

2014年是国家旅游局确定的“智慧旅游年”，内地公民出境旅游人次突破1亿大关，其中每100人次中，就有8.6人次使用建设银行龙卡信用卡

。据统计，2014年建设银行龙卡信用卡的出境商旅客户达860万人（次），同比增长30%；消费交易额为478亿元，同比增长17%，居四大国有商业银行第一。通过数据分析发现，境外商旅客户具有“年纪轻、消费高、信用好”的特点。2014年，龙卡信用卡出境商旅客户平均年龄为39岁，35岁以下客户群体占比逐渐提升。44%以上的客户具有本科以上学历，年均消费交易额达9.3万元，透支消费的逾期不良率很低，属于“能赚肯花”的优质消费群体。此外，从地理及性别上分析，上海、北京、广州三地出境客户数位列全国三甲，山西、河南、江西等二线省份出境客户数增势明显，女性客户出境数增幅更快。

客户去哪儿？

数据显示，上海和北京客户坐享交通和签证便捷的优势，境外出游地区分布较广；其他地区客户以“就近出游”为主，如东北地区客户爱去日韩，福建客户衷情台湾，西南地区客户首选东南亚。总体上，亚洲仍是客户出境商旅的主要选择。2014年，客户最为热衷的十大境外游目的地中，亚洲地区及国家占据7席，其中，日本、韩国升温最快，2015年出游日韩的龙卡信用卡客户预计将突破百万。截至目前，已有1000多万名客户选择了建行商旅类信用卡产品，其中2014年新增客户220万名。

钱怎么花？

数据显示，客户在出境游期间消费呈脉冲式增长。2014年，龙卡信用卡客户出境游期间日均消费交易额高达4000元，是全年日均消费额的15倍。这些高消费主要分布在香港、美国、澳洲、韩国、日本等热门地区，其中，香港游客户更愿意在美容美发等个人护理方面花钱，出行美澳地区客户在自由行方面花销较大，赴韩客户美容医疗类消费增速迅猛，赴日及欧洲客户日用百货类消费节节攀升。建行推出的大力度促销活动更是助力境外消费升级，特别是“龙卡世界行万人游美国”、“携程预定韩国、美国等路线立减优惠

”、“香港、韩国免税店优惠促销”等针对性强的热门系列促销活动，直接吸引客户用卡消费；更有“境外消费享5%奖励”活动，在全球范围内惠及客户。同时，建行借助大数据向220万高倾向的境外游客户精准推送优惠信息，响应率高达38%。从对境外用卡咨询电话的分析表明，客户最关心用卡的安全性和便捷性，这也是建行信用卡

长期关注的焦点。2014年，建行开启信用卡“智慧客服”平台建设，开放自助调额申请渠道，提供“旅行延误保障计划”，加大7×24小时实时交易监测，开通微信银行服务，设立境内在线退税平台，以全流程的信用卡境外游服务，让客户出行无忧。

