



招商银行意识到，中国作为世界上最大的发展中国家，虽然入世谈判一波三折，但是中国加入世界贸易组织只是时间问题。一旦谈判成功，中国“入世”必然会促进对外贸易、商务、留学、旅行等多元需求的快速成长，将有越来越多的国民开始走出国门、走向世界。

以前国人出国需要携带大量现金，既不安全，也不高效，走出国门必然要与世界惯例接轨，因此信用卡产业的大发展指日可待。

早在2000年，招商银行正式发布《（2000-2005年）中期发展与管理战略》。针对个人银行业务，时任招商银行行长马蔚华提出：“从战略上考虑，发行信用卡可以增强核心竞争力，开辟新的利润增长点，有利于实现打造百年招银的长远发展”。

说干就干。2001年，招商银行确立与中国台湾地区的中国信托商业银行合作，引入中国台湾地区的专家作为顾问帮助招商银行组建信用卡中心。招行信用卡中心成立后，这也是国内第一家集发卡营销、商户管理、清算运营、风险管理等于一体集中运营的信用卡中心。2002年12月3日，招商银行信用卡在北京嘉里中心举行首发仪式，“免抵押、免担保，一卡双币、通行全球”，中国首张

国际标准信用卡正式发行。

回到2002年，那时候走出国门，还并不像今天这样，可以是一个年轻人说走就走的旅行。由于出国带着信用卡飞往全球各地的，往往是跨国公司的中国雇员们，以及希望能够开拓海外市场的中国公司管理者们。于是，2003年6月1日，招商银行信用卡在国内率先推出“境外消费、人民币还款服务”，持卡人通过24小时免费服务热线，就可授权招行信用卡中心人民币购汇还款，这极大改善了持卡人境外消费的还款难题。



其次，不仅越来越多的人走出国门，同样也有很多舶来的产品和背后的生活方式，正在被当下的年轻人接受、习惯，变成每日生活常态。

星巴克带来的不仅是咖啡，还有著名的第三空间。在中国的一二线城市中，很多城市白领已经习惯了坐在咖啡馆里谈论自己的工作。招行信用卡也看到了这一点。

而经过不懈的努力，2015年，招商银行说服星巴克加快从线下门店向线上移动转移的步伐。而就在那一年，咖啡馆在中国经济体中扮演了一个新的角色，无数创业者和投资人在咖啡馆面对面，谈论自己的创业梦想，咖啡馆这个载体有了新的内容。而招行信用卡，在促成咖啡文化和产业发展过程中，又一次踩对了潮水的方向。2016年招行信用卡成为唯一一家让星巴克接受扫码的银行信用卡

卡，掌上生活目前也是唯一一个和星巴克底层会员系统打通的银行App。



回看这20年，招行信用卡做对了什么？总结起来，大概是早一点，快一点，好一点。

比别人早三五年知道市场需求的变化，就是早一点；然后快一点研究适应需求的产品，就是快一点；然后把它做到最好，这就是好一点。等到三五年后自己成功了，别人开始想做这件事了，自己的竞争力已很强，有了基础、品牌、实力，别人很难与之竞争。所以关键就在于对未来的判断。

连接亿万人的生活·消费·金融

时至今日，消费一杯咖啡已经是很平常的行为，国内信用卡的发行量已经突破8亿张，信用卡产品设计日趋完善。无论咖啡的消费还是饭票的出现，都从另一个层面证明了信用卡的价值。它带动的小额高频消费，同样可以是刚需消费的润滑剂。就如同招行信用卡所言：“我们的优势是有足够大的规模，所以可以主动承担起这个社会责任，通过打造最好的产品和服务，用客户喜闻乐见的方式，成为连接商业和客户的纽带。”

聚沙成塔，当这种汇集的力量足够强大时，它是可以帮助新兴产业成长的。

信用卡的崛起，本质上是中国过去20年消费升级带动产业升级的必然。信用卡也因此迎来一段高速发展期。这种高速发展，不仅是消费场景、消费方式越来越

越多样的反映，也是产业发展的结果。

当供给侧和需求侧都在高速发展的过程中，就像一个跷跷板游戏，平衡是刹那间，不平衡的时刻更多。而某种程度上，信用卡带来的分期支付方式，对于新产业的供给和需求的匹配，起到了一定的平衡作用。

2013年，特斯拉正式进入中国市场。那个时候，对于这家公司的创始人马斯克，很多人还不熟悉。

更大的背景是，彼时新能源汽车的概念刚刚开始冒头，中国汽车产业经过多年发展，私家车数量已经连上台阶。北京从2011年起实施以摇号方式分配车辆指标的措施。这在一定程度上意味着，一线城市新车的供需已经开始来到拐点时刻。从长期来看，新能源汽车是大势所趋，但是从当时的情况看，特斯拉的市场推广显然需要助力者。



在未来的一段时间内，招行信用卡会加强对这些人群的覆盖和服务，一方面为自身的发展找到新的增长点，另一方面，也可以为中国经济的持续进步贡献自己的力量。

回看这20年，信用卡究竟是什么？招行信用卡认为，本业就是支付和消费信贷。是工具，也是生活方式，和对未来确定性的价值观。信用卡需要始终和代表经济发
展方向的人在
一起，并连接人们喜欢的消费方式、场景和品牌。这一点，从未改变。