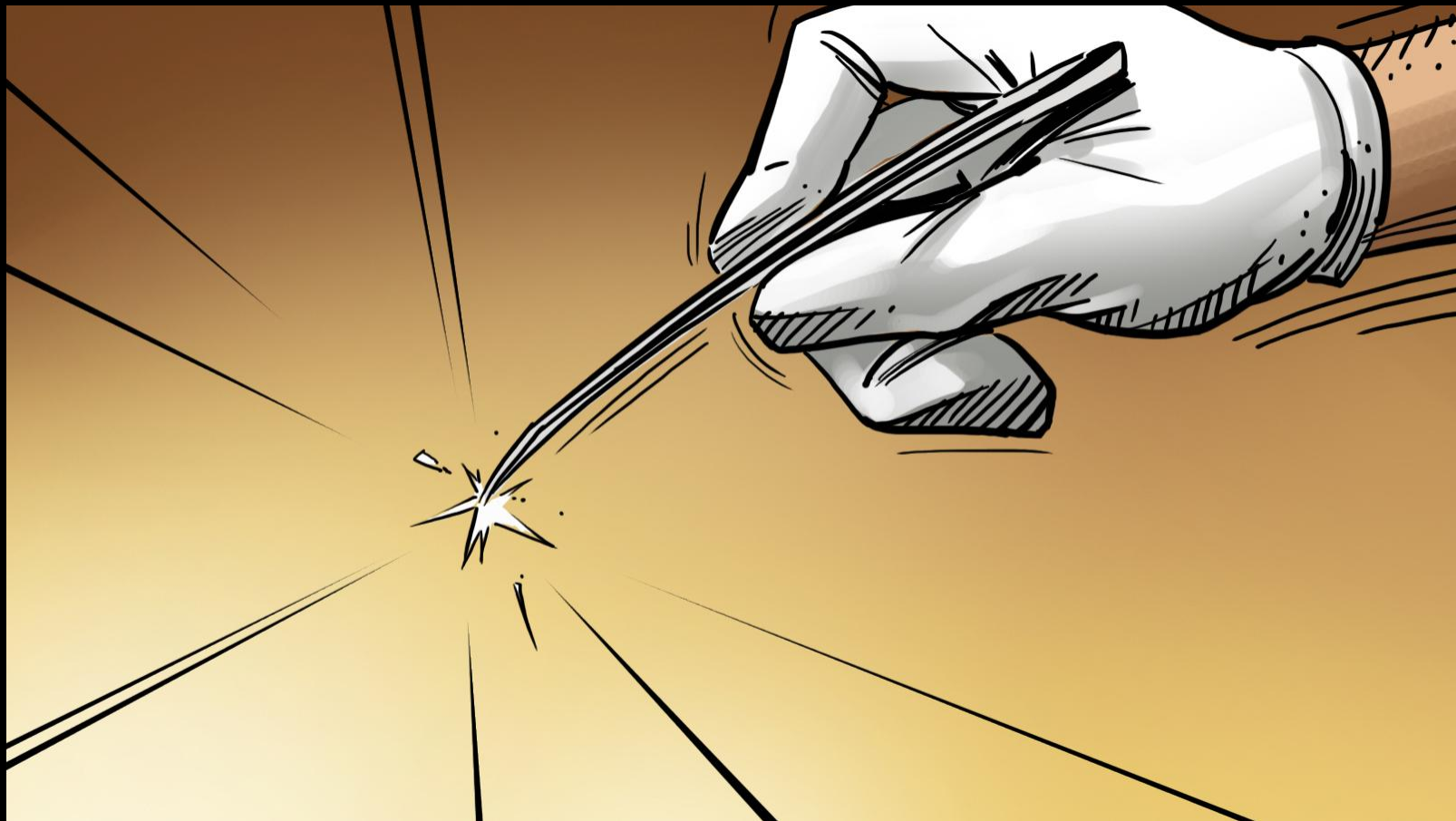
俯视镜头下，一位大师正伏案修表，同时工作台上的还摆放着各式各样的名表，配音沉稳有力介绍着大师的来头
VO：全世界最好的匠人才能打造这款表，



大师正拿着镊子小心翼翼地将一个小零件准备安放进手表内部
VO：740枚零件，一年组装时间，他深知最后的偏差，将让一切重来



（转折）周围出现的嗡嗡声打断了屏气凝神的大师，大师下意识抬手一挥



同时另一只手因为用力不当，精密的小零件被夹断了，同时配音出现尴尬的沉默
VO：不容许你的财产 经受半点风险

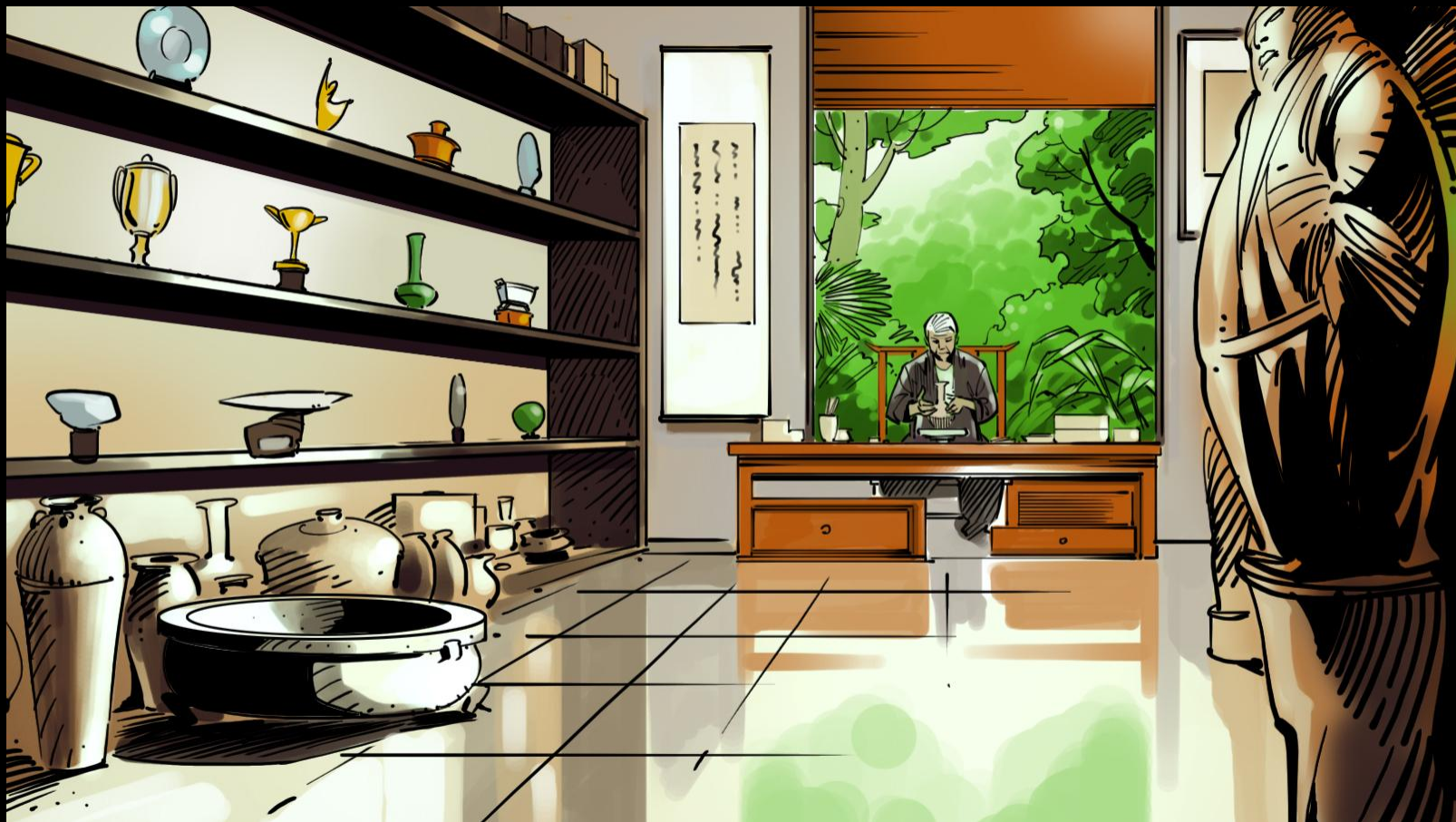


更 可 靠 的 A I 金 融 服 务

尾板

VO/SUPER：更可靠的AI金融服务 恒昌财富

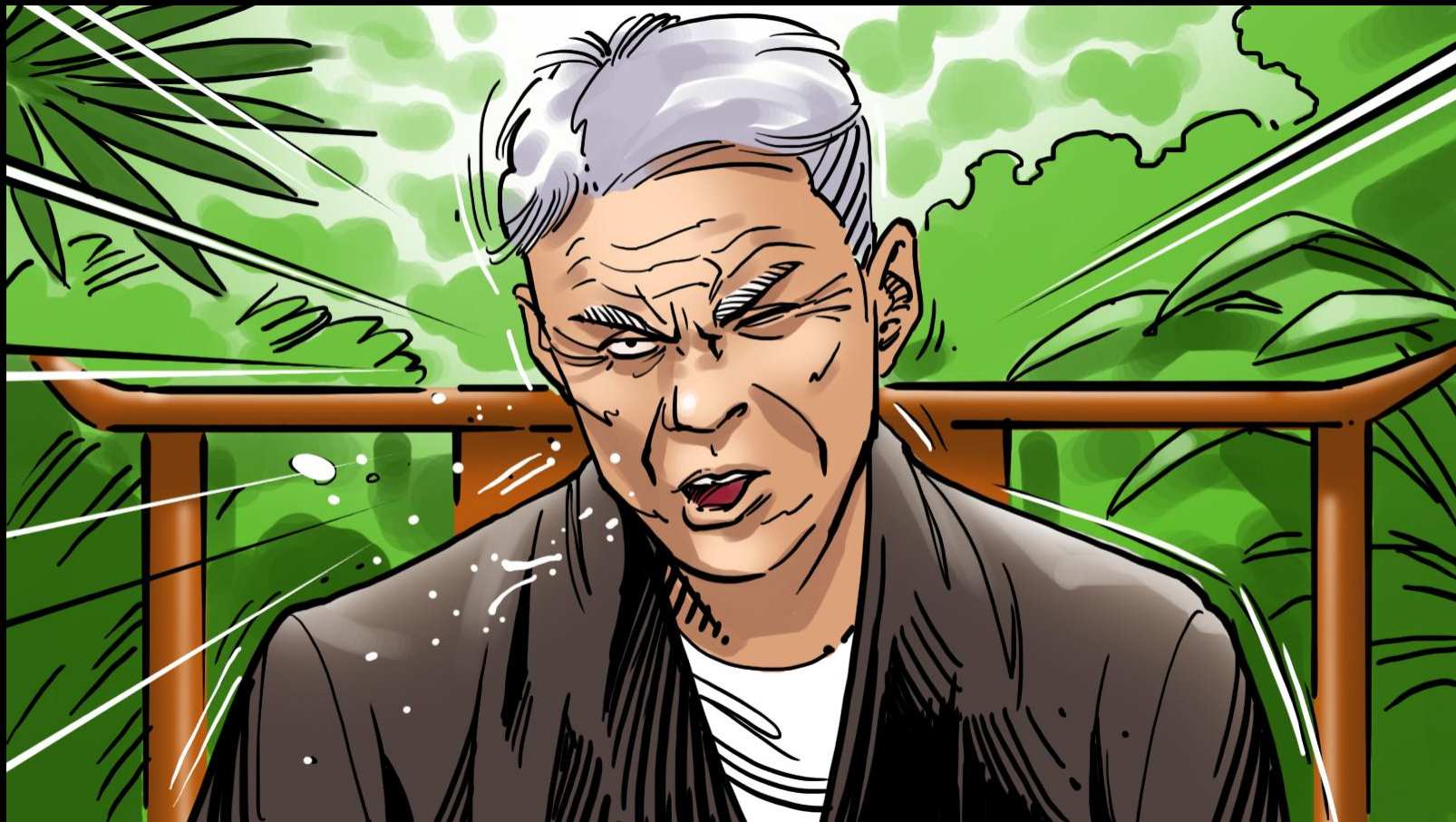
《制陶大师篇》



房间里的陈列架上摆满了形式各异的陶器，旁边的工作台上一位大师正专心致志地拉胚，配音沉稳有力介绍着大师的来头
VO：他以现代的拉胚手法，还原宋元明清制陶技艺



一团泥被大师的一双巧手逐渐捏成型
VO：四十年来，三千件瓷艺作品，从未有过失误



（转折）突然，大师忍耐不住打了一个喷嚏，随后面露惊恐



大师手中本已逐渐成型的陶瓷胚被不小心捏歪了，同时配音出现尴尬的沉默
VO：不容许你的财产 经受半点风险



更 可 靠 的 A I 金 融 服 务

尾板

VO/SUPER：更可靠的AI金融服务 恒昌财富

《 鉴 定 师 篇 》



大型拍卖会现场，场下坐着乌泱泱的拍卖者，随着主持人登台，配音介绍着此次拍卖品大有来头
VO：他是可以让艺术作品增值的神鉴定



一位鉴赏师现场登台，拿着放大镜凑近画作准备为大家做详细讲解
VO：在这幅消失四十多年的名画，他将再次施展功力



（转折）透过放大镜的光源瞬间点燃了画作，画作冒起了小缕青烟



大师面露惊恐，同时配音出现尴尬的沉默
VO：不容许你的财产 经受半点风险



更 可 靠 的 A I 金 融 服 务

尾板

VO/SUPER：更可靠的AI金融服务 恒昌财富

创 意 中 插

植入《了不起的匠人》
找当期的匠人，拍顶级匠人失手经历创意中插





Summary :

《制陶大师篇》



VO：他以一气呵成的手艺，
直抵宋元明清



VO：四十年来，三千件瓷艺作品，
从未有过失误



VO：你的每一分财产 都经不起冒险



VO/SUPER：更可靠的AI金融服务
恒昌财富

《钟表匠篇》



VO：全世界最好的匠人才能打造这款表



VO：740枚零件，一年组装时间，
他深知最后的偏差，将让一切重来



VO：你的每一分财产 都经不起冒险



VO/SUPER：更可靠的AI金融服务
恒昌财富

《鉴定师篇》



VO：他是可以让艺术作品增值的神鉴定



VO：在这幅消失四十多年的名画，
他将再次施展功力



VO：你的每一分财产 都经不起冒险



VO/SUPER：更可靠的AI金融服务
恒昌财富

Thanks.