

“信用卡积分兑换太难”、“根本不知道怎么兑换”、“积分兑换的东西不实用”……已成为当前大多数用户经常抱怨的信用卡积分消费的问题，而信用卡积分兑换不便、“积分无用论”等观点亦得到多数认同，使得信用卡积分常常被人视为“鸡肋”。日前，浦发信用卡全面更新积分经营理念，广泛整合多方资源，推出了“全能积分”、“爆品抢兑”等特色积分消费模式，致力解决“积分无用”的行业通病。

此次浦发信用卡推出的创新积分模式特征鲜明，即让积分的使用同时具备“好用”和“高性价比”的特点，改变用户原本对“积分兑换不实用”的看法。

其中，浦发信用卡积分的“好用”体现在其便捷的积分在线兑换“生活电子券”模式，涵盖餐饮、旅游、加油、流量、话费充值等各类商品，囊括线上、线下多种购物场景，让用户真正能够把“积分当钱花”，而浦发信用卡的“积分兑换”不搞噱头、不设门槛的做法在当前信用卡积分消费市场上，可谓诚意十足。而浦发信用卡“高性价比”的特点则在每周“爆品抢兑”的活动中得到体现。持卡人用1积分就可以抢兑“每周爆品”，商品从热门电影票、话剧票到新潮数码产品等丰富多样，甚至还有常规购买渠道都一票难求的演唱会、音乐会门票等颇有价值的商品。更可贵的是，这些兑换“爆品”是由持卡人投票选出，更提升了用户对于积分兑换的互动性和参与感；而其最新推出的1积分助力活动，充分融入了互联网社交属性，持卡人有机会通过朋友圈人脉的力量而赢取奖品，这种“微小投入、超额回馈”的积分消费模式很好地契合了用户的日常需求，瞬间引起了持卡人的热烈反响和众多好评，可以说，在这个夏天浦发信用卡将可能重新掀起信用卡积分兑换久违的热潮。

此外，对于不满足常规“爆品”活动的用户，浦发信用卡还提供了积分众筹、积分竞猜、积分抽奖、积分保障、慈善公益等专题活动，尽可能满足不同层次用户的积分多样化使用体验。

可以预见，浦发信用卡这种抓住用户痛点，在业界眼中的“价值洼地”里寻求机遇的思路，也将进一步助推其扩大竞争优势、赢得用户的广泛口碑。