

6月1日，建设银行“龙卡信用卡66节”启幕。作为建行信用卡品牌主题活动“优惠666”的年度重头大戏之一，此次“66节”的举行正逢上海等地疫情防控向好之时，在强化过往活动“普惠”属性的基础上，结合疫情防控需求及疫情后的消费释放需求，今年的活动优惠力度更大、覆盖领域更广、延续时间更长，力求进一步拉动内需回升，促进消费复苏，发挥金融力量全力支持复工复产、复商复市。

普惠力度加码升级，服务消费复苏

“龙卡信用卡66节”是建行信用卡在每年6月举办的品牌活动节。首次“66节”于2021年6月6日举办，当日推出多项优惠折扣，受到持卡人的热烈响应。今年的“66节”活动则从6月1日起开展至6月30日，持续整个6月，覆盖商户含购物、餐饮、出行三大品类，以线上支付方式为主打，涵盖线上线下多个场景，包括衣、食、住、行等持卡人日常生活主要消费领域。具体是，购物类方面，包括京东商城/京东到家、美团平台6.6折至高减36元，苏宁易购6.6折至高减116元，全家罗森便利店6.6折至高减6元，永辉6.6折至高减16元；餐饮类商户方面则包括麦当劳、来伊份6.6折至高减16元，瑞幸咖啡6.6折至高减6元；出行类方面则提供了12306火车票6.6折至高减16元、携程6.6折至高减66元的优惠。

特别值得注意的是，今年“66节”活动大部分都没有设置消费门槛，无论消费多少金额，持卡人都可以享受6.6折优惠，活动的惠及面进一步扩大，让更多持卡人进一步享受到实实在在的优惠。

可以看出，伴随着部分地区疫情阴霾渐渐散去，复工复产推动经济稳步回暖，此次“66节”相较往年，活动优惠折扣力度更大、覆盖面更广，持续时间也 longer，必将有力地发挥信用卡在支付端、消费信贷端紧密连接民生的优势，在支持所涉及行业领域商户复工复产的同时，更好地服务消费复苏。

立足“优惠666”品牌，站在助力消费第一线

促进消费需求释放、助力社会复工复产复商市、普惠广大消费者的“龙卡信用卡66节”，是建行“龙卡信用卡 优惠666”品牌活动的落地和延伸。

“龙卡信用卡 优惠666”是建行信用卡于2021年全新升级推出的主题活动品牌，其前身为“龙卡星期六”营销活动。“龙卡星期六”经过多年深耕，为品牌积累了良好的口碑，同时，“6”也与建行信用卡品牌建立了深度关联，成为建行信用卡各类营销活动的核心要素。

为了给用户带去更加普惠、随时可得的用卡体验，建行对“龙卡星期六”品牌进行了升级打造，并对品牌内涵进行了进一步拓展，取朗朗上口的网络化语言“666”

，推出“龙卡信用卡 优惠666”全新品牌。建行将“666”运用于信用卡营销活动品牌主题上，表达了为客户打造精彩用卡体验的初衷，也体现了着力拓展年轻客群，持续强化品牌年轻化建设的理念。

2021年下半年以来，建设银行持续围绕“优惠666”主题推出了一系列释放消费潜力、促进经济内循环发展的品牌活动。活动涉及淘宝、京东、美团、永辉超市、拼多多、苹果、小米、华为、苏宁、国美、中石化、携程等各行业头部企业和高流量平台商户，涵盖餐饮美食、时尚购物、娱乐休闲、商旅出行、生活服务等客户日常消费的主要场景，涉及支付绑卡、消费促销、分期信贷等多个方面。同时，建行信用卡根据不同地域特色，在各地因地制宜开展“‘龙卡信用卡优惠666’商圈购物节”活动，联合家乐福、万象城、苏宁广场、海南免税店、日上免税店等大型商户推出各项优惠活动，使建行信用卡普惠服务深入全国各地。

擦亮金字招牌，打造好用的信用卡品牌

“十四五”规划将“全面促进消费”写入文件。消费在国民经济中的重要性进一步突出。多年来，建行信用卡持续立足扩大内需，服务亿级客户美好生活需要，深耕消费客群，深耕生态场景，多措并举拉动消费增长。“龙卡信用卡 优惠666”品牌活动及“龙卡信用卡66节”即是其助力消费潜能激发，特别是提振疫情下疲弱内需的有力举措之一。据统计，近三年来，建行信用卡累计拉动消费近10万亿元，有效促进内需，支持服务实体经济发展。

“未来，我们将进一步致力于通过品牌营销活动的深耕打造，服务国家消费转型升级和人民美好生活需求，打造全球好用的信用卡品牌。”
建行信用卡中心负责人表示。