

又是一年岁末至，最是情暖岁寒时。随着元旦和春节临近，辞旧迎新的气氛逐渐浓郁，信用卡机构也为消费者送上了多重好礼，比如添福运的红包惊喜、加倍的积分福利、满额立减的购物实惠……近日，浦发信用卡发挥消费惠民效能，为持卡人准备了“66生活 惠享新年”岁末年初系列活动，覆盖线上线下多维场景，一举拉开年度压轴暖冬好礼回馈帷幕，传递“坚持服务人民支付消费需求、让金融更好惠及民生”的普惠理念。

年年岁岁，岁岁年年。变化的是活动，不变的是浦发信用卡对服务消费者的“三心”的坚守——用“安心”的优质产品，提供“舒心”的便捷服务，一路“暖心”相伴，让消费者切实感受到“有温度的金融”；同时也为扩大内需战略和新发展格局贡献更多浦发力量。

权益多多，伴消费者“安心”过新年

开放堂食、发放消费券、打折促销……近日，多地推出了元旦、春节促销活动，满足消费者多样化需求，推动线下消费市场复苏回暖。

作为广大群众使用最广泛、最能触达民众生活的金融产品之一，信用卡能有效发挥金融“活水”作用，为消费市场增添活力。浦发信用卡通过投入，为消费者打造了一系列令人安心的产品，在为持卡用户送出覆盖各个方面消费福利的同时，也有效连接商户与消费者，进而活化市场。

比如，面对日常刷卡回馈，打造“超6红包”主题活动，涵盖“超6红包”“超6盲盒”“超6日”“超6打卡”四个玩法，既有普适性的消费满16元获得红包的奖励，又有高额随机刷卡金或积分；另外，活动期间，每月6号、16号、26号，持卡人进入“超6日”活动专区，即可成功领取一个“超6日”权益。

除了红包外，为了让更多长期支持浦发信用卡的持卡人感受到满满诚意，浦发信用卡还精心设计了“超6积分”活动，联合六大快捷支付渠道为消费者送上6倍积分，持卡人每月最高可获赠18万积分，单渠道每月最高可获赠6万积分。充分考虑到持卡人在年底的购物消费需求，持卡人在多家大型互联网电商平台绑定浦发信用卡支付，最高可享立减666元重磅优惠。此外持卡人在指定活动商圈，可享满额最高立减66元的优惠，在指定商户消费，最高立减266元。

与此同时，浦发信用卡持续围绕消费客群的出行等日常生活，在通勤服务方面大幅让利，送出专属回馈好礼——“66折停车”。持卡人使用浦发信用卡微信支付可享停车66折优惠。以及分期购买指定新能源车，可获赠最高1666元刷卡金。

整体来看，浦发信用卡此次营销活动覆盖范围更广、含金量更高、普惠力度更大，

致力于惠及更多消费者，挖掘更多元化的持卡人福利。从出行、娱乐、购物出发网罗实惠权益，为消费者提供全方位多维度的安心服务。

创新延续，让消费者用得“舒心”

如果将时间的维度拉长，不难发现浦发信用卡的岁末年初回馈活动已持续多年，就如同是与消费者每年一度的约定，用创新和普惠迎接新年的到来。

比如，2020年年末，浦发信用卡打造了覆盖“衣食住行”的丰富活动内容，深度切入用户的消费场景，精准捕捉各个消费场景的需求痛点；2021年年末，浦发信用卡又隆重推出“66生活-岁岁欢喜，虎虎添益”为主题的岁末年初活动，包括“商圈满减”“早安浦发消费券发放”“支付立减”在内的众多福利特惠都深受持卡人喜爱，覆盖线上线下多场景，释放消费潜力。

从上述动向中可以看到，近年来浦发信用卡对持卡人消费体验越来越重视，并将优惠体验逐步扩大化，不仅覆盖传统的线下渠道，也涵盖线上平台，依托线上线下互通优势，不断推陈出新，构建消费金融共赢生态，提升普惠可获得性。

这一切的动力皆源于浦发信用卡对持卡人“舒心”消费的追求。随着数字化技术普及，消费市场呈现出数字化、个性化、多元化发展趋势。有分析称，随着受理端移动化和智能化程度的提升，消费者用卡场景和使用习惯不断变化，线上支付也日益成为信用卡未来运营的主战场。

对信用卡而言，创新举措正是为了让消费者获得更好的金融服务。尤其是服务渠道向互联网平台倾斜，不仅符合消费金融的新趋势，而且更能让广大持卡人充分享受到各种便捷，大大提高了用卡体验。显然，浦发信用卡在这方面已走在了前面，除了为消费者提供种类丰富的优惠外，还在提升用户互动体验方面下足了工夫，比如在浦大喜奔APP及官方微信客户端开辟一站式活动专区，让用户随时随地可享受移动金融新生活。

在丰富的线下商业场景以及领先的数字化基建的共同作用下，浦发信用卡深耕客户需求，创造消费环境，打造全新的用卡体验，以个性化、差异化的客户服务策略，直击用户刚需；与此同时，依托金融科技的优势，浦发信用卡把握时机，搭建场景、智能与服务的消费闭环，让信用卡不再局限于支付工具，而是成为持卡人的“舒心助手”，于日常消费中陪伴持卡人度过每一天。

“暖心”相伴，与消费者一路同行

安心的产品与舒心的服务，成就了“66生活”的品牌形象，也成就了浦发信用卡的

暖心相伴。包含年末活动在内，今年以来，从自有策划“浦大喜奔66消费节”，到三度联手上海市消费节庆活动“五五购物节”“六六夜生活节”，再到全国范围内的双十一电商购物节，浦发信用卡围绕“66生活”推出了系列活动，从购车用车、商圈购物、餐饮美食到电商消费，以全场景、多维度的“一站式”消费优惠普惠持卡人。浦发信用卡着力打造“66生活”品牌。在每一个重要节点和标杆活动中，都以金融普惠的方式深度参与其中。

从内容上看，“66生活”覆盖了多圈层的消费触点，既有针对全体持卡人的优惠活动，也有针对年轻群体的专属福利，既有线下策划，也有更贴近潮流的抖音等线上策划，以此构成多元而统一的活动框架。

金融服务民生是支持实体的重要落脚点。浦发信用卡以“66生活”为突破口，以“普”和“惠”为抓手，带来暖民心、惠民生的金融举措，切实满足了广大人民群众用户对于美好生活的需求、品质生活的追求。对持卡人而言，享受的也不再是冷冰冰的产品，而是更懂他的陪伴服务。正如“66生活”的寓意一样，让生活六六皆顺。

当前，消费市场运行稳中有升，明年经济工作要从战略全局出发，从改善社会心理预期、提振发展信心入手，纲举目张做好五方面重点工作。其中，“着力扩大国内需求”被摆在五大任务之首，并特别强调“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”。

面对规模稳步扩大、结构持续优化、新业态新模式快速发展的消费市场，作为消费金融服务市场的主要参与者，信用卡机构将迎来新的发展机遇。在这一阶段，谁与客户走得更近，谁就能跑得更快更远。之于浦发信用卡而言，对“三心”的坚守将成为它的制胜法宝，在为自身产品和服务创新带来新机会的同时，也为经济社会高质量发展创造更大的价值。

编辑 王进雨 校对 赵琳