**中信信用卡**

**所属行业**：金融

**参选类别**：数字营销最具影响力品牌

**品牌简介**

中信银行成立于1987年，是中国改革开放中最早成立的新兴商业银行之一，是中国最早参与国内外金融市场融资的商业银行，并以屡创中国现代金融史上多个第一而蜚声海内外，为中国经济建设做出了积极贡献。2007年4月，本行实现在上海证券交易所和香港联合交易所A+H股同步上市。经过30余年的发展，本行已成为一家总资产规模超8万亿元、员工人数近6万名，具有强大综合实力和品牌竞争力的金融集团。中信银行信用卡中心是中信银行在深圳设立的对信用卡业务进行统一管理、集中操作、独立核算的专营机构。截止2021年11月，中信银行信用卡累计发卡量突破1亿张。

**2022年数字营销影响力表现**

经过30余年的发展，中信银行已成为一家总资产规模超8万亿元、员工人数近6万名，具有强大综合实力和品牌竞争力的金融集团。2021年，本行在英国《银行家》杂志“全球银行品牌500强排行榜”中排名第16位；中信银行一级资本在英国《银行家》杂志“世界1000家银行排名”中排名第24位。信用卡中心作为中信银行下设的独立核算运营机构，除了在经营规模、创造社会效益方面是领先的股份制银行，同时积极履行企业的社会责任，创建有“爱 信 汇”公益平台，持续开展逾10年，以信用卡为载体、以积分为抓手，提供积分捐赠和志愿支教服务。

**代表案例**

1、中信碳账户的上市宣传：该账户服务是中信银行信用卡中心通过汇聚用户的绿色低碳数据，与城市碳交易市场平台互联互通，从而有效助力城市碳普惠机制的建设，积极推动我国绿色消费转型，实现可持续发展。中信碳账户得到深圳市政府、深圳市金融局、深圳银保监局的大力支持，以深圳作为试点，与深圳生态环境局、深圳绿金委、深圳排放权交易所开展深入合作，共同打造绿色发展的深圳样板，未来将推向全国各城市。

2、《中信银行Huaweicard 上市推广》：2020年携手华为钱包第一个推出“手机里的信用卡”产品，是信用卡行业首次利用无人机飞行打造传播热点事件，引发同行高度关注；

3、《信运即享》营销活动携手刘一刀直播间展开系列联合营销，两次植入刘涛直播间，在直播间中巧妙结合不同的场景生动推广中信银行系列信用卡、信运即享活动、幸福+ 俱乐部、中信红权益等系列代表性产品活动，直播间曝光千万次。

4、《相信 打开新可能》 以铅球运动员巩立姣的故事为原型，卡中心创作正能量公益宣传片。表达相信、坚持梦想、努力拼搏的正面积极的价值观，引发多个高校、团委的自动转发推广。