

“国潮风”作为中国传统文化与国际时尚潮流碰撞的产物正在强势崛起，这一现象的背后是传统精神和文化自信的沉稳复归。如何将传统文化理念创造性地融合到各行各业的具体实践中，如何将文化的力量传递给更多的消费者，助力人们构建美好生活？近日，广发信用卡举办发布会，正式推出广发文创卡系列产品，为这一问题的解答提供了一个信用卡行业的答题思路。该系列产品根据各城市地域特色设计了不同卡板，消费达标还可0元兑换文创礼品，可谓是广发信用卡主动拥抱新形势下的95后消费市场的又一创意举措。



## 十多种卡板可选 时尚国潮演绎城市特色文化

据悉,广发文创信用卡杭州版已于7月29日上线,此次推出的主题卡板分别有5款基础版“文创卡”、3款南京版“城市文创+卡”、3款重庆版“城市文创+卡”,卡面分别有喜上梅梢、嘻哈财神、百鸟凤凰、嘻哈门神、黑金山水、南京风情、瓦当六朝、塔映金陵、火锅文化、礼堂剪影、洪崖夜景等11种图案,嘉兴、贵阳、赣州、上海、福州等地的特色卡板也将陆续推出。文创系列卡均以中国传统文化元素设计,兼重气质颜值和文化内涵,凸显城市主题,彰显国潮风范。

在功能权益上,根据权益规则,成功申请广发银行文创信用卡的持卡人,只要在卡片激活后90天内消费满3笔,且每笔金额 $\geq 88$ 元,不限消费渠道(微信/支付宝/发现精彩App等均可),均可获赠免费文创礼品,爆款文创礼将持续上新;只要在卡片激活后180天内消费满6笔,且每笔金额 $\geq 88$ 元,即可获赠50元文创礼券,可以兑购文创券商品区文创精品。同时,文创主题信用卡还开通个性化卡号定制增值服务,卡号末6位可定制吉祥号、情侣号、叠号、连号,旨在满足年轻客户的个性化需求。

值得一提的是,此次文创主题卡品的盛装发布,还是广发信用卡贯彻“一城一策”战略,在多个重点城市根据当地市民特色消费需求发展特色信用卡业务,用信用消费手段助力当地普惠金融发展的最新举措。

## 跨圈95后 开辟信用卡产品创新路径

近年来,中国信用卡行业面临换挡提速和转型升级。当前,信用消费观念已在年轻人群中普及。鉴于Z世代消费者群体热爱探索、张扬个性和兴趣至上的消费特征,发力国潮营销也成为金融行业热衷的新赛道。在这一背景下,近年来各大银行推出的信用卡新品,除了在权益上包含更多消费普惠政策,在小卡面上做“大文章”也成为当下银行信用卡破局的方向之一。

当前以国潮为代表的新型创意产业成为文化产业的一个重要板块,带来巨大的消费价值。与物质消费不同的是,文化消费有其特殊性,它主要满足人类的精神需求,对于年轻人而言,国潮文创的消费特性更是如此。广发文创系列信用卡将以信用卡产品为载体,通过文化内容不断向年轻群体传递向上向善的人文精神,促进新文创消费的发展,促进文化消费提质扩容,提升大众文化素养同时,助推文化产业的消费升级。

广发银行信用卡相关负责人认为,受到95后和Z世代作为当前新主流消费群体的带

动，以国潮时尚、国潮动漫、国潮网游、国潮文创为代表的流行文化新范式正在快速崛起，主动顺应这一市场趋势，不仅能为品牌建立流量和口碑矩阵，还能够搭建与年轻消费群体的沟通桥梁，实现品牌年轻化和跨圈传播。“银行的传统金融品牌往往主打高端稳重的IP，在与新生代年轻人打交道的过程中可能会有力不从心之感，借助国潮风、破壁二次元等举措能够迅速拉近跟95后、Z世代的心灵距离，为信用卡创新营销开辟新路径。”

来源：周到