

## 发现经济：信用卡如何开启优惠活动大门

据国外媒体报道，像Square这样的解决方案已经改变了我们的支付方式，但我们的工具并不是只有这些。在智能手机系统和近场通信(NFC)技术的帮助下，不久之后，你的信用卡就会带领你发现新的商店、优惠折扣和想法。

美国运通(AmericanExpress)和Zynga刚刚宣布推出的一个合作项目乍看上去有些特别：美国运通提供一种Serve信用卡，它不仅带有Zynga的可爱图案，而且与你的Zynga网上休闲游戏体验直接相关。如果你用这张卡为现实生活中的实物付款，它就会为你提供奖励。这就像航空公司会按照你的飞行里程提供奖励一样，只不过使用这种Serve卡，你获得的是Zynga游戏《农场小镇》(FarmVille)的游戏币。虽然奖励的吸引力似乎很有限，但美国运通还有更大的计划。

### 美国运通 ( AmericanExpress ) 和Zynga的合作项目

《农场小镇》仅仅是一个早期实验，美国运通的最终想法是让品牌在游戏中做广告。如果你在游戏中与这些品牌进行了互动，它们就会发放奖励给你。奖励会打到你的Serve信用卡账上，你可以在现实生活中使用它们。这是一个对各方都有益的方案：美国运通在这整个互动过程中赚到了钱，品牌获得了非常有针对性的广告，而消费者获得了乐趣你可能会去你之前没有考虑过的新店铺花掉Serve奖励，或者可能把奖励花在你之前没有考虑过的新服务上。

与此同时，一个名为Mirth的新公司打算把商店忠诚度折扣和信用卡信息联系在一起，让信用卡发挥比支付工具更大的作用。如果你成为了Mirth合作商家的常客，Mirth就会给你提供奖励。而要参与这个方案，你只需要申请一个Mirth帐户，输入你的信用卡号码，让Mirth能分享你的一些基本个人信息，然后你在Mirth的合作商家处用这张卡结账即可。如果你常常去这些商店，你就会获得特价折扣形式的奖励，而零售商会获得各种有用的分析数据，从中了解你如何以及在何处使用信用卡这可是一个潜在的数据金矿。

但Mirth方案最巧妙的地方在于，消费者获得的特价折扣也可以在其他Mirth合作店铺里使用，这意味着，你可能会因为折扣的诱惑而尝试一些之前你从未考虑过的服务。

这些方案或多或少地是通过传统的信用卡技术来运作的，但移动支付革命正在缓慢地席卷世界各地，智能手机将会取代很多信用卡功能。到那个时候，像Mirth这样

的方案(包括一个名为Cardify的新公司)就会进入兴盛期，因为它们的合作商家可以用地理围栏机制发放优惠券：你打开应用，走进或者只是靠近一家店铺，它就会给你一个优惠，吸引你尝试或购买之前你可能没有考虑购买的东西。而商家会了解到你的消费习惯，因为这些服务会把你的信用卡信息分享给商家。

另一个有相似之处的解决方案是VeriFone的iPhone支付系统。它为你提供类似于Square的读卡器和支付应用，也能让你通过电子邮件把付款收据发送到像Twitter这样的社交网络上，而且由于它集成了Facebook优惠，你的支付行为可以触发一个特别优惠折扣商家可以自己设计这种优惠机制。

这里讲的不是智能手机技术带来的店内优惠折扣，而是说，在不久的将来，你只需要使用信用卡，就可能会触发一些可在其他店铺使用的精心定制的优惠和诱人的折扣。而零售店的每日特惠以后就可能会变成每小时特惠。