

作为消费金融最具代表性的支付工具，我国的信用卡业务在近10年间快速发展，规模持续扩张，近些年随着数字科技的逐渐渗透，信用卡业务也迈向了数字化运营时代。随着数据驱动与技术助力影响的加深，科技仍将在未来一段时间内扮演越来越重要的角色。

前些年，第三方支付、网络借贷、互联网消费金融等新兴业态的出现，给商业银行、证券公司等传统金融机构带来了巨大冲击。互联网金融平台和金融科技公司凭借着高效的流量入口、较低的获客成本以及较强的科技创新能力迅速占领市场，与传统金融机构的竞争大于合作，形成了相对割裂的发展格局。

而随着金融科技公司技术运用的不断成熟以及金融机构内在的发展驱动力，开始向生态与技术转变，这一局面渐渐被打破，双方走向了合作大于竞争的赋能与共建之路。

“共建，是一个双方优势互补的过程，有利于更快地实现目标。”京东数字科技集团CEO陈生强表示，通过共建，金融机构能够搭建起属于自己的核心能力，既能实现新的增长，又能守住风险底线。

在今年央行发布的《金融科技(FinTech)发展规划(2019-2021年)》中就提出，鼓励金融机构构建开放、合作、共赢的金融服务生态体系。可以看出，在数字科技时代，发展数字技术、构建开放生态和促进共建合作对于金融机构和科技公司而言都是不可逆转的趋势。

金融机构与科技公司从激烈竞争走向深度合作的渐进过程直观地体现在信用卡行业上。

以京东数科与晋商银行的合作为例，在上线联名信用卡后，晋商银行的发卡量同比增长了367%。晋商银行副行长容常青曾表示，晋商银行深耕山西当地市场，对当地客户的消费能力及信用卡产品需求十分了解，而京东数科为银行在获客、风险管理和客户经营层面提供了有力支持。

值得注意的是，在信用卡领域，金融科技公司与金融机构之间的生态共建正在走向2.0阶段。

10月中旬，京东数科与银联数据联手区域银行、头部互联网平台成立“菁卡生态联盟”，同时宣布将发布业内首款全面数字化运营的联盟卡产品——“菁卡联盟卡”。从2015年起，首次与商业银行合作推出信用“小白卡”；到服务地方银行的“京

东金融联名卡”；再到今年即将发布的“菁卡联盟卡”，京东数科利用数据技术在信用卡数字化运营服务方面，与国有、股份制及区域性银行寻找到了科技和产业结合最优的合作点。

作为消费金融最具代表性的支付工具，我国的信用卡业务在近10年间快速发展，规模持续扩张，近些年随着数字科技的逐渐渗透，信用卡业务也迈向了数字化运营时代。中国银联机构合作部相关负责人表示，科技力量的崛起推动了金融服务行业的变革，金融科技创新、大数据模型引入、消费场景平台的合作也给信用卡业务带来了巨大转变与影响。随着数据驱动与技术助力影响的加深，科技仍将在未来一段时间内扮演越来越重要的角色。

可以看出，近两年来，信用卡发卡量整体增长缓慢，金融机构不再局限于对增量的追逐，而是开始更多地关注“存量”用户，注重存贷管理，通过前沿技术的运用，建立更完善、专业的数字化运营管理体系。

“世界上好的零售银行，其成功之处不在于发行了多少张卡片，而是在客户管理上，识别客户诉求、精细化定制产品并匹配客户不同的需求。中国的信用卡行业在精细化客群管理与产品管理方面，还有很长的路要走。”在京东数科副总裁区力看来，零售客户的生命周期管理长达30年，消费形式、消费观念、消费需求每一天都在发生变化。回归客户经营与存量管理，要更多地强调对客户的洞察以及生命周期的管理，而非数字化获客。

从“菁卡生态联盟”所提出的运营模式来看，京东数科承担了平台枢纽的角色，给银行和B端商户提供整套标准化的解决方案，帮助银行和B端商户的资源快速整合，未来还将打造生态全景布局，借助银联、银行以及更多的合作伙伴在流量、场景、数据、权益等方面的优势，快速高效地实现N对N的对接。

正如京东数科与商业银行在信用卡领域中的合作共建，科技公司与金融机构早已成为了利益共同体，开放合作成为各方共识。“菁卡生态联盟”将其核心定位为无界，事实上也直接反映出在数字经济时代，无界生态的快速兴起，企业、客户、合作伙伴紧密相关，不再仅仅是单纯的合作与服务的关系，而是互相影响、融合、赋能、共生，激发并创造出高效、普惠的产品服务与商业模式。数字技术正作为载体，连接产业、金融、科技等各方，技术与实体产业的边界也在逐渐被打破。

金融科技公司能够在广泛的数据基础和较强的技术能力基础上，对用户需求进行深刻理解，为金融机构赋能所提供的服务必然是跨界的。然而，跨界是单向或双向的，但无界是多维度的。随着产业数字化的重构，未来机构间的跨界融合将走向更深层次的无界融合。

