

国内信用卡市场在经过数年的爆发式增长后，虽然潜力仍然巨大，但随着政策法规不断完善、监管力度日渐严格，此前单纯靠“跑马圈地”，发行量贴身肉搏的年代将渐行渐远。只有了解市场、客户的现实需求，转向更为高端专业化的产品的布局，才能在竞争激烈的信用卡市场中赢得先机。

中国经济的快速增长以及对外开放程度的提高，都使得商务差旅市场在中国迅速成长，并成为了一个最为潜力的新行业。美国运通资深副总裁兼环球网络及商户业务大中华区总经理姜大伟认为，“美国运通与一些外资在华企业和中国大型企业沟通时，发现他们都对降低差旅成本、改善提升财务管理效率有着很强的需求，我们判断中国商务卡市场发展潜力巨大。”

金融机构为适应新形势而提高服务水平，与企业需求对接是国内各大银行亟待研究解决的重要问题。而商务差旅作为国内企业拓展业务的必要活动，其市场也在日益增长。对于那些大力发展新兴业务，增加中间业务增长点的各家商业银行，也将信用卡的发力点选择这一新兴领域。近年来，工行、光大、华夏等多家商业银行的商旅信用卡纷纷登场，这一领域已成为银行信用卡从拼数量向拼质量转变的新战场。

在信用卡领域有着独特优势的招商银行也开始预见到了这一趋势，大举进军商旅费用管理这个充满商机的新兴市场。近日，招行携手全球知名商旅管理巨头美国运通首次在国内推出美国运通高端商务卡系列产品，而这也开启了中国商旅管理市场上，国内银行和国际商旅巨头的全方位合作模式。

商业银行将信用卡新的发力点定位为商旅市场，显然眼光独特。伴随市场经济的迅速发展和商务活动的日益频繁，商旅管理因致力于商务旅行的可管理性，帮助企业降低商务成本已渐成潮流。商旅信用卡就以其独特的优势和针对性，获得了越来越多企业的认可。

近期推出的招商银行美国运通商务卡不仅仅是一张信用卡，更侧重于为国内外各大企业提供全球最负盛名的商旅管理方案和服务，帮助企业实现最大化差旅控管、实现差旅费用节省、给予企业员工高价值的附加权益和提供全球商旅管理的四大方面。

招商银行信用卡中心总经理刘加隆表示，“银行提供单一的产品或简单的服务已远远不能适应企业的需求，这就势必要求金融产品由以往单纯的账户管理、结算支付等基础性金融业务向更高端和结构复杂化的产品需求过渡。”

