



农业银行“山河锦绣”品牌焕新展区，以中国传统刺绣为创意设计手法，展现农业银行责任与担当

农业银行品牌焕新升级

耕耘美丽中国 共创幸福生活

进入新时代，农业银行品牌形象展现出新面貌，品牌内涵体系实现全面升级。一直以来，农业银行坚定不移走中国特色金融发展之路，与时代脉搏同频共振，与美丽中国共生共荣。农业银行明确提出“十四五”期间培育新时期品牌形象的重点任务，

围绕“服务乡村振兴领军银行、服务实体经济主力银行”两大定位和“三农”普惠、绿色金融、数字经营三大战略，加快品牌创新，提出2023年至2025年品牌建设思路与规划，明确“助力共同富裕的银行”品牌定位，实现一系列品牌焕新。

品牌内涵焕新

农业银行积极践行大行社会责任，始终致力于为广大客户提供长期、稳定、高效、可持续的金融服务，助力实现共同富裕。以“助力共同富裕的银行”为主要品牌定位，以“更懂中国的综合金融服务商”和“服务可持续发展的先行者”为辅助品牌定位，农业银行作为“有温度、有实力、有远见的同行者”，提出“以现代金融服务惠及城乡最大客户”品牌价值主张。

品牌口号焕新

农业银行是美丽中国的耕耘者，也是广大客户美好生活的同行者。

在助力实现共同富裕的进程中，农业银行与城乡最广大人民共创幸福生活。为此，农业银行的口号更新为“耕耘美丽中国 共创幸福生活”，充分传递出农业银行与广大客户携手同行、并肩共创的决心。

品牌视觉焕新

农业银行视觉焕新，品牌色彩更为丰富。“萌芽绿”“青山绿”“金穗黄”与标准“农行绿”组合，为全新品牌形象赋予更多生机与韵律。此次焕新，增加“数字流动生长的麦穗”辅助图形设计，象征农业银行坚守职责使命，以流动性线条轮廓，体现数字化现代金融服务。新版辅助色以“农行绿”的色彩演变为主线，从“农行绿”到“金穗黄”的变化，记录了麦穗从萌芽到成熟的过程，寓意农业银行陪伴客户共同成长。



品牌广告片焕新

伴随品牌焕新，农业银行发布了全新品牌形象广告片，以《幸福交响》为名，阐释和传播了农业银行品牌内涵。广告片以“声音”为主要创新点，用民族乐器演奏出欢快、喜庆的乐章，画面展现出群众美好生活的场景，让公众与农业银行品牌内涵产生强烈的情感共鸣。



农业银行发布全新品牌形象广告片《幸福交响》

动态标识焕新

农业银行品牌焕新还增加了动态标识的创新设计。以数字麦穗为基础图形，标识中的麦穗颗粒、外环图形通过旋转、环绕层层交叠，最终汇聚定格为农行品牌标识，展现出农业银行金融服务的多元性与包容性，更富年轻活力。



农业银行推出动态标识创新设计和农行虚拟数字人——农小耘

品牌焕新就在您身边

围绕“耕耘美丽中国 共创幸福生活”全新品牌口号，农业银行布置了以此为主题的焕新展区，以中国传统刺绣为创意设计手法，让全新品牌口号更加深入人心。展区正面展现了祖国大好山河与百姓美好生活场景，背面通过刺绣丝线，分别引向“乡村振兴、实体经济、绿色金融”三大主题，表现农业银行以三大品牌为支柱，践行责任与担当。

农业银行将品牌焕新展区延伸到全国网点，在网点张贴“幸福花开”窗贴。通过引人入胜的设计，将美丽场景呈现在更多客户眼前。

在此品牌焕新之际，农业银行正式推出虚拟数字人农小耘，运用科技、时尚的创新发布方式，对农业银行品牌焕新整体内容进行解读，向全社会展示农业银行与时俱进的新品牌形象。



农业银行北京京顺支行张贴“幸福花开”窗贴，传递“耕耘美丽中国 共创幸福生活”的美好愿景