

以“硬核年轻人?青春7上场”为主题的51信用卡与光大银行联名卡在北京举行。会上，双方宣布将主打年轻化战略，跨界体育营销推出了联名定制款信用卡——光大银行51东契奇菁英白金卡，并签约18-19赛季NBA最佳新秀卢卡?东契奇作为该联名卡代言人。

现场，光大银行信用卡中心副总经理程伟艳表示，“光大银行和51信用卡的联名卡以NBA球星卢卡?东契奇为代言人，象征着青春、硬核、向上的阳光态度，与我行的阳光品牌理念不谋而合。51信用卡已成为我行重点合作伙伴，今天，‘光大银行51东契奇菁英白金卡’的面世，标志着我行与51信用卡的合作步入了新的阶段。”

51信用卡副总裁杨宇智表示，“在51信用卡的历史上，我们一直是重仓年轻人并且时刻关注他们的成长，这次和光大银行发布联名卡也是因为NBA球星东契奇身上有着引导年轻人向上的力量，我们希望这张卡能得到年轻用户的欢迎，同时51信用卡也希望在年轻人经济中贡献一点我们的小力量。”

拥抱年轻人经济

毋庸置疑，年轻人和互联网已经成为这个时代的两大关键词。埃森哲发布的《2018埃森哲中国消费者洞察——新消费新力量》报告显示，中国拥有最大的网购人群，用户高达4.6亿；同时中国还拥有最大的网购市场规模，线上零售销售总额高达5.6万亿人民币。

率先触网的年轻人正是构成了这庞大人群的主力军。《中国互联网络发展状况统计报告》称，我国网民以青少年、青年和中年群体为主。截至2018年6月，10-39岁群体占总体网民的70.8%。其中20-29岁年龄段的网民占比最高，达27.9%。