

Z世代在当今社会的存在感越来越强。

强到你会很快被他们的磁场吸引过去，强到你会认为这群年轻人正在改变世界。他们以前所未有的勇气和自信，“绝不容许乏味和单一占领”的切面生活让人们看到了当代新青年更多打破边界的定义。

Z世代有着自己独一套的消费方式，追求自我、追求热爱，愿意为爱发电，也就是所谓的悦己付费。感性&理性的并存，也让他们越来越追求能够在更高维度产生共振的人和物，而不仅止于功能性价值。他们有着强烈的表达自我和认同自我身份的需求，换句话说，他们的热爱构建了一个新的消费时代。于他们而言，为自己的热爱消费，展现的是自己的态度。

拥有一张信用卡，已经成为许多年轻人解锁新身份、开启生活新篇章的仪式之一。而作为人生中的第一张信用卡，选择谁，同等重要。路遥知马力，日久见信用。第一张信用卡，它是一种社会信用存储，更是一种陪伴，也是这届年轻人撬动未来第一杠杆的支点。

从寻找共鸣到获得认同，可以说是许多品牌宣传中抓住年轻人的秘钥。

近日，浦发青春信用卡（毕业生版）以“无限出色”和毕业生群体来了一场关乎“陪伴成长”的相遇。浦发信用卡选择用“陪伴成长”与年轻人对话，一上市便引爆年轻人的围观，找到了与他们对话的窗口，其背后是洞见了这届年轻人的真正需求：陪伴成长。



毕业生专属礼

新的起点，无限可能

活动时间 2021年6月11日-2021年8月31日

活动对象 浦发青春信用卡且未完成毕业登记的持卡客户

活动期内，浦发银行青春信用卡持卡客户，绑定浦发信用卡官方微信公众号搜索“青春卡成长平台”录入您的单位信息及上传已签署的《全国普通高等学校毕业生就业协议书》或加盖公章的工作证明，通过审核并完成任意金额交易1笔，次月15日10点至25日24点期间可通过浦大喜奔APP在以下礼品中任选其一领取：

-  **1000元分期立减券**
500元分期立减券两张
-  **腾讯视频VIP年卡**
-  **Agnes.b拉杆箱**
-  **安德玛运动套装**

活动领取路径：浦大喜奔APP  搜索“我毕业了”

与其说它是一张信用卡，不如说它是解锁人生成长路上一道道关卡的钥匙，始终陪伴成长。浦发信用卡此次面向这届毕业生的青春信用卡的实践，恰恰印证了Z世代不再为同质化的营销、产品买单，而是会关注有个性或特殊意义的事物，用自己的热爱构建了一个新消费时代。浦发信用卡以“陪伴成长”与毕业生群体实现同频共振，打造品牌忠诚度。在年轻人营销层面，不得不说浦发信用卡的前瞻性洞察是其创造出品牌差异化价值的底气，以融入心智为前提，链接情感共鸣为矛，锁定生活场景为盾，不断探索与年轻人对话的精准语言和场景。

“品牌不是产品固有，而是与消费者对产品的感知属性共有的。”对信用卡而言，同样适用，如果说以往信用卡是权益、服务以及性价比取胜，那么未来，将更多是基于陪伴成长的习惯性思维，即所谓的“品牌忠诚度”。

青春是不该被定义的，站在新的起点，未来有无限可能，而创造这个无限出色的“可能”的杠杆，浦发青春信用卡是一个不错的选择，这是浦发青春信用卡与他们的对话，也是站在人生新起点，见证这届年轻人的自我期许。

浦发青春信用卡（毕业生版）用“长情”隔空对话Z世代：人生可以用一份热，发多份光。对于刚刚踏入社会的这届毕业生而言，一张信用市场的入场券已经握在手中，何不再次出发，开启一场关于成长陪伴的信用体验之旅。

从浦发青春信用卡（毕业生版）的实践来看，于品牌而言，把握潮流，便可自成焦点，每一道奔涌的波浪，终成浪潮。新生力量是为爱发电的一代，新的消费理念、消费习惯已经悄然呈现，未来的消费市场中，这种新的消费趋势将会成为主潮流，有个性、有创意、有相同价值认同感的品牌，也逐渐会成为更多人的选择。就品牌策略层面的人设搭建而言，未来想要成为什么样的品牌与当下想要在年轻人面前塑造什么样的人设，紧密相连。

浦发信用卡在“年轻人营销”这条路上，以共情赢共鸣，走出了一道专属风景，解锁了陪伴Z世代成长的新姿势。

编辑 李薇佳 校对 李世辉