

说起“网红”信用卡，对于玩卡的朋友们来说，一定最先想到的是浦发AE白、招行经典白、交行白麒麟、工行富士山、兴业行悠白，乃至建行热购、民生车车等等。当然，这些卡都还不错，然而，事实并非如此。

所谓的“网红”，最重要的是看量，即网申量。如果不局限在玩卡人群的小圈子里来看，而是放到所有网申信用卡的有用卡需求的用户人群来看，大家选办最多的“网红”，居然不是那些拥有众多权益的卡片，而是一些最寻常不过的入门卡种。

据石榴君了解到的数据，2017年全年算下来，大家通过银行官方渠道（包括官网、网银、官方网站公众号、手机APP等）以及第三方发卡平台等渠道网申较多的是以下几款：

招行两张：招行标准金卡、招行YOUNG卡

招行不用多说，相信10个人里面至少有7个人办过招行的业务。招行的用户基础非常庞大，信用卡发卡量仅次于工行和建行，且近几年还在飞速增长中。而且招行在信用卡的产品设计、推广以及网申渠道的铺设方面，也走得比较快，自身的服务也有口皆碑。因此，很多人办理首张信用卡，会选择一款招行卡来入门。

（招行标准卡）

（招行YOUNG卡）

招行卡种虽然多，但最近几年，网络渠道方面，一直是标准卡和YOUNG卡最受欢迎。标准卡没有什么特别要说的，基础功能和额度都够了，对于小白来说，也确实是一张无功无过的入门卡。而YOUNG卡则主打30岁以下的青年用户，这部分用户又是办卡主力和可让银行进一步深度开发的潜力客户，非常有价值。YOUNG卡能备受欢迎，除了银行自身优势外，卡片取现优惠的设计和丰厚的办卡礼，也功不可没。

交行两张：交行标准卡、交行Y-POWER卡

交行的两张卡几乎是跟招行对标来的，也是标准卡+青年取现卡。

（交行标准卡）

（交行Y-Power卡）

交行总的发卡量赶不上招行，卡产品类型也较少，针对年轻用户的产品，特色不是

很突出。且交行信用卡业务的推广，特别是网络渠道的推广，相对落后一步。但是交行得益于它贯彻了好几年的活动，最有名的就是“最红星期五”，此外还有“周周刷”，不仅稳住了老用户，也是成为吸引新人办卡的重要原因之一。

中信两张：中信标准卡、中信i白金

中信典型的后者居上，近几年，信用卡业务发展迅猛。这一点可以从中信年报公布的新增发卡量看出。中信在信用卡推广方面，非常有自己的一套方法，可以说，中信的信用卡活动“6”得飞起，如9分享兑、9元看电影、精彩365，都成了经典的品牌活动。

中信的产品设计也越来越有风格，针对年轻人的产品很多，比如i白金、淘宝卡、小白卡等等。

（中信i白金）

用户申请最多的两款是中信标准卡和i白金。中信i白金是典型的“小白金”卡，既有白金卡的一些权益，又能免年费，这样的产品定位很好地弥合了一些中端用户的需求。

广发一张：广发淘宝联名卡

广发我们常推的臻尚白、聪明卡、留学生以及航空联名等等，不在“网红”之列，倒是淘宝卡较受欢迎。这款联名卡也是比较早的网购联名卡，网购有积分，在同类产品里，用卡回馈设计得算是不错。广发“买一送一”的活动比较实在，另外，一些费用方面也相对优惠。当然，淘宝宇宙级的用户基础也是淘宝联名卡受欢迎的重要原因。

平安车主卡

（平安车主卡）

平安也在网推信用卡方面下了大“本钱”，各个平台都有投放，而它主推的几张卡里面，车主卡表现最好。不仅在平安银行的卡片里，该卡申办量较高，而在所有同类的车主卡里面，该卡也表现不俗。主要原因在于卡片的用卡回馈设计较得人心，与同类产品相比，最为实惠。有车的人群越来越多，且这类人群资质一般较优，未来也是银行竞争的客户群体。

兴业、光大、华夏各一张

兴业星座卡、光大“福”卡以及华夏SMART卡也是表现不错。在石榴君看来，以上几家银行不算信用卡大行，而且几款产品的亮点也不是特别突出。能够在众多卡片中冲出重围，成为“网红”，很大程度上得意于这几家银行的网络投放。

为什么工农中建几家大行没有“网红”？主要原因在于几家银行大概不缺客户吧，网络渠道的投放上相对较少，至少跟网络发卡平台的合作不是很多。后续要想在激烈的竞争中拿到更好的成绩，估计也要在网络渠道上下功夫了。

以上仅为石榴君个人观点，欢迎大家留言讨论。