

5月10日，市场评测机构J.D.Power在中国市场首次发布信用卡满意度研究报告，其结果显示中国消费者对信用卡的忠诚度不高，持卡“蜜月期”在中国平均只有3年，第4年客户总体满意度显著下降。在中国，白金及以上等级信用卡持卡人在第4年流失最多，他们满意度下降主要是集中在“促销活动”和“积分奖励”。

该研究发现，持卡一年以上的“老客户”相比持卡一年以内的“新客户”满意度较低。同时，中国信用卡客户对新卡“申请”和“激活”服务的满意度最高，对“问题解决”和“积分奖励”最不满意。

J.D.Power中国区金融及服务行业事业部总经理薛珉表示，信用卡客户的满意度和其忠诚度、推荐率和保留率密切相关，也直接影响发卡机构的业绩。满意度越高的信用卡客户，其忠诚度也越高。只有认真倾听客户之声并相应地提供卓越的体验，银行才能基于其信用卡客户满意度来最充分地实现财务回报。