12月1日，平安银行信用卡宣布自即日起至1月8日，将再掀“全城天天88”全域整合营销作为年度压轴暨开门红大促，为平安信用卡新老用户送出价值超8亿元的持卡消费福利。本次大促，平安信用卡联合超10万家线上线下商户，消费优惠全面覆盖客户高频、高额使用的六大消费生态场景，并全面迭代活动玩法及业务联动营销模式，为客户实现千人千面精准推送商户优惠福利，真正做到懂客户所需。此外，平安于今年初上市的“平安好车主卡”，将作为本季大促C位主推的王牌产品，将“车主神卡”行业口碑落到实处，以升级版的硬核王牌权益持续回报平安车主用户。

这是平安信用卡不到半年时间里第二次引爆“全城”。今年夏天，平安信用卡携手推广大使迪丽热巴，率先引领行业娱乐营销造节新潮流成功出圈，将平安信用卡用卡消费“天天88”特色优惠超级符号强势推向市场。这次，“全城天天88”升级焕新来袭，相较今夏，第二季88活动玩法更智慧，将基于用户数据分析、以更直接简单的“翻卡牌”游戏方式，为用户匹配所需的刷卡福利及商户优惠，用户在线下商户消费、线上APP打卡活动中，参与翻卡牌活动时可实现“即翻即享”。

为迎合跨年节日气氛，本次平安信用卡为推广大使迪丽热巴全新打造极具国风年味的“倾城热巴”形象，以极具中国特色的中国娃娃形象Carry“全城天天88”全季，吸睛指数爆表；而主打车主加油停车88折等优惠的平安好车主卡，也将通过打造“元气满满”迪丽热巴全新形象广告片，诠释平安如何为中国好车主实惠“加油”，刷屏全国城市广告及主流加油站。平安大手笔打造“倾城热巴”、“元气热巴”的双面热巴形象，背后是更懂如何借力娱乐营销迎合客户消费潮流偏好，以一场用户喜闻乐见的消费狂欢引爆平安信用卡岁末王炸大促。

“全城天天88”不只是造节，更注重品效合一。今年夏天，平安信用卡领先同业成功打造“全域整合营销”活动模式，通过打通市场全渠道，让一场大促有效助力获客、消费、还款、AUM等信用卡核心业务，实现零售金融营销2.0升级。本季全城天天88，平安再次升级大促玩法，将核心业务指标融入冲关游戏设计，打造了万象街区、潮玩秘境、异想花园、宝藏森林、平安盛世五大冲关场馆，用户在游戏获得实惠福利同时，也有效助力了核心业务。此外，全域整合营销流量规模大，其稳定运营背后更需要信用卡中后台运营、风控等部门的全流程无缝衔接与敏捷支持，平安信用卡金融科技能力也是本次大促底气所在。

1234下一页末页共4页

营销玩法全面升级，8亿好礼打造消费盛宴

本次“全城天天88”采用了全新国风系列视觉，形象大使“倾城热巴”穿梭在古风平安城中，以全新中国娃娃形象Carry全季，带领用户玩转“全城天天88”，翻卡牌享福利，冲关赢大奖。此外，平安信用卡还将于本月与《COMSO》时尚杂志跨界合作，推出“迪丽热巴刷新自己”封面故事，用年轻化、时尚化的视角解读平安信用卡品牌影响力。

本季活动在参与难易度、体验趣味性和权益可获得性上均有全面提升。打开平安口袋银行APP，平安信用卡设置了商户嘉年华活动日历，帮助用户根据日历精准Get每日福利。京东、携程、饿了么、腾讯视频、星巴克、全家、喜茶等等，活动进行期间，每天都有各类头部商户给予惊喜优惠。

权益福利的即时性和可获得性是升级的最大亮点。不同于一期活动通过不同互动集齐卡牌的权益激活方式，这次，用户熟知的超级IP“天天88”根据用户习惯进行了升级迭代，将翻卡牌优惠福利做到即翻即享：即用户通过打卡获得热8卡牌，翻转后即可得到随机商户券、商城券、积分、公益爱心等奖励；同时，基于模型智推，实现优惠奖励千人千面精准推送，更好地适配用户需求。

与此同时，平安信用卡首次推出的“五大冲关场馆”解锁卡牌的新玩法，将整合式联动获客、消费、还款、AUM等九大业务目标，全面升级全域整合营销大促。活动用户通过完成3次“天天88城”打卡，并完成消费、分期、还款、消费分期、商户分期等任一信用卡使用场景任务，即可解锁优惠权益包，获得商户券、商城券、万里通积分等大促福利，最高可获价值3888元权益包。以创意节日营销玩法构建起全场景消费矩阵，“全城天天88”将衣食住行娱福利“惠”聚一堂，让全民尽享消费乐趣。

“双面热巴”让营销娱乐化，10万商户生态落实真实惠

今年夏天，平安信用卡签约迪丽热巴，率先以娱乐营销造节成功出圈。本季大促，平安信用卡娱乐造节更显娴熟，通过打造“倾城热巴”、“元气热巴”双面形象，娱乐化诠释了这场超级大促、及本季主打产品“平安好车主卡”。平安信用卡将借力迪丽热巴古今两大全新形象，全网吸引流量，引爆平安信用卡年度压轴大促。

首页上一页1234下一页末页共4页

作为2020年度“车主神卡”，平安好车主卡是本季营销盛宴核心主打产品。11月30日起，“元气热巴”为好车主加油的广告，全面升级产品口号为“好车主卡回报好车主”，并刷屏全国重点城市楼宇、加油站、及电台广告等。能够在平安信用卡丰富的产品阵营中站稳C位，是因为这张小小的信用卡背后连接了一站式、全生命周期的车主服务生态。原本就“集大成”的平安好车主信用卡，今年8月权益升级

后，连接好车主App、平安产险、汽车之家等庞大资源，打通了“车保险、车服务、车生活”的壁垒，打造了一个覆盖车主用车全场景的“好车主+”生态版图，进而深耕车主客群。与车主相关的服务，包括加油、洗车、停车、充电等汽车后市场相关服务，平安好车主卡已联结5万多家合作商户参与其中，使得车主服务的可获得性大大提升。

平安信用卡一向深谙生态化布局，“全城天天88”背后是整个超10万家商户的消费生态。流量的快速聚集也成为平安信用卡赋能商户的重要基础，在“全城天天88”这样的大型全域营销活动中，能够深度联动线上线下、精准运营流量，极大提升商户获客和运营转化效率。

前端呈现出的活动体验刷新固然得益于平安信用卡多年来对市场趋势及用户需求的深刻洞察，背后也离不开各业务板块的全流程无缝衔接与联动支持。活动中，平安信用卡将客户获取、电子商务、市场、计息运营、零售业务等部门联动进入数字运营链条，得以为客户提供活动优质服务体验。这不仅又一次开创了银行业全域整合营销的新玩法和新模式，也加速驱动银行业进入新零售金融时代。

懂客户所需，以“金融+科技”实力占领零售金融高地

不到半年时间内，“天天88”大规模全域整合营销两度燃爆，既是对持卡人的诚意回馈，亦是对平安信用卡综合金融实力、科技能力和服务水平的一次综合大考。前端需求倒逼之下，平安信用卡需要对获客、消费、消费备用金、账单分期、商户分期到一键还款等九大业务板块进行综合梳理与优化。而从结果来看，智能化手段的嵌入不但有效提升了业务的安全边界，取得了业内领先的风控成果，也可通过更流畅的体验、更智能化的推送、更实在的优惠让利收获了用户与商户端的一致好评。

首页上一页1234下一页末页共4页

今年2月开始，洞悉到用户的消费习惯的变迁，平安信用卡宣布改写积分规则，成业内首家支持全线上移动支付积分政策的银行，这大大提升了用户的积分获得效率、提升客户体验；而积分可获得性大大提升的同时，平安信用卡的积分兑换使用范畴也更宽更广，覆盖了商城购物、充值缴费、优惠卡券兑换和分期抵现等各类场景。从赚积分和花积分两头解决了用户痛点，持卡人的用卡积极性被大大激活，今年夏天的“天天88”营销风暴中，持卡人参与热情可窥一斑。这也使得平安信用卡进一步占领了零售高地。

平安信用卡也正在逐渐成为流量的连接中心。流量的快速聚集同样成为平安信用卡赋能商户的重要基础，在“全城天天88”这样的大型全域营销活动中，平安信用卡能够深度联动线上线下，精准运营流量，提升商户获客和运营转化效率。而在这背

后，是其经年不断持续投入科技能力的成果。科技能力不断跃升，使得技术综合赋能消费金融新生态成为了可能。

整个2020年，平安信用卡在用户体验、营销创新上下足了功夫，不遗余力地诠释“懂你，刷新自己的每一刻”这一品牌调性。平安信用卡的每一次创新，都基于对客户消费需求背后“真相”的洞察，敢于打破壁垒，创新出圈，不断塑造在新零售金融时代的竞争优势。