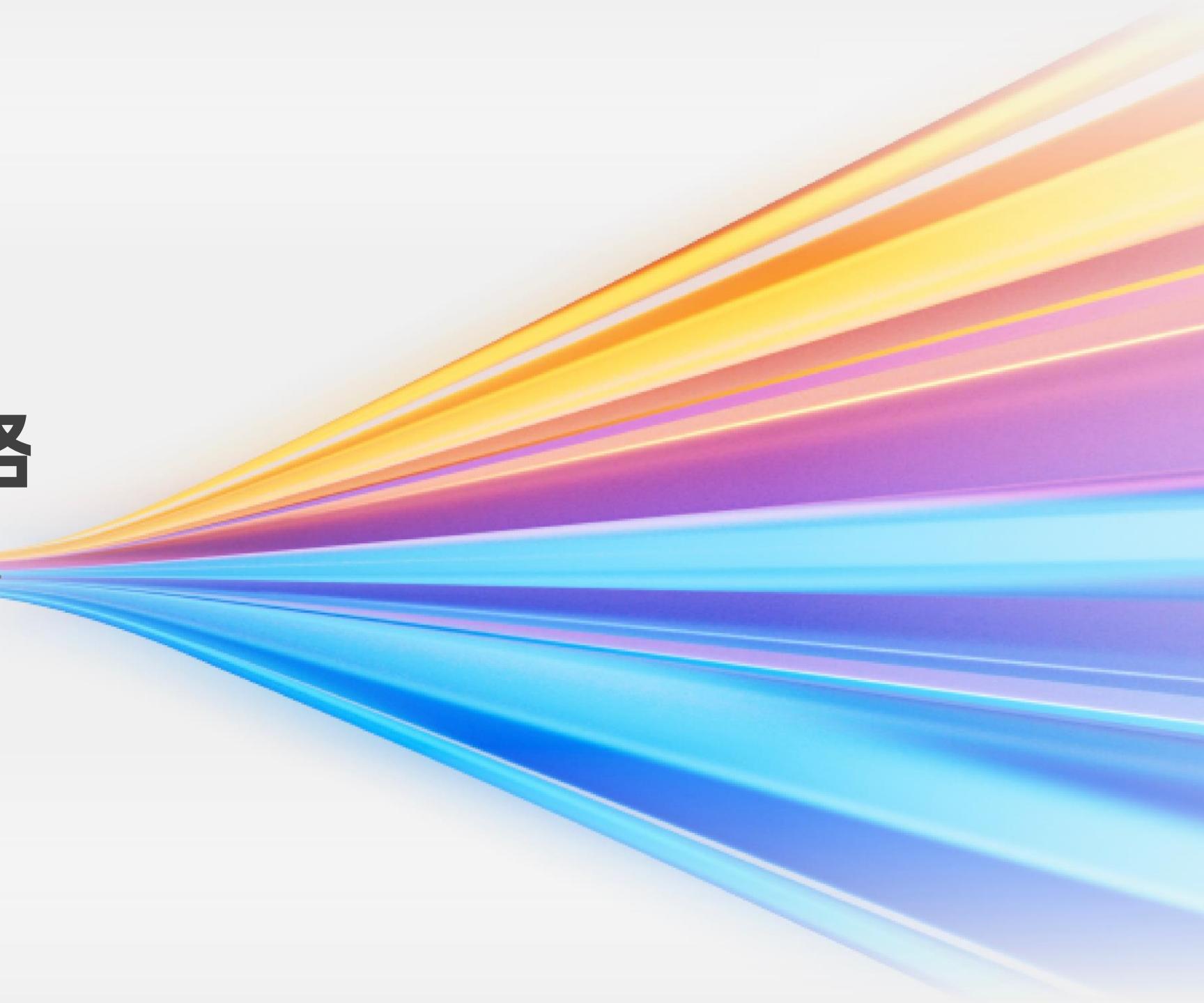




关于蓝鼎网络

银行营销 理想合作伙伴
助力政府刺激消费



PART 01

企业介绍

Landing Network



银行营销 就选蓝鼎网络

领先的一站式银行营销方案解决服务商

蓝鼎网络成立于2016年，注册实缴资金3000万元，总部位于广州黄埔保利鱼珠港，提供移动营销全链路服务。通过蓝鼎开放平台提供：**微信支付/支付宝/美团/云闪付/淘宝/京东立减金红包**、数字权益会员充值、话费充值、加油油卡充值等产品服务。为银行业、保险业、通讯行业、航空业等自有场景提供**高效、专业、一站式的**营销解决方案，助力金融业数字化经营，丰富企业营销手段，有效促进银行获客、留存、GMV增长。

国有/股份制/城商银行业客户

100+

保险业/通讯/航空客户

43+

累计发券金额

20亿+

撬动消费

100亿+

企业发展历程

2016
蓝鼎网络成立

主营互联网广告业

蓝鼎1.0时代

2019
互联网广告+金融服务

抖音集团/快手星级服务商
银行营销方案策划、投流推广执行服务商

蓝鼎2.0时代

2023

蓝鼎金服+开放平台

与合作伙伴一起为金融业
提供一站式解决方案

蓝鼎3.0时代



100+优秀银行的共同选择



企业荣誉&技术实力



多家银行/保司
优质服务商



支付宝月度发券冠军
合作伙伴认可

▶ 国家高新科技企业

科技型中小企业

ICP增值电信许可备案

信息安全等级保护三级

AAA级信用企业

AAA级诚信供应商

ISO27001 信息安全管理体

ISO20000 信息技术服务管理体系

ISO27701 隐私安全管理体

ISO27017 个人可识别信息保护管体系

ISO29151个人信息保护管理体系

ISO14001环境管理体系

ISO45001职业健康管理体系

▶ 发明专利

一种金融行业会员数字权益充值及优惠券
发放营销服务系统

软件著作

数字权益虚拟商品交易系统

微信多行业会员营销系统

微信支付银行营销系统

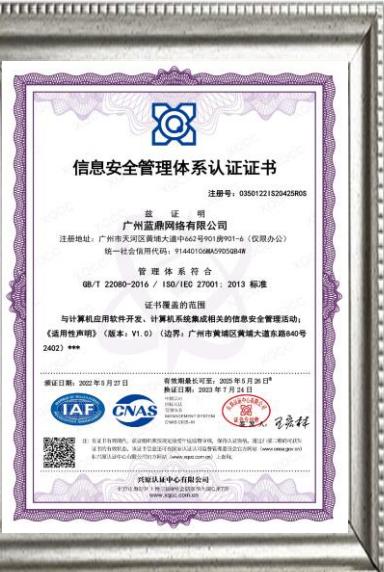
支付宝银行营销应用服务系统

智慧代驾服务系统

智慧加油满减优惠营销系统

智慧洗车优惠系统

ICP电信增值许可证



ISO 27001
信息安全管理体体系认证证

国家信息安全等级保护三级认证



PART 02

丰富的供应链资源

丰富的供应链资源

提供一站式营销服务解决方案



微信/支付宝/云闪付
美团/淘宝/京东
立减金红包



虚拟会员权益
话费/油卡充值
商超卡券



实物礼品
京东特惠
网易严选
资源



线下商圈资源
沉睡银行卡数据
抖音/快手广告
资源

创新型数字科技服务提供商

精准高效营销场景解决方案，整合行业领先权益商品、驱动银行实现业绩增长。



主流APP营销阵地 服务商

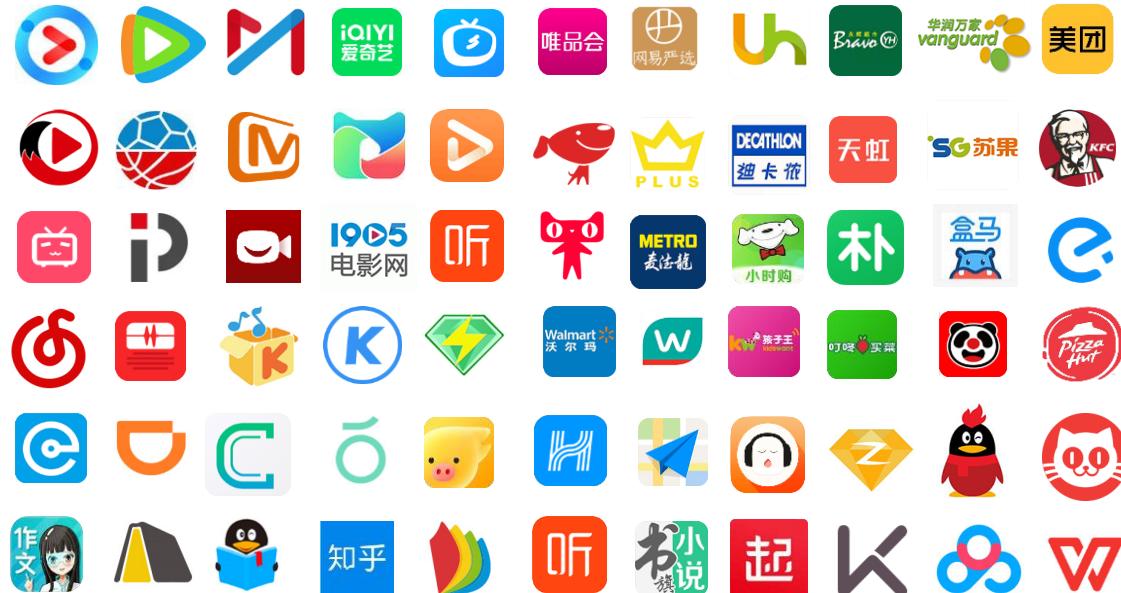
【为银行营销赋能】在银行会员权益、绑卡活卡动卡积分兑换、达标奖励等方面增强银行平台优势。



1000+数字权益产品线

【丰富的产品线】 满足不同层次用户的选择，匹配各种营销场景。

【价格优势】官方直签资源，**地板价折扣**让利用户



主流开放平台与集成能力，多种营销工具满足银行需求



蓝鼎权益中台 集成的基础能力（立减类营销）

与主流第三方支付达成战略合作，具备开展第三方支付营销活动能力，用丰富多样的支付营销机制，满足银行多场景多渠道的营销需求。

平台	首绑有礼	银行卡立减金 (API发券)	银行月月刷	全场代金券 (可指定/不指定商户)	全场立减/折扣	银行行业券 (乘车券)
微信	✓	API发券 API链接领取 可指定商家满减	✓	✓	✓	✓
支付宝	✓	API发券 API链接领取 可限定消费场景/商家 精准圈人	多刷有礼	通用渠道红包 (单一银行/多银行)	通用账户红包 红包可分次使用 可指定银行卡 多次动卡	缴费/充值/出行满减
云闪付	✓	✓		✓		
淘宝		银行卡立减 商品详情页就显示立减信息 曝光率高 优先触达用户				
京东	✓	京东立减金 (收银台立减)		京东支付券 (兑换码形式)		
美团	✓	美团支付现金券 (API发券/H5领取/兑换码)		银行卡支付立减 (收银台立减)		

全域促活 银行立减金

基于主流支付平台、支付服务生态，提供银行自有流量场景（微信公众号、小程序、银行 APP等）发放**立减优惠券**的能力。

通用立减金

支持全场景、全行业使用的立减优惠券

银行立减金

指定银行、指定卡bin使用的立减优惠券

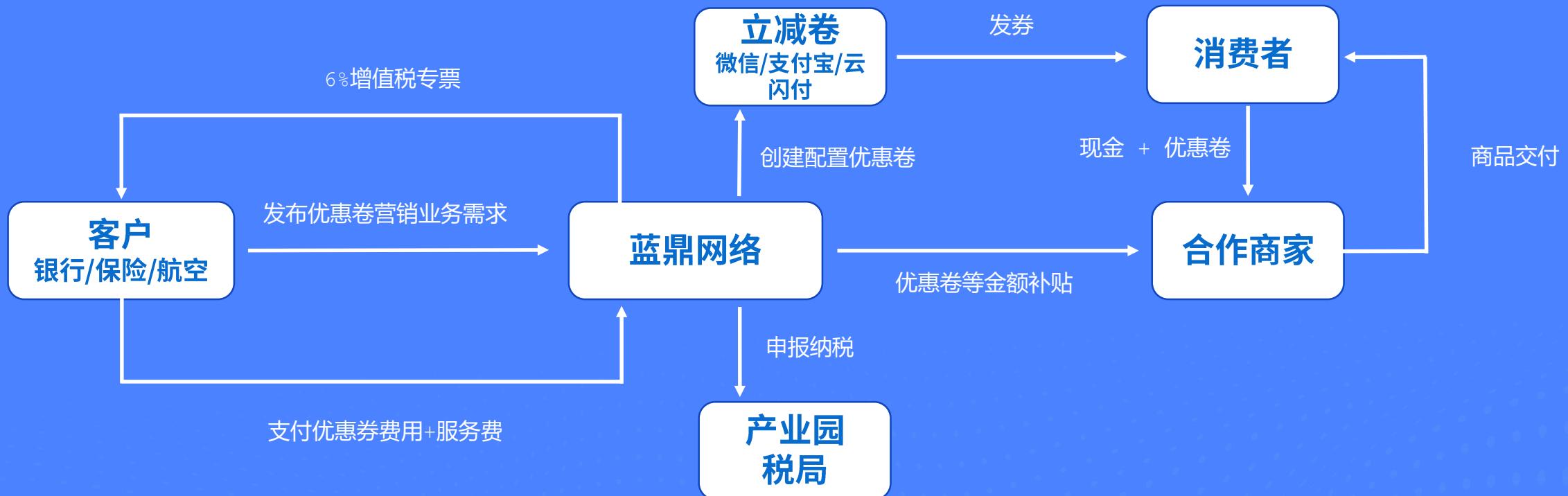
行业立减金

指定行业、场景使用的立减优惠券

餐饮行业：轻餐、正餐、米其林、黑珍珠等 有车一族：加油、
充电、停车、代驾、洗车等 体育健康：体育场馆、冰雪运动、
游泳健身等 文旅生活：景区门票、酒店、乐园、迪士尼等

银行卡支付立减券业务流程

政府欢迎 监管合规 税务政策支持 银行刚需 用户喜欢



PART 03

业务背景

银行业的业务现状

监管及市场变化

- 粗放式向高质量、数字化发展转变**
 - 在2号令基础上，13号文的出台，推动银行从追求“发卡规模”向追求“高质量发卡和存量用户精细化经营、数字化经营”转变。

积极布局线上发卡创新

- 顺应支付产业数字化、移动化发展趋势，线上发卡创新试点是当前各行最关注的工作之一，各行均在积极布局远程面签，线上发卡将成为未来重要发展趋势。

经营策略调整

获客依然是基本盘

- 各行发卡策略出现分层，整体形势从规模扩张向高质量获客转变。

注重经营质量、经营效率

- 存量卡经营、睡眠卡压降，引导商业银行提升自身经营能力，向质量要效益。

强调客群精细化经营

- 各行逐渐强调重点客群场景化移动化获客、经营、留存。

考核压力

重视APP生态搭建

- 各行普遍重视自身APP业务发展，搭建生态，开展用户经营

不同银行、部门指标各有侧重

- 银行区分借贷记，普遍从新户、绑卡、用户活跃、交易笔数、金额等维度差异化设置考核指标。

强调收入增长

- 中间业务收入是银行经营重点，并不断寻找收入新增长点。

银行业的业务痛点



发卡活卡经营压力大

在监管限制发卡的同时，银行需要完成卡交易额增长、睡眠卡促活等指标，对发卡、活卡有迫切诉求

移动支付增长目标高

银行APP新户、APP绑卡量、APP移动支付交易等指标，需要创新性的营销工具推广

收入指标压力大

银行收入指标压力大，一方面希望挖掘消费促进用卡、稳固收入，另一方面希望围绕产品与服务创新带动收入

客户培养成本高

银行不断提升客户粘性，培养客户的用卡习惯，需要丰富的用户经营解决方案支撑

银行业的经营诉求



移动化用户经营

新增用户，力争实现发卡即活卡；存量用户，通过持续促活和个性化经营，提升用户活跃度和粘性；以“借贷融合”为导向，推动用户从非金融业务向金融业务挖潜。



场景化获客、活客

需要全行业、全场景、全流程的“用卡场景+营销工具+数据服务”的一体化赋能，同时注重主流快捷支付时引导用户优先绑定本行卡作为主账户。



自身APP发展

银行全面进入数字化经营阶段，重视自身APP业务发展，但除少数头部大行外，多数银行APP经营能力有限，缺少完备的APP经营解决方案。



稳固存量收入，挖掘新收入点

银行一方面充分挖掘消费潜力促进用卡、稳固收入，另一方面希望围绕产品与服务创新探索更多收入来源，如发行刚性年费产品、推广个性化权益服务等。

PART 04

产品与服务优势

围绕银行业核心需求 开展数字化营销

全命题营销工具打造互动营销场景，实现拉新促活留存转化



拉 新

- ◆ 新客礼遇专区
- ◆ 首绑卡有礼
- ◆ 信用卡首刷有礼
- ◆ 银行产品体验有礼
- ◆ 办卡/开卡/缴存/账号激活有礼
- ◆ 新手任务奖励
- ◆ 理财/基金开户有礼
- ◆ 关注公众号/添加企微有礼
- ◆ 邀请/分享/转介有礼MGM活动
- ◆ 信贷下款有礼
- ◆ 购车分期大礼包（车主服务类）
- ◆ 用户风险评测首测有礼
- ◆ 微信/支付宝提现有礼
- ◆ 产品（基金/理财/贷款）浏览有礼
- ◆



促活&留存

- ◆ 用户成长体系
- ◆ 养成类游戏
- ◆ 公益活动优惠购
- ◆ 周周刷/月月刷
- ◆ 节日营销
- ◆ 分享有礼
- ◆ 沉睡卡唤醒
- ◆ 乘车/打车/出行有优惠
- ◆ 信用卡会员权益日
- ◆ 消费>积分>换券
- ◆ 定点秒杀购立减券
- ◆ 半价购/一分购/一元购
- ◆ 门店/商超消费满减/半价看电影
- ◆



转 化

- ◆ 资产提升有礼
- ◆ 理财/基金新购/复购达标有礼
- ◆ 工资日/发薪日
- ◆ 生活缴费立减
- ◆ 指定产品/门店消费满减
- ◆ 膨胀金
- ◆ 结售汇有礼
- ◆ 存贵金属有礼
- ◆ 资产达标有礼/ 星级会员尊贵礼
- ◆ 信用卡账单分期有礼
- ◆ 自购+转介双重礼
- ◆ 秒杀/优惠购
- ◆ 品牌特卖券
- ◆

营销命题策划与营销工具设计

- ✓ 拉新增长
- ✓ 用户留存活跃
- ✓ 付费转化
- ✓ 用户复购
- ✓ 引流到店
- ✓ 用户画像补全
- ✓ 关键用户维系
- ✓ 新用户活动
- ✓ 流失挽回
- ✓ 沉睡唤醒
- ✓ 事件营销
- ✓ 品牌联动
- ✓ 公益营销
- ✓ 代言人使用
- ✓ 节日营销

营销命题
营销工具



有趣

趣味答题、养成游戏、翻盘子、
消消乐、打地鼠、大富翁、大转
盘、接物抓物、摇一摇、开宝箱、
砸金蛋、拆盲盒



有利

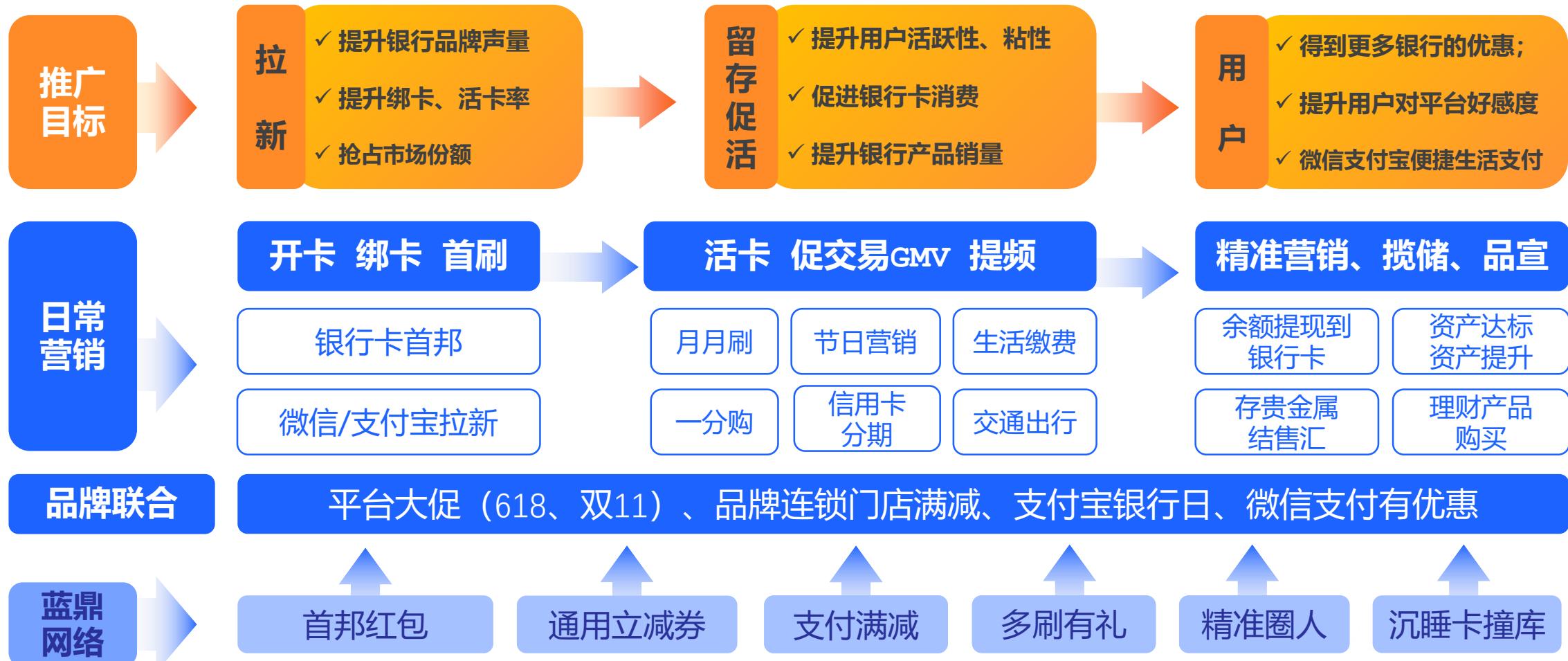
抽奖、秒杀、众筹、膨胀金、红
包、周期购、省钱卡、积分兑换、
任务奖励、限时抢、限量抢



有社交

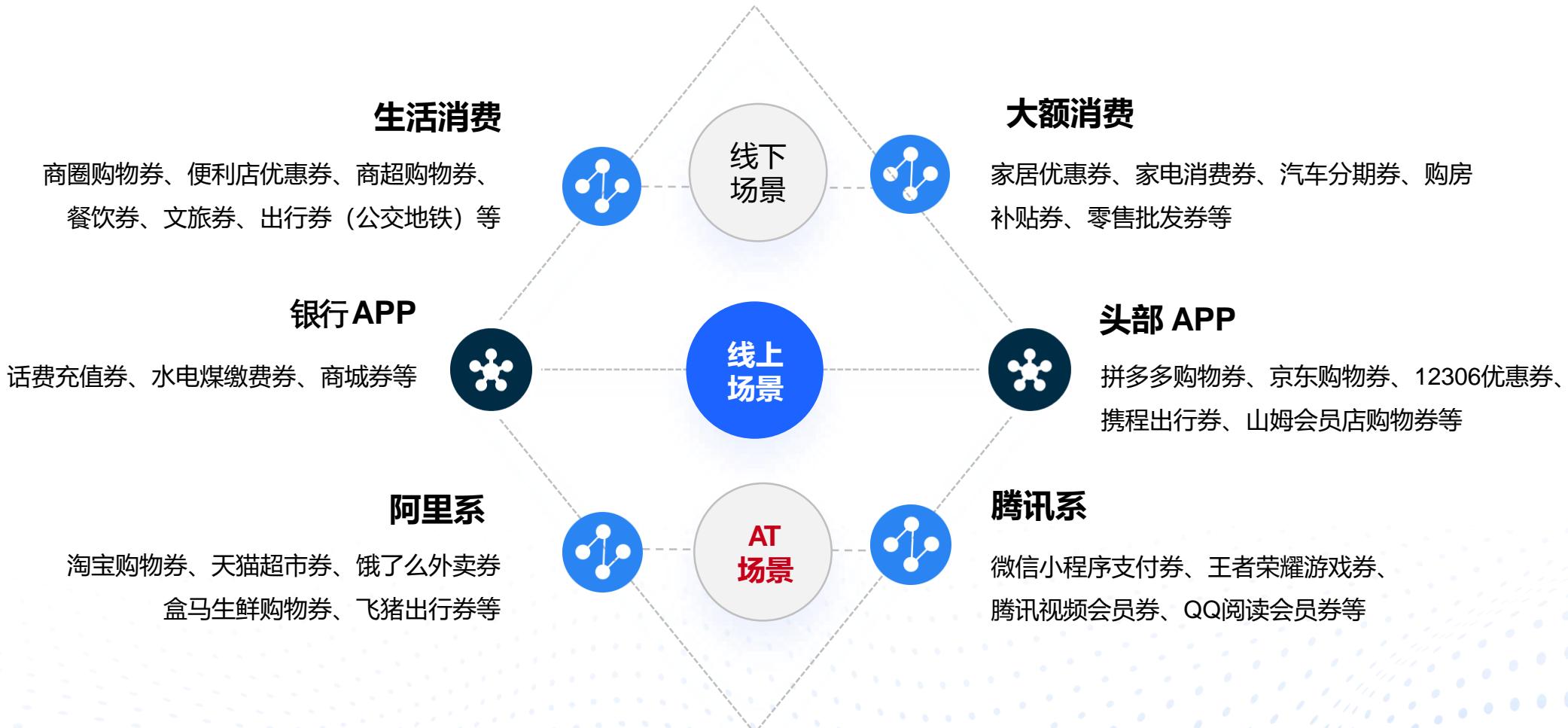
组队、拼团、集卡、砍价、邀请
有礼MG、分享有礼、话题PK、
团队游戏、投票、集福、攒码

产品运营大图



全域促活：立减优惠券

基于主流支付平台营销工具，为银行提供的场景侧经营能力



蓝鼎网络五大核心价值 助力银行快速实现营销目的

合规管控

资金流、发票流透明合规

政策/政府支持
具备良好的税务优势

垫资能力

月垫资能力过亿元

应对突发项目随用随充值
先发券后结算

蓝鼎网络

技术实力

十年以上专业研发经验团队
金融行业数字化服务落地实战经验
具备专业风控与防盗刷实力
重视信息安全与用户隐私管理

策划与运营

具备制定符合银行需求、用户喜欢的方案策划能力

重视后期运营

保障活动达到银行预期效果

售后能力

全方位客户服务，提供全天候保障
让每一个客诉都得到满意的解决方案

银行省心，用户开心

蓝鼎产品与服务基础优势



品类丰富

- 超千品类SKU，覆盖面广
- 涵盖**立减卡券**、数字权益、实物商品、本地服务、休闲娱乐、商旅酒店等全品类



接口稳定

- 异步发券平均响应时间30毫秒
- 支持3000并发数，50000TPS
- 日订单30分钟成功率为100%
- 合作银行无差评



接口完备

- 产品查询、订单幂等/查询、优惠卷核销通知、优惠卷发放状态同步、优惠卷充值状态同步、优惠券过期状态日终同步功能



项目团队

- 涵盖商务、项目经理、策划团队、研发人员、售后团队等人员配置



技术研发

- 专业研发团队，拥有十年以上研发经验，技术漏洞响应快速，具备专业风控与防盗刷实力



应急保障

采取5-10-30风险应急处理策略：
* 5分钟内发现问题
* 10分钟内锁定问题
* 30分钟内解决问题



全方位客户服务，提供全天候保障

服务方式

- * 热线咨询：全国统一客服热线；
- * 在线咨询：我们有多个在线对接渠道，如微信、企业微信、微信公众平台、邮箱等，一切以客户为主，满足客户不同对接需求。



人员配备保障

- * 24小时在线质量监控不掉线；
- * 7*24小时人工客服响应；
- * 大促活动人员配比翻倍；
- * 话务人员25人，在线人员20人，投诉处理20人。

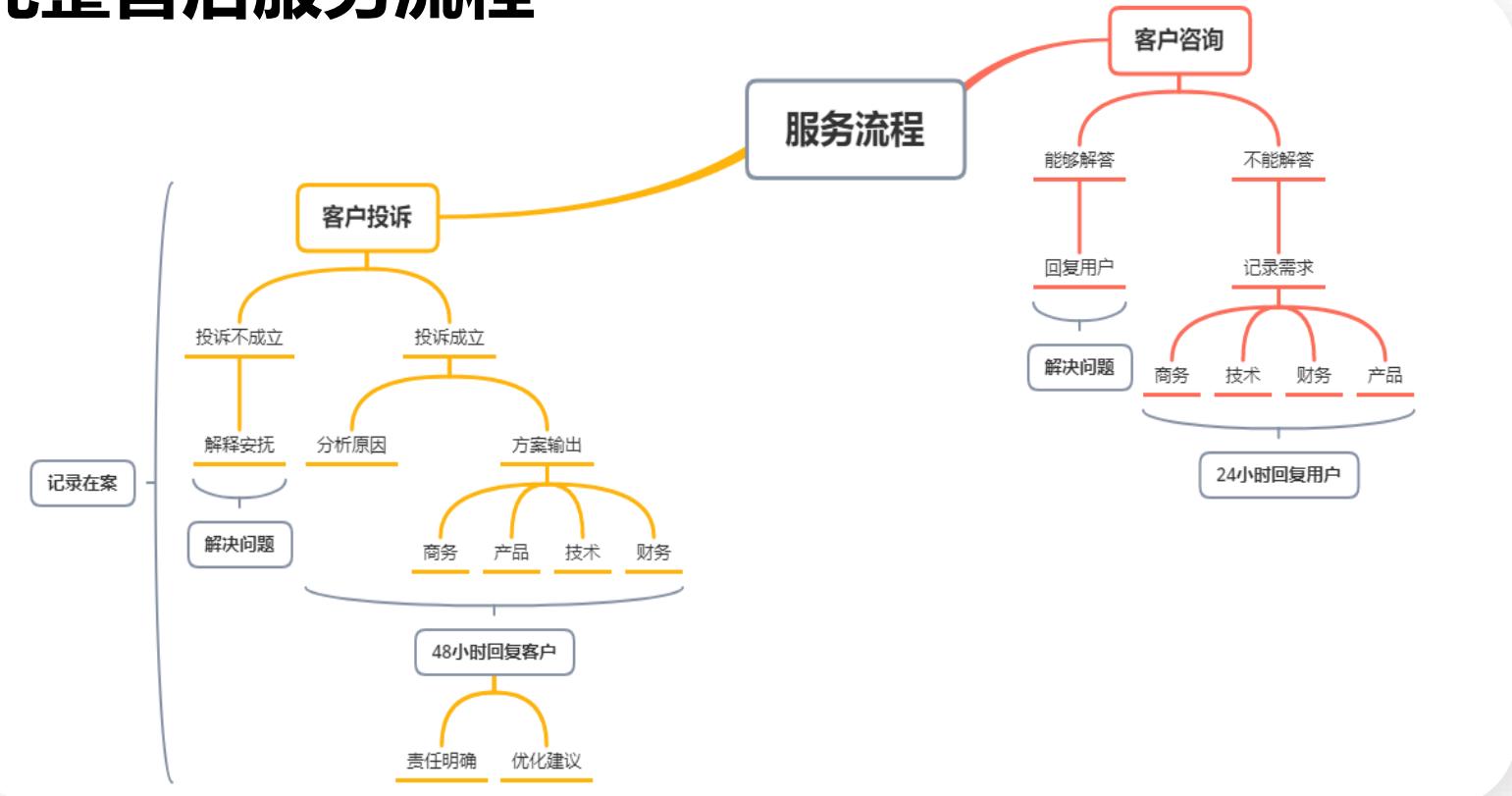


客服能力保障

- * 健全的客服知识库系统；
- * 定期客服培训和考核制度，保障客服的质量；
- * 客服新老配比，保证梯队稳定



完整售后服务流程



服务宗旨

以快捷的速度、周到的服务、可靠的产品品质的原则，不断加强售后服务能力，提供专业、高效、规范、热情的服务质量。

服务质量

严格按照照行方要求及售后服务规范为客户提供周全服务，以最大限度满足客户需求，为客户保驾护航。

完善的服务机制，应对多种突发事件

服务机制

蓝鼎网络

24小时客户服务

银行端

银行用户

商务/策划经理

银行活动负责人

运营支持

银行活动监测人员

技术支持

银行财务

银行开发中心

异常紧急事件处理机制

活动开始前

制定应急预案并提交行方确认
进行应急演练，模拟各种异常突发事件
熟练掌握应急方案

活动进行中

采取5-10-30风险应急处理策略：
5分钟内发现问题，10分钟内锁定问题，30分钟内解决问题。
30分钟内无法解决问题的，则直接进入熔断流程，和行方协商相关提示话术引导客诉

活动结束后

进行数据复盘，不足之处调优
提交多维度活动数据分析和监测运营报告给行方

多维度营销数据复盘调优，管理者精准洞察



营销数据一目了然



活动力度清晰展现



给予行方营销建议



管控高效数据精准

数据展示

1. 数据分析系统（多维度展示）
2. 可视化数据中心

多维度：时间、标签、增长率等；
可视化数据中心：神策、易观

目标：找出活动开展过程中的不足，为后续活动积累经验，实施符合用户群体关注且喜爱的营销活动及产品。

数据输出

周/月度运营报告



根据客户需求进行可视化数据定制



PART 05

信息安全白皮书

一.安全团队及职能

蓝鼎网络作为银行营销服务提供商，一直都把用户业务和数据的安全保护列为最高优先级工作。公司具有完善的基础架构安全以及用户业务、数据安全保护体系，可以为用户提供从物理到应用、数据层面的全方位防护。

蓝鼎网络的产品安全团队由专职的安全管理、合规、业务安全、数据安全、应急响应、安全工具开发等团队构成。工作内容包括产品设计安全评估、代码安全审阅、漏洞扫描、渗透测试、威胁情报、入侵检测、应急响应、数据安全、安全合规等。

二.合规与认证

蓝鼎网络高度重视产品的合规性，由安全合规部专职负责，积极对标国内和国际最高标准合规性要求。目前蓝鼎网络旗下多个产品已通过国家及国际的多项合规性认证，包括ISO27001、ISO27701、ISO9001、ISO20000。标志着我们在信息安全、隐私保护、业务连续性、服务质量、IT服务等方面达到了更规范化、更标准化的水平。

ISO27001 信息安全管理：是一套获得业界广泛认可的安全管理体系标准，其一直被认为是国际最权威、最严格的信息安全体系认证标准，被全球广泛接受。蓝鼎网络的数据中心、管理体系、研发、职能部门通过此项认证意味着我们在信息安全管理领域已经与国际标准对标，具有充分的信息安全风险识别和控制能力，可以为全球客户提供安全可靠的服务。

ISO27701 隐私信息管理：是首个真正意义上构建出具有PDCA完整运行闭环的隐私信息管理体系标准。其详细规定了建立、实施、维护和不断改进隐私信息管理系统的各项要求，在信息安全保护的基础上将处理个人可识别信息（PII）所需的隐私保护措施纳入考量。蓝鼎网络获得此项认证，是对我们长期以来在隐私合规体系建设方面工作的充分肯定。蓝鼎网络于2019年就率先获得由国际顶尖认证机构BSI（British Standards Institution）颁发的ISO27701隐私信息管理体系认证证书，是全球首批获得该认证的企业之一，当时中国唯一一家获得该认证的云办公平台。

ISO9001 质量管理：是迄今为止国际上最成熟的质量体系框架。蓝鼎网络通过该项认证，说明蓝鼎网络已遵循ISO9001的七项质量管理原则建立了质量管理体系，在研发、运维及客户支持服务上已达到了国际标准，并能持续稳定地向客户提供符合预期和满意的合格产品。

三、网络安全

网络访问控制

蓝鼎网络采用访问控制列表（ACL）来进行网络隔离。内部划分了访客网、办公网、开发测试网、生产网等不同网络区域。所有员工在公司网络边界外，都需要通过VPN连接来访问公司内部资源。设置了严格的员工访问控制策略来限制内部资源的访问。员工访问内部资源需要进行身份验证，确认身份后，员工默认仅有最小权限。员工对线上服务的操作需通过堡垒机进行，所有操作日志均保留至少180天，并由内审部门进行审计。

网络防火墙

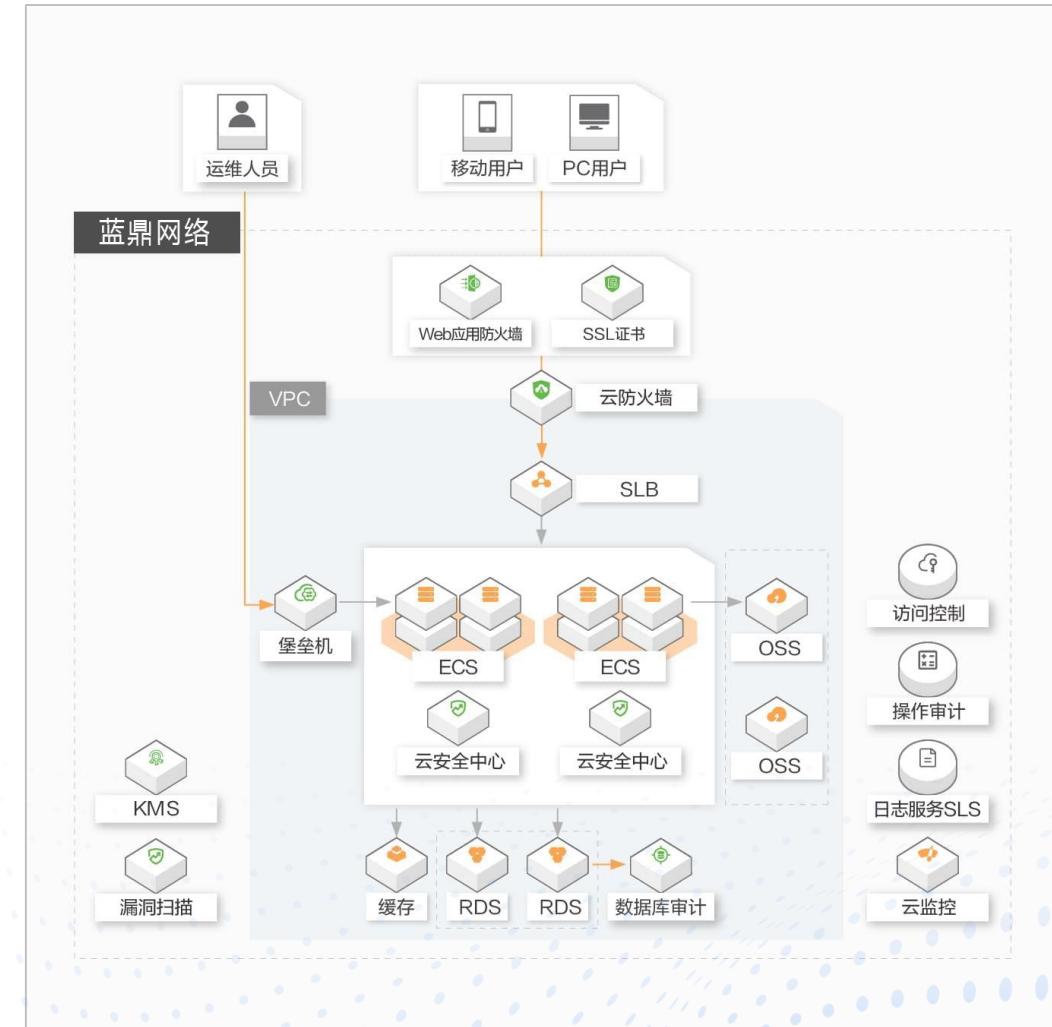
蓝鼎网络使用网络防火墙针对蓝鼎网络套件体系的常见网络安全漏洞攻击进行拦截，仅授权的安全合规部工程师可统一配置网络防火墙的防护规则。公司设置了自动和手动相结合的方式对网络防火墙配置进行更新。

DDoS及网络攻击防御

蓝鼎网络服务通过CDN、动态加速来为客户提供网络接入访问，并且通过公司负载均衡访问后端服务；蓝鼎网络部署了业界领先的防DDoS服务，能够有效地针对流量型、连接型攻击等进行防御。

网络传输加密

蓝鼎网络产品在与行方双向通信均需用SHA256withRSA算法验名，业务数据采AES/ECB/PKCS5Padding加密。保证了传输过程的安全，保证信息不会被中间人篡改、窃取。



四、服务器安全

蓝鼎网络使用自采服务器为客户提供服务，并采取了一系列安全管控措施，保障服务器生产安全，有效防范网络恶意攻击行为。

服务器访问控制

蓝鼎网络定期对服务器资产进行扫描，及时关闭非必要的端口及服务，保障对外权限最小化，过滤不安全的服务，降低安全隐患。安全人员定期进行弱口令检测，督促服务器运维人员提升密码复杂度，防范暴力破解。所有对服务器的访问必须通过堡垒机进行操作并进行审计。通过白名单来控制业务服务的访问来源，保证服务只有信任来源可以访问。

漏洞扫描

蓝鼎网络采用自动化的漏洞扫描工具定期进行服务器漏洞检测，由安全人员确认后第一时间通告给相关人员进行处理修复，且运维人员会定期进行系统补丁更新，有效保障服务器稳定运行。

入侵检测

蓝鼎网络物理服务器全面部署了HIDS（服务器入侵检测系统），可以实时监控服务器文件基线变更，发现异常进程、捕捉主动异常外连、木马后门等异常行为，并及时作出响应。另外对于来自客户端的所有流量都经过WAF（应用防火墙）进行攻击检测和验证，确保其安全性与合法性，对恶意的请求予以实时阻断。安全团队会密切跟踪安全态势和最新的攻击手法，研究入侵特征，并定期升级防御策略。

异常检测

构建于大数据平台和机器学习平台之上，安全团队对服务器产生的海量主机日志和自研 HIDS 采集的数据进行多维度的安全分析，建立异常检测模型，及时发现服务器上的风险操作、异常进程、恶意网络连接等异常行为，并及时作出响应。安全团队会密切跟踪安全态势和最新的攻击手法，不断迭代安全算法模型，能够更新异常行为特征，并定期升级防御策略。

五、数据安全

蓝鼎网络对数据具有完整的生命周期管理，从数据的创建、存储、传输、使用、销毁都有明确的流程和技术保障，公司拥有相应控制措施以确保数据传输、数据存储、数据访问以及数据销毁流程的安全性。

数据存储

蓝鼎网络使用安全的密钥机制对数据进行加密存储，我们对所有订单、客户电话等客户数据都进行了加密存储。制定了完善的数据分类分级管理办法，对蓝鼎网络收集的用户信息、后台管理系统中的租户信息等都进行了严格的分类分级管理，并对所有系统中存储的敏感信息进行了加密处理，有效保障用户信息安全。

数据访问

用户数据的访问均进行了严格的权限隔离。蓝鼎网络员工默认没有对任何用户数据的访问权限，员工的所有操作均被严格限制和审计。

数据销毁

个人账号可通过蓝鼎网络客户端进行账号注销或提出个人信息删除需求，接收到账号注销或个人信息删除的申请后，蓝鼎网络将对注销账号的数据及文档等进行删除或匿名化处理。所有数据删除及匿名化技术手段均符合行业通行标准及法律法规要求，均不可逆。

数据安全检测

蓝鼎网络的线上环境所有服务器的登录行为、操作行为、服务器安全基线文件变更、访问权限变更和数据访问行为都会被记录。自动化实时检测各种异常数据访问行为，如对数据的非法访问、恶意数据爬取和风险操作、登录异常、权限升级等，并进行告警或阻断。

备份与灾难恢复

蓝鼎网络制定了相关规定，对数据库的备份策略、备份数据保管和备份恢复性测试等方面进行规范。业务数据库均有定期快照和备份，数据两地三备份存储，同时公司部署了备份执行情况监控机制，确保数据备份的完整性，并定期进行备份数据恢复性测试。

PART 06

建行服务案例回顾 中国建设银行/总行/分行/支行

01 建设银行案例精选

活动名称：建行惠省钱活动



发券平台:	微信立减	支付宝立减	云闪付	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送			

活动内容

用户进“惠省钱”活动页面拼手气抽奖购买，成功支付后，即可获得对应优惠券包。券包内含5张总价值为36元的微信立减金，面额分别是2元、3元、5元、6元(满66元使用)，券的有效期为30天。20元(善融商城满100元使用)有效期为7天。优惠券不支持叠加使用，不可拆分使用。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
1.8亿+	500w+	2500w+	52.2亿+

01 建设银行案例精选

营销活动过程

① 建行手机银行入口



② 惠省钱活动页面



③ 抽奖页面



④ 中奖提示/领取卡种



惠省钱营销活动过程

⑤ 支付成功页



⑥ 优惠券到账列表



⑦ 微信卡包到账



02 建设银行案例精选

活动名称：建行养老金开户有礼



发券平台:	微信立减	支付宝立减	云闪付	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送			

活动内容

2022年12月3日-2022年12月31日开通个人养老金账户并体验充值，即可领取50元微信立减金。累计缴存金额达500元，即可再领取20元微信立减金

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
2500万+	50万+	46万+	1.2亿+

02 建设银行案例精选

营销活动过程

① 手机银行APP入口



② 养老金开户参与页面



③ 用户身份信息验证



④ 身份信息校验通过，进入领取页面



03 建设银行案例精选

活动名称：建粤有礼-建粤有礼活动



发券平台:	微信立减	支付宝立减	云闪付	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送			

活动内容

广东省建设银行手机银行签约客户（深圳地区除外），客户每月有一次支付1分钱参与活动的机会，奖品面值有：3元微信立减金、5元微信立减金、10元微信立减金、20元微信立减金、88元微信立减金，抽奖概率为100%中奖。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
2000万+	400万+	380万+	8020万+

03 建设银行案例精选

营销活动过程

① 月月有礼活动页



② 抽奖弹窗页



③ 立减金领取页 (微信小程序)



④ 选择立减金卡类型



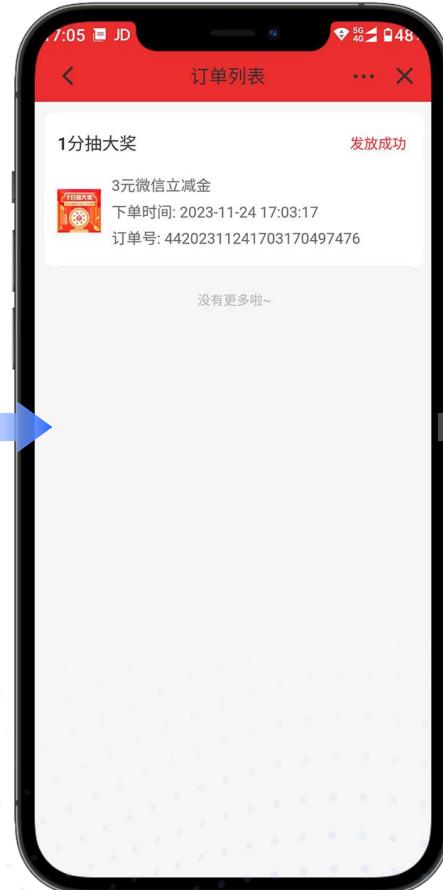
03 建设银行案例精选

活动名称：建粤有礼-月月有礼活动过程

⑤ 领取成功提示



⑥ 订单列表



⑦ 微信卡包到账



活动名称：深圳景苑支行“医”路有你



发券平台:	微信立减	支付宝立减	云闪付	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送			

活动内容

参与活动的用户为持有深圳建行卡且手机银行签约所属分行为深圳分行。活动期间，深圳市福田区第二人民医院员工且为建行代发工资客户可领取200元微信立减金（1张200元），活动名额限900名。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
110万+	5500+	5400+	600万+

04 建设银行案例精选

营销活动过程

① 医路有礼验证页面



② 领券页面



③ 选择领取的卡种



④ 优惠提示页面



05 建设银行案例精选

活动名称：天津建行加企微有礼（方案演示）



发券平台:	微信立减	支付宝立减	云闪付	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送			

活动内容

凡天津建行用户，可通过：公众号/小程序/银行大堂/宣传海报/面对面 等方式添加客户经理的企业微信，凡添加成功后的用户，系统自动推送一张3元-8元不等微信立减金给用户。

05 建设银行案例精选

活动名称：天津建行加企微有礼（方案演示）

① 企微活动页面
用户点击一键调转



② 一键添加客户经理



③ 添加成功
自动推送立减金领取链接



④ 立减金领取界面



06 建设银行案例精选

活动名称：建行信用卡申请有礼（方案演示）



发券平台:	微信立减	支付宝立减	云闪付	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送			

活动内容

凡天津建行用户，可通过：公众号/小程序/银行大堂/宣传海报/面对面 等方式添加客户经理的企业微信，凡添加成功后的用户，系统自动推送一张3元-8元不等微信立减金给用户。

06 建设银行案例精选

活动名称：建行信用卡申请有礼（方案演示）

① 信用卡办卡活动页面



② 用户申请信用卡



③ 申请成功
系统推送立减金领取链接



④ 立减金领取界面



活动名称：建融家园APP开钱包享好礼（联调方案）



发券平台:	微信立减	支付宝立减	云闪付	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送			

活动内容

- CCB建融家园APP用户，开通建融钱包，即可参与开福袋活动，赢取8-88元微信立减金，领取到微信卡包后，使用绑定建行信用卡、储蓄卡的微信付款时可用。
- 使用建融钱包在线付款（平台租赁合同账单在线支付）满500元，还可领取最高498元微信立减金）

07 建设银行案例精选

活动名称：建融家园APP开钱包享好礼（联调方案）

① CCB建融家园APP
首页活动弹窗



② 福利节活动页面



③ 引导用户开通钱包
(钱包开通过程省略)



④ 建融钱包开通后，
进入开福袋环节



活动名称：建融家园APP开钱包享好礼（联调方案）

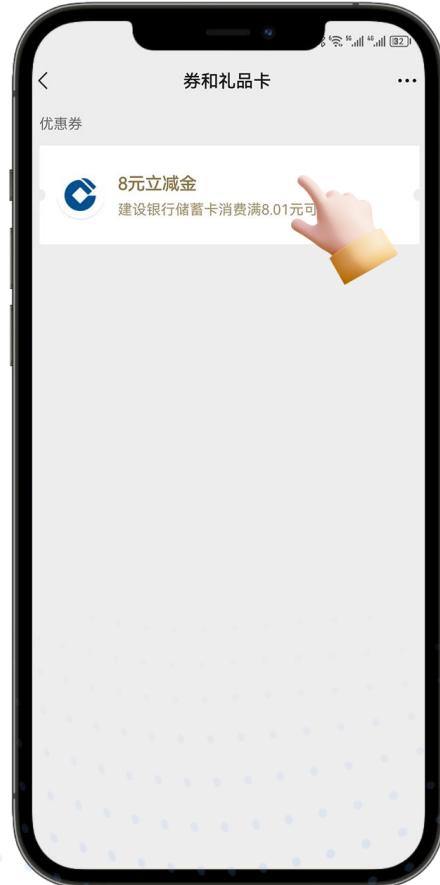
⑤ 选择立减金使用的
银行卡种类



⑥ 立减金领取成功



③ 微信卡包到账



PART 07

他行服务案例展示 中国工商银行/总行/分行/支行

01 他行案例精选-工商银行

活动名称：支付宝-工行银行日抢券活动（方案演示）



活动内容

1、活动均采取邀请方式。满足参与条件且收到本活动主办方邀请的用户(APP首页弹窗) 可参加本活动。受邀用户转发、分享邀请等方式不属于本活动的邀请方式，邀请无效。活动页面或超链接等截图、转发无效。2、户参与本活动前需为通过实名认证的支付宝注册用户。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
1.3亿+	5000w+	4800w+	5.1亿+

01 他行案例精选-工商银行

活动名称：支付宝-工行银行日抢券活动（方案演示）

①受邀用户获得弹窗提示
点击进入活动页面



② 用户进入活动页面
手机银行APP



③ 跳转支付宝小程序
点击领券



④ 支付宝卡包到账



支付宝银行日介绍

支付宝与特定银行的周期性大促

中心化阵地

更开放

长期可运营

资源开放、合作开放

大流量集中爆发

专属频道单银行宣传

精准人群算法提效

共同构建银行持卡用户卡支付心智，提升交易规模

单银行

X 周期性活动

X 可记忆的爆点

X 周期性大促

一对一合作共创
线上+线下流量
通力合作

建议持续6个月以上
每周几或者固定日期

爆品模式
引入商家补贴
+银行权益=全网超低价
价同双十一/李佳琪直播价的爆品
.....
更多模式均可探讨

单银行的周期性活动
满足活卡、多笔支付、GMV
综合诉求
红包、立减、多刷常规活动承接流量

银行专属IP

用户持续卷入

精准人群运营

支付宝银行卡优惠小程序



活动特色

爆品红包

银行APP、支付宝两端曝光

智能活动力度透出置顶

多银行集中曝光

日常权益更多流量

支持分人群运营

绑卡红包

指定消费场景优惠

私域卡频道定制千万级流量

支付宝用户每月可被触达3-4次

02 他行案例精选-工商银行

活动名称：工商银行（储蓄卡）月月刷有金喜



活动内容

活动期间，用户扫码参与中国工商银行储蓄卡月月刷活动，使用微信支付选择工商银行储蓄卡完成指定笔数消费后可获得相应微信立减金奖励，最高可得10元支付红包。

规则：1、成功参与活动有机会获得2元立减金；2、累积3笔有效微信绑卡消费，有机会获得1元立减金；3、累积5笔有效微信绑卡消费，有机会获得满2元立减金；3、累积10笔有效微信绑卡消费，有机会获得5元立减金。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
2300w+	1100w+	1000w+	5000w+

02 他行案例精选-工商银行

活动名称：支付宝-工行银行日抢券活动（方案演示）

①工商银行微信公众号



② 跳转月月刷小程序
微信官方小程序



③ 跳转支付宝小程序
点击领券



03 他行案例精选-工商银行

活动名称：工商银行立秋时节集卡抽奖活动（二十四节气系列活动之一）



活动内容

参与工行立秋节日营销活动的用户，完成4个任务，可集得4张卡片。合成卡片后，可获得抽奖机会，最高达赢取66.6元微信立减金。

任务一：浏览手机银行app**存款栏目**，集得第一张卡片；**任务二：**浏览手机银行app**贷款栏目**，集得第二张卡片；**任务三：**浏览手机银行app**基金栏目**，集得第三张卡片；**任务四：**浏览手机银行app**理财栏目**，集得第四张卡片；四张卡片完成拼图（合成卡片），从而获得抽奖资格。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
800w+	500w+	475w+	3300w+

03 他行案例精选-工商银行

活动名称：工商银行立秋节候新活动

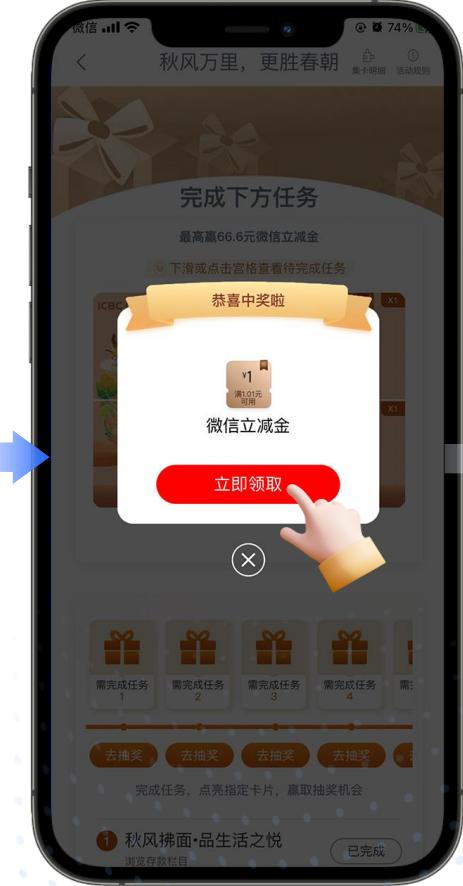
①立秋节活动任务列表
(用户浏览即可完成)



② 获得抽奖资格
(任务完成, 集卡成功)



③ 中奖提示



④ 奖品列表



04 他行案例精选-工商银行

活动名称：工商银行财富星球（财富检测）有礼活动



发券平台: 微信立减 支付宝立减 云闪付 淘宝立减 京东立减 美团立减 抖音立减

营销工具: 首邦有礼 银行卡立减 月月刷 收银台立减 代金券 折扣券 行业券

营销目的: 拉新 促活/留存 转化

发券方式: API发券 领取链接 兑换码 短信发送 平台发券

活动内容

活动期间，客户登陆中国工商银行APP，进入“财富”栏目，参与**风险评测、资产诊断**评测。

1、用户参与“**风险评测**”，有机会通过抽奖赢得3-20元微信立减金。

2、用户参与“**资产诊断**”，**评分达80分以上**，有机会通过抽奖赢得1.88元微信立减金；**评分达85分以上**，有机会通过抽奖赢得6.88元微信立减金；**评分达88分以上**，有机会通过抽奖赢得16.88元微信立减金

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
1200w+	300w+	280w+	4000w+

04 他行案例精选-工商银行

活动名称：工商银行财富星球（财富检测）有礼活动

① 活动入口



② 用户参与风险评测



③ 用户完成风险评测任务，获得抽奖机会



④ 中奖提示



PART 08

他行服务案例展示 中国银行/总行/分行/支行

01 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-美宜佳数字货币红包活动



活动内容

活动期间，凡开通中国银行数字人民币个人钱包的客户，可通过活动页面报名，资格审核通过后即可参与抽奖活动，有机会抽取满25元立减2-8元消费红包1个。每日8000个名额，先到先得，额满即止。**(仅限于数字人民币试点城市开展，非试点城市无法进入活动页面)**

红包消费：该红包领取后，需5天内在全国的美宜佳门店购物高于25元，并使用中国银行数字货币钱包支付时可用。

活动效果

累计发券金额	参与人数	账户支付次数	撬动消费金额
400w+	50w+	48w+	1600w+

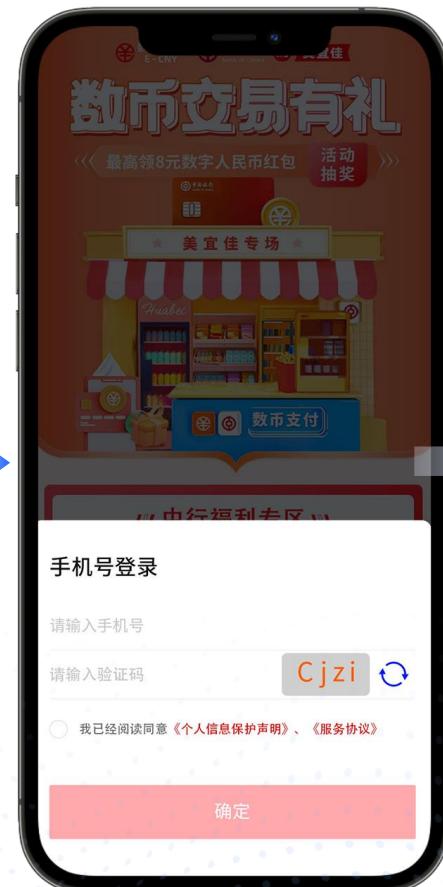
01 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-美宜佳数字货币红包活动

① 活动入口



② 用户输入手机号
验证是否在试点城市



③ 用户资格验证完毕
允许抽奖



④ 中奖提示



01 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-美宜佳数字货币红包活动

⑤ 数币红包查看路径



⑥ 数币红包到账



⑦ 美宜佳门店购物
出示数币付款码



⑧ 红包抵扣



02 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-数币支付享半价奈雪茶



发券平台: 微信立减 | 支付宝立减 | **数币红包** | 淘宝立减 | 京东立减 | 美团立减 | 抖音立减

营销工具: 首邦有礼 | 银行卡立减 | 月月刷 | 收银台立减 | **代金券** | 折扣券 | 行业券

营销目的: 拉新 | **促活/留存** | 转化

发券方式: API发券 | 领取链接 | 兑换码 | 短信发送 | **平台发券**

活动内容

1、中国银行手机银行客户，使用中国银行数字人民币钱包付款，可享受半价购奈雪茶券活动（10元/15元 购20元/30元奈雪茶券）。如无中国银行数币钱包，则需先开通钱包。如已有数币钱包，则需在app内绑定账户。2、用户手机银行APP【生活】栏半价购买奈雪茶折扣券，使用数币支付时需输入正确的手机号码进行充值，充值成功后直接到用户的奈雪茶小程序账户。用户可在首页点击【奈雪点单】跳转到奈雪茶微信小程序点单抵扣使用该券。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
600w+	60w+	58w+	2500w+

02 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-数币支付享半价奈雪茶

① 活动入口



② 手机银行用户绑定
数币钱包账户



③ 数币钱包账户绑定成功
半价购买奈雪茶券



④ 数币支付购买成功
可前往奈雪茶微信小程序点单



03 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-添加企微有礼



发券平台:	微信立减	支付宝立减	数币红包	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送	平台发券		

活动内容

活动期间，收到邀请的中行客户（短信邀请），添加“中行广东”客户经理企业微信好友后，即可获得一次抽奖机会，随机抽取5.88元-188元储蓄卡微信立减金，最高可抽188元微信立减金，百分百中奖。

本活动仅限中国银行广东省分行手机银行特邀客户（深圳除外）参加。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
1700w+	350w+	330w+	6800w+

03 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-添加企微有礼

① 用户收到活动的短信邀请



② 活动页面（拆盲盒）
跳转微信小程序打开



③ 添加客户经理二维码



④ 长按扫码添加
客户经理企业微信



03 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-添加企微有礼

⑤ 企微系统推送立减金领取链接



⑥ 拆盲盒成功，领取立减金



⑦ 奖品列表



⑧ 微信到账



04 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-微信立减金月月领（一元拆盲盒）



活动内容

- 客户进入月月领活动专区，在专区内使用手机银行支付成功支付1元，即可参与立减金盲盒抽奖活动，随机抽3-20元微信立减金，同一客户每自然月内仅可参与1次。
- 所领取立减金将直接发放至客户手机银行对应的微信钱包，首次发放时需客户进行微信号与手机银行关联，客户使用立减金时将限制必须选择中国银行卡(含借记卡和信用卡)支付方可抵扣。
- 每日限量3.9万份，每月最多不超99.9万份，数量有限，先到先得。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
2.3亿+	4600w+	4200w+	9.2亿+

04 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-微信立减金月月领（一元拆盲盒）

① 活动入口



② 活动页面 (拆盲盒)



③ 选择微信立减金领取的卡种



④ 支付1元购买拆盲盒的机会



04 他行案例精选-中国银行

活动名称：中国银行-微信立减金月月领（一元拆盲盒）

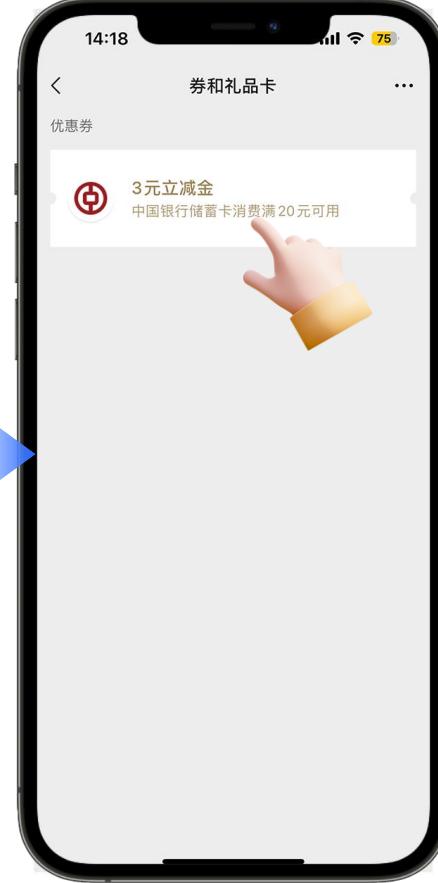
⑤ 立减金中奖提示



⑥ 奖品列表



⑦ 微信卡包到账



PART 09

他行服务案例展示 交通银行/总行/分行/支行

01 他行案例精选-交通银行

活动名称：交通银行双11、双12淘宝/天猫立减活动



活动内容

凡交通银行信用卡用户在淘宝/天猫 的双11、双12大促期间，使用交通银行信用卡全额支付满2000元，可享受满2000减20优惠。使用交通银行信用卡分期交易，再享满2000减100元优惠。

活动特色：1、支付宝双11节6000亿交易GMV；2、银行优惠信息前置曝光，用户一目了然银行出资权益，有利于培养用户心智，并影响用户交易决策，达到信用卡活卡、促交易目的。

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
200w+	10w+	10w+	2亿+

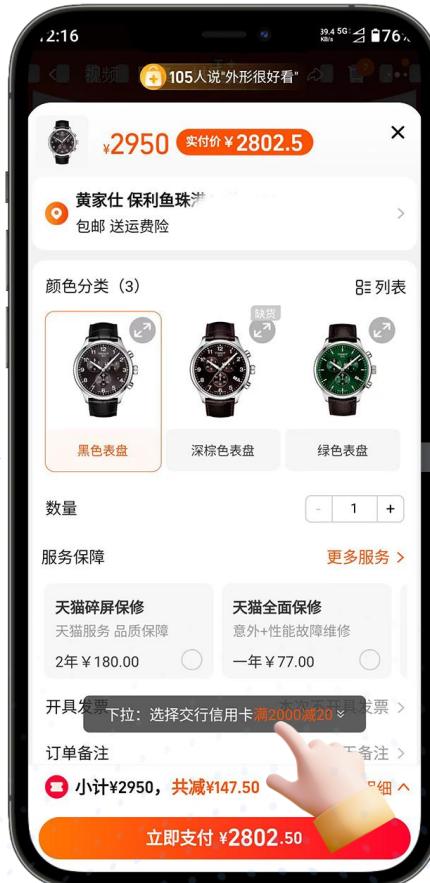
01 他行案例精选-交通银行

活动名称：交通银行双11、双12淘宝/天猫立减活动

① 淘宝/天猫商品详情页
显示满减力度



② 电梯页再次提示
满减力度



③ 购物车页面提示满减力度



④ 付款页面提示满减力度



PART 10

他行服务案例展示 北京银行/总行/分行/支行

01 他行案例精选-北京银行

活动名称：北京银行资产达标（揽储）面对面发券



发券平台:	微信立减	支付宝立减	数币红包	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送	平台发券		

活动内容

为北京银行客户金融资产新存入并达标、金融资产升级并达标、流失用户回归并达标客户发放39-499元微信立减金，促进达标客户增长。

活动特色：以名单制方式开展客户精准营销，通过公私联动拜访、综合服务，向客户提供投融资一体化服务方案。银行经理可在客户办理业务并达标时候，面对面发送微信立减金，也可以网络发送领取链接、领取二维码给客户。

活动效果

累计发券金额

300w+

参与人数

6w+

动卡次数

5.9w+

撬动消费金额

390w+

01 他行案例精选-北京银行

活动名称：北京银行资产达标 面对面发券

① 客户经理登录后台
输入用户信息



② 生成领取二维码
顾客扫码即可领取立减金



③ 客户扫码后进入领取页面
(客户微信端)



④ 客户经理管理端
随时查阅发券记录



PART 10

他行服务案例展示 中信银行/总行/分行/支行

01 他行案例精选-中信银行

活动名称：中信银行美团红包嘉年华活动



发券平台:	微信立减	支付宝立减	数币红包	淘宝立减	京东立减	美团立减	抖音立减
营销工具:	首邦有礼	银行卡立减	月月刷	收银台立减	代金券	折扣券	行业券
营销目的:	拉新	促活/留存	转化				
发券方式:	API发券	领取链接	兑换码	短信发送	平台发券		

活动内容

活动期间，客户可通过手机银行APP—生活频道—美团专区，可抢最高30元券包（1张5-13元外卖券、1张4-9元随机满减神券、1张4元神券、1张4元咖啡奶茶神券）。

同一用户每月可参加1次活动。同一银行卡卡号、同一身份证件号、同一美团账户、同一绑定手机号、同一支付手机号、同-设备满足其中任一条件都视为同一用户

活动效果

累计发券金额	参与人数	动卡次数	撬动消费金额
1000w+	90w+	300w+	2亿+

01 他行案例精选-中信银行

活动名称：中信银行美团红包嘉年华活动

① 美团红包活动页面



② 红包领取成功
(API发券)



③ 美团红包使用方法



④ 美团APP红包到账



THANKS

感谢聆听

广州蓝鼎网络有限公司

地址：广州市黄埔区黄埔大道东840号保利鱼珠港A1
栋2401室

电话：400-8808-248

邮箱：kf@ldvip.cn

