

日前，中国建设银行宣布，该行自2003年8月发行符合国际标准的龙卡双币种信用卡以来，至2020年5月，该行信用卡客户总数已突破1亿户。

建设银行信用卡始终坚持“以客户为中心”的发展理念，坚持创新引领、科技赋能，坚持立足长远、严守底线，走出了一条质量更高、效益更好、结构更优的高质量发展之路。截至目前，建设银行信用卡累计拉动社会消费超过20万亿元，贷款余额超过7700亿元，不良率始终保持在行业低位，客户总量、贷款余额、资产质量等核心指标连续多年同业领先，已构建起产品种类全、场景覆盖广、客户满意度高、风控能力强的经营体系。

### 深化场景生态布局，打好普惠民生“组合拳”

信用卡根植于普罗大众，以百姓衣食住行等各方面为场景服务大众，是银行普惠客户服务民生的重要立足点。

建行信用卡紧贴各类生活场景，全方位匹配打造客群场景全覆盖的消费金融服务体系。ETC卡、汽车卡、全球支付卡等拳头产品，精准聚焦客户痛点，市场优势显著；裕农通卡，满足乡村居民日益多元的消费金融需求，助农惠农；“龙卡星期六”、“玩转世界”两大品牌，分别立足境内餐娱购日常消费及境外出行海淘等需求，用卡体验不断升级；移动互联时代，以龙卡贷吧为代表的支付产品深度嵌入线上线下，与头部线上平台在支付、积分、分期等多领域合作，满足大众“云生活”需求

；同时，以车生活系列分期、装修分期、分期通等为代表的信贷服务，为客户提供全场景体系化分期信贷支持，累计为客户提供1.3亿笔分期信贷服务。

在做实做细做强场景金融服务的同时，建行信用卡从C端、B端、G端多侧着力，深耕生态布局。以汽车金融生态圈为例，在C端，通过汽车卡、ETC卡及购车、车险、车牌等分期产品，广泛服务于2000多万车主，全国每百辆乘用车就有4辆由建行信用卡提供分期支持；在B端，与全国60多家汽车品牌、经销商集团开展总总合作，全国合作经销商达3万多家、车生活商户达5万多家；在G端，与车管部门合作推进“放管服”，通过网点等多渠道提供便民服务……建行信用卡一端通过消费信贷服务个人客户，一端通过支付结算连接企业商户，一端通过行业应用助力社会治理，贯通消费金融产业链闭环。

### 着力数字化建设，按下智慧生活“快进键”

当我们刚走进一处商圈，手机银行里已经推送来了信用卡优惠信息；也许你刚订好出行的机票酒店，微信银行发来的消费提醒想你所想，同时将调额方法详细告知；当我们每天安心用卡对此习以为常时，建行“毫秒级”的反欺诈监测机制正时刻守护着你我的“钱袋子”……类似这样的场景，每天都在我们生活中上演。数字化时代，信用卡消费金融服务的核心是回到“人”的本源。面对亿级客户，建行信用卡围绕客户需求和体验，着力于数字化建设，力求提供触手可及、精准直达、无处不在的服务。

深化金融科技赋能，建设银行在业内率先组建信用卡数据分析专业队伍，对亿级体量的信用卡客户建立了覆盖客户全生命周期的标签与模型策略体系，并持续快速迭代优化，深入洞察不同客群的需求偏好，差异化自动化向客户精准提供用卡优惠、调额、商户、信贷等一系列定制化、精细化、智能化的服务。同时，以客户极致体验为中心，建行信用卡凭借大数据和金融科技的资源优势打造“智慧客服”，在场景、服务、风控等领域不断提升客户体验，实现“洞察客户，预见服务”。

在移动领域，建设银行手机银行、微信银行和微信公众号等移动渠道聚焦触达、咨询环节的打通，增强与客户之间的互动交流，从金融到生活，从丰富的场景到千人千面的个性服务，客户在移动渠道的活跃度和粘性不断增强。目前，建行信用卡客户中有九成以上同时是建行手机银行的使用者，他们在办理各类信用卡业务时，超过八成会通过手机银行快速完成。

### 筑牢风控根基，加上信用消费“安心锁”

在业务规模发展的同时，如何确保资产质量和监管合规？建行信用卡给出的答案是：以贯穿客户全生命周期、全流程、全要素的全面风险管理机制，为持卡人安心用

卡、信用卡业务高质量发展保驾护航。

在“稳健、审慎、全面、主动”理念的导向下，建行信用卡持续深化全流程风险管控，以资产质量和监管合规为业务发展的生命线，牢守风险底线，将风险与合规理念落实到客户获取、客户准入、客户经营、客户维护等各个环节，运用国际领先的信用卡反欺诈管理模式技术，以信用卡生命周期原理为基础，建立起覆盖全流程业务节点的“事前预防、事中控制、事后处置”的反欺诈“三道防线”，打造行业领先的风控机制。

建行信用卡在业内率先引入实时交易侦测机制，建立数据驱动的专业化团队，自主研发企业级反欺诈系统，运用智能风控“大脑”，主动识别支付风险，不间断扫描海量交易，实时识别欺诈，实现对亿级客户量交易的极速智能决策。依托金融科技创新风控技术手段，建行信用卡建立了以模型计量、大数据应用、智能系统决策为支撑的风控体系，应用创新技术自主研发并部署实施了多个风险工具模型，全面提升风险管控的准确性和敏捷性，防范信用卡金融风险更加主动有效，“安全锁”、“慧眼识真”、“龙卡安心用”等一系列服务，保障亿万客户安全用卡。

通过全面风险管理，建行信用卡在业务规模稳健发展的同时，资产质量多年保持同业领先。

履行责任担当，跑出社会公益“加速度”

履行大行责任，汇聚社会力量，以金融之力助力慈善公益、决胜脱贫攻坚，建行信用卡努力探索出带有新金融基因、富有建行特色的新做法、新模式。

从大众公益出发，建行信用卡依托多款公益慈善类产品载体，汇聚各方力量，践行职责使命。在北京，“消费扶贫爱心信用卡”构建起“介质连接、以购代捐”的消费扶贫新模式，一经推出便迅速赢得首都市民的热情响应。在上海，“志愿者公益龙卡”以金融之力打造志愿者关爱平台，打通身份认证、志愿服务时间兑换、公益捐赠等环节，创新探索金融赋能社会公益.....

同时，建行信用卡积极发挥桥梁作用，将积分业务与公益事业有效结合，推出“信用卡积分转化为公益基金”的金融扶贫模式，依托“爱心100分”、“积分圆梦·微公益”等积分慈善公益项目，凝聚持卡人的爱心力量向社会传递温暖。项目推出以来，累计募集捐赠积分75亿分，参与捐赠人次71万次，在陕西安康、在重庆巫溪、在海南五指山.....建行带上广大持卡人的爱心，数年来走进偏远山区改建设施，为学子启智圆梦，为孤寡送去温暖。2020年新冠疫情发生后，建行迅速将持卡人通过“爱心100分”捐赠的百万善款捐赠于疫情防控工作，将持卡人在平常之时、细微之处奉献的点滴爱心，于紧急时刻迅速汇集成驰援的大爱。

客户数突破1亿是建行信用卡发展的重要里程碑，也是崭新的起点。建行信用卡将顺应消费从数量型、生存型、温饱型向质量型、发展型、享受型转变的趋势，深化信用卡消费金融内涵，着力拓展年轻客群，助力激发消费潜能，成为促进经济社会发展与国内外市场双循环的重要驱动力。