

进入2021年，随着监管机构推出一系列政策以重塑信用卡业务在消费领域中的地位，各家主要发卡银行也对信用卡业务的经营策略进行了调整。

在2021年四季度消费旺季到来之际，浦发银行信用卡再度出击，打造全新的数字“66”为统一形象的全量客群全卡消费激励的“66生活”主题营销活动，聚焦“通勤一族、有车一族、吃货一族、血拼一族”四大客群开展深度营销。

此举在加大线上支付交易的同时，也助力线下消费场景的扩张，以提升信用卡交易规模，对消费购买力的日渐恢复起到积极的推动作用。

打造“66生活”，意在强消费场景

浦发银行 | 信用卡
SPD BANK | Credit Card

1/5

66生活

国庆假期旅途有你
多重好礼已备齐!

购车加油
洗车

66购车节，给你一个购车的理由
慢慢挑选，多品牌性价比车型

对于绝大多数用户，公交出行仍然是主流、绿色的方式，这次“66生活”为公交地铁出行也提供了众多“小羊毛”，每笔乘车返1元刷卡金，0.66元浦发信用卡乘车券，为持卡人打造缤纷出行福利。绿色出行，惠而有利，前不久浦发信用卡推出“浦发银联绿色低碳主题信用卡”，成为中国信用卡市场积极参与并倡导绿色低碳生活的实践者，为中国出现更多的绿水青山“加油”。



同样，此次“66生活”主题活动中，亦对持卡用户在购物消费中给予了商圈立减及高额刷卡金权益。持卡人于活动日在支付宝APP绑定浦发信用卡即可享受全国指定商圈指定门店百货类单笔 300 立减66元，餐饮类单笔满200元立减36元优惠。值得一提的是，持卡人使用浦发银行 62 开头银联信用卡绑定“浦大喜奔”APP 付款码在专属指定商圈商户享受上述立减福利的同时，还可在比斯特上海购物村、久光百货（静安）内指定商户门店支付单笔满 3000 元享受立减 266 元优惠。在“浦大喜奔APP”多元商城中，以分期付款购买指定活动专区商品，包括精品数码、创意礼品、美妆个护、家居日用等，精致好物一应俱全，还可获得刷卡金返还奖励。

浦发信用卡在信用卡行业中不断创新，结合当今消费者，特别是年轻持卡一族乐于

接受的时尚、便捷、移动化的消费特征，营造出一个全方位的消费生态圈，推出了集美食、购物、休闲、娱乐等多元化活动，让消费优惠全方位伴随用户身边，随时触手可及到这些超值福利，体现出浦发信用卡深入消费生态场景，深耕以客户经营为核心的普惠权益。

从增量到存量，浦发信用卡“以变应变”

如今，面对着日趋激烈的竞争，信用卡市场已经开始从增量向存量、粗放向精细、线下向移动转变，浦发信用卡以独特的视角审视着复杂多变的消费市场，在众多竞争对手面前，始终如一地坚持消费场景化理念，找到一条适合自己发展的道路。

如今，场景化已经成为消费市场中重要的“诱因”，发卡银行要时刻抓牢持卡用户的消费心理，将产品或服务更贴近他们的刚性消费需求，以此影响到消费者的购买行为。从“五五购物节”到“66夜生活节”，再到“66生活”主题活动，浦发信用卡引燃多个爆款营销活动，将金融业务有机地融入到消费者日益追求的美好生活之中。

不可否认，信用卡市场随着市场竞争日趋激烈，已经进入到存量市场的竞争时代。从“66生活”以及一系列的具有市场影响力的活动中不难看出，浦发信用卡将业务的重点更多着力于存量用户的精耕细作，聚焦优质客群经营，以场景渗透客群驱动消费，让持卡用户潜在的消费需求迸发出来，以差异化服务满足不同客群消费需求，实现促进消费、恢复经济的企业使命。

在消费者越来越注重个性化需求与消费体验的时代，浦发信用卡一直勇于革新，特别是把握新零售时代与深度融合消费场景所带来的信用卡业务经营思想的剧烈变化，以变应变、以变求变。