

在中国发行的信用卡数量正在逐年增加。根据央行发布的《2020年第三季度支付体系运行总体情况》，截至第三季度末，信用卡、借贷合一卡的使用数量为7.66亿张，环比增长1.29%，市场空间巨大。但是，随着信用卡市场的扩大，用户投诉的数量逐年增加。根据银监会发布的通知，信用卡业务投诉占2020年第三季度银行业务投诉总数的56.9%，比上一季度增长43.5%。负面的用户体验使银行越来越难以获得客户，而现有客户的活跃度也在下降。在当前互联网金融与银行同质化竞争日趋激烈的时代，面对庞大的市场存量和广阔的发展空间，优化和升级传统信用卡业务模式显得尤为迫切。

数字化推动银行业务创新

十四五规划提出“鼓励银行业发挥金融科技的赋能效应”，这需要对科技成果和具体业务情景进行深入整合，以提高传统业务效率，转变新商业模式。根据易观报告，由于信用卡是互联网基因和创新能力最强的银行业务领域，信用卡是银行转型的重要领域，信用卡业务更接近于更多的消费场景，并围绕主要的生活服务已成为发卡银行布局的主要问题。民生银行信用卡中心总裁陈大鹏指出，银行的数字化转型是大势所趋。信用卡作为一种集成了银行支付和融资以及在线和线下集成的新数字工具，自然已成为银行数字化转型的先锋。及未科技董事长兼CEO冒高峰认为，以大数据和人工智能为代表的新一轮信息技术将帮助银行进行高质量的数字化转型，促进工业互联网的创新和发展，并孕育出新的金融服务模式。

科技加速信用卡业务的优化

其实早在几十年前，国外就开始探索和拓宽信用卡业务的消费场景。美国运通在商业上开创了精准客户定位的先例，围绕大生活服务品类打造生态场景。美国运通卡的黑卡用户可以享受Dot & Vic's、Gucci、Escada等私人导购服务，飞行时可享受机场候机室和头等舱服务。信用卡业务已经与超市巨头好市多合作，发行联名卡。使用该卡时，C端用户可以获得更高的消费返利和积分服务，类似服务逐渐覆盖高端酒店、航空、餐厅、俱乐部、温泉等消费场景。

