

受宏观经济和金融监管趋严的影响，银行业利润增幅趋缓、息差收窄，向零售业务转型，打造轻型银行和价值银行，成为众多银行的战略选择，“得零售者得天下”获得业界共识。

在线下，一方面，银行纷纷设立以客户体验为中心的零售门店式物理网点，强化场景化设计，在非营业时间持续为社区居民提供金融服务，举办多种多样的社区活动增加客户黏性；另一方面，银行也在加速对已有传统营业网点的智能化升级，智能投顾、自助贷款、刷脸取款等各种新型智能设备纷至沓来，节约用户办理业务的等待时间。

而在线上，多家银行则推出APP、微信银行、直销银行等互联网产品，满足用户日常的转账、消费、理财、贷款、结算等刚性需求，同时，利用大数据、人工智能、生物识别、区块链等技术提升营销的人性化。其中，信用卡业务成为银行零售转型的重要突破口，在消费升级大浪潮驱动下，消费金融正在成为助力美好生活需要的重要利器，信用卡业务也在这样的背景下进入快速繁荣时期。

作为金融科技应用最早的金融业态之一，信用卡行业在客户、账户、支付的相关金融科技应用管理上有一套相对健全的机制，但与新兴互联网企业相比，信用卡行业的科技创新能力和管理理念均存在明显的差距，信用卡业务转型迫在眉睫。

当今唯有从客户入手，建立智能化、差异化的客户服务模式，持续提升客户体验，才能抓住客户，而金融科技作为一件利器，能为传统信用卡业务转型赋能，“金融”+“科技”令产品“更懂你”，有效激活客户价值潜能，为其打造定制化的用卡生态。

随着大数据技术等前沿科技下沉到基础金融服务层面，“更懂你”的信用卡在用户生活中的黏性无疑将再度提升，也才能抓住当前消费金融市场蓬勃发展的机遇，让信用卡业务老树发新枝。