

近年来，商业银行发行的信用卡数量持续增长。根据央行《2020年第二季度支付体系运行总体情况》，截至2020年第二季度末，信用卡和借贷合一卡总数为7.56亿张，人均持卡量达到0.54。随着信用卡市场的成熟，持卡人的需求也在发生巨大变化。这要求银行在面对更激烈的市场竞争的同时，开发更多细分产品以满足不同的消费者需求。

同时，信用卡的“入门级”状态也决定了银行零售业转型的“先锋”角色。具体而言，新一代信用卡服务需要关注衣食住行、线上线下、O2B、O2C和其他多维维度，以实现全方位的用户覆盖范围，并创造个性化、差异化和个性化的服务，为零售客户量身定制的服务系统，利用新的零售杠杆作为枢轴。

因此，越来越多的商业银行试图跨境“携手并进”，与不同类型的企业合作推出“联名卡”，以扩大消费场景并共享用户资源。根据中国电子银行网络的不完全统计，自2020年以来，中国农业银行、交通银行、广发银行、平安银行、南京银行、北京农村商业银行等多家商业银行已发行联名信用卡，合作伙伴京东数科、美团、小米金融、东方航空、洲际酒店、爱奇艺、芒果TV等金融科技、商旅、线上娱乐领域知名企业。可以看出，联名卡承载着商业银行信用卡业务的转型，进而担负起零售业第二次飞跃的使命，未来将有更大的发展空间。

银行与金融科技公司携手追求梦想

5月15日，中国广发银行和小米金融正式发行了广发-小米联合信用卡。随着合作的不断深入，双方将逐步升级卡的智能操作功能，以实现金融与技术的互联。

10月20日，平安银行与京东数科签署战略合作协议，宣布共同推出“平安银行京东白条联名信用卡”，使消费者可以从网上京东商城延伸至线下。对于平安银行和京东数科来说，发行新的联合品牌卡是打破原有界限并逐步走向整合的可行方法。

123下一页末页共3页

11月4日，由交通银行信用卡和京东共同创建的“交通银行京东PLUS会员联名信用卡”正式启动。据了解，成功申请金卡的新客户可享受5点积分兑换价值199元的京东PLUS年度会员卡；白金卡客户将免除1000元的年费，并且每年刷卡即可获得京东PLUS会员的独家优惠。

所谓的联合品牌信用卡可以简单地理解为互联网公司具有发卡资格的银行合作为用户提供该平台的自定义权益(例如，消费者折扣，红包和其他奖励)的信用卡。

对于当前的金融科技行业，“出圈”已逐渐从“加分”升级为“必填问题”。另一方面，信用卡行业也将从增量运营时代进入库存运营时代。联合品牌卡可以看作是一种对银行和金融科技公司普遍的“非常规”吸引力做出反应的产品。

联合品牌生活方式消费和商务旅行平台，以部署C端零售方案

10月21日，美团正式宣布，经过两年的发展，美团与青岛银行、上海银行、江苏银行等12家地区银行发行的“美团联名信用卡”累计数量已超过1000万张。中国首张区域联名信用卡已达到数千万张发行水平。此外，美团联合品牌信用卡宣布将于10月30日启动“双11”独家折扣活动，最多可连接12家银行。

10月27日，中国广发银行、中国东方航空和洲际酒店集团联合推出了三方联名信用卡-“广发东航洲际三方联名信用卡”。该卡是第一个创建三重会员，三重积分和其他权利的卡，旨在创建“畅快的一站式机酒出行体验”。据了解，中国广发银行已经深入到商务旅行和消费领域，并在航空旅行和酒店商务旅行等领域提出了丰富的消费场景。

当前，各行各业的界限正在被打破，场景共享更加开放，跨界和生态化已成为新趋势。信用卡市场已经从对工具和平台的争执升级为对生态的争执。根据广发信用卡中心和艾瑞咨询发布的《2020年新白领消费行为研究报告》，新白领劳动者中有70.4%使用信用卡，而消费支出的46.9%由信用卡支付。2020年，信用卡应用程序的平均每月使用量将增加，29%的用户中心数字化转型已成为主要银行信用卡中心的核心战略。克服日常消费场景并创建闭环业务已成为银行信用卡业务乃至大型零售策略的重中之重。联名卡是银行接触更多消费场景和C端用户的最佳策略。

首页上一页123下一页末页共3页

信用卡使用在线娱乐内容平台进入新兴的消费者生态系统

4月22日，Visa与中国农业银行和网易云音乐跨界合作推出了“网易云音乐联名信用卡”，该卡的主题是“懂音乐，更懂你”，为年轻客群提供音乐礼包、金融服务、生活便利、境外消费等多重礼遇。

同时，到2020年上半年，南京银行将进一步深化与京东金融等领先平台的合作，推出京东爱奇艺三方联名卡。

中国广发银行与芒果TV跨境合作于8月1日正式启动联合信用卡业务。据悉，新客户在激活卡后，只要激活并获得一张198元的芒果电视年卡即可。同时，就年费而言，持有广发芒果TV联名信用卡的用户可享受第一年的年费豁免，刷卡消费6次后

，可免除次年的年费;在积分优惠方面，持卡人每花1元计1广发积分，在每个星期五或生日月份可额外获得1倍积分;此外，持卡人还可以参加丰富的折扣活动，例如周五餐票和超级广发日享受50%的折扣。

10月初，北京农村商业银行和爱奇艺联合发行了联合信用卡。持卡人可以享受新客户的核卡并获得爱奇艺VIP每周会员卡，并且在激活新客户后30天内使用第一张信用卡将成为爱奇艺的年度会员。

业内认为，商业银行与线上娱乐内容平台联名发行信用卡，将实现信用卡消费和内容消费两类生态平台的有机结合，构建出了新的消费生态，也加强了与年轻消费者联系，满足了用户更深层次的娱乐需求。