

“疫”下宅家经济迅速发展，线上消费成为大势所趋，社区零售市场显现出可持续增长力。近日，广发信用卡联合苏宁旗下到家生鲜品牌“苏宁小店”推出联名信用卡，聚焦社区居民小额高频消费场景下的金融需求，进一步拓展该行零售场景市场份额，打造金融+互联网的全场景消费生态。

发力社区零售场景打造互联网信用卡产品

作为最贴近居民生活的零售业态，社区零售在今年迎来爆发式增长。“线上下单，送货上门”的生鲜到家服务，一方面保障了居民日常生活的便利性和安全性，同时也影响着居民的购物和消费习惯。

为了进一步覆盖社区零售客户，满足年轻客群线上消费和各种到家服务的需求，广发信用卡携手苏宁发行广发苏宁小店联名信用卡，利用苏宁的电商交易场景、苏宁小店的社区零售门店及精准的细分客群，打造一款具有竞争力的互联网信用卡产品。

据了解，该卡在权益设置上围绕小额高频的日常消费需求，新发卡93天内任意刷一笔即获赠5张10元减9元小店券；第四个月起当月消费3笔满199元，可免费获赠2张20元减10元苏宁支付券；生日当月或首年绑定苏宁支付可获双倍积分；广发日每周五还可享星巴克买一送一，海底捞、必胜客、肯德基等大牌饭票五折优惠。该卡为社区居民送上实实在在的福利，进一步提高了社区居民的消费意愿。

顺应社区零售发展趋势实现精准获客

作为新零售业态下的重要场景，社区零售迎来新风口，竞争日益激烈，影响着新时代下的生活圈。此次双方强强联合，是基于自身优势资源，下沉社区实现精准获客。

未来，双方将聚焦社区居民生活需求，提供更加优质的生活消费服务。同时，双方将基于卡产品、场景获客等展开全方位合作，为消费者提供综合金融服务。