

消费对经济的拉动不容忽视。2020年尽管受到新冠疫情的冲击，但最终消费支出占GDP的比重仍然达到54.3%，高于资本形成总额11.2个百分点，为近年来的最高水平，今年消费端更是持续复苏之势。在此背景下，交通银行信用卡不断引领移动支付潮流，通过线上消费场景打造和服务升级，完成了移动支付多元化布局，为消费扩容和经济增长注入了不竭动力。

随着一年一度的双十一购物节圆满收官，双十二购物节的接踵而至，年底购物热潮持续升温，今年交通银行信用卡不断出击，陆续推出“嗨购双11”以及“年年奖”2大营销活动，满减优惠和消费返现以极具趣味性的活动方式吸引了庞大的年轻消费群体。

双十一“尾款人”消费惊人，“年年奖”福利再加码

相比以往，今年双十一期间的成交额仿佛都“平静”了许多，尤其是在11月11日当天，不再频繁的更新实时交易额和成交战报。但不管怎么低调，最终公布的2021年双十一销售总成绩都明显超过去年水平，折射出消费活力和经济韧性，期间交通银行信用卡“嗨购双11”活动同样取得了较好的反馈。再战即是双十二，前不久还沉浸在忙碌的双十一抢购中，转眼就被2021余额不足的闹钟叫醒，而对于交通银行信用卡年末重磅“年年奖”活动，也到了最终冲刺阶段。

“年年奖 给你加点年终奖”活动，是在11月1日至12月31日期间，消费者通过趣味性的3重惊喜玩法“夺金冲刺”、“夺金大道”及“夺金行动”收集金币，金币最终可获返刷卡金，交通银行信用卡为参与用户提供了每月1个亿，总计2个亿的刷卡金激励消费者。首先，“夺金冲刺”玩法非常简单，消费越多排名越靠前，则返还的金币数也就越多，最高可返当月消费金额5%的金币，这次双十一消费刷交通银行信用卡的用户排名想必更靠前。即使是错过双十一不用着急，双十二期间仍有冲刺排名的机会。其次，“夺金大道”操作简单且互动性强，无疑将吸引庞大的年轻消费群体，用户每天登录可获得3次掷骰子机会，玩游戏就有机会获最高10000金币，同时完成指定场景消费还可增加掷骰子次数。最后，“夺金行动”完成指定任务均有机会获得相应的金币奖励。

“年年奖”活动收集金币和刷卡金返还两大要素进行线上线下多渠道整合，多样的支付渠道及消费场景形成合力，在设置丰富的场景任务实现相关业务交叉引流的同时，通过趣味互动等游戏方式，迎合年轻人的消费习惯，促进老用户的活跃度，吸引了更多新用户的参与。可以说这次交通银行信用卡的优惠内容覆盖生活消费的方方面面，全新玩法+返现福利足够成为消费者们“买买买”的最强助攻，也体现出交通银行信用卡“方便实惠交给你”的品牌理念。

打造移动支付生态，助力消费升级

从最初PC端下单到现在的手机端“血拼”，消费渠道和场景的不断升级也见证了移动支付的迅猛发展。相较于传统的现金支付，移动支付具有安全、便捷等优势，如今正加速渗透至人们日常生活中的各个领域，不仅是在“618”“双十一”等电商平台的购物狂欢中有较多应用，在诸多小额便民的支付领域，移动支付的使用频率也越来越高。根据央行发布的《2020年支付体系运行总体情况》，2020年银行共处理电子支付业务2352.25亿笔，金额2711.81万亿元。其中，移动支付业务1232.20亿笔，金额432.16万亿元，同比分别增长21.48%、24.50%，增幅较大。

一直以来，交通银行信用卡不断引领移动支付潮流。早在2017年，交通银行信用卡便率先在业内将信用卡产品全面迁移至移动端，并将支付能力延伸至市场上所有具备支付功能的APP、智能手机，以支付速度为抓手，持续加码轻量化支付能力。如今，交通银行信用卡已打通与支付宝、微信、京东、美团、饿了么、抖音、拼多多等主流平台的互动边界，快速完成线上线下全场景无障碍支付。

以“惠绑卡”为例，即日起至2022年3月31日，微信支付首绑卡得8元立减金；即日起至2021年12月31日，支付宝首绑卡立减8元；就“惠网购”而言，京东首次绑卡立减10元，饿了么一分钱购5元专享券、满100就减50优惠券，拼多多首绑享满5.01元立减5元，美团支付首绑立减5元，抖音支付首绑立减最低6元。此外，苏宁支付、小米、唯品会、每日优鲜和优酷会员也有优惠活动；在“惠旅游”栏目下，即日起至2021年11月30日，携程首绑卡立减20元。通过加速布局移动支付，交通银行信用卡不仅能让消费者享受到海量的优惠福利，让消费更具性价比，也大大提升消费者用卡便利度，更加节省时间，增添了购物乐趣。

深耕场景，“金融+生活”生态圈

不可否认的是，尽管我国信用卡发卡规模持续增长，但近年来增速明显回落，信用卡市场的发展重心正由增量规模向存量服务转变。因而在这一阶段，场景精细化运营是信用卡业务发展的突围之路。近年来交通银行信用卡不断深化与各领域商户的合作，关联消费者的衣食住行等方面，与出行、餐饮、超市、汽车、娱乐、电竞等各类生活消费场景加深对接，让更多人可以随时随地通过移动支付完成日常消费，实现了信用卡从“支付工具”到“生活助手”的转变。

在生态圈建设方面，交通银行信用卡进行了大量成功实践——联合京东商城、京东支付共同打造“交行京东年货节”，与美团、大众点评平台合作的“五五购物节”；携手天猫和支付宝，在99划算节以及双十一购物节期间给持卡人带来海量优惠；积极推进市民省心就医，率先推出的“信用就医无感支付”服务；此外，交通银行信用卡携手中国银联，在行业首创扫码的移动分期支付产品——扫码分期，打破了沉寂已久的信用卡分期市场。当然，交通银行信用卡还携手洛天依、王者荣耀职业联赛、中铁网络、饿了么等，深耕消费市场，推出各类主题信用卡，并不断打磨“

超级最红星期五”、“周周刷”等备受好评的经典营销活动。与当前正火热进行中的“年年奖”一样，都体现了交通银行信用卡持续挖掘并满足客户对美好生活的需求。

目前，交通银行信用卡完成了金融消费的闭环，不仅带来了优质的消费服务，更为商户和消费者带来了海量福利。未来，交通银行信用卡将继续坚守“方便实惠交给你”的品牌理念，紧盯移动支付，深耕金融服务场景和内涵，进一步助力消费升级，在点滴积累中为消费者带来了实实在在的方便与实惠。

作者：周艾琳 责编：高莉珊

来源：第一财经