

经历疫情波动的上海，正在逐步恢复往日的烟火气。5月29日，上海发布《上海市加快经济恢复和重振行动方案》(下称《行动方案》)，按下“重启键”，用一套前所未有的“组合拳”，帮助上海经济尽快恢复元气。

作为“三驾马车”之一的消费，是这套“组合拳”中的关键一环，上海明确，将以节庆活动为契机促进消费，以此提振消费信心。而当物流运转、快递加速，即将到来的618消费大促被赋予更大的期待：一方面，近两个月“慢”下来的生活，市民被压抑的消费需求急需得到释放，而另一方面，随着产业链供应链的快速回暖，商家则希望以一场大促来“满血复活”，守“沪”烟火气。

在这场供需双方都渴求的消费节庆中，金融力量是有力的链接者，更是“催化剂”。浦发银行卡中心敏锐捕捉到客户的需求，抓住618的消费结构变化及场景契机，及时调整营销策略，通过消费金融的能力“织网”，并同步推出系列绑卡消费优惠活动、“超6红包”以及浦发美国运通人民币卡基于淘宝、京东的满减消费等一系列活动，用金融“活水”激活消费能量，在促进消费恢复过程中发挥更大价值。

复商复市正当时，烟火气回来了

在上海刚刚发布的《行动方案》中，“大力促进消费加快恢复”是重要的一个板块，以大宗消费为抓手拉动消费、完善消费供给保障体系、以节庆活动为契机促进消费、支持文创旅游体育产业发展.....上海从四个不同的维度下手，点燃消费热情。

在更多微观而细小的环节里，都能看到这座城市的苏醒。6月1日起，上海有序恢复住宅小区出入、公共交通运营和机动车通行，这是人的流动；数以万计的工厂逐步复工复产，神经末梢的快递网点复原，大部分商业综合体在6月1日归来，这是产业链的运转.....这座城市，正快速积攒着力量，全力刺破过往两个月来的静止。

消费者的需求，亦发生了明显的变化。4月初，人们的生活以基本民生保障物资为主，而如今，上海已然跨越了保供阶段，转向商业恢复期。街头，当越来越多的商业综合体亮灯了、品牌商家开业了，一方面，扩大了消费半径，增加了消费选择的空間，另一方面，也让更多消费者从特殊状态下的线上消费转移到线下消费场景中。夏日的第一杯奶茶、午后的第一口蛋糕.....它们代表着是消费需求快速向品质生活迈进，是这座城市烟火气的回归。

随着社会运行的有序放开，上海正在恢复它应有的模样。复商复市正当时，浦发信用卡中心认为，在当下这个阶段，市民不仅消费需求迅速回升，消费能力迅速回弹，而且经过疫情，还会出现消费结构性调整，比如在家用电器、餐饮消费、美妆护肤、电子消费品等场景，均会出现不同程度的报复性消费，而即将到来的618将是一个消费补偿的重要契机。

而从京东刚刚发布的数据来看，提升家庭生活品质的产品及服务受到消费者青睐，家用电器整体预售订单金额同比增长200%，其中大量订单来自上海——从侧面印证了消费复苏的速度。

消费金融成链接者，精准洞察提振消费

在消费端，是蓬勃复苏的巨大消费需求；在商端，则是复工复产带来的供应链修复。供需双方加速对接，年中的618将成为促进消费回补的重要平台。为消费注入更多金融动力，浦发信用卡瞄准关键时机，有前瞻性地策划了多项活动，除了延续以往的普惠活动之外，也针对今年变化的市场环境做了针对性的调整，助力上海经济强力复苏。

解构浦发信用卡的618系列活动，最大的特点是全方位、多平台地构建起“消费金融圈”。今年，浦发信用卡与京东、抖音、拼多多、美团、苏宁五大电商合作，推出绑卡消费优惠活动。比如在京东618期间，开展首绑立减6.6元、随机立减最高66元活动，通过优惠吸引客户使用浦发信用卡结算，提高交易频次。在抖音平台，消费满1000元立减66元，满199元随机立减最高66元等优惠。

针对618大促的特点，浦发信用卡还从提升“消费可及性”下手，用金融激发消费潜力。在浦大喜奔APP平台或浦发信用卡官方微信，超级666之“超6红包”的活动已经上线，持卡人可进入“每日任务”活动页面领取一个交易任务，根据任务提示完成后，即可领取随机金额刷卡金，最高可获得618元的奖金。这种更有趣、更有交互感设计的红包游戏，更符合年轻人的喜好，在买买买的同时享受额外惊喜。5月31日晚18:00到23:59分，更是有超级666之“超6积分”额外赠送，持卡人在交易统计期间使用浦发信用卡通过指定快捷支付即可享6倍积分，最高可得66666额外赠送积分。

考虑到消费者对于家电消费、美妆护肤、电子消费品等大额消费的“刚需”提升，浦发信用卡还有针对性地提供服务，推出一些大额消费满减以及叠加活动。比如，在京东平台就可叠加大额满减活动，满2000立减16-66元，拉动618期间的大额交易。更有针对淘宝的大额可“分期支付”商品，推出分期满减红包，通过支付宝APP领取，可享满减300-20元的优惠。

去年浦发信用卡在全球首发浦发美国运通新贵卡(人民币卡)，从当前年轻客群需求导向出发，提供优质消费体验。在今年的618大促中，针对Z世代的消费回补，抓住更有活力的年轻人消费。

可以说，电商平台节日为消费复苏提供了趋势走向与场景契机。解构浦发信用卡这一连串的618活动策划，足以看到浦发对于消费市场复苏的信心，在精准把握消费

洞察的同时，主动抓住机遇，并同步在实践中转变思路，寻求最佳应对策略。

在战“疫”中显担当，暖心守“沪”消费复苏

无论在战“疫”过程中，还是在疫后的消费复苏期，浦发信用卡依托敏捷的金融能力、普惠的金融服务，在关键时刻努力成为消费者信赖的代名词，尽自身所能，在经济发展、消费促进等方面发挥最大价值。

作为普惠金融的重要组成部分，消费金融是浦发信用卡的强项所在。在消费端，浦发信用卡向上调动各类资源优势，向下则覆盖庞大消费群体，有能力为用户、合作伙伴以及社会大众创造更大的价值，整体促进消费升温，为经济复苏建立信心。

这也体现出浦发信用卡的责任与担当。通过金融促进消费者、平台、商家的全面对接，消费者可以得到实实在在的刷卡实惠，而参与618的品牌方则可争取到宝贵的时间窗口，迅速回暖业绩冲出阴霾。从这个维度来看，以浦发信用卡为代表的金融力量，也是企业发展的“稳压器”。

事实上，暖心守“沪”，聚焦疫情期间持卡人的金融需求和实际问题，浦发信用卡此前已推出延期还款、开通绿色通道等多项服务，暖心陪伴持卡人，解决用户的燃眉之急，以金融服务支持抗“疫”。

离市民生活最近的信用卡，是金融服务激活消费市场潜力的“鲶鱼”。在上海“点燃”烟火气、生活回归美好的当下，浦发信用卡结合自身业务发展特色，策划一系列618营销活动，是守“沪”消费复苏的暖心之举，也为进一步促进消费升温、激发消费活力提振了信心。