数字化营销服务事件点评：银行数字化引流前景广阔 看好数字化营销服务商的发展

事件：中国农业银行股份有限公司近日在中化商务电子招投标平台发布了《中国农业银行股份有限公司线上营销推广服务商项目包 2-支付立减类服务商项目中标候选人公示》和《中国农业银行股份有限公司线上营销推广服务商项目包 3-公域引流类服务商项目中标候选人公示》。福建创识科技股份有限公司为上述项目第一中标候选人。（1）线上营销推广服务商采购（支付立减类服务商采购）项目：为了推动中国农业银行掌银和数字人民币客户规模持续增长并保持活跃，提升线上经营能力，结合后续中国农业银行掌银、数字人民币的建设推广计划，农业银行开展了支付立减供应商集中采购工作，通过引进供应商，提供支付立减营销策划、营销资金垫付、配套运营支持等服务。服务费率（不含可抵扣增值税）1.00%。（2）线上营销推广服务商采购（公域引流类服务商采购）项目：开展公域流量向中国农业银行掌上银行私域引流的新模式，充分利用互联网头部平台的“流量”，通过腾讯系、字节系、快手系等互联网头部 APP 开展“效果广告”营销合作，活动策划执行，广告素材创意制作，系统开发对接，以进一步实现掌上银行的获客引流。服务商具体服务内容为在腾讯系、字节系、快手系 APP 进行效果广告投放后引流客户至农行掌银或指定页面。成功拓展新注册客户单价报价（不含可抵扣增值税）1.32 元，成功促活客户单价报价（不含可抵扣增值税）6.30 元。

银行数字化引流宣传，精耕互联网营销：客户偏好与行为发生剧变，打造良好的客户体验势在必行。互联网及金融科技的渗透极大地改变了客户的金融行为与偏好，银行业普遍同质化的金融产品与传统的营销渠道难

以满足客户日趋敏捷化、定制化、线上化、多元化的金融需求。尤其针对线上化特征明显的年轻客群而言，只有通过深挖需求满足这部分客户的个性化需求，才能赢得未来的市场。通过全面数字化转型对客户群进行精细化管理、针对性地提升客户体验，是银行业当前的必然选择。社交平台的崛起创造了新的流量规则，优秀的内容、产品、购物分享都成为获得流量的新途径。由于疫情的原因，银行衍生出“零接触服务”，接受此服务绝大多数都是年轻人，现在年轻人除了开户必须要去银行物理网点，很少愿意花时间去厅堂办理业务，银行的客户群体的行为习惯在改变，因此银行的营销宣传模式也随之发生改变。银行互联网宣传是大势所趋，未来传统银行与高新信息企业的合作会越来越频繁，市场潜力大。2023 年 1 月 6 日，中国农业银行与福建创识科技的合作就是一个非常好的传统银行与互联网营销的合作范例，本次项目中支付立减类采购限价为 2143 万元/3 年，公域引流采购服务费上限（不含可抵扣增值税）2 亿元/3 年，此项目为总行级项目，后续随着向分支行渗透，市场空间更大。

投资建议：未来互联网流量常态化发展，银行互联网宣传引流市场潜力巨大，建议关注创识科技，公司是一家电子支付 IT 方案商，产品是为商

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：
https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_51254