

想都不敢想的优惠成真

“银联钱包”伴着首届“银联62儿童消费节”来袭



儿童代表现场“圆梦”

彰显社会责任打造消费理念

家庭消费理念，是一个“不仅仅为自己，更为别人献上爱心”的消费理念。在合肥“银联62儿童消费节”的启动仪式现场，中国银联安徽分公司总经理柳青扬表示：“这是银联首次开展以关爱儿童为主题的大型营销回馈活动，宗旨是倡导尊老爱幼、关注家庭、珍视亲情的传统文化，回归老有所养、壮有所用、幼有所长的社会发展永恒主题，营造以家庭为核心的消费理念。”

“关爱儿童”，银联给出的不是“口号”，而是实际的行动。一方面，品牌玩具、冰激凌、奶粉等的大幅度优惠，本就是针对儿童。另一方面，作为“银联62儿童消费节”活动的组成项目，“童愿联心”计划也成为一大亮点。

中国银联安徽分公司征集了合肥市62名儿童代表的心愿，由中国银联牵头，组织银行卡产业各方、安徽省儿童少年基金会、社会志愿者等帮助儿童“圆梦”。

“我想要一个书包”，“我想要一个画画笔”，“我想为姐姐买双鞋”……在启动仪式现场，62名儿童的心愿贴满“心愿树”，出席嘉宾纷纷上前“认领”，所有小朋友的梦想都将实现。



参与商户“奶粉秀”

“62儿童消费节”叫板“双11”。5月27日，中国银联宣布首届“银联62儿童消费节”在全国范围内启动，这是一场突出“家庭”概念的消费回归战，也是银联史上规模最大的营销活动。

而“银联钱包”的升级现身，瞄准的是线上线下两个支付市场，银联希望以此建设开放性的银行卡增值服务O2O（线上到线下）平台。这个平台，将给数以亿计的持卡人带来看得见的实惠，也将给“支付宝钱包”带来真正的挑战。

■张华玮/文

银联“造节”实现1毛钱看电影

从利用节日做营销，到自己“造节”做营销，商家们的营销思路发生了重大变化。淘宝“双11”的成功，更掀起了“造节”运动。但不是所有的平台都有“造节”的能力，消费者也不会为所有的节日买单。此番，中国银联投入数亿资金，必定是有备而来。

“现在谁没有一张‘62’开头的银联银行卡？绑定银联钱包很方便，推出的商品都超级实惠，奶粉、DQ冰激凌、电影票、屈臣氏优惠券，全是我想要的。”省城白领夏女士，近几日最常做的，就是抱着手机用银联钱包“抢优惠券”，“很有双11的感觉，好多优惠，慢

一点就抢不到了。”

笔者获悉，“消费节”将持续至6月2日，包含62折买奶粉、购玩具、吃大餐，6.2元看电影、玩游乐场、吃零食，6.2%银联积分大回馈等系列活动，范围覆盖全国100个品牌超过5000家线上线下商户。

据了解，银联此次回馈活动力度之大，还体现在联合部分商业银行，实行累计优惠。如在银联6.2元看电影的活动基础上，浦发银行为符合条件的持卡人再返现6.1元，也就是说浦发银行银联信用卡（卡号62开头）持卡人只用1毛钱就能看电影。

“银联钱包”建设开放性O2O平台

作为“银联62儿童消费节”的重要载体——银联钱包，其与支付宝钱包、壹钱包等以支付为核心的“钱包”并不相同。“银联钱包”更像“装满优惠券的电子钱包”。

持卡人通过登录“银联钱包”网站或下载“银联钱包”手机客户端，完成银联卡关联并下载自己喜欢的优惠券，到商户刷卡消费时提示收银员自己要使用银联钱包，刷卡时就可直接获得优惠。据估算，通过这种方式，优惠券到达用户后的转化率能达到30%~40%，比传统纸质优惠券的转化率提高

了10倍。

此外，“银联钱包”还提供消费积分、电子票券等个性化增值服务。经过升级调试，“银联钱包”还新增短信和微信注册和使用功能，用户使用后还可以添加并分享评论。

中科大管理学院副教授张瑞稳表示，“银联钱包”就是一个开放性的银行卡增值服务O2O平台，实现了线上线下刷卡消费协同互动。通过银联钱包，银联可以加强自身与银行、收单机构、支付机构和商户之间的黏度，这本身就是银联的优势。



儿童心愿墙

银联钱包

银联随行 世界随心

62优惠 一扫打尽

关注微信服务号“银联钱包” 详情请查询 online.unionpay.com

银联卡 推荐使用

95516 www.unionpay.com

您时常会……

- 忘记打印优惠券
- 会员积分没咋用
- 店里没有wifi
- 会员卡没带
- 优惠短信好难找
- 卡包好厚
- 高端场所无优惠

银联钱包，为您解决这些烦恼

银联钱包是中国银联向持卡人提供优惠信息的增值服务渠道和载体，持卡人只需注册银联钱包并关联常用的银联卡（卡号以62开头），即可随时下载海量的优惠券，刷卡时告知收银员使用银联钱包，乐享实时惊喜优惠。

使用银联钱包，全城优惠随身带，马上丢掉厚重的卡包吧。

注册流程

- 注册银联钱包
- 关联银联卡
- 绑定银联卡
- 立即注册

使用指南

- 打开银联钱包
- 选择优惠券
- 扫码支付
- 享受优惠

注册银联钱包，享受独家海量优惠