

随着互联网时代的不断发展，娱乐生态链的逐渐成熟，粉丝群体对娱乐消费领域正在形成无法忽视的影响与价值。《中国互联网消费生态大数据报告》显示由于年轻消费者更愿意为明星同款支付溢价，明星各品类跨界周边带动了粉丝经济不断升温。基于对明星影响力、粉丝购买力以及娱乐产业增值力的深刻洞察，银行业也积极通过创新差异化产品与服务在跨界营销战役中打出品牌声量。近日，浦发信用卡携手周杰伦推出“浦发银行魔J信用卡”，在通过金融服务聚合粉丝情感的同时，进一步拓宽“消费金融+文娱”的营销路径。

据了解，“浦发银行魔J信用卡”是周杰伦首次与金融品牌深度的合作，创造性地将周杰伦形象以及代表歌曲融入卡面设计，共分为“告白气球”、“蜗牛”、“青花瓷”三个版面，分别用贝壳烫印工艺，时尚磨砂浮雕工艺以及镜面浮雕触感展现“纯粹浪漫”、“奋斗向前”、“烟雨天青”的曲中意境。



浦发银行魔J信用卡（告白气球）



浦发银行魔J信用卡（蜗牛）



浦发银行魔J信用卡（青花瓷）

不仅如此，“浦发银行魔J信用卡”以美国运通和银联“1+1”套卡形式发行，为粉丝量身定制的产品权益更是让人眼前一亮，新客户在核卡成功的30天内根据申请版面的要求进行合格消费，将对应获得“半岛铁盒”、QQ音乐付费会员、周杰伦14张正版专辑套装等开卡好礼。同时，12月31日前“浦发银行魔J信用卡”持卡人均可月月参与“周杰伦日”专属活动，人人有礼。值得一提的是，持卡人更可通过抽红包福利以及加入合伙人活动，获得周杰伦演唱会门票。

浦发信用卡相关负责人表示，深刻洞悉大众消费趋势，延伸跨领域合作触角，以金融服务为桥梁建立粉丝、明星、品牌之间的情感关联，是浦发信用卡在“消费金融+文娱”跨界营销战役中不断向前的重要驱动力。近年来，浦发信用卡在品牌年轻化道路上持续深耕，先后通过与杨洋、张艺兴的代言合作及发行粉丝主题信用卡，不断为粉丝群体量身打造深度互动权益。如今携手周杰伦推出“浦发银行魔J信用卡”，进一步锁定粉丝圈层所需，与粉丝群体一起感受时代回忆与情怀魅力。

行业分析人士指出，周杰伦作为优质偶像的代表，不仅影响了80、90一代人，更成为了一个时代的标志，他通过作品和实际行动塑造的正面形象，形成积极的社会引领，成为粉丝们心中的优秀榜样。此次浦发信用卡与周杰伦的合作，是浦发信用卡作为金融品牌在跨界营销中的又一次成功示范，有助于加速浦发信用卡品牌个性的塑造，凸显更具魅力、更多元化的品牌形象，在潜移默化中增强用户粘性，助力粉丝流量的有效转化。相信未来，浦发信用卡将继续把金融服务与粉丝诉求进行多维度结合，持续开发与粉丝间的深度互动形式，创造更高的商业价值。

了解更多信用卡知识，请关注卡神吧（[www.kashen8.com](http://www.kashen8.com)），卡神吧每天为您带来最新的信用卡资讯、优惠活动，让您更好的使用信用卡。

