

第一轮预购尾款刚付完，大家又投入到了第二轮中意之物的筛选中。今年的双十一因为被分成两个阶段，演变为一场接近半个月的购物狂欢。这场狂欢属于每个人，消费者下半年积攒的消费需求一股脑释放，大中小商家上半年缺席的销售额终于补满。

2020年，线上经济前所未有地渗透进人们生活的方方面面，让大众轻松分享科技发展的红利，同时也重构了人们的消费习惯。数据显示，消费者在疫情期间，对很多以往不常在线上购买的品类养成了新的网购习惯，如食品饮料、生鲜食材、车、健身课等。线下业态迅速拥抱直播带货，实现万物皆可在线逛。今年2月，已有100种线下职业通过直播进入“云工作”。

因此，这届双十一对于消费者和商家的意义都非同一般，金融业自然不会缺席。为满足持卡人及合作伙伴的广泛需求，招商银行信用卡将双十一期间的保留节目——手机支付笔笔返现“加鸡腿”活动全新升级，实现无门槛参与、无感支付使用、最高11111元大奖的极致体验，以电子支付、线上经济的便利和快捷，激发高频次消费热情和“内循环”供需转换。

2020双十一最简单的打开方式

双十一结束，各大平台战报随之而来，今年双十一天猫最终成交额为4982亿元，京东累计下单金额超2715亿元，都创造新纪录。

从银行公布的数据也能看到这场双十一的火爆，招商银行信用卡公布，“11.11”期间(11.1-11.11日)招行信用卡客户共下订单2.84亿笔，消费交易总额达1696亿，再创新高。

为什么今年双十一又“爆”了？总结起来可以说是，更多品牌参与、更多支付优惠，激发了消费者的更多需求。双十一期间，消费者在用超低价买到心仪商品的同时，还可以再给自己额外“加个鸡腿”。那么，在手机支付时绑定并选择招商银行信用卡付款就对了。11月30日之前，招行信用卡持卡人通过手机支付满18元都能获得笔笔返现，最高100次。

这是招商银行信用卡连续第二年在双十一期间推出手机支付笔笔返现“加鸡腿”活动，参与方式还是一样的简单直接。每完成一笔满18元的交易，即可在掌上生活App领取消费金，并在下一笔满足抵用要求的手机支付交易时自动抵扣。

不同的是，今年“加鸡腿”活动在简单的参与形式背后，增加了许多不简单的细节，让人们在消费时感受到小确幸。

几乎无门槛：本次“加鸡腿”活动不仅覆盖了人们消费生活所涉及各类主流电商，客户都无需寻找场景，随时使用；还涵盖了支付宝、微信、云闪付等主流支付方式，客户无需改变支付习惯，随时参与。

优惠大升级：在100%中奖的基础上，将每人获得返现的机会增加至100次，单笔返现金额最高可达11111元，并且在11.11购物狂欢结束后，还有半个多月的时间可以继续“加鸡腿”。

招行信用卡相关负责人表示，本次大促，我们通过对多系统整合打通，首创银行交易实时返现模式，对活动交互和模型底层等方面进行了全面优化，在为招行信用卡客户打造专属惠上惠的同时，也提供优质服务，打造手机支付的极致体验。

“加鸡腿”并不只在双十一

从银行披露的消费数据中也可以看到一些有趣的变化。招行信用卡披露，今年“11.11”期间的消费中，80后消费占比42%，90后消费占比28%。相比去年，90后也逐渐成为了消费主力军。而在各大城市的购买力中，西安等中西部地区城市明显崛起。

值得注意的是，信用卡助力消费的举措，并不仅仅在双十一期间推出。面对不确定的环境，今年招行信用卡在不同的消费场景中联合商家，推出了补贴、免单、会员权益等玩法，满足不同的消费需求。将普惠落到实处，为推动消费增长贡献力量，也帮助自身穿越周期。

在线下商家深受疫情影响的复工复产前期，招行信用卡发起“逾越者联盟”，率先筹集了高达7亿元专项资金，助力餐饮、汽车、电商、电影等各个领域的十万多个合作伙伴尽快复苏。

在今年6月，招行信用卡又推出“掌上生活锦鲤节”，打出“你消费，我买单”这一差异化卖点，依托掌上生活支付和场景入口优势，让消费者人人可获得跨越商品和平台限制的福利。

业内人士认为，年内招商银行信用卡的种种动作，都是用不同的方式为用户在特殊

时期"加鸡腿"，想用户之所想，跨平台为用户提供覆盖生活各方面的品质消费福利。在助力每位用户买到真正喜欢的商品同时，也进一步强化了内循环供需两端格局的上下游生态联系。与合作伙伴一起推动消费产业回归常态，为经济的有序正向运转贡献力量。