

据国家统计局数据显示，中国消费市场的“新三驾马车”分别是：上层中产及富裕阶层消费者、新生代消费者以及网络购物族群。刚好，这三类消费者中绝大部分都是年轻人，并且都对“颜值”有着高要求。

在这个被戏称“眼球就是流量、颜值即是正义”、“不拼一拼颜值，都不好意思跟年轻人谈钱”的时代，各家品牌为了顺应年轻人的需求，也是使出了浑身解数。近日，招商银行信用卡推出的首张真人明星信用卡——招商银行ELLE信用卡井柏然版，就引起了广泛的关注。

明星BUFF 刷新信用卡颜值新高度

井柏然是颜值与演技兼具的新一代实力小生、是备受时尚界宠爱的时髦衣架子，还有闻名圈内外的一手好字，与招行信用卡的品牌调性非常匹配。为了符合井柏然的人设和产品定位，此次招商银行ELLE信用卡井柏然版可谓是将高颜值、高品质做到了极致。

卡面有两个版本，不管是白色毛衣的暖男风、还是红色西装搭配粉红T的绅士风，都堪比杂志封面。另外，卡面设计上还充分考虑了当下时尚审美趋势：竖排设计打破常规，金属银灰配色凸显气质，拉丝工艺加强质感.....不得不说，这张卡真心颜值爆表!

2017年6月30日（含）前，凡到招商银行各营业网点成功办理ELLE联名卡（井柏然版），在卡片核发后次两个自然月内，使用该卡完成首刷任务，即可登陆掌上生活领取新户首刷礼，礼品Chloé蔻依香氛体验礼盒或1000招行积分（礼品二选一）。

粉丝经济 深耕年轻消费群体

在当下，如何圈粉年轻人是所有品牌都需要考虑的命题。对招行信用卡而言，这一命题或许早已有了答案。

坦诚说，在深耕垂直市场和品牌年轻化的道路上，招行信用卡称得上是业界担当。一方面，早在2006年，招行信用卡就率先推出Hello Kitty粉丝信用卡，并在此后陆续推出了“英雄联盟”、“航海王”、“火影忍者”、“大话西游”等众多动漫、游戏IP联名信用卡，甚至还打破次元壁，成为首家入驻China Joy的金融机构;另一方面，基于掌上生活App提供苹果产品分期购买、美食代金券五折享、10元看大片、一站式出境服务福利，通过组合拳妥妥圈住了一票年轻粉丝。

这次招商银行ELLE联名卡井柏然版的大胆尝试，背后的商业逻辑其实就是让消费者“始于颜值、迷于服务、忠于品牌”，“套路”满满地玩转粉丝经济。据说今年是招行信用卡发卡15年周年，小编可以大胆预测，后续肯定还将有更大的动作。



快速办卡通道：中信白条联名卡



快速办卡通道：广发真情信用卡