招行信用卡亮相B站“2020最美的夜”

哔哩哔哩(B站)已成为目前年轻人高度聚集的综合性视频社区。2020年12月31日,B站与央视频联合举办的“2020最美的夜”bilibili晚会播出,当晚,晚会直播人气峰值突破2.5亿。

作为率先发力年轻化战略的信用卡品牌,招商银行信用卡成为“2020最美的夜”bilibili晚会合作的金融品牌,旨在向更多的年轻客群传递品质化的生活方式和品牌理念。

业内人士认为:“招行信用卡此次与2020最美的夜bilibili晚会合作,通过一次全新的、深度式的跨界融合,试图以全新的视角重构与年轻人之间的连接。这次合作既为同类品牌在推进年轻化战略的过程中提供标杆性样板,也为招行信用卡将来深耕年轻客群、深化与年轻用户的连接带来更多可能。”

在B站拥抱“泛Z世代”

近些年来,被称为“泛Z世代”的95后、00后正成长为消费世界的主力军。相比70、80后,他们生长于更加开放、物质更为充盈的社会环境,展现出了更强劲的消费能力。谁能抓住新一代的消费者,谁就占据了消费市场的未来。

“泛Z世代”聚集在哪里?毫无疑问是B站。根据B站2020年第三季度财报显示,2020年8月,B站单月活跃用户突破2亿,创下历史新高。每两个年轻人中就有一个B站用户。正是基于对B站年轻群体喜好的考虑和精准判断,招行信用卡抢占先机,率先与B站达成合作,借此机会与Z世代年轻人建立深度共鸣,实现稳固的情感连接。

借助此次bilibili晚会,招行信用卡与年轻人进行无缝对接并成功“出圈”,以简单、轻松的方式与年轻人建立联系,实现对年轻群体的精准渗透,将打造美好生活的理念深植受众心智。

多角度高效渗透年轻圈层

此次与B站的合作只是招行信用卡与年轻人紧密连接的又一次体现。前不久,招行信用卡举办第二届“总有人正年轻”主题讨论并发布了“液态青年”洞察报告,同时携手B站发布联名信用卡,支持年轻人拥抱热爱、拥抱生活。

何谓“液态青年”?液态是没有确定的形状,具有运动性,能适应不同形状的容器,可谓“灵活流动又千变万化”,一如当代年轻人看待世界的角度和方式。招行bilibili联名信用卡一经推出,便受到液态青年的认可与欢迎。

据了解,招行bilibili联名信用卡是目前市面上唯一一款以B站站娘2233为主体设计的信用卡,引发了B站UP主们的共鸣:美食领域的百大UP主“绵羊料理”、手作领域的“雁鸿Aimee”、lolita领域的小仙女“谢安然”等九大UP纷纷发布主题创意视频,诠释“为热爱干杯”的美好理念。借助该系列视频,招行信用卡年轻活力的品牌形象和精神被牢牢植入到年轻群体心中。

一向以“高冷范”形象示人的金融品牌,是如何与年轻人玩在一起的?2016年7月,招行信用卡作为首家金融机构和信用卡品牌进驻ChinaJoy。接地气的玩法、生动活泼的小招喵形象,俘虏了一票年轻人的喜爱。直至今天,年轻化已经成为招行信用卡品牌基因的一部分。

在招行信用卡看来,品牌年轻化并不单单局限于营销领域,它的基石还在于产品年轻化、活动年轻化。招行信用卡每年一度的“10元风暴”活动,是年轻持卡用户们非常熟悉和期待的年度消费盛典。从最早期聚焦于线下刷卡类交易,到面向全网用户、重视社交属性和娱乐属性,“10元风暴”以更加贴合年轻用户的玩法和方式,打通了与年轻消费群体的连接。

此外,如“月月小锦鲤”、“周六必享”、“掌上生活锦鲤节”、“星巴克联合会员”、“双11加鸡腿”等活动,针对年轻人消费特征和习惯,提供各类优惠信息和福利,牢牢抓住年轻消费者的喜好。

与年轻群体的场景共建

不难看出,从这次合作bilibili晚会入手,市场或许只是窥见了招行信用卡品牌年轻化进程的一角。品牌年轻化绝非一句空泛的口号,而是基于对年轻消费群体的深入理解,在场景、服务、营销等方面进行全方位的升级、焕新。

事实证明,招行信用卡的品牌年轻化战略已初见成效。从数字来看,以招行信用卡2019年10月末的流通户为样本,申卡年龄小于30岁的用户占比达到66.38%,总数近4000万。

年轻人的关注点在哪,招行信用卡的身影就在哪。从打造各种IP联名信用卡与年轻人跨界沟通,到全方位布局年轻人喜欢的消费场景,招行信用卡正不断通过多元化的方式拥抱新一代的年轻人,成为真正让年轻人们认可、喜爱的品牌。

(东方)

预计今年汽车数字营销市场破两百亿

1月4日,赛迪顾问数字经济产业研究中心发布的《2020中国汽车行业数字营销领域市场调研报告》指出,疫情期间,面对线下触点一度停摆的现象,汽车行业数字营销优势大幅凸显,预计2020年中国汽车行业数字营销市场将达到182.7亿,同比增长7%;而2021年这一规模有望突破200亿,增长9.6%。

报告指出,在疫情防控常态化的背景下,受消费者活动线上迁移的影响,汽车厂商中有53.9%的受访者表示未来将进一步加大数字营销投入,这一比例较2019年增长了16.4个百分点。在对消费者购车意愿的调查中,有67.1%的消费者表示此次新冠肺炎疫情对其购车产生了促进作用,尤其是新一线城市受访者的购车意愿明显高于其他城市。

报告指出,经过“疫情大考”,2020年初汽车销售市场线下触点停摆,媒介渠道随之广泛向线上迁移,消费者更倾向于通过线上媒体平台获取相关信息,并涌现了直播带货等多种线上销售方式。预计2020年中国汽车行业数字营销市场将达到182.7亿,同比增长7%;而2021年这一规模有望突破200亿,增长9.6%,从中长期来看,这一增速仍将呈扩大态势。

(何讯)

披荆斩棘 中国移动扎根海外本地化运营

2020年全球遭受新冠疫情,国内外社会经济受到深远影响。

中国移动有一支海外运营团队,走在国家战略的“一带一路”上,扎根巴基斯坦,专心本地化运营,造福当地社会和人民,它就是中国移动巴基斯坦公司(CMPak)。回顾2020年,这里有很多的人和事值得我们去铭记,精彩的央企海外故事正在被书写,难忘的记忆瞬间正在被历史记录。

打好疫情防控战役,通信保障众志成城

2020年3月20日政府开始实施封城政策,商业关门,经济活动中断,公司全力以赴保障疫情防控期间通信服务畅通。3月底完成伊斯兰堡当地“火神山”医院5G覆盖。针对120个疫情定点医院,实施紧急硬件扩容和优化保障,解决热点区域通信需求。同时,充分发挥网络能力的优势,免费协助地方各级政府,通过集团短信进行抗疫宣传,累计发送短信1.1亿条。

确保网络质量和客户体验行业第一。经过13年网络建设的辛勤耕耘,公司现网共运营14000个物理基站,服务当地4000多万用户,成功从行业第五跻身行业第二大运营商。疫情期间重点保障网络质量和提升客户感知,荣获第三方独立测评机构给予的网络质量和客户体验巴基斯坦行业第一的荣誉。

疫情来势汹汹,普及防疫知识刻不容缓。借助自身通信渠道,免费开通4343疫情防控医疗热线,为巴人民提供医疗咨询及救助信息,通过公司官网、APP、自媒体等多种渠道,持续向广大用户开展疫情防护宣传教育工作,将客户默认的手机彩铃改为本地语言乌尔都语的新冠肺炎防范知识,有效助力了防疫知识传播。

根据益普索本年度民意调查显示,公司被评为巴基斯坦新冠疫情抗击活动中十大最具支持力的企业之一。

消除社会数字鸿沟,服务民众扎根一线

为保障客户通信需求不受影响,CMPak向所有客户提供了每天20分钟的免费网内通话时间,将充值余额有效期在原基础上增加了15天,推出优惠的“在家办公”主题流量套餐,为4万多后付费用户提升了50%信用额度,帮助客户渡过封城难关。

支撑携手渠道伙伴,保障充值业务不间断。面对网点大面积关停,客户到哪里充值成了难题。公司火速制定渠道新方案,向渠道伙伴提供专项补贴用于防疫物资,保障渠道畅通。公司人员奋战在市场一线,开拓药房、杂货店等民生网点,保障用户随处都可以充值续费。

开放合作,助力数字生活普及。公司积极与谷歌、脸书、抖音等OTT合作,为主流应用提供定向流量包服务,大大降低客户使用成本。与各大手机厂商合作,推出终端+流量优惠套餐,降低客户进入智慧移动生活的门槛。与外卖、打车等民生服务合作,降低服务成本,让信息便利惠及生活的方方面面。

10月,公司承担了扎法拉巴德地区和卡拉奇地区的基础服务网络建设项目,涵盖偏远地区基站42个,覆盖偏远贫困人口50.3万。

服务“一带一路”项目,为央企保驾护航

公司作为央企,助力中巴经济走廊(CPEC),服务“一带一路”中资企业。目前已在当地服务250家在巴中资企业,涵盖3.2万中国客户,覆盖20个CPEC重点工程项目。2020年,CMPak又为包含塔尔煤矿二期、拉合尔橙线地铁、默蒂亚里输电线路等10个在建CPEC重要项目,提供通信方案设计和网络覆盖。

特殊时期,特殊保障。公司针对中资重要单位,采取临时提高信用额度,延长账单期等措施,避免客户停机,保证业务正常使用。所有客户经理24×7远程在线,积极响应客户相关需求,做到“业务联系不见面,客户经理随时在线”。

因地制宜适应新常态,数字化和创新驱动发展

11月,公司拨通当地首个5G国际漫游视频电话,视频两端连通了中巴两国的首都北京和伊斯兰堡。依托中国移动集团“管战建”优势,5G技术输出海外,技术创新能力能力持续巴基斯坦行业第一。

疫情隔绝了物理接触,产品服务创新保障信息传递。疫情爆发后,公司在一个月内完成了视频会议产品ZongLinkup的开发和部署,为众多单位提供远程会议服务。通过ZongLinkup为巴基斯坦NUST大学百名学生开展线上的OneNet平台培训,支撑巴基斯坦重型机械厂(HMC)连线巴基斯坦驻中国大使馆、多家中资企业成功举办了跨国线上合作签约仪式。

客服中心通过系统改造全面实现居家客服,不仅保障了员工安全,客户满意度及服务质量也稳居行业第一。

履行社会责任,讲好中国故事

防疫物资紧缺,爱心助力抗疫。公司向全国各地方政府免费提供约4840万卢币的移动通信产品及各类防疫物资,为巴基斯坦政府开通短信捐款渠道,组织公司员工开展“一日捐”活动,共筹得善款700万卢比,从国内采购1.6万个N95医用口罩,定向捐赠给巴基斯坦国家灾害管理局,向巴基斯坦红新月会捐款1834万卢比,用于为当地医院购置医疗设施。

积极参加社会公益,彰显央企海外形象。为了帮助孩子们应对寒冷天气,CMPak向拉合尔SOS村的孩子们赠送了保暖衣物和基本生活必需品。该倡议在拉合尔的所有SOS村都得到了推广,这样更多的孩子就能从支持中受益。拉合尔SOS儿童村是巴基斯坦建立的第一个总统项目。此外,CMPak后还为拉合尔SOS儿童村组织了新冠肺炎宣讲会,教育孩子们在新冠肺炎大流行期间的安全和预防措施。

不负韶华,不辱使命。2020年的努力即将载入史册,2021年CMPak必将砥砺前行,服务当地,增进民生福祉,为争创世界一流央企乘风破浪,为国家“一带一路”战略添砖加瓦。

(林富)

阿里巴巴将在沙特提供公共云服务

未来五年投资5亿美元

沙特电信公司(STC)和风险投资基金eWTP Arabia Capital日前联合宣布与云服务提供商阿里云建立合作伙伴关系,为沙特阿拉伯提供高性能的公共云服务。

通过合作,沙特电信公司将能够利用阿里云经过验证的基于云的技术和服务,以加速当地技术生态系统的增长。

作为合作伙伴关系的一部分,阿里云计划在未来五年内向沙特阿拉伯投资5亿美元。阿里巴巴云将在利雅得设立新办公室,为当地客户提供更好的服务和培训。

(李云)

海尔邀3大行业合作打破边界补齐短板

你一定听过木桶效应。一只木桶能盛多少水,并不取决于桶壁最长的那根木板,而是最短的那根。同理,洗衣也有木桶效应:即便洗衣机本身洗护性能出色,可一旦洗涤剂、洗衣方式存在问题,效果依然不会理想。

对此,海尔洗衣机于2020年12月30日启动“海尔BLingBLing彩装机上市暨衣物洁净&护色科学体验日”,发布新物种彩装机,并针对衣物发黄、褪色等用户痛点,联合中国家用电器协会、中国服装协会、中国洗涤用品工业协会共推行业融合、填补衣物洗护短板。

衣物发黄、变暗不是单方的问题

常理,不一定就是真理。就像白衣穿久会发黄、彩衣洗多会发暗,本该如此吗?不见得。

首先,衣物发黄的主要“元凶”在于人体产生的皮脂蛋白渍。但一般洗涤剂主要以剥离类成分为主,难以瓦解这种污渍,加上人们难以精准把握洗涤剂用量,洗不净才成了常态。

另外,大多人认为彩衣越洗越暗是因为掉色,实则是“毛球漫反射”现象造成的。衣物穿久了纤维受损,好比光滑玻璃变成“磨砂玻璃”。同样,常见洗涤剂也无法修复纤维。

其实衣服发黄、暗淡是可以解决的,但这需要洗衣机、洗涤剂、服装领域共同参与。洗衣机要洗得彻底、洗涤剂要升级配方、不同衣物洗护方式也要明确,这几个环节缺一不可。

但跨界整合的难度可想而知。正因此,行业始终没有行之有效的解决方案。

海尔彩装机,多方联合破局难题

但如今,破局衣物难洗问题已刻不容缓。中国服装协会专职副会长周一奇直言,衣物净白和亮色一直是消费者洗护中最大的痛点。随着人们对衣物的色彩、设计等个性化需求不断提高,衣物洗护面临巨大挑战。

这一行业桎梏,最终被“新物种”海尔彩装机打破。之所以叫新物种,是因为它不仅洗护性能强,还配套了3款专用洗涤剂,实现“专业洗护+专用洗衣液+智能投放”的完美融合,彻底解决衣物发黄、发暗问题。

其中,净白助洗液可通过蛋白酵素剥离深层污渍,蛋白洗净比提升530%。精萃洗衣液具有低泡沫、易漂洗特质,配合亮色助洗液能快速溶解纤维毛球,护色性能提升90.8%,把磨砂玻璃变成“光面玻璃”。

现场试验中,将两块沾染菠菜鸡蛋污渍的棉布分别用国标洗衣液、净白助洗液浸泡,1分钟后前者仍残留污渍,另一块则洁净如初;一块旧衣布条经过亮色助洗液、精萃洗衣液洗后色彩提亮,显微镜下纤维组织完整光滑。

中国洗涤用品工业协会理事长汪敏燕评价称:“海尔彩装机为衣物去污亮色带来显著改变,这一创新突破已达到全球领先水平。”

她还表示,这款产品将洗涤剂添加变成数字算法,解决了精准投放难题。从演示中看到,该产品可以检测当地水质、水温,并根据衣物总重、面料等数据自动添加洗涤剂,实现科学洗护。

生态融合,海尔洗衣机布局已久

俗话说“一花独放不是春”。海尔彩装机不仅是极致创新的体现,更是跨界生态融合的创举,它的诞生也印证了海尔智家的判断:未来,没有一家企业能独立满足所有用户需求。

无界生态,是行业发展的必由之路。而在这一新赛道上,率先布局场景、转型生态的海尔洗衣机已深耕良久,实现了行业引领。

当下,海尔洗衣机不再单独出场,而是搭配衣物护理柜、智能衣架甚至健身器等生态方产品,为用户提供覆盖洗、护、存、搭、购全流程的定制化场景方案。目前,海尔洗衣机已打通服装、家纺、洗染等15个行业的5300多家生态资源方。

正如中国家用电器协会理事长姜风所言,随着用户需求升级,行业正进入到智慧升级、跨界融合的全新发展阶段。当跨行业的“木桶效应”加速显现,此次海尔洗衣机对于生态融合的成功探索,或将成为行业发展史上里程碑式的节点。

(汪雯)

便民服务 收费标准:(55元/行/天)(13字1行)广告热线 028-66079393 QQ:769036015 VX:13308082189
地址:红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室
律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

公 告
四川君和环保股份有限公司拟转让俄罗斯锡拜5000t/d熟料新型干法水泥生产线项目股权,现寻找有意向的投资人,请有意向者按如下方式联系公司董秘蒋雨辰:
lifan73@126.com
或电话:0833-2431498。

注销公告
成都圣时科技有限公司(注册号:5101092006907)经股东会决定注销公司,请公司债权债务人自公告之日起45日内到公司清算组申报债权债务。特此公告

注销公告
成都大壹家数字技术有限公司(注册号:5101092005737)经股东会决定注销公司,请公司债权债务人自公告之日起45日内到公司清算组申报债权债务。特此公告

●四川龙韵建设集团有限公司营业执照一本(副本)(7-1)统一社会信用代码:91510000769972730K,遗失作废。

●今有客户孟德颖认购恒大牧云天峰J9地块23-1-701,收据编号cdhdmytf3246901,金额251642元,现已遗失,特此申报挂失。

●四川大学凝聚态物理专业王婧报到证(证号:2019106101 10257)遗失作废

●星光华印象收据0120687,金额11104元遗失申请作废。

●成都华圣伟业建设工程有限公司,开户许可证(账号:1001300000685150,核准号:J6510116999301,开户银行:成都银行光华大道支行)遗失作废。

注销公告
成都市日盛商贸部(注册号28986949-4)拟向登记机关申请注销,请债权人自本公告见报之日起45日内前来办理债权债务事宜。逾期按相关规定处理。

●内江亿农电子商务有限公司在中国工商银行内江市分行玉溪路支行开立的开户许可证(账号:2307824409124818240)遗失作废。

●兹有成都市新津区人力资源服务中心事业单位法人证书副本(有效期2020年08月13日至2025年08月13日,统一社会信用代码12510132792177077 39),遗失作废,特此申明。

●注销公告:成都巴松暖通空调技术有限责任公司股东会决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区永陵路18号向公司清算组申报债权。2021年01月11日

注销公告
成都友丰投资管理有限公司(注册号510105000331930)经股东会决议决定注销,请债权债务人于本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

●四川佳通实业有限责任公司,开户许可证(核准号:J6510019308502,开户银行:中国农业银行股份有限公司成都商鼎国际支行,账号:90020104000 7481)遗失作废。

●注销公告:成都恒昌恒信电子有限公司(注册号:5101072000906)经股东会决议注销本公司,请相关债权债务人自本公告见报之日起45日内向本公司清算组申报债权债务。

减资公告
四川天瑞乐途旅游养老产业发展有限公司(统一社会信用代码91510100321603937U),经股东会决定将注册资本由人民币1000万元减少至50万元,请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供债务担保的请求。

●金堂县吉庆辉酒水经营部营业执照正副本统一社会信用代码92510121MA6CPAR397遗失作废

●成都合达联行物业服务有限公司开具给佟俐的车位一折合同及预付一折收据(票号25556金额9000元)不慎遗失,声明作废

●陈杨、邓婷婷、陈华、杨雪冰遗失花样年龙年中心2-2-2104收据一张

注销公告
四川盛世华唐房地产开发有限责任公司(注册号:510123280189 5-2-1)股东会决议决定注销公司。请公司相关债权债务人于本公告见报之日起45日内到公司申报债权债务

●叶元清身份证(证号32092519690702208X)于2021年1月8日上午在成都遗失,即日起非本人使用与本人无关。

●注销公告:成都市武侯区美联英语培训学校(统一信用代码:52510107569670922J)经主管单位同意,拟向登记管理机关申请注销登记,请债权人自公告之日起45日内,前往本单位清算组申报债权。特此公告!

●太平人寿保险公司冷阳执业证号:02000351000080002012017806遗失,声明作废

●成都西星汽车服务有限公司编号为0113316,车牌号为川A74S3L网络预约出租汽车运输证已遗失