

信用卡资讯网给你带来更多的信用卡知识！中信银行信用卡业务不断向前的背后，离不开其从传统到互联网、从PC端思维到移动端思维的及时转变。

从历年财报中不难看出，中信银行信用卡业务很早就启动了互联网战略，从中信银行早期的“友鱼”积分商城，到信用卡各个互联网渠道的拓展，都能看到明显的转变思路。

2016年，中信银行信用卡围绕腾讯等5大核心合作伙伴，推出“5+N”网络产品体系，同时重点开拓移动支付市场；

2017年，中信银行信用卡业务进一步与京东金融、网易云音乐、OFO、易鑫等互联网玩家联手推出合作信用卡产品；

2018年，即便在消费金融行业市场乱象丛生、同业对手之间竞争日益激烈的影响下，中信银行信用卡业务的发展速度略有减缓，但仍保持住了快车道上的姿态。

在信用卡展业风格上来说，中信银行本身不属于保守派，分期产品费率在招商、平安等零售大行勉强也并不具有绝对竞争力，但其产品具有一定的独特性，比如其主推的现金分期。

一般来说，银行信用卡中心的现金分期区别于信用卡的单笔消费分期(有的银行也叫自由分期)，以及出账单后的账单分期，现金分期是可以直接将部分额度以现金借款的方式直接打入借款人借记卡账户，再分期还款的产品。通常现金分期额度小于信用卡额度，但大多数银行的现金分期额度会占用信用卡额度。

但中信信用卡除信用卡本身的固定额度外，还额外为持卡人提供了金额大于信用卡固定额度的现金分期额度。现金分期与信用卡的固定额度不相互占用，很是得持卡人的追捧。

中信信用卡一路走的势如破竹，离不开其长远的战略目光。在以后的日子里，中信银行将厉兵秣马，始终将为持卡人提供更优质更完善的服务体验作为终极目标。

