

对于不少“80后”、“90后”来说，童年成长中都少不了皮卡丘的身影。近日，电影《大侦探皮卡丘》在各大影院热映，更是让“皮卡丘”回忆重现，深受“动漫粉”热捧。随着票房一路高升，全国掀起一波皮卡丘热潮，皮卡丘玩偶、联名商品等迅速抢占市场。

一贯紧随年轻客群步伐的招商银行信用卡，自然没有错过这个服务年轻人的机会。近日，招行信用卡推出宝可梦粉丝信用卡，再次与年轻人玩在了一起。



品牌年轻化+娱乐营销，深耕年轻客群

年轻人的选择就是招行信用卡的选择。一直以来，招行信用卡始终坚持品牌年轻化战略，频频跨界，探索年轻人喜欢的领域。事实上，除了动漫，招行信用卡还曾跨界游戏、体育、资讯、直播、音乐、时尚、社交等领域，并与电影《大鱼海棠》、“来呀!音乐节”等泛娱乐IP跨界合作。

同时招行信用卡也多次参展ChinaJoy，特别是去年，招行信用卡携“金融业首个品牌IP”小招喵亮相ChinaJoy，泛娱乐营销新玩法萌翻全场。招行信用卡已经正式开启品牌形象小招喵的IP化运作，作为首个金融业品牌IP，小招喵让原本严肃的品牌感变得温暖，成为了连接用户的纽带。

“多年来，招行信用卡在品牌年轻化战略与娱乐营销加持下，不断加强与各行各业领先的品牌合作，在用户尤其是年轻客群中树立了优质的品牌形象。”业内人士表示。未来，招行信用卡将推出更多贴合年轻人喜好的产品及服务，满足年轻客群日渐多样化的消费和情感需求，将品牌影响力不断渗透到年轻客群中。