

受疫情和贷后严峻环境的影响，新增发卡量大幅下跌已成行业趋势。

## 营销助攻谋求突破

疫情之下，各银行纷纷发力信用卡线上业务，加码银企聚合营销。加快与第三方合作拓展信用卡业务渠道。

分析人士认为，从营销风格来看，目前信用卡营销活动主要还是依赖大的权益投入吸引客户，比如礼品、积分等模式，但这种方式难以长久，对于存量客户深耕方面并不占优势。

目前信用卡营销的重点仍然在获客上，通过跨界合作，进行场景的深度挖掘，实现精准营销。

## 深耕存量客户将成趋势

发力营销的背后，是银行信用卡普遍面临新增发卡量持续下滑的压力。

分析人士表示，现在银行信用卡新增获客难，主要是信用卡市场已经相对比较饱和。未来信用卡竞争重点仍在存量客户深耕上。如何刺激用户活跃率、盘活存量，才是目前各银行信用卡业务营销的重点方向。