

中邮消费金融：使“诈”上位，爆“诈”出圈

- ◆ **品牌名称：**中邮消费金融
- ◆ **所属行业：**金融
- ◆ **执行时间：**2021.09.07-12.24
- ◆ **参选类别：**效果类-品牌传播

结案视频

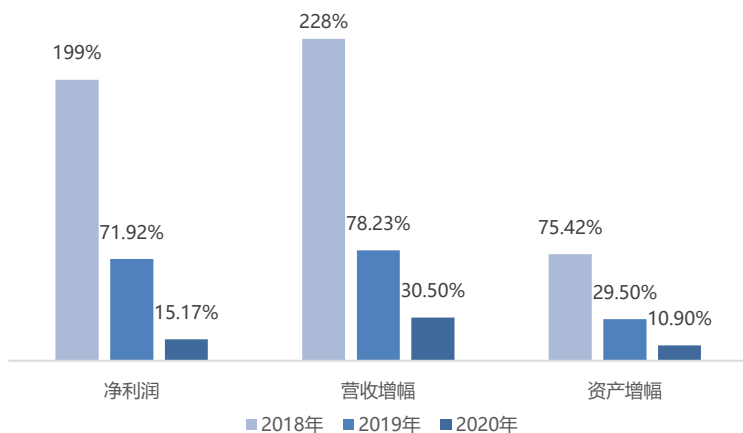
查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNTg3MjgzODQwNA==.html

背景

中邮消费金融品牌认知度低，老客户活跃度低，新客户拓展难，品牌发展陷入瓶颈期

- 中邮消费金融公司发展逐年放缓，品牌发展陷入瓶颈期



- 大众对中邮消费金融品牌认知度低，缺乏品牌信任感

[中邮消费金融靠谱吗? - 百度知道](#)

[中邮消费金融怎么样?中邮消费金融正规吗?](#)

[中邮消费金融借钱怎么样,可靠吗? - 口子哥](#)

[中邮消费金融可信吗?-小额贷款知识问答-我爱卡](#)

[借钱里边出来了个 中邮消费金融 靠谱吗【京东白条吧】](#)

[中邮消费金融公司在哪里?中邮消费金融可信吗?_沃保汽车网](#)

目标

1 塑造形象

凸显品牌优势，建立安全可靠的品牌形象，提高品牌知名度和美誉度。

2 主动了解

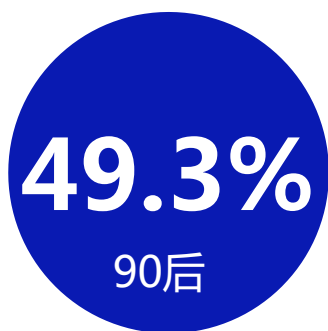
驱动以年轻人为主的用户主动了解中邮消费金融产品。

洞察

年轻市场需求量大！但同质化严重！

80、90后成为消费贷主要消费群体

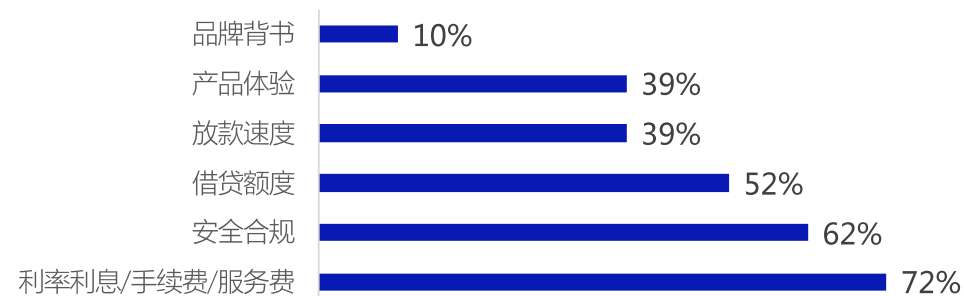
根据数据调查显示，消费贷使用人群中，90后占比高达49.3%，几乎将近一半，而排行第二的则是80后，占比为31.5%。



消费贷产品同质化严重，传播包装无法解决产品问题

目前市场上的借贷产品在用户最关注的方面同质化严重，用户难以做出选择。同时，这些产品因素难以依靠营销传播切实解决，并赢得用户青睐。

选择消费信贷类产品的考虑因素



洞察

金融产品与反诈自动关联，用户警惕性高，反感推销

近年来，随着国家大力开展反诈宣传教育，一提起金融产品第一反应就是反诈，大众警惕性更高。



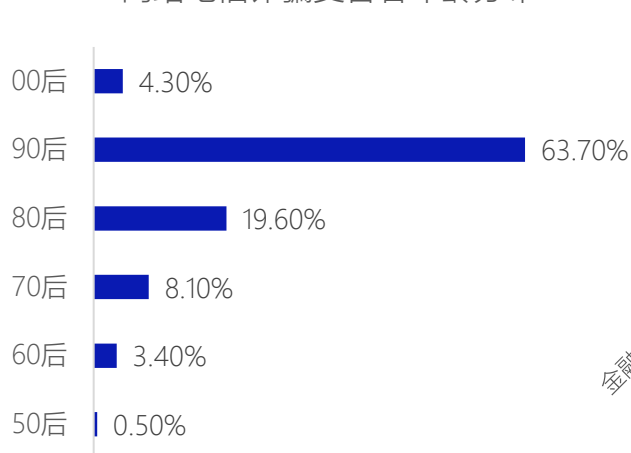
洞察

然而警惕性高的年轻人却被骗最多，他们高危而不自知

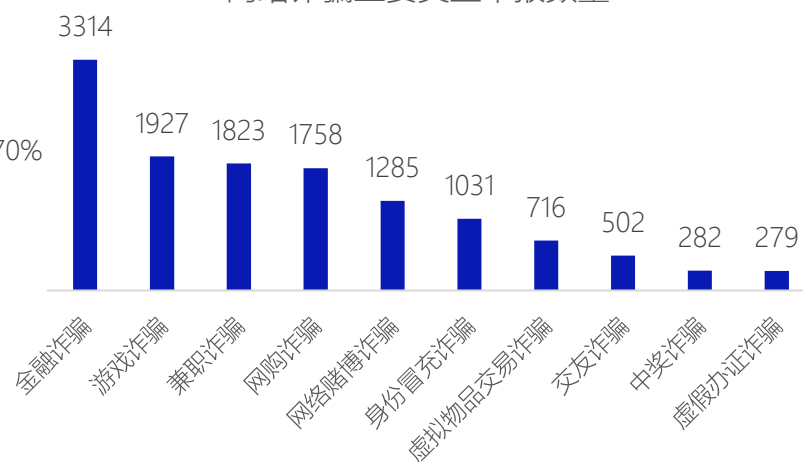
多数人都以为诈骗只发生在中老年群体中，但调查数据显示，年轻人被骗数量最多，金融诈骗最频发，自大轻敌的年轻人并不知道自己是骗子的猎物。

当代诈骗分子的骗术在不断升级，整合了多种现代手段和方式，步步为营引人上当。

网络电信诈骗受害者年龄分布



网络诈骗主要类型举报数量



策略

打破金融产品包装产品卖点的一贯推广思路，
从影响品牌甚至行业信任根源的诈骗出发

不推销，只反诈！

塑造“反诈第一品牌”品牌形象

建立安全可信感知

策略

网易搭台，官方站台，
中邮科普，明星声援，
高举高打话题共建。

用诈骗思路做反诈

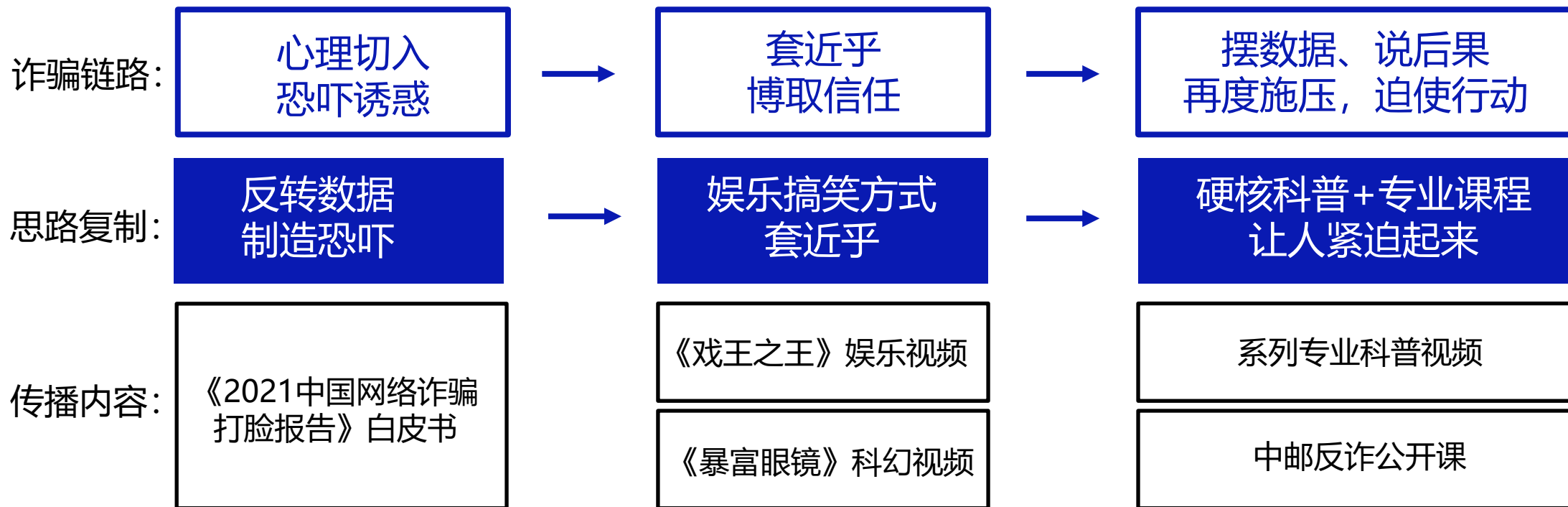
师夷长技以制夷，用诈骗套路打造沉浸场景，让反诈知识真正深入人心，也让受众打消对中邮的戒备心。

多角度切入，
多形式输出，
制造出圈效果。

走骗子的路，让骗子无路可走！

执行-线上

线上传播三步走，复制诈骗思路，让反诈理念占领心智



执行-线上 PART 1-恐吓

中邮联合媒体发布白皮书，反转数据，制造“恐吓”



醒醒啊！现实不是这样的！
详情请看中邮大数据报告！

农村的人才会被骗吧

老人家才会信

骗子学历那么低，肯定骗不了我



街采年轻人，灵魂拷问，看看他们对诈骗的无知与高傲。



中邮为大众敲响警钟，数据报告反差事实告知真相，制造“恐慌”心理，引发重视。

执行-线上

PART 2-套近乎

致敬经典+烧脑科幻式电影表达， 品牌植入狂刷存在感，与观众“套近乎”

- 姜超一人多角上演反诈无间道，卧底视角探查诈骗作案

姜超无间道金融贷款诈骗大戏，警醒用户，骗子比你想象的更专业，金融借贷必须找准安全靠谱平台。

骗子为了骗你有多努力你知道吗？

诈骗头目&卧底警察&受骗者



- 科幻脑洞上演定制型诈骗，丁海峰喊你提高警惕

一副能透视并发送诈骗脚本的“暴富眼镜”就是定制诈骗的现实写照。夸张演绎提醒大家警惕诈骗脚本，选择正规安全的金融机构。

提高警惕，
居安而思危！



点击播放视频：<https://mp.weixin.qq.com/s/LFkR5f4xc-RoLqIDV1UTyQ>

点击播放视频：https://go.163.com/f2e/20211224_rich_glasses/index.html

硬核科普视频还原诈骗链路，揭秘新时代诈骗套路

科普短视频深入浅出完整还原现代化诈骗集团复杂的运作模式及流程，中邮消费金融以“金融专家”身份带你深入了解新时代新型诈骗模式，刷新大众对诈骗的认知，提高防诈警惕心理。

当代年轻人，是怎么被骗子掏空钱包的

浪潮工作室 5天前

诈骗公司如何运作

网易文创

小雅，在IT行业工作十年，入一段爱情。

他的社交网站ID是夏纳坦率地叫他二傻。二傻是个体贴温暖、还会唱歌给她听。

爱情的结局是，小雅被对方成为杀猪盘的受害者。

据公安部统计，2020年，我国犯罪嫌疑人36.1万名，平均每人达到75万元。

90后已经成为新一代韭菜，据浙江省公安厅信息，今年重案中，过半受害者都有大



骗子是如何修炼成精的

裸聊骗局是如何一步步榨干你的

浪潮工作室 1周前

“裸聊”套路

网易文创 / 浪潮工作室

这天，你在网上认识了一位女孩儿，她热情似火，邀请你视频裸聊，你春心荡漾，以为20多年的单身生活能就此终结，却不料早已掉进了对方的陷阱，成为了待宰的羔羊。

色情裸聊究竟是如何一步步榨干你的？



和你一样，被裸聊诈骗的人不在少数，他们上至博士，下至小学，平均聊天不到两个半小时，诈骗金额高达5万元。



敲詐人員多為團伙作案

点击播放视频：<https://mp.weixin.qq.com/s/eo9hwBiLtwzMzNY9Dk8frQ>

点击播放视频：<https://mp.weixin.qq.com/s/yrrpgoZVi-1Y8C4RkHL2V7w>

执行-线上 PART 3-再度施压

反诈脱口秀公开课，击破诈骗核心原理，让年轻人紧迫起来

邀请一线反诈民警、辩坛名人黄执中、中邮消费金融高管分别从一线警情、心理学分析、算法黑科技三个诈骗关键原理及要素切入，以年轻人喜欢的脱口秀方式，解构诈骗各个环节的奥秘，从专业角度撕开诈骗假象。

#专业案例

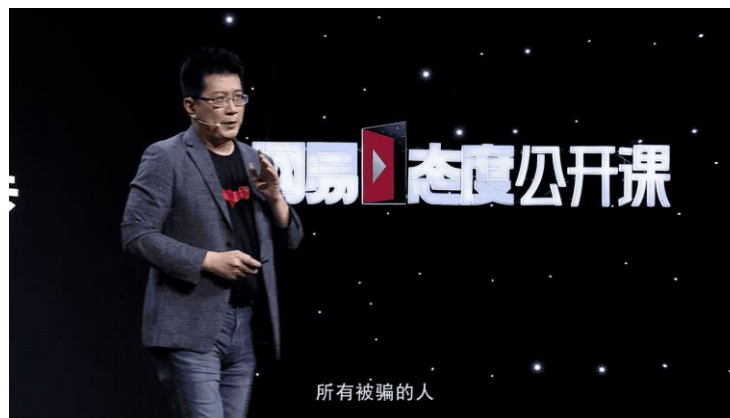
《为了反诈宣传我们有多拼》



点击播放视频: <https://www.163.com/v/video/VK00K1PDR.html>

#心理剖析

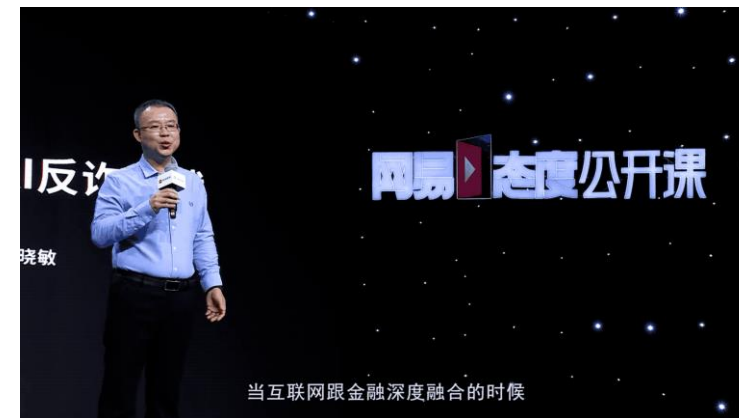
《反诈宣传为什么对受害者无效》



点击播放视频: <https://www.163.com/v/video/VKNN4PFAT.html>

#技术真相

《一笔贷款背后的AI反诈暗战》



点击播放视频: <https://www.163.com/v/video/VK00LT230.html>

执行-线下

复刻典型“鸡蛋”骗局，打造中邮消费金融信任高光时刻



以“免费领鸡蛋”的名义推销虚假产品，实施诈骗的方式，被称为“鸡蛋诈骗”。

反诈蛋集市

以诈反诈

巨型连环诈骗现场

沉浸式体验教学

从最经典且普遍的“鸡蛋诈骗”入手，线下实地还原诈骗套路，炮制“反诈蛋集市”线下快闪活动，进行潜移默化的软性教育。

执行-线下

以免费送鸡蛋为利益点吸引观众到场，低门槛高价值提高参与量。每个环节单独设置奖品，利益加码，引导更多人真实体验，逐步被渗透“洗脑”。



诈骗套路：

免费送鸡蛋，听完讲座再送一斤蛋！

吸引到场

提高参与度

活动设计：

免费领鸡蛋，完成体验还有奖！

执行-线下



创意互动揭示诈骗原理，边玩边学，
隐秘“改写观众脑回路”。

诈骗套路：

不直接推销产品，
以健康之名悄悄洗脑

活动设计：

不粗暴灌输反诈知识，
只是喊你玩个小游戏

诈骗蛋投资局

诈骗就像手里的圈套
眼花缭乱的套路等你上套

诈骗厨房

反诈加邮站

反诈中心

反诈主题展



诈骗美容院

视频美女背后可能是汉子
颜值都可以用技术来“整容”

执行-线下

每盒免费鸡蛋里都会放入一个假鸡蛋，敲开鸡蛋才发现是个“诈蛋”，以诈治诈，巨大反转加深诈骗感知，提高反诈意识。

诈骗套路：

收了钱后玩消失，
过后知晓已上当！

活动思路：

鸡蛋里混假蛋，
回家才知又上当！



执行-线下

不做一次性反诈，要做持续性教育！

定制反诈主题周边，潮酷单品让更多人成为行走的反诈教科书

反诈周边产品让每个人成为行走的反诈宣传大使，把反诈宣传渗透到大众日常生活中，让反诈教育产生持久深入的影响。



LOFTER反诈主题共创，反诈教育不仅要面向现代，更要面向下一代！

在Z世代聚集的LOFTER发起#和我一起加邮反诈#主题创作征集活动，鼓励创作者用年轻化的语言对同龄人进行反诈教育。



活动曝光量高达29.7亿

5.42万+

中邮钱包APP下载

37.1万+

中邮消费金融官微增粉

73.5万

反诈蛋集市直播观看量

10万+

反诈白皮书阅读量

868万

《戏王之王》视频播放量

855万

《暴富眼睛》视频播放量

656万

科普短视频播放量

449万

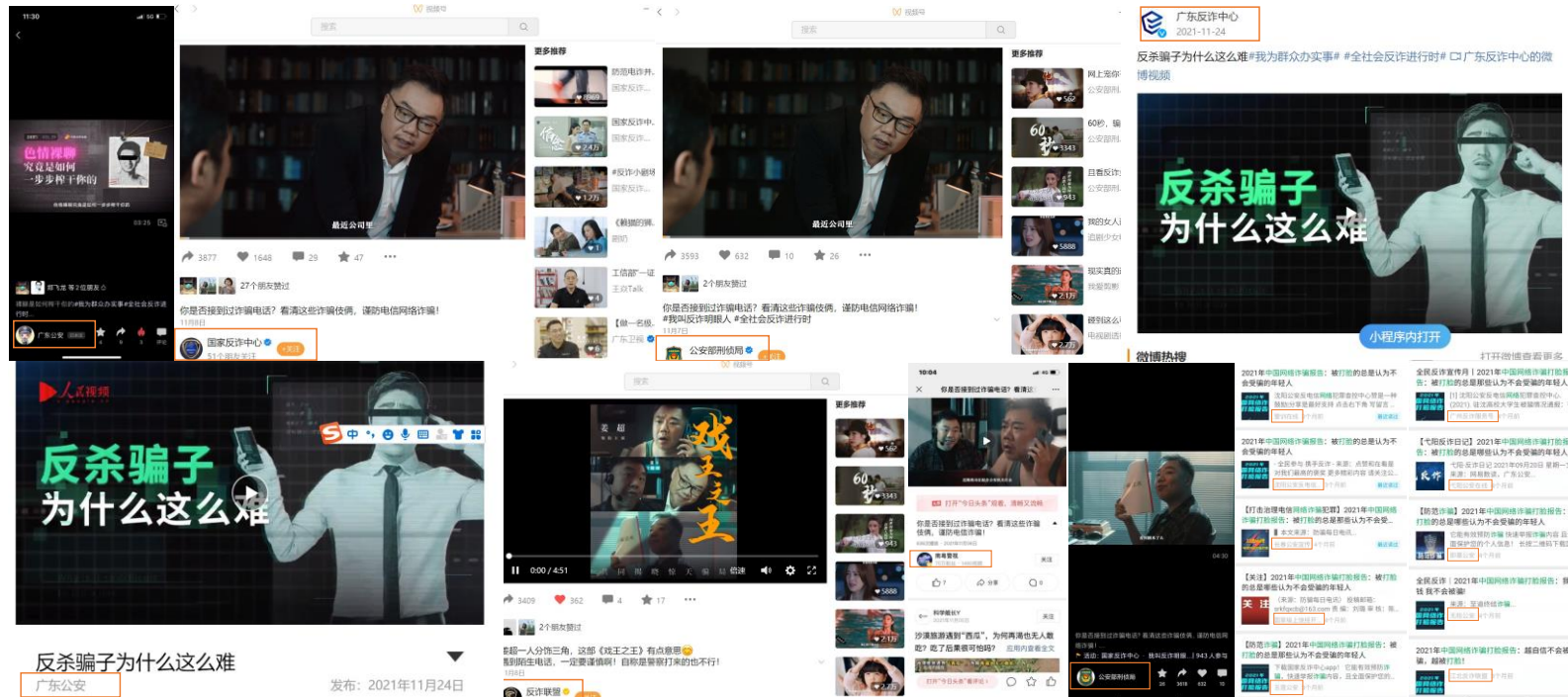
反诈公开课视频播放量

10万+

八篇微信推文阅读量均突破

全国公安政法机构点赞转发，成为反诈官方教材

活动得到了上至**公安部、国家反诈中心、中国警察网、北部战区陆军政治工作部**，下至**广东公安、广东反诈中心、江苏网警、沈阳公安、长春公安、扬州警方、银川法院**等近百家**全国各地公安机关、政法机关等权威机构的官方转发**，成为反诈教育的官方教材。



公安部刑侦局、国家反诈中心、北部战区陆军政治工作部、广东公安厅、广州公安、广东反诈中心、广东公安、沈阳公安、邢台公安、平川公安、河北魏县公安、贵港警事、广东公安、平川公安、长春公安宣传、洛宁县县委、长春公安宣传、武安公安、绥德公安、柯桥警方、邯郸公安、廊坊公安、柯桥警方、武安公安、贵港警事、石家庄公安、魏县公安、石家庄市藁城区公安局、柯桥警方、绥德公安、武安公安、崂山公安、武宁公安、梅江公安局、海安110、扬州警方、腾冲警方、邢台公安、毕节公安、三台公安、金沙公安、温岭公安、洛阳洛宁反诈中心、防骗每日电讯、西乡反诈石家庄网警、江苏网警、扬州网警、沈阳公安反诈、河源反诈中心、邢台反诈、宝鸡反诈中心、中国警察网、人民日报、武汉晨报、青田发布、天下有诈骗、法治偃师、平安广州、平安魏氏、平安海珠、每日阳江、平安曲周、平安长寿、网信广阳、网信文安、网信湛江、平安饶平、平安平乐、平安福居、中共昆明东川宣传委员会、开封政法、银川法院、上饶经开区党群工作部、沈阳建筑大学、中央民族大学新闻与传播学院、郑州经贸学院等

权威官媒跟进报道，KOL自发安利，成为社会热点

人民日报、新华网客户端、中国青年网、中国日报、南方日报、武汉晨报等多家媒体纷纷跟进报道，网红KOL打卡安利，社会大众点赞参与，产生了积极的社会影响。

