

1986年，中国银行发行国内第一张信用卡，推出了第一个银行卡民族品牌“长城卡”，开创了中国银行业零售金融服务的先河。25年来，以“长城卡”为代表的中国银行银行卡业务坚持创新发展，始终信守“以客户为中心”的服务理念。截至2010年末，中国银行25年累计发行银行卡1.7亿张，每天通过银行卡进行的交易(金额)达20多亿。

率先将银行卡引入中国市场

银行卡在中国大陆地区的出现，可以追溯到上世纪70年代。在改革开放初期，随着国际事务交往及旅游事业的发展，银行卡作为一种先进的支付方式，通过中国银行首次进入中国。

1979年，中国银行广东省分行与香港东亚银行签订代理东美信用卡业务协议书，银行卡这一新鲜事物首次出现在国人视野。随后，中国银行相继与香港南洋商业银行、美国运通公司、日本东京银行、香港汇丰银行等签定代办银行卡业务合作协议，将逐步发展成熟的国外银行卡业务全面引入中国，为中国支付领域打开了一扇大门。

1985年初，中国银行珠海市分行发行了中国第一张银行卡“中银卡”。紧接着，1986年6月，中国银行北京市分行发行了以外汇券为结算货币的“长城卡”。1986年10月，中国银行首次在全国推广银行卡业务，并统一命名为“长城卡”。自此，可以在全国范围通用的银行卡终于诞生了。“长城卡”作为中国银行业银行卡的第一品牌，成为中国银行零售服务的重要无形资产。

2004年，中国银行成为北京奥运会唯一银行合作伙伴。同年，符合国际标准的奥运信用卡成功发行。随后，中国银行白金信用卡、网络支付主题信用卡、手机支付卡、长城环球通卡等产品相继发行，中国银行银行卡产品体系日趋丰富和完善。

国际化服务优势突出

作为中国国际化程度最高的银行，中国银行拥有广泛的海外机构网络。截至2010年末，中国银行已在香港、澳门、台湾和及其他31个国家685家经营性分支机构。中国银行开发提供的多币种银行卡产品，包括美元、港币、英镑、欧元、澳元等，为出境人士提供了多样化的选择。中国银行银行卡还能提供覆盖港、澳和新加坡的中银优惠商户网络体系以及全球范围的优惠租车和道路救援服务。

此外，依托遍布海外的全球机构网络优势，中国银行银行卡较早实施了全球化战略

。目前，中国银行已在香港、澳门以及日本、澳大利亚、韩国、英国、美国、日本、马来西亚、加拿大等国家和地区发行银行卡，海外发卡业务领域包含了借记卡、信用卡、预付费卡三种产品，能够为“走出去”的中国企业、海外华人及当地居民，提供全面的银行卡服务。

安全保障技术领先

中国银行银行卡的另外一个重要优势是安全保障。从客户申请开始，中国银行就采用联网征信核查、申请欺诈侦测等手段确保客户信息不被他人盗用，从而在源头上保障客户用卡安全。在客户用卡过程中，中国银行的交易短信提示在同业中响应时间最短，能够时刻帮助客户保障账户资金安全。在数据传输系统方面，中国银行采取国际领先的数据传输技术，在每一个环节都采取加密方式，确保数据传输全流程安全。

此外，中国银行很早就建立起一套先进的7*24小时欺诈侦测系统，对每一张银行卡和每一家商户的交易进行实时动态监控，在第一时间与客户取得联系，确认交易的真伪。

为迎接“长城卡”诞生25周年，2010年底，中国银行推出了里程碑式的产品 长城环球通卡。长城环球通卡将现有银行卡特色功能全面整合，为客户提供打包的“银行卡解决方案”。长城环球通卡采用“全球交易人民币结算”方式，不仅可免除外币账户额度限制和购汇还款的繁琐，而且实现了“存款有息”、“透支享有免息期”的借贷合一功能。长城环球通卡上市不久，即受到市场的广泛欢迎。

在不断追求产品创新的同时，中国银行始终坚持“金融行业，服务为先”的原则，不断提升服务品质，精益求精。在银行卡服务上，以客户为中心，细化短信服务，将重要的账户变化信息纳入短信通知范畴，推出短信查询余额、可用额度、积分等账户信息。

2011年，中国银行“长城卡”将与千万持卡人共庆25岁生日。中国银行将秉承“追求卓越”的核心价值观，不断开拓创新，全面提升服务水平，加快银行卡业务的快速发展，走出具有中国银行特色的银行卡发展之路。

