



中国人民银行2月12日发布的《2014年支付体系运行总体情况》列出了一系列与你息息相关、而你可能并不知道的数据：截至2014年末，全国累计发行银行卡

49.36亿张，较上年末增长17.13%。也就是说，在中国，人均持有银行卡3.64张。其中，借记卡还是人们钱包里的大头：累计发卡44.81亿张。信用卡累计发卡4.55亿张，人均持有的信用卡数量为0.34张，较上年末增长17.24%。

据了解，2014年，光大银行信用卡

中心实现了信用卡业务的跨越式增长。相继推出了智能商务信用卡、旅游主题信用卡、DIY信用卡等系列创新产品，获得了市场的广泛认可。 [立即申请光大银行信用卡](#)

据介绍，在“周周刷 周周送”、“星座欢乐送”等重点活动的基础上，光大银行着力打造了“十元系列”品牌营销活动，客户体验度大幅提升；投身公益爱传万家：持续发行母亲水窖爱心信用卡等公益卡种；支持“大地之爱 母亲水窖”公益项目，连续三年举办“光大梦想 爱心启航”青少年才艺展评，累计超过45万家庭参与，覆盖人群近4亿人。现在越来越多的银行关注互联网，而且也越来越以互联网思维重新审视企业的发展。而随着互联网的发展、数据的爆发式增长，无论银行业还是互联网业，又都不约而同地将目光投向了大数据。

交通银行

信用卡中心的负责人说，银行服务上千万的客户，就是想破脑袋也不能精确预知客户喜欢什么？也不能把客户群细致分类，只有用大数据才能够做得更精准，服务得更精准，才能把风险控制得更精准，所以，银行业是对大数据依赖程度极深的一个行业。与以往的经验相比，大数据确实带来很多惊喜，就是能做到更精准的服务于每一个人。业内人士指出，从业务应用角度讲，以前客户从申请到每一笔刷卡消费，都只是考虑该交易本身。而现在交易已转变为只是一个手段，大数据就是要通过客户的交易了解客户的行为，从而了解客户消费背后的逻辑。多维度数据结合的结果就可以对客户进行更为精细化、差异化、个性化的服务。这样的精准营销才使得银行信用卡在消费额方面受益良多。

