

国庆将至，已有不少银行趁节日之势，提前推出信用卡优惠活动。

9月26日，北京商报记者注意到，农业银行、邮储银行、柳州银行、瑞丰农商行、萧山农商行等近期纷纷上线信用卡国庆优惠活动，持卡人使用信用卡在特定平台或场所消费，即可参与满减优惠或抽奖活动。

值得一提的是，不少信用卡活动的优惠券需要通过银行自营App渠道领取，在分析人士看来，银行借国庆信用卡优惠引流自营App，反映出银行信用卡App背后日益激烈的市场竞争，但节日营销主要起到阶段性的获客及活客作用，后续的客户留存和转化则是关键所在。



以邮储银行为例，该行推出的信用卡国庆节加油类特惠活动，需要持卡人通过邮储信用卡App参与0.01元购“满200减30”支付宝红包券，才可进一步通过支付宝绑定邮储银行信用卡享有优惠。

光大银行郑州分行推出的信用卡活动则需要达到一定消费额的客户通过阳光惠生活App才可参与1元购电影小镇门票活动；建设银行南昌分行联合南昌总工会面向南昌职工卡持卡会员推出的“国庆超值献礼·抽51-50元建行信用卡满减券”活动，也需要下载并绑定建行生活App才可使用。

在博通咨询金融业资深分析师王蓬博看来，银行借国庆活动引流自营App反映出当下银行对自营App运营的重视，尤其是对私域流量的重视，越来越希望摆脱对外部

平台的流量需求，转而深耕自身对用户和场景的触达渠道。

从2022年上半年数据来看，上述银行自营App活跃度还有进一步提升空间。例如，报告期内，光大银行旗下的阳光惠生活App月活用户为1152.32万户，较年初减少307万户。建设银行旗下的建行生活App截至6月末日活跃用户数约400万户，较上年末虽增长190万户，但平台流量规模与市场口碑仍有待进一步提升。