

日前，花旗银行在国内发行独立品牌信用卡，这是外资行(非港资)首次单飞进入中国信用卡市场。

据了解，除了单飞进入，花旗还选择了一条与国内同行不同的经营思路不通过免年费策略来圈地。花旗高层表示，花旗银行不会跟随中资行免费午餐的牺牲年费收入策略，而是会通过细分产品和差异化服务维持年费、手续费和利息三大收入比例与全球惯例看齐。记者昨天发现，其昨日发行的2款信用卡产品，其中一款首年免年费，而首年需要刷满3万元第二年才免年费，远高于国内大多刷满6次就免次年年费的条款。而另一款相对高端的产品，只有美元卡是首年免年费，而人民币卡则没有首年免年费。

花旗全球零售银行总裁罗中恒表示，花旗银行在中国的信用卡业务更多是从完善服务的角度，他坦承由于系统开发，花旗中国需要投入巨大的资金来建设和维持一个信用卡中心的正常运作，因此对于何时能盈利的问题，他暂时不做预测。

花旗高层强调，花旗在中国的信用卡战略将是按照客户价值进行产品区分而不是按普卡、白金卡等卡级别划分。这样不同产品针对的是不同的收入侧重点，因此花旗在中国的信用卡业务收入结构将与全球信用卡业务收入结构看齐，年费收入也是我们比较看重的一块，但会通过推出年费卡、非年费卡来加以区分。花旗银行中国信用卡和无担保贷款业务总监邱丰凯对记者表示。