

中国网财经11月27日讯(记者 曾蕾)信用卡业务已成为商业银行零售转型的主阵地，《中国银行卡产业发展蓝皮书(2019)》显示，十年来，我国信用卡发卡量从1.86亿张增长到9.7亿张；交易总额从3.5万亿元增长到38.2万亿元，翻了10倍以上。

然而，随着金融科技的发展，基于线下消费场景的刷卡行为在移动支付时代变得越来越少，“实体卡片终将消失”是大势所趋，“卡基”向“账基”转型已成为信用卡业务发展的关键路径。

立足于地方经济的城商行如何在这场信用卡业务转型中抢占更多地市场份额，以实现自身零售业务快速增长？

“互联网金融的迅速发展给银行卡带来巨大的冲击，甚至重构了传统的银行卡业务模式，但也为城商行突破地域限制、服务长尾客户提供了可能。”江苏银行消费金融与信用卡中心总经理杨巨人在接受中国网财经记者专访时表示，在差异化竞争策略上，江苏银行将信用卡业务定位于普惠金融，重点落在紧盯细分市场，围绕“享、乐、安、康、美”等主题，为持卡人融创美好生活。