

受宏观经济和金融监管收紧的影响，银行业利润增速放缓，利润率收窄。转型为零售业务并建立轻型银行和价值银行已成为许多银行的战略选择。“零售商赢得世界”赢得了业界的共识。

在网上方面，一方面，银行建立了以客户体验为中心的零售店式实体网络，加强了方案设计，在非工作时间继续为社区居民提供金融服务，并组织了各种社区活动以增加客户粘性；另一方面，银行也正在加速对传统传统营业网点的智能升级，各种新型智能设备，如智能投资、自助贷款、面部提款等陆续出现，为用户节省了等待时间。

在互联网上，许多银行已经推出了诸如APP、微信银行和直销银行等互联网产品，以满足用户对日常转账、消费、理财、贷款和结算的严格需求。同时，他们使用大数据、人工智能、生物识别技术、区块链和其他技术来增强营销的人性化。其中，信用卡业务已成为银行零售转型的重要突破。在消费升级浪潮的推动下，消费金融正成为帮助人们改善生活的重要武器。在这种情况下，信用卡业务也进入了快速繁荣时期。

信用卡行业作为最早应用金融技术的金融形式之一，对于客户、账户、支付和其他相关金融科技具有相对完善的应用程序和管理机制。但是，与新兴的互联网公司相比，信用卡行业的技术创新能力和管理理念存在明显差距，信用卡业务的转型迫在眉睫。

如今，只有从客户入手，建立智能化和差异化的客户服务模型，并不断改善客户体验，我们才能吸引客户。作为一种武器，金融科技可以推动传统信用卡业务的转型。“财务”和“技术”可以使产品“更好地理解您”，有效地激活客户的潜在价值，并为客户创建定制的卡片生态。

随着诸如大数据技术之类的尖端技术陷入基本金融服务水平，毫无疑问，“更懂你”信用卡在用户生活中的粘性将再次增加，从而抓住当前蓬勃发展的消费金融市场和启用信用卡业务的新分支。

