

为了抓住市场机会，各大银行改变了营销模式，以适应时代潮流，结合当前市场实现精准的客户获取。

作为主要的消费群体，年轻人是许多银行的主要服务对象。为了吸引年轻消费者的注意力，许多银行都推出了具有时尚元素的联合品牌卡。例如，中国光大银行和抖音联合推出了光大抖音联名卡，以吸引年轻消费者的注意。为吸引女性消费者办卡，该银行还推出了香槟粉版本的光大抖音联名信用卡。

自影像技术诞生以来，世界上最受欢迎的短片是音乐短视频。但是MV拍摄很难。可以随机对着镜头装模作样演一下的人不少，可以随时随地与相机交谈的人并不多。

抖音是一个适合所有年龄段的音乐短片社区平台。自从上线以来，一直受到用户的喜爱。现在它已经普及了高级用户。用户可以通过该软件选择歌曲，拍摄音乐短片并制作自己的作品。音频将根据用户的喜好更新他们喜欢的视频。

通过与抖音的合作，光大银行可以获得更多的客户流量，可以进一步促进促销，提高业务效率。如果我们想要美好的生活，我们可以使用豆印。同样，我们的生活也离不开淘宝。许多银行与淘宝网合作推出了具有不同特权的信用卡，吸引了许多年轻人拭目以待。

联合卡的出现已成为银行发展绩效的常见营销模式。越来越多的人申请了新颖的卡，但不应太多。一般来说，最好将每个人都保持在1-3张以内的数量，否则很容易失去平衡。

太多的信用卡不仅不利于管理，而且容易产生逾期。它还容易影响个人消费观念并引发盲目比较。因此，朋友必须适度消费，合理使用卡并避免逾期。