

2022年上半年，广发信用卡积极响应政策部署，通过加快构建场景消费服务生态，不断以年轻化产品，贴近Z世代消费者，累计发卡量超过1.05亿张。

截至2022年6月末，广发信用卡实现消费总额超1.2万亿元，线上消费占比稳步增加，其中6月份线上消费同比上涨高达33%。

广发信用卡在发展业务同时，也牢牢把握风险底线，截止到今年6月末，广发信用卡累计不良率为1.46%，低于行业平均值，连续多年保持不良率较低的水平。

为营造年轻客群的一站

式金融消费生态，广发信用卡与喜茶、瑞幸、得物、抖音等潮牌跨界合作，推出95后用户专属联名信用卡，整合95后青睐的饭票、潮流产品、生活优惠等特色活动，放大线上场景流量与价值的叠加效应，为广发信用卡持续深耕年轻化战略注入新能量。

广发信用卡坚守“以人民为中心”的服务宗旨，一方面围绕水电话费、移动支付、电商消费、餐饮娱乐等高频消费场景，引导和满足民生刚需，通过优化消费结构、拓展真实消费场景来提高消费活跃度，增强用卡黏性，另一方面主动适应互联网市场发展变化，通过不断迭代升级的发现精彩APP充当消费场景中枢，形成饭票活动、咖啡茶饮、商旅出行等多个强势普惠品牌，给消费者大幅度释放折扣减免红利。

发现精彩APP累计注册用户7000万户，月活超过2000万。

---

关注本号，这里有信用卡的知识，也有信用卡行业独立视角的深度评论与分析，还有信用卡的历史与文化。