

4月27日，广发信用卡推出了一款专注于年轻人吃喝玩乐的神卡——广发多利卡。该卡在日常消费场景之中耕耘，在星巴克、滴滴等大品牌消费可获得了10%的回报，微信和支付宝消费享受1%返现。

携手大众品牌打造吃喝玩乐神卡

广发多利卡深谙年轻用户需求，推出各大商户消费和支付平台双倍返利优惠。对于滴滴和星巴克等大牌商户，持广发多利卡的客户，每笔订单最低可享受10%的现金返还。同时，用户可以通过支付宝或微信支付笔笔最高1%的返现。

此外，广发多利卡还与腾讯视频、京东plus、keep和知乎盐选共同推出了一系列限时免费权益。消费达到标准，即可获得APP会员季卡，享受多家著名超市的手机充值优惠及优惠券等惊喜好礼，一张卡可以满足年轻用户的消费需求。

据广发信用卡相关负责人介绍，广发多利卡定位为吃喝玩乐的神卡。与滴滴、星巴克等知名品牌以场景深度链接的方式进行合作，打造跨境权益。一方面，我们可以充分发挥各自的品牌优势，共同拓展市场边界，让各自的品牌渗透到更辽阔的领域。另一方面，广发多利卡将携手众多年轻品牌，进一步强化年轻化基因，撬动更多年青群体，深化与“多福利多快乐”产品理念的情感联系，为年轻人创造耳目一新的消费体验，在吃喝玩乐领域覆盖更多年轻人。

深度情景玩乐消费新体验

以90后为主体的年轻顾客吃喝玩乐消费高，占日常消费的60%超过。消费主要集中在线上支付，他们对优惠很敏感。他们一方面追求“悦己”的生活，另一方面又有理性的消费观。精打细算早已成为“多利青年”们最明显的标签之一。

广发信用卡一直致力于为年青消费者创造更贴心、更优质的消费体验。滴滴和星巴克是年轻人最熟悉的品牌，也是吃喝玩乐领域的首选品牌。参加广发多利卡活动的方式很直观，把商家偶尔的打折活动变成了常态，这种现实的香氛体验可以让年轻人享受到更多的消费乐趣。

多年以来，广发信用卡一直坚持年轻化的品牌发展战略，持续细分客户，大力拥抱年青消费者，在产品之中加入了一系列有意思的新玩法和有温度的新体验，不断为用户提供更加个性化的服务，俘获了更多年青客户的心。截至目前，广发信用卡累计发卡量已超过9000万张，发现精彩app用户数已超过5400万，月活数已超过2000万。

