

## 汇享利好 促惠民生

## 银联“超级汇率补贴”加码，出境消费省钱省心

抢抓国际消费契机，深耕惠民促销初心，银联国际跨境消费“超级汇率补贴”活动上线，覆盖跨境出行、境外购物场景，持续发放汇率补贴福利，降低出境消费成本，提振跨境消费活力。

## 聚力跨境支付 践行惠民促销

随着出境游、境外商务、跨境文旅消费持续回暖，大众境外用卡频次大幅攀升，汇率波动、手续费偏高、支付渠道繁琐，成为制约跨境消费体验的痛点。作为国内支付基础设施核心主体，银联国际持续优化跨境支付生态，紧抓国际消费季消费热潮，聚焦群众高频出境消费场景，推出分级汇率补贴福利，把金融惠民红利直达千家万户。

本次“超级汇率补贴”活动覆盖出行购票、境外线下消费两大刚需场景，打通线上境外航司购票、多国线下实体消费链路，覆盖十余主流结算币种、十余热门出境目的地，依托银联全域支付体系，简化报名流程、透明补贴规则，兼顾普惠性与实操性，以支付赋能提振消费信心，夯实惠民生促消费实效。

## 双线福利覆盖 汇享出境福利

**福利一：**线上购境外航司机票，直享2%专属汇率补贴

针对出境出行刚需场景，银联上线境外航司购



票专项补贴，降低出行前置消费成本。用户使用完成活动报名的银联信用卡，在受理银联支付的90余家境外航司官方网站线上购票，选用指定外币完成支付，即可自动享受2%汇率补贴，一键省下出行路费。

**福利二：**境外线下消费，“超级汇率补贴”阶梯福利为适配国际消费季境外逛购热潮，本次“超级汇率补贴”覆盖中国香港、中国澳门、韩国、新加坡、马

来西亚、泰国、澳大利亚、法国、意大利、西班牙等热门消费目的地。动态升级体系，消费越多、汇率越优。报名即享黄金汇率；累计消费笔数达3笔，达标自动升级至铂金汇率；累计消费笔数达5笔，达标自动升级至钻石汇率。

活动支持刷卡、扫码、手机Pay多种支付方式，日常商超采购、文旅探店、百货购物、餐饮消费全部纳入笔数统计，小额消费也能快速升级权益。

为优化用户支付体验，银联打通小程序、云闪付App双渠道入口，取消复杂审核流程，全程线上操作、实时生效。打开云闪付App或微信搜索“优计划”小程序，点击“报名享补贴”，选定名下银联卡完成绑定报名，报名成功即刻生效。

## 筑牢跨境服务 落实惠民初心

激活消费活力，支付是关键抓手；便利跨境出行，惠民是根本初心。本次银联“超级汇率补贴”活动，既是深度参与国际消费季、繁荣跨境消费市场的务实举措，也是优化跨境支付服务、落实惠民生、促消费政策的金融实践。

依托覆盖全球的受理网络、成熟稳定的清算体系、透明合规的汇兑机制，银联国际持续补齐跨境消费支付痛点，持续加码汇率补贴、简化服务流程、拓宽消费场景，打通境内外消费壁垒。未来，银联将持续联动商业银行、境外商户多方资源，推出更多惠民支付优惠，夯实跨境支付安全底座，以金融支付活水激活消费动能，助力消费高质量发展，让国民出境消费更安心、更实惠、更从容。

## 传承根基主动革新

## 旺旺米果深耕赛道数十年，以持续变革书写国民零食进化之路

作为国民休闲零食标志性品类，旺旺米果赛道历经数十年市场迭代，消费需求持续演变。以米果产品起家的旺旺，从仙贝、雪饼打开市场，数十年坚守主业，持续推进产品升级、工艺革新、渠道重构与品牌焕新。在零食行业竞争日趋激烈，消费走向健康化、场景化、个性化的当下，持续巩固赛道优势，为传统休闲食品企业长期发展提供样本。



回溯发展历程，米果业务是旺旺起步发展的根基。上世纪80年代，旺旺发力米果赛道，引进海外生产技术并完成工艺积累；90年代正式布局中国大陆市场，旺旺仙贝、旺旺雪饼一经推出迅速走进千家万户，构建起一代人的味觉记忆。依托成熟的膨化生产工艺、稳定的产品口感与持续铺开的全国经销网络，旺旺米果快速渗透城乡各级市场，稳居国内米果赛道头部位置。小小酥、厚烧海苔等多款产品相继推出，持续扩充米果产品矩阵，多年来在休闲零食终端货架占据重要席位。

伴随消费市场变迁，单一经典产品难以持续满足多元需求。面对消费群体迭代、健康饮食风潮兴起，旺旺米果开启全方位业务变革，打破“老牌零食”固有标签。产品端，兼顾经典传承与创新迭代。对于仙贝、雪饼等长青单品，品牌持续优化生产工艺，

推进配方升级，坚持优质大米原料、低温烘焙、非油炸核心工艺，守住标志性米香口感。

与此同时，研发团队持续挖掘消费趋势，推出旺米烧、旺雪米、仙贝物语、芝士仙贝、厚烧海苔等新品，覆盖养生、轻食等多元需求；还围绕职场补给、学生备考、婚庆伴手礼、出游零食等细分场景打造场景化产品矩阵，拓宽米果消费边界。

在生产供应链层面，旺旺坚持重资产自建工厂模式，打造一体化米果产业链。从稻米原料甄选、制果生产到仓储物流全链路自主把控，实现品质标准化与成本可控。依托规模化生产基地，品牌持续推进产线智能化改造，优化生产效率，同时落实绿色生产标准，推动包装、制造环节低碳升级，平衡产业发展与可持续发展需求。

渠道变革是旺旺米果近年转型的重点。过去，旺

旺依托传统商超、副食批发建立庞大经销网络。近年来，品牌主动重构全域渠道体系，实现新旧渠道协同发展。一方面持续深耕线下传统渠道，优化终端陈列；另一方面大力布局零售量贩、连锁便利店、文旅景区等新兴线下场景，针对不同渠道特性开发适配小规格、组合装产品。线上持续发力电商、直播、短视频阵地，依托新媒体内容触达年轻消费者。

品牌营销层面，旺旺米果跳出单纯产品售卖思维，挖掘情感价值与文化价值。依托旺仔经典IP，持续开展国潮跨界、城市快闪、文旅联动活动，打通Z世代沟通通道。打破零食单一食用属性，绑定喜庆文化、祈福文化，让米果不止是解馋零食，更是节庆、聚会、送礼的情感载体。通过年轻化内容、趣味互动、跨界联名，持续唤醒老用户情怀，吸引新生代消费者，实现品牌“逆生长”。

休闲零食赛道新品层出不穷，市场竞争白热化，不少老牌品类面临增长瓶颈。对此，旺旺米果相关负责人表示，经典品类想要长久发展，既要敬畏市场、守住产品根本，又不能固步自封。未来，旺旺米果将持续加码研发投入，持续探索糯米制品、谷物米果等创新方向，持续推进高端化、健康化、场景化产品布局；持续完善全域渠道建设，深化经销商协同；持续推动IP文化创新，打通更多消费场景。

旺旺米果数十年稳步发展，印证基础品类具备长久生命力。持续的工艺改良、精准的新品布局、灵活的渠道调整、持续的品牌焕新，构成老牌零食企业穿越行业周期的核心竞争力。随着国内休闲零食消费市场持续扩容，持续自我革新的米果赛道，仍具备广阔增长空间。