

建行信用卡十五年关键词“解读”:

# 创新发展服务民生



2018年,建设银行信用卡迎来发卡15周年。

15年间,改变的是人们的生活状态,不变的是人们追求美好生活的姿态。历史的时钟回拨到2003年,站在“中国信用卡元年”的起点远眺,建行信用卡15年的发展历程,勾勒出的是一条在创新发展中服务百姓民生、建设现代美好生活之路。如今,建行信用卡累计发卡量突破1.17亿张,客户总量超过8700万户,服务信用卡客户数领先同业。



需求的具体体现。2011年,国内信用卡行业迈入“芯”时代。在建行看来,从磁条到芯片,这不单纯是支付介质的进化,更是服务民生舞台的拓展。建行充分发挥IC卡“一卡多应用”的可拓展性,加载其他行业应用,创造出了巨大的社会效益。

以交通行业为例,龙卡ETC信用卡实现了车辆身份自动识别、自动收费的功能,一方面大幅提升了高速公路的通行能力,另一方面也助力地方交通部门压缩成本,提高效率。交通龙卡则实现了车辆信息、驾驶证信息管理等功能,衍生出车辆年检、补牌补证、交通违法处理、罚款缴费等一系列便民服务。不忘初“芯”,方寸大小的信用卡进一步释放出服务民生的巨大能量。

## 创新

### 推动消费升级

党的十九大报告强调,完善促进消费的体制机制,增强消费对经济发展的基础性作用。信用卡,以其“先消费后还款”的特性,在拉动消费增长、促进消费升级方面,具有天然的“助推器”效能。15年来,建行信用卡累计拉动社会消费超过14万亿元,累计发放信用卡贷款超过6400亿元,贷款规模领先同业。建行信用卡对消费经济的贡献显而易见。

面对日益高涨的境外消费热情,建行聚焦用卡体验,相继创新推出全球支付卡、全球热购卡、龙卡优享卡等产品。全币种全球支付人民币入账,免外币兑换手续费、境外消费笔笔返现、最高累计返现34%等权益甫一面世,旋即引爆热点,受到市场瞩目。与此同时,建行持续多年深耕的“玩转世界”境外用卡活动,也早已在持卡人中形成了口碑效应,成为叫好又叫座的经典活动。

年轻人在进入社会后面临购物、旅游、租房、购车、装修等一系列信贷需求,如何在消费升级的浪潮中普惠这批长尾客户,是建行信用卡一直在思考和努力的方向。建行在业内率先提出“年轻化”战略,着力提升服务年轻客户的能力,针对年轻人爱运动、爱游戏、爱旅行、爱网购等偏好,推出与其需求相匹配的产品、支付、商户、信贷和用卡活动。龙卡JOY卡、LINEFRIENDS信用卡、喜马拉雅FM卡、腾讯游戏卡、芭比美丽卡、变形金刚卡等产品周围聚集了大批年轻“拥趸”;“龙卡随付贷”商户分期则以各类消费场景为切入,提供即时信贷服务,满足年轻人刚性消费需求;“龙卡星期六”则充分挖掘年轻

人喜好,成为融美食、电影、运动、购物、旅游等于一体的王牌活动。

如今,说信用卡与人们生活消费息息相关,一方面,信用卡及其金融功能是消费支付实现的重要工具;另一方面,在哪里消费,是促进消费意愿产生并达成的动因。当两端实现匹配,消费经济的车轮才会顺滑磨合滚滚向前。15年间,建行信用卡在致力于持卡人端的金融工具创新的同时,扎根实体经济,打造商户端高效、便捷、多样化的消费环境,大力发展衣、食、住、行、娱、购等与生活息息相关的商户,15年来累计为超过200万商户提供支付结算和收单服务;创新推出“慧兜圈”商户生态体系,集刷卡支付、建行龙支付、银联云闪付、微信、支付宝等多种支付方式于一体,打造涵盖支付、积分、优惠、分期等的综合消费服务平台,构建了消费者及商户共赢的普惠金融生态圈。

## 创新

### 提升客户体验

从刷卡支付到移动支付,支付方式的每一次变革,与消费升级和客户体验升级紧密相连。让持卡人畅享移动支付的便捷与安全,是建行信用卡在支付创新道路上不断探索的目标。利用信息化技术、互联网技术的“智慧整合”,建行信用卡运用金融科技力量,推出了“龙卡e付卡”、“腾讯e龙卡”等虚拟产品,同业首批发布手机Pay移动支付工具,并以卡片介质虚拟化、客户体验移动化为核心,打造推出“龙卡贷吧”,极速申请、即申即用、线上线下交易全覆盖……持卡人即刻就能享受金融科技带来的便捷服务。

在打造便捷支付“快车道”的同时,筑牢安全用卡“防火墙”,建行始终未曾忽视支付安全问题。消费密码保护、交易短信提醒、激活验证、境外网络支付验证……这些在现在看来平常不过的服务,都由建行信用卡引领

行业创新推出。多年以来,建行信用卡的交易风险管理水平始终同业领先,这其中印证的正是建行对持卡人资金安全的责任担当,对用卡安全的高度关注,以强大的金融科技力量和风险控制水平,以用心赢得客户安心。

2017年,建行“新一代”企业级反欺诈系统启用,以“六年磨一剑”的技术实力进一步实现了海量交易“毫秒级”极速决策及欺诈交易实时拦截。“毫秒级”,对持卡人而言难以感知察觉,但在持卡人安心用卡的背后,建行信用卡强大的反欺诈交易侦测系统,正如扫描仪一般,分秒不停地对亿万笔交易进行风险过滤,扫描不留死角。

作为国内服务信用卡客户数领先同业的银行,如何能让客户满意,建行信用卡面临着更复杂多样的问题。而客户满意度持续保持同业领先的成绩,则为建行信用卡的客户服务能力给出了颇具说服力的注解。以科技创新驱动,建行信用卡实现了从“被动服务”向“洞察客户,预见服务”的跨越,建立了覆盖手机银行、网银、短信、微信、人工电话、语音、网点等全渠道服务体系。与此同时,大数据,则为差异化精准服务提供了强有力的支撑,也许你刚换好外汇走出网点大门,建行信用卡已发来短信告知“境外消费笔笔返现”;也许你正为潇洒买买买的账单发愁,建行信用卡的分期提醒短信在此时解决了燃眉之急……服务从来不是被动的,洞察客户的需求,比客户更了解客户,这是建行信用卡一直在努力的方向。

## 创新

### 建设美好生活

信用卡在中国发展至今,见证的不仅是消费方式和观念的革新,更是人们追求高品质幸福生活的不变初心。15年来,建行信用卡创新推出了账单、购车、装修分期等市场领先的拳头产品,构建了消费信贷全生命周期产品体系,全面覆盖汽车、装

修、旅游、教育、留学等各领域,累计为2800多万持卡人提供8000万笔分期信贷服务,为推动美好生活建设不断注入强大的引擎动力。

“房子是用来住的,不是用来炒的”,“让全体人民住有所居”,这是以习近平总书记为核心的党中央坚持在发展中保障和改善民生的重要目标,是全体人民实现小康梦想的基本保障。建行认为,运用金融力量纾解社会痛点,是国有大型商业银行的责任担当。而信用卡,是围绕客户幸福生活提供信贷支付结算的工具,服务场景全面,客户范围广泛,在支持住房租赁消费方面具有独特的优势。2018年,建行信用卡“安居租”租房分期面世,通过建行信用卡可以分期支付房租,分期期限长达60个月,房屋租赁期限可长达10年。“事业生活的安住,在于心的安住;心的安住,在于安居;安居的每一步,都有建行信用卡护航。”建行信用卡租房分期体现的正是这样的温情理念,帮助更多“新城市人”租到房、租好房,助力实现人民住有所居的安居梦。

“为社会承担全面的企业公民责任”,建行信用卡一直将真诚回报社会作为发展的应有之义。开创“信用卡积分转化为公益基金”的金融扶贫模式,率先将信用卡积分与慈善捐赠相关联,创新推出“龙卡信用卡 爱心100分”和“积分圆梦微公益”项目,凝聚8000多万持卡人的爱心力量,人人做公益,点滴汇爱心,积分捐赠总量已超过38亿分,走进26个省市自治区,为莘莘学子启智圆梦,为偏远山区改建设施,为孤寡老人送去温暖。

凡是过往,皆为序章。一心一意服务好客户,风雨无阻成就广大人民群众对美好生活的向往,是建行信用卡15年来的不变初心。服务大众安居乐业,建设现代美好生活,是建行信用卡15年来的不改使命。十五载,意味着一段前行征途;十五载,更意味着一个崭新起点。

## 创新

### 服务百姓民生

“客户需求驱动产品服务创新”,以服务民生为己任,百姓的需求在哪里,建行信用卡就在哪里。

据建行山东省分行信用卡部负责人介绍,早在2004年,建行信用卡即敏锐捕捉到汽车产业快速发展背后,庞大车主群体的“车生活”金融需求,“生活方式型”信用卡龙卡汽车卡应运而生。所谓“生活方式型”,即为不同需求、不同生活方式的群体度身定制。在国内信用卡行业还处于“初创期”的2004年,建行就大胆对接国际趋势,聚焦细分受众,其对客户需求的关注度可见一斑。目前,龙卡汽车卡的发卡量已达500万,在激烈的市场竞争中始终屹立,并成为同业同类产品标杆,这也充分印证了建行信用卡强大的创新力和服务能力。

随后,建行在汽车金融领域频频发力,领先同业推出信用卡购车分期,累计为超过500万个家庭提供金融购车服务,占全国金融购车市场份额的15%,其后又推出车险分期、车牌分期、附加费分期、二手车分期等产品,以全覆盖的产品系列打造汽车金融服务领军品牌。

如果说以龙卡汽车卡、购车分期为代表的“汽车金融”更多是满足“个人”需求的话,那么,IC信用卡的行业应用,则是建行以普惠金融服务,满足“社会”公共民生

