

民生银行信用卡中心

所属行业：金融服务类

参选类别：数字营销最具创新精神品牌

品牌简介

2006 年 8 月 11 日，中国民生银行信用卡中心成立，2008 年，民生信用卡经营三年便实现盈利，打破了国际上信用卡五年才能盈利的规律，成为我国最快实现信用卡盈利的商业银行。

多年来，民生信用卡良好的经营表现获得社会各界的广泛认可，品牌知名度日益提升，荣获一系列奖励和荣誉。截至 2019 年 1 月，民生信用卡累计发行突破 5000 万张，累计账户激活率达 78.4%，各项指标持续保持同业领先地位。

自发卡以来，民生信用卡积极开拓市场，深化客群细分，目前已建立完备的产品体系，累计推出产品百余种，覆盖五大产品线。在产品服务创新上，民生信用卡始终致力于为持卡人提供有特色、高品质的服务与活动。

未来，民生信用卡将不断适应时代变化，牢牢把握战略方向，坚持“数据驱动，科技创新”，实现体制机制全面转型。

2019 年数字营销创新性表现

自发卡以来，民生信用卡积极开拓市场，深化客群细分，目前已建立完备的产品体系，累计推出产品百余种，覆盖五大产品线，协同中国银联、VISA、万事达、JCB、美国运通在内的五大国际信用卡品牌开展合作，涉及七种境外货币。发行产品级别从普卡、金卡、白金卡、钻石卡到黑金卡，涵盖各个消费阶层，满足客户的各类消费需求。

民生信用卡携手国内外著名企业如香格里拉、国航、京东、百度外卖等推出多款联名产品，提高了合作双方的品牌知名度及市场渗透率；针对消费信贷主力军“千禧一代”，民生信用卡推出多种契合其精神需求和消费观念的个性产品，如“Zi 定义信用卡”、“蓝精灵主题信用卡”、“傲娇萌主主题信用卡”等均受到了年轻客户的大力欢迎；为弘扬优秀传统文化，民生信用卡率先发行了多种文创主题信用卡，如“魅力中国信用卡”、“梵高主题信用卡”、“国宝系列主题信用卡”、“故宫文创主题信用卡”等，全面提升了民生信用卡的品牌辨识度和文化底蕴。

民生信用卡的明星产品众多，其中，最早在国内发行的顶级信用卡——钻石卡，服务众多国内高端客群，受到客户广泛好评；携手美国运通推出国内首张钛金属材质信用卡——民生美国运通百夫长黑金卡，成为国内唯一传承美国运通百夫长黑金卡国际标准的信用卡；民生故宫文创主题信用卡——“雍正皇帝”卡在国际 ICMC 组织依兰卡片设计大赛中荣获“2018 年全球安全支付卡大奖”，标志着民生银行卡片设计水平得到国际公认。种类丰富、特色出众的明星产品为民生信用卡赢得了客户

的赞誉和业界的口碑。

在产品服务创新上，民生信用卡始终致力于为持卡人提供有特色、高品质的服务与活动。高尔夫畅打、机场贵宾厅、体检医疗以及高端美容 SPA 等民生首推的特色服务已经成为行业内高端增值服务的标杆。

未来，民生信用卡将不断适应时代变化，牢牢把握战略方向，坚持“数据驱动，科技创新”，实现体制机制全面转型，主要做到以下四个方面：第一，持续精细化经营，重视客户体验，打造更多差异化、个性化的产品；第二，大力布局场景金融。线上以“全民生活”APP 为平台，线下布局优质商户，线上线下有机结合，构建新零售场景金融生态圈；第三，发展金融科技、推进数字化转型。以互联网为平台、云端大数据为动力、智能化为方向，提升金融服务的质效；第四，提升品牌竞争力，致力于成为消费者最为信任的、具有科技感、安全、便捷、年轻、时尚的标杆信用卡。

代表案例

案例《人生自定义》

策略核心：

我们发现年轻人对于“穷”的焦虑，已经外化成了非常主流的舆论势能。穷、吃土、锦鲤这些网络热词，是年轻人对生活压力的自黑式宣泄。它们不再接受乌托邦式的鸡汤，更愿意探讨现实。

所以，我们计划以一支影片的传播，用以对比的形式和真实触动的旁白表现出无奈的现实：贫富差距，同时给予活在巨大差异中的迷茫的年轻人一个情感慰藉出口：出身无法选择，人生可以。

而品牌—民生银行信用卡则选择借开年热点势能，以坦诚有力的态度与年轻人对话，给出的不是虚伪的鸡汤，而是认清生活之后依然热爱生活的力量，以此来传递品牌背后的“信任、安心”口碑印象，提升美誉度。

执行亮点：

借用 2019 开年节点势能 引发用户生活现实情感共鸣

选择在 2019 开年之初，推出一支励志短片，引发大众的正能量共鸣，激发新的一年前行动力；

聚焦年轻小众平台等人群覆盖传播 完成品牌深度好感记忆

跨界品牌粉丝、优质小众视频平台推广内容，开启#19 不认命#话题讨论，实现品牌短片的全面社会舆论好感；

民生 Zi 定义卡态度亮相曝光 复盘传递品牌背后价值观

联动社群、行业渠道、官方媒体等资源同步亮相品牌的 Zi 定义态度，对话年轻人呼应影片主题，实现品牌价值观传递。

效果：

上线不到两天，霸榜话题 TOP 10，多次登陆热门小时榜，高校纸媒刷屏式自发传播推荐；



全网播放量超 4124 万 成为圈内开年第一支 2019 励志短片；



累计引爆双微 330 家自媒体主动推荐 抖音单条不到 1 天破 1300 万+；

获腾讯新闻客户端首页硬广资源推荐 广告圈自媒体刷屏提及民生信用卡；

梅花网、新片场等行业影视网站首页多轮推荐为“开年励志短片”；

品牌 Zi 定义卡面同步全面上线 赢得用户青睐，发卡量较 12 月份增长 30%。