

浦发信用卡“浦大喜奔66消费节”，助力加快经济恢复和重振—— “浦”惠消费，“发”现美好生活

6月1日起，上海全面恢复正常生产生活秩序。复工复产、复商复市迈入新阶段，城市快速恢复着活力，美好生活的烟火气归来。

复工了，就要全力加速跑。5月底，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》），涉及8个方面50条政策，其中“大力促进消费加快恢复”是一大重要板块，通过拉动“三驾马车”之一的消费，带动投资、出口快速回暖，努力稳住经济基本盘。

全力守“沪”上海复工复产，浦发信用卡以积极的姿态，快速落实响应政策措施，在极短时间内调动多方资源，策划了“浦大喜奔66消费节”。这一活动不仅“周周不重复，日日有惊喜”，而且覆盖商圈商户活动、出行活动、购车等多个维度，就像活动口号——“浦”惠消费，“发”现美好生活，浦发信用卡希望用消费金融独特的活力、感染力和渗透力，提振消费信心，全力以“复”，促进经济加快恢复和重振。

第一时间响应： 回应城市线下复苏的 温度与速度

上海城市烟火气的逐步归来，从这座城市线下商业的有序开放中可见一斑：6月1日以来，在市区各大重点商圈，很多商业综合体都逐渐恢复线下营业，一些商场的开业率超过九成；在大街小巷，咖啡店、书店、菜场都陆续回归，定格生活的美好；走街串巷的骑手，外卖选择变得越加丰富，那是餐厅开灶营业的标志。

快速聚拢城市的烟火气，离不开各方的支持。上海在《行动方案》中，明确提及“以节庆活动为契机促进消费”，并在全市层面推出了一系列支持政策。在这一背景下，浦发信用卡中心在金融机构中率先响应政策号召，第一时间策划、发起了“浦大喜奔66消费节”活动。可以看到，从上海全面恢复正常生产生活秩序，到浦发信用卡策划出周密详实的“浦大喜奔66消费节”，几乎是无缝衔接，行动力极强。

除了速度快，浦发信用卡所推动的“浦”惠消费也十分贴心，场景的选择与消费回归几乎“同频共振”。以5

月31日到6月5日的第一轮周期的活动为例，无论是与各大快餐连锁品牌合作的“快乐吃鸡”，还是开工的第一杯咖啡，又或是全国优质商圈活动的买买买，都直击消费者报复性消费的“重点项目”，体现出浦发信用卡在策划活动时的贴心。

不仅如此，以金融促消费的力度也足以让人心动。以上海人最爱的咖啡为例，有每周六满66元立减16元的优惠活动、还有40元即可购买50元的代金券权益活动（周三还享66折优惠），涉及品牌涵盖星巴克、%Arabica咖啡、皮爷咖啡、Tims Coffee、Seesaw Coffee。有消费者表示，这些咖啡品牌囊括了上海的网红咖啡品牌，触达面极广，让消费“触手可及”。

贴心的“浦”惠消费，背后体现的是浦发信用卡的判断力，正是因为能精准洞察城市“醒”来后的消费喜好和消费结构变化，才能有的放矢地策划活动，推动消费力稳步复苏。

多轮周期联动： “一揽子”营销为美好 生活加分

复工后的第一杯咖啡、第一口

炸鸡，只是“浦大喜奔66消费节”活动的一个精彩开端，在陆续推广的活动中，浦发信用卡结合消费结构的变化，踩准时间节点，每周都会策划吃什么、喝什么、逛什么，层层深入。“一揽子”密集营销背后，规模庞大却不杂乱，重点活动可圈可点，称得上“周周有活动，日日有惊喜”。

从时间的纵轴来看，浦发信用卡的营销活动层层递进，策划中更蕴藏内在逻辑。比如，第一周的策划，就结合市民刚刚走出社区的心态而设，炸鸡和奶茶代表简单的快乐；第二周的营销则从火锅烤肉嗨起来，奶茶甜度加起来等维度，展现出人们逐步恢复生活日常，加速餐饮类报复性消费的脚步；第三周的活动恰逢618的重要时间节点，浦发为此策划了“母婴亲子+健身达人”的专场，在线下同步叠加更多实惠；第四周的四海美食与美妆达人，是生活如常的体验；而第五周7月正值上海的暑期，浦发策划了夏日清凉主题，从吃、喝、逛三个维度“消暑降温”。

浦发信用卡的强大策划和组织能力，则体现在每一场细分活动的专业度上——主题聚焦，渗透力强。在第二周的“逛什么”板块，策划了“商超便利随心逛”主题，包括

永辉生活、沃尔玛、麦德龙、家乐福、便利蜂、罗森、全家等全国商超便利店都可享9-9.5折购机优惠，另外大润发、欧尚、世纪联华等全国商超的支付满减活动也即将上线，几乎将上海乃至全国的超市和便利店一网打尽。在第四周的“美妆达人”主题中，浦发的活动又一举网罗了MUJI、名创优品、屈臣氏等传统品牌，以及KKV、调色师、X11、KK馆等潮流美妆集合店，“浦”惠力度大，触达范围广，有效助力消费回暖。

从政策回应的维度来看，不少策划十分贴合《行动方案》的走向。《行动方案》中提及，“实施家电以旧换新计划，对绿色智能家电、绿色建材、节能产品等消费按规定予以适当补贴”，可见绿色消费是此轮消费复苏中的升级换代趋势。将政策积极落实到行动中，浦发信用卡在策划中提出了“绿色低碳项目-绿色商圈活动”，从5月14日至8月31日期间，浦发信用卡持卡人可通过“一点万象”APP购买指定绿色低碳认证商圈的相关权益，可享受单笔实付金额66折优惠。

有分析人士认为，浦发信用卡的这场营销活动犹如一场刺激消费的金融“及时雨”，不仅有整体策划，更有内在逻辑，贴合政策导向，有助于带动形成消费热点。

全面场景覆盖： 以金融能量守“沪”经 济基本盘

一切消费源自场景链。只有契合多场景消费需求，迎合多圈层消费喜好，以更加润物无声的方式来带动消费，才能有效连接用户与商户。

从覆盖面的横轴来看，在陆续推广的活动中，浦发信用卡的业务内容正契合多场景消费需求，包括商圈商户活动、公交停车等出行活动、购车、观影活动等，覆盖吃喝玩乐逛等多场景消费需求，丰富程度极高，能有效贴合持卡人消费需求，全方位助力消费复苏，以消费链带动产业链跑起来。

以商圈为例，浦发信用卡抓住消费力最集中，也最期待复苏的核心场景，集中推出全国优质商圈活动。特别针对上海地区，浦发信用卡在6月中下旬联动北外滩福士、上海瑞虹天地、晶耀前滩等消费地标，推出微信支付满200元立减66元的大力度促销，吸引消费者回到商场。全国范围内，华润商圈、K11商圈等同步推出消费优惠活动，全力促进消费回暖。

除了覆盖线下消费，浦发信用卡同时渗透线上消费场景，推出“超级666”

系列活动。活动包含使用浦发信用卡并通过指定快捷支付可享6倍积分，最高可获得66666额外赠送积分的“超6积分”活动；同时还有消费即有机会获得最高66元刷卡金的“超6日”活动；以及可获得奖励翻倍机会的“膨胀红包”活动玩法，有趣有“惠”。

要做到全场景覆盖的声势和力度，得益于浦发信用卡的金融调动能力和资源链接能力。多年来，浦发信用卡的业务一直深耕以上海为龙头的长三角地区，覆盖全国，挖掘信用卡业务普惠金融的特点，一边链接数以千万的用户，形成潜在消费的聚合能力，另一边则调动商户资源，进行有效整合赋能。通过消费金融的纽带，有效连接用户与商家、企业，帮助企业通过复工复产自我纾困解难，提升对未来发展的信心。

上海，正在全速恢复熟悉的模样。《行动方案》的50条措施，无论是“大力促进消费加快恢复”，还是“加强投资项目要素和政策支持”，无不金融行业积极发挥作用、提供资金支持，为经济恢复和重振注入活水。在消费恢复的关键时期，浦发信用卡立足企业责任和社会责任，策划了一场大规模、立体化的营销活动，就像其提出的口号——“浦”惠消费，“发”现美好生活，以金融能量为广大用户、合作伙伴以及社会大众创造更大的价值，全力守“沪”经济基本盘。

浦发银行信用卡
SPD BANK Credit Card

浦大喜奔66消费节

浦惠消费
发现美好生活

登录浦大喜奔App
开启你的66消费节