

终于，这场持续了几个月的疫情狙击战即将迎来尾声。与此同时，疫情带来的那些变化还在持续，线上消费发展势头正盛，以移动游戏为代表的年轻人的消费场景已经转移到线上。在生活、娱乐、教育等领域，互联网化的方式已然成为主流态势。

在此背景下，为了满足青年客群的消费要求，中国邮政储蓄银行北京分行联合《劲舞团》推出青春主题信用卡。

据悉，《劲舞团》是由T3 Entertainment开发的一款舞蹈类电脑客户端游戏。该游戏起源于韩国漫画《Audition》，2005年在韩国展开测试，后来发展到全球范围中国大陆地区由久游代理，至今该游戏上线已有14年之久。此次新卡的发行，系邮储北分立足地域特点，为了纪念每一段玩家的青春和相思，减轻青年人财务负担，紧抓青年人消费方向，根据青年客群消费特点之举。

考虑到现在青年人普遍的经济情况，此次新卡特地设计了青春主题及轻松小熊两种款式。两款主题信用卡除了具备银联IC信用卡的基本金融功能外，还特别设计了较低的用卡资费、配备了多样的信用卡权益，让产品真正做到“因人而异”。

这张卡参与的优惠活动非常多，美团订外卖、京东购物的时候都可参与消费满减活动。邮储银行信用卡和上海久游全力打造“悦享”品牌概念，从青年客群消费习惯入手，与多个平台开展优惠合作，力争权益范围全面覆盖年轻人的消费需求。

邮储北分还不仅仅止步于此，此次与久游网《劲舞团》开展异业合作，是信用卡与游戏相结合的跨界试点，使得业务范围进一步扩大至青年人的娱乐需求，成为真正为青年人推出的邮储信用卡。在互联网化生活方式的普及大环境下，邮储北分和《劲舞团》将共同提升品牌价值，向用户的生活消费领域渗透，更多合作权益将持续推出。