

目前，各大商业银行信用卡业务布局都在强调“场景化”，出现这一现象背后有哪些原因？银行信用卡业务一直存在“同质化”现象，那么，面对新的趋势，各大商业银行业信用卡业务如何抢占先机呢？

融360信用卡分析师认为，移动互联网时代的到来，支付方式发生了极大的变革，移动支付渐成主流。支付宝、微信等新的支付方式兴起，对传统刷卡支付造成了较大冲击。在这样的背景下，信用卡支付应用端“场景化”趋势变得尤为重要。

其实不仅在支付应用端，银行在信用卡产品推陈出新及其权益设计方面，早就有了“场景化”考量。比如银行针对线下超市消费推出超市联名卡，在积分累积与兑换、日常优惠等方面紧贴持卡人超市消费的需求；银行推出的车主卡，主要针对有车一族加油消费给出一定优惠；网购兴起之后，各家商业银行又纷纷与电商网站联合推出电商联名类信用卡，为持卡人网购提供一定的优惠或者积分奖励等等。

在新的移动互联网时代，面对激烈的行业竞争，只在信用卡产品设计方面“场景化”已远远不够，还要结合具体的支付应用“场景化”。只有从产品设计到最终支付，都围绕“场景化”来布局，才能更好地满足用户的需求。因此可以说，这是商业银行信用卡业务整体整合与优化的过程，也是应对市场竞争的一个新思路。

融360信用卡分析师认为，银行要做到去“同质化”，在行业竞争中抢占先机，就需要充分发挥自身的特色与优势，从产品设计到支付应用再到日常服务，每一个环节都要求精益求精。

具体来说，产品设计方面，要结合用户的实际消费需求，细化产品分类，优化信用卡产品功能及附加权益，以争取不同类型的细分用户。

支付应用方面，一方面可以自主创新场景化支付方式；另一方面，可以拓展与主流移动支付平台的绑定合作。比如招行信用卡可以“闪付”，可以绑定微信、支付宝、Apple Pay等支付平台，支付应用渠道非常广。同时，招行还创新了“招行积分付”，用户可在特定的自动贩卖机通过积分兑换商品等等。

服务方面，除了传统的柜台与电话等服务渠道之外，银行更应该在官方网站、手机银行、官方微信等互联网与移动互联网端发力，实现多窗口快捷服务。与此同时，还可以结合不同的消费需求，推出各种优惠及反馈活动，吸引用户办卡、用卡。

对于没有信用卡又想办信用卡人来说，分析师推荐大家办理以下几款额度适中、发卡较快的商业银行信用卡：



快速办卡通道：交通银行Y-POWER黑卡



????????????????