

由于金融知识具有极强的专业性，给人的初印象一般是既枯燥又难懂。再加上大众在接受程度层次不齐，这也给金融知识教育宣传工作带去了极大的挑战。招行试图通过内容、渠道、形式等多方面的创新走出一条金融知识教育宣传活动的路子。

在传播渠道方面，招行从一开始便选择了「线上+线下」并重的方式。

其中在线上，充分运用公众号、视频号、APP等渠道，面向不同的粉丝群体统一发声。

以2022年为例，招行累计开展线上与线下教育宣传活动1.5万次，原创宣传资料超过两千余份，受众超过5亿人次。其中，多款原创的视频、文章更是成为刷屏爆款。

更重要的是，招行充分运用互联网思维、借助互联网渠道，源源不断地输出一系列创新的金融知识教育宣传素材，包括原创漫画、以案说险、互动游戏、微视频、特色歌曲等，这些素材寓教于乐、贴近生活、特色鲜明，不仅在消费者心中起到了「润物细无声」的普及教育作用，更取得了较高的行业影响力。

例如，招行信用卡联合人气反诈民警小刘警官推出反诈MV，分享新型诈骗的真实案例，生动科普金融知识，倡导网友火眼金睛识别诈骗套路。这条MV在人民日报视频号上发布后，点击观看人数超过140万。

除了在内容上不断结合热点推陈出新，招行还通过增强与客户的互动，实现「沉浸式」科普。

例如，招行原创的主题科普游戏「跟着人民币去旅行」，即通过「绝美风景」的原画手绘沉浸式打卡互动等形式，带领金融消费者穿越人民币背后的故事。

相比传统的说教式科普，这种沉浸式的体验可以让大众在领略壮美河山、体验画面奇妙演变的同时，深入学习人民币基础知识、现金收付规范、数字人民币等内容。

