

SINGLEE TODAY

今日新利

2016年第3期
总第31期

31





Contents/目录

卷首语	
留点空间	03
内部简讯	
新利新员工介绍	04
员工天地	
关于 Steven·Rogers	08
行业动态	
支付宝进军澳大利亚市场	10
互联网支付增幅持续	12
央行开出年内第 24 张支付罚单	14
银行全面狙击第三方支付	16
信用卡的盛世“危言”	19

主办：杭州新利科技有限公司
 电话：0571-88480666
 传真：0571-89712755
 网址：www.singlee.com.cn
 地址：杭州市西湖区三墩紫宣路 158 号西城博司
 铭座 9 栋 16 层

留点空间

松浦弥太郎（日）



我决定让自己随时保持有点饥饿的状态。当然，也不能饿过头。因为我吃东西很快，稍不注意就容易吃得太多，“只吃一点”便是我克制自己的方式。就算食物再好吃，甚至是我的最爱，我也会在六分饱的时候放下筷子。

不久之前我还会吃到八分饱，但为了保持恰到好处的状态，现在改成了六分饱。把食物剩下了很浪费，但只要一开始就麻烦店家“饭量减半”就能解决问题了。

我会这么做不是为了减肥，而是为了自己的健康。身体不舒服的时候通常都是因为吃得太多，只要调整一天的食物量，情况往往就能得到改善。

我喜欢美食，也喜欢吃。但我不认为这等于要吃的很多，反而觉得如果为肚子留下一些空间，也会多出一些让美食进入的余地。房间也和肚子一样，空间很重要。

松浦弥太郎
 书商，作家
 现任《生活手帖》
 总编辑

我认为室内设计不是由放什么家具决定而是由“事先想好要留下多少空间”来决定。

胃、房间，以及自己的心。无论是哪一种，如果一股脑儿地把东西全塞进去，不管是食物的味道、优点，还是精彩之处，都会变得模糊不清。在“还想多吃一点”的时候放下筷子，这个方法可以帮助我们找到恰到好处的状态。

让自己的肚子随时都保留一点空间吧。这么一来，不管是身体还是心灵，都会轻盈许多。✍

摘自湖南人民出版社出版书籍：《崭新的理所当然》



SINGLEE SHOW TIME

新利新员工介绍



刘阳

大家好，我叫刘阳，故乡在天津，现在是支付产品部的一名 java 工程师。

我性格开朗、为人正直、容易与人相处。我非常高兴也非常荣幸的加入到这个大家庭中来，这里不仅为我提供了一个成长锻炼、展示自我的良好平台，也让我有机会认识更多的新同事、新朋友。还有许多方方面面的知识需要向大家学习，还望在以后的工作中大家能够多多指教！

工作之余，我还喜欢看看书，下下棋，还有一些户外运动，喜欢探索世界，旅游等，虽然自己是个路盲，但仍想去接触未知的环境。最后，我愿能和大家一道为我们共同的事业而努力奋斗！

大家好，我叫孔凡冲，来自山东曲阜。

很荣幸有机会在新利这个大家庭与各位相见。

很高兴能成为新利集团的一份子。现是支付产品部的一名 java 实习生。

我性格沉稳、待人热情、真诚，热爱软件行业。工作之余喜欢跑步、踢球、下象棋、玩三国志（单机版）等等。爱好历史和诗词。

最后希望自己能为公司贡献更多的力量，努力做好一名新利人。

孔凡冲



赵朋

大家好，我叫赵朋，来自美丽的泉城 - 济南。

虽然来公司的时间不长，但是认识了好多同事，大家相处的很好，在公司里感觉很融洽，感觉就像一个战壕的兄弟，有一种团体的感觉。我希望能在公司发挥我最大的价值。

平时生活中，我喜欢打打乒乓球，看看科幻电影，锻炼身体。除此之外，我还比较喜欢做饭，每次吃着自已做的饭，都有种很大的幸福感。

因为自己还是一个小白，所以对自己要求还是很多的，总之就是不断学习，不断进步，全面提升自己，成为一个有用的人。加油！！

大家好！我叫周长伟。来自台儿庄大战的故乡山东枣庄台儿庄。

现在是支付产品部一名 C/C++ 开发工程师。很高兴成为新利的一员，我将以饱满的热情融入这个大家庭里面来。

工作之余，我喜欢听听音乐，看看书，出去散散步。只要办张年卡就可以游遍济南的风光名胜，这使得我在周末特别充实。音乐喜欢后街男孩，看书喜欢金庸。

最后，希望通过自己的努力，为新利贡献更多的力量。

周长伟



关于 Steven·Rogers

他来自上个世纪，在冰山里躺了 70 多年，醒来后最好的兄弟下落不明，最爱的女孩白发苍苍。

猎鹰问过Steve：“什么事让你觉得开心？”

Steve想了好一会儿说：

“我不知道。”

我不知道。这4个字以及他茫然的眼神就是Steve全部精神世界的归纳。

花花世界，他不知道什么能让他开心。不是因为精神上的贫瘠，而是因为他没有关心过自己是否开心，也没有想过怎样让自己开心。

他很无奈，我很难过。

长久以来美国队长在大多数人心里只是一个符号，像自由女神。我们都知道她代表什么。然而她是谁经历过什么结局如何，我们不关心。大家都叫他Captain，一口一个cap，好像已经忘记他原本的名字，好像那根本不重要。他就像一个标记在历史进程里的符号，仅供瞻仰。

对于死去的人，成为一个符号或许意味着至高无上的赞誉。对于一个活着的人，“活成一个符号”不知是幸还是不幸。

所以Steve不知道什么能让自己开心，就连悲伤都很少流露。符号没有悲欢，它不需要有。 >>



>> 记得75年前Bucky带Steve去见“未来”。那时候的他意气风发，对未来充满希望。反倒是小个子Steve，愁眉苦脸的偷偷溜开了。

Bucky无论如何都没想到，见过未来的自己却再也没有“未来”。

与其说Steve放不下Bucky，不如说他是放不下那段遥远时光，放不下他“前世的证据”。那是他灵魂的栖息地，是他最后的精神家园。

他不是圣人，他是一个病人，也是一个局外人，永远只能站在门外，静静注视着平凡生活的千万种可能性，却没有一种属于他。

每当看着这样的他，我就会想到那首美国民谣《Hero》：

Let me go

I don't wanna be your hero.

I don't wanna be a big man

just wanna fight with everyone

else

.....

希望有一天，他可以真正拥有自己的生活，不需要成为任何人的超级英雄。

Just let him go.

附上他写给Tony的信：

Tony，很高兴你回到总部。我不希望你总是独自一人呆在你那所大房子里。我们都需要陪伴。复仇者联盟是你的了。你更适合。我18岁开始孤身一人，从来没有真正融入过哪里，哪怕在军队时。我想我信仰的是个人，而令我觉得高兴的是，他们从没让我失望，所以我也不能让他们失望。我知道我伤害了你，我以为不告诉你关于你父母的事是因为怕伤害你，后来我才发现我是怕伤害我自己。我很抱歉，希望有一天你能理解。真希望我们在协议的事上能达成一致。不管怎样，你要记得，如果哪天你需要帮助，需要我，我一定来。

——Steve

维他熊



支付宝 进军澳大利亚市场

支付宝的“全球扩张之旅”

据 Finextra 报道，支付宝与澳洲联邦银行签署了一个协议，将进入澳大利亚市场。这一合作关系将有益于去往澳大利亚的中国游客，让他们更便于在旅游过程中使用支付宝服务。

此次合作将同时应用于线上线下购物

线上购物：CBA 现在允许澳大利亚顾客更便利的在全球速卖通网站上进行支付，全球速卖通是阿里巴巴最大的一个跨境交易市场。此前，顾客如果想要在一网站上进行购物不得不准一些外汇。而现在有了这一合作，将会大大增加这些市场内澳大利亚人的购物两，为该公司增加销量。

线下购物：在线下，中国的游客将可以在使用 CBA 系统终端销售点（POS）的商店使用支付宝进行支付。中国的游客可能会因为更喜欢这种支付方式，而在接受支付宝支付的商店中进行购物。这对于商家甚至银行来说都是有利可图的，因为这会给他们提供更多的机会——澳大利亚每周接待 1.9 万中国游客，其中每人都要消费将近 8000 美元。 >>



①

①美国时间 10 月 24 日，全球支付行业峰会，蚂蚁金服国际事业部总裁道格拉斯·费根（Douglas Feagin）宣布，支付宝与美国最大的商户收单机构 First Data 和全美国最大的支付读取器制造商 Verifone 正式达成合作。（央广网）

② 7 月 7 日消息，支付宝在新加坡宣布启动“Alipay+”计划，在世界范围内寻找合作伙伴，打造以海外机场、百货和餐饮场景为中心的移动支付生态圈。首批包括韩国 KICC、日本 Orix、新加坡美食网等机构已加入。（凤凰科技讯）



②

>> 支付宝目前似乎要着手全球扩张计划，该公司近日宣布同欧洲和美国的支付商们也建立了类似的合作关系。

阿里巴巴集团拥有 4.5 亿中国用户，这些合作关系可以帮助他在未来十年内达成全球 20 亿用户的发展目标，同时也能有助于这家第八大商户需方继续成长。

此外，随着其他享有国际知名度的移动钱包进入中国市场，例如苹果支付和三星支付，移动支付领域将会变得更加具有竞争力。阿里集团在国外也拓展支付业务可以组织中国游客使用其他国际化支付手段。因此，此举还有助于保持客户的忠诚度，让客户不管身处哪里都能使用到支付宝。✍

文章来自微信公众号：支付圈



互联网支付增幅持续

艾瑞第二季度第三方互联网支付交易规模市场份额中支付宝占比 42.8%。财付通占比 20.0%，

2016 年 11 月 1 日讯。艾瑞和易观日前发布的二季度第三方互联网支付市场报告显示，今年二季度第三方支付互联网支付市场交易规模呈现季度性增长，规模达 46500 亿元，环比增加 6.5%。互联网支付行业格局保持稳定。今年二季度，摆脱春节的影响，中国第三方支付移动支付市场增速有所回暖，交易规模达 75037 亿元，环比增长 25.68%。

交易规模结构中，基金占比 19.8%，网络购物占比 13.4%，航空客票占比 6.6%，电商 B2B 占比 4.1%，电信缴费占比 3.0%，网络游戏占比 1.3%，其他（包括互联网理财和其他新行业）占比 51.9%。整体交易规模结构中，传统行业的占比正在下降。

一方面，传统行业的支付重心已由 PC 端转移到移动端。航旅、电商等交易频率较多的行业尤为明显；另一方面，以互联网理财为主的新行业正处于成长阶段，季度交易规模增幅较大，且多以互联网支付方式为主，该季度占比已超过半数，成为互联网支付增幅的主要动力。

易观分析认为《网络借贷资金存管业务指引（征求意见稿）》的出台使 P2P 的投资人和借款人 >>



网贷 P2P、航旅、电商、数字娱乐四个行业对支付行为需求量级较高。均包含大量高频次的支付场景。对支付企业来说属于兵家必争之地。

>> 在第三方支付开立账户变得不合规，第三方支付从账户托管中收费也将受到影响：银行成为 P2P 资金托管的唯一主体，将导致主营 P2P 托管的第三方支付公司业务被进一步限定在提供支付结算通道以及网关接口技术支持等范围。主流第三方支付和银行自建的收单机构，9 月 6 日后费率调整幅度不一，除银联商务费率定为 0.6% 之外，其余各家从 0.45% 到 0.5% 不等，扣除 0.35% 的发卡行服务费和 0.0325% 的清算机构网络服务费，

实际剩余 0.07%-0.12% 之间，如果和费改之前餐饮、娱类商户固定费率 0.22%

对比，最大降幅超 66%。

P2P 网贷、航旅、电商、数字娱乐四个行业对支付行为需求量级较高，均包含大量高频次的支付场景，对支付企业来说属于兵家必争之地。艾瑞二季度第三方互联网支付交易规模市场份额中，支付宝占比 42.8%，财付通占比 20.0%，银商占比 10.9%，快钱占比 7.0%，中金支付占比 5.2%，汇付天下占比 5.0%，易宝支付占比 3.7%，京东支付占比 2.3%，易付宝占比 1.4%，宝付占比 1.4%。宝付在艾瑞、易观两份报告中，市场份额均有上升。✍

来源：金融时报 记者：高国华

央行今年对于第三方支付机构可谓痛下狠手。继银联商务被央行下发巨额罚单后，其控股子公司北京银联商务有限公司（以下简称“北京银联商务”）日前也被处以3万元罚款。据不完全统计，这是今年央行开出的第24张罚单。

9月23日，央行营业管理部发布行政处罚公示，北京银联商务因违反金融机构支付服务管理相关规定被处以3万元罚款，该处罚决定于9月20日做出。对于具体处罚原因，北京商报记者昨日联系北京银联商务相关人士，但截至发稿并未收到回复。

北京银联商务有限公司成立于2002年7月，是一家从事银行卡受理市场建设的专业化服务公司，该公司于2011年首批获得中国人民银行颁发的《中华人民共和国支付业务许可证》，业务类型涵盖银行卡收单、预付卡受理、互联网支付。

央行开出年内第24张支付罚单

今年以来，央行对第三方支付机构重拳出击。7月对银联商务和通联支付两家公司罚款4700多万元，随后8月易宝支付被罚5296万元，刷新目前第三方支付罚单金额最高纪录。

在北京银联商务被罚之前，银联商务也因为未落实商户实名制、变造银行卡交易信息、为无证机构提供交易接口、通过非客户备付金账户存放并划转客户备付金、外包服务管理不规范等严重违规，而被央行开出过上千万元的巨额罚单。 >>



①



②

① 8月16日，央行北京营管部公布行政处罚公示，称易宝支付存在违反相关清算管理规定等违规现象，对其警告并没收违法所得1059.22万元，并处以违法所得4倍的罚款4236.9万元。

② 7月25日，央行官网公布，银联商务和通联支付均违反银行卡收单业务相关法律制度规定，没收违法所得和罚款合计近4680万元。其中，银联商务被央行没收违法所得613.43万元，并处罚2653.7万元。

>> 虽然北京银联商务并未透露具体被罚原因，但有知情人士指出，从银联商务此前的被罚经历也可以推测出北京银联商务面临的主要问题。

今年以来，央行对第三方支付机构重拳出击。7月对银联商务和通联支付两家公司罚款4700多万元，随后8月易宝支付被罚5296万元，刷新目前第三方支付罚单金额最高纪录。据不完全统计，今年央行对第三方支付机构下发的罚单数量高达24张，罚款金额从几万元到几千万元不等。有知情人士透露，已有部分支付机构收到了处罚决定，但未在官方网站进行公示。央行也表示，未来一段时期内原则上不再批设新机构；重点做好对现有机构的规范引导和风险化解工作，防范出现系统性和区域性风险为底线；健全监管制度，强化监管手段，加大专项治理和执法力度，进一步提升监管有效性。✍

来源：北京商报

银行全面狙击第三方支付

在非接支付逐渐被认可的情况下，银行并不甘落后。然而目前大中城市中的线下商超、餐饮等线下高频支付场景大部分已被支付宝、微信支付所覆盖，银行还有多少机遇？



建设银行近日在京正式宣布推出“龙支付”。据悉，这是建行运用互联网思维、打造金融生态系统、围绕客户体验推出的统一支付品牌，也是同业首个融合 NFC、二维码、人脸识别等各种技术，覆盖线上线下全场景的全新支付产品组合。(宜宾新闻网)

你去超市购物怎么结账？现金、刷卡还是扫码？9日，建设银行推出支付品牌“龙支付”，从页面设计来看，龙支付与微信支付、支付宝非常相似，有AA收款、付款码等功能。除建行外，工商银行、民生银行等也进军“扫一扫”领域。

可以看出，在非接支付逐渐被认可的情况下，银行并不甘落后。然而目前大中城市中的线下商超、餐饮等线下高频支付场景大部分已被支付宝、微信支付所覆盖，银行还有多少机遇？

银行布局二维码支付市场在刚刚过去的周末，记者走访多家超市和便利店，发现六成左右的年轻人结账时选择使用扫描二维码的非接触支付方式，还有一些中年人也是如此。扫码支付已经成为大中城市线下支付的一种主要方式，银行对这块大蛋糕自然不会拱手相让。截至目前，多家银行都在手机银行中嵌入了“扫一扫”功能。一位银行人士介绍，银行将以二维码支付为纽带，运用大数据技术深度挖掘中小商户的经营状况和融资需求，打通小微企业融资服务的“最后一公里”。 >>



“中央财经大学金融法研究所所长黄震进一步表示，现在用户已经习惯在移动终端上进行支付结算，银行如果不适应这个潮流，就要被抛弃了。”

>> 银行系扫码失先机事实上，银行早已进入“扫一扫”领域。2013年7月，二维码支付由中信银行率先推出市场。然而，2014年3月，央行以二维码安全性存疑为由，对此进行了叫停。随后的两年间，在监管层对市场探索的默许下，以支付宝和微信为代表的第三方支付机构迅速抢占线下支付市场。

今年8月，央行透露已授权中国支付清算协会牵头制定二维码支付的行业技术标准 and 业务规则，协会已向会员单位发送征求意见，这意

味着二维码支付的市场地位重新获得官方认可。“在此背景下，银行又开始重新布局。”易观互联网金融总监马韬说道。中央财经大学金融法研究所所长黄震进一步表示，现在用户已经习惯在移动终端上进行支付结算，银行如果不适应这个潮流，就要被抛弃了。

然而，市场已经不再是2014年的模样。在2016年二季度第三方互联网支付交易规模市场份额中，支付宝占比42.8%，财付通占比20%，二者已经瓜分走超六成的市场。 >>



“现在用户对于小打小闹的补贴都习以为常了，不论是给商户的补贴还是给用户的补贴，可能都略逊于支付公司，增加补贴意味着银行要提高获客成本。从覆盖面来说银行也没有很大力度。”马韬表示。

>> 银行已经落后，尽管很多银行都联手苹果的 Apple Pay、三星的 Samsung Pay、银联的 NFC（近场支付）等模式，作为闪付派代表加入战局抢滩支付市场，但据央行 2016 年二季度支付体系运行总体情况显示，二季度银行业金融机构电子支付金额 570.95 万亿元，其中移动支付业务金额为 29.32 万亿元，仅占比 5.14%。“突围”胜算几何？

银行通过二维码支付“突围”移动支付市场还有机会吗？马韬认为，目前来看银行优势并不明显，银行在用户量和用户场景等方面，与微信、支付宝有比较大的差

距，且用户已经习惯使用后。此外，现在移动支付领域的跑马圈地还没有完全结束，在营销推广过程中，银行相对于支付公司也有一定劣势。

“现在用户对于小打小闹的补贴都习以为常了，不论是给商户的补贴还是给用户的补贴，可能都略逊于支付公司，增加补贴意味着银行要提高获客成本。从覆盖面来说银行也没有很大力度。”马韬表示。

在安全性方面，有业内人士认为，银行向来把风险考量放在首位，二维码支付的安全性更高，但也有一位支付业人士向记者表示，银

行在经验方面已经落后于微信、支付宝等第三方支付机构，遇到问题时的处理速度可能比不过支付公司。

不过，黄震也乐观地表示，虽然现在移动支付市场看似“大局初定”，但还有变化和发展空间。目前我国还有 7 亿人民没有上网，增量空间还很大，最终银行不能攻下阵地还要看其支付工具的便捷度、场景度等。还有一位支付机构人士介绍，现在一二线城市的市场已经趋近饱和，但三四线城市的发展空间还很大，移动支付并没有普及，银行还有机会突围。✍

选自：城市快报

信用卡的盛世“危言”？

——国内传统信用卡转型样本分析

中国金融体系跨过了支票阶段，直接从大量使用现金向刷卡转变，为银行业创造了极为有利的发展条件。以 2002 年中国银联成立为起点，我国推广刷卡消费的时间不到 15 年，无论是刷卡交易占比还是信用卡占比，仍然有非常大的提升空间。无论互联网公司怎样抢占市场份额，都无法对银行信用卡业务的蓝海空间产生显著影响，未来 3-5 年银行信用卡业务仍然处在盛世之中。

但就这两年以来，随着互联网企业跨界抢占高地、互联网金融极速扩张，传统银行业的黄金时代已逐渐消逝。互联网企业的强项在于电商、社交等领域，而银行基于风控文化的基因注定了其需要完成多个身份的切换以及实现物流、结算、运营等多方面资源整合，所以信用卡的“触网”成为必然趋

势，要求信用卡行业快速推动传统金融服务网络化。

面对危机，在新的历史发展机遇面前，传统银行能否通过信用卡升级来整合金融服务功能，吸引客户，巩固市场份额，将决定银行在零售业务方面的转型步伐和未来的市场综合竞争力！

互金想革信用卡的命？没那么简单。

基于信息技术的互联网金融已经在蚕食银行信用卡业务的用户基础。以阿里花呗、京东白条这两个与信用卡非常类似的互联网金融服务为例：

阿里花呗是最接近信用卡的互联网产品，它与用户主要以电商平台和个人征信为联系点。通过花呗积累的用户消费数据和金融交易数据，又会进一步成为蚂蚁金服征信系统的基础数据。

白条是由京东金融提供的类信用卡服务，各种规则

与阿里花呗类似，付款范围也在逐步推广到自家电商平台以外的商户。拓展而出的校园白条、旅游白条、安居白条，通过更多更具体的消费场景对抗规模更大的阿里电商平台优势。

传统银行的金融服务产品线相对比较单一，而大电商平台在用户消费场景上占优势。我国银行业正面临战略转型期，信用卡业务已从重视数量的阶段向重视质量的“精耕细作”阶段转变，要轻易断言互联网金融必将革掉传统银行的命是个伪命题。

首先，银行在发放信用卡或其它贷款时对用户的信用评级仍然是最精准的，其它征信机构无法取代。

其次，互联网企业做金融存在较高的交易风险和隐私安全问题，再加上央行征信体系仅对少数互联网企业开放，传统银行在金融 >>

>> 人才和金融机制上占绝对优势。再次，由于金融业务知识与经营管理方面经验不足，目前互联网金融只能在金融业务的某个具体领域有所创新，在短期内还不足以能涉及到各类金融产品，而互联网企业的这种缺陷恰好是商业银行长久以来积累的业务优势。

移动互联时代 信用卡“触网”变革

银行的信用卡与互联网金融同类业务竞争，要比拼的并不是业务本身的拓展能力，而是这项业务与集团内其它业务的整合能力，以及跨领域投资的长期试错能力。必须赶在传统银行的盛世红利期结束前，主动拥抱互联网，在信用卡业务上超前布局，突出的转型样本是交通银行在信用卡互联网创新业务上的战略转型与发展。

据悉，交通银行信用卡在11月18日已成功突破流通卡量5000万张，已迈向互联网平台转型。其中，交通银行信用卡推出的移动应用App“买单吧”上线9个月，绑卡用户即超过1400万人，平台活跃度高达60%，用户量和平台活跃度均为行业领先。上线至今交易次数

超过10亿次，金融、生活服务月均访问量1.2亿次，客户黏度可见一斑。交通银行信用卡样本的特点可以用三个字概括：快、准、稳。

快——早在2013年，交通银行信用卡敢于率先“破局”，突破创新的以“5分钟核卡，最快当天发卡”推行互联网发卡，也为当时尚处于萌芽阶段的信用卡网络发卡业务起到了示范性作用。

准——转型抓痛点，由线下过渡至线上！找准获客渠道进行重心转移，这一举措在根本上拓宽了信用卡客户的入口。以此衍生的网络推荐办卡，通过精准的定向营销将客户价值最大化，也在这一过程中提升了存量客户的黏性，由此带动了交通银行信用卡整体经营模式的有效推进。

交通银行信用卡所做的并非是将线下活动“平移”至线上，而是从参与方式、接入渠道、内容开展乃至合作伙伴等各个方面，顺应互联网商业的游戏规则。让消费者参与更便捷、享受更好优惠，具备更广泛的支付场景选择。

刚刚结束的“超级最红 >>

交通银行信用卡在11月18日已成功突破流通卡量5000万张，已迈向互联网平台转型。其中，交通银行信用卡推出的移动应用App“买单吧”上线9个月，绑卡用户即超过1400万人，平台活跃度高达60%，用户量和平台活跃度均为行业领先。



信用卡这盘棋是一场落伍者对挑战者、守成者对创新者，偷懒模仿者对想象力丰富者之间的角力。

>> “星期五”首次尝试与电商平台携手合作，进而深耕汽车消费领域以满足目标客群的需求和习惯，通过深度跨界合作为“超级最红星期五”注入新活力。植入互联网元素的方式为传统营销活动打开了新的突破口。

稳——依靠产品服务的稳步推进和完善，交通银行已逐步构建并呈现出一个信用卡互联网平台。它看不见摸不着又无处不在，渗透于每个持卡人的金融消费生活。在这个新金融与传统金融彼此混战、又相互融合的市场，不仅仅将互联网设定为“渠道”或是“通路”，而是包含大数据整合、智能化改造、与互联网企业通力合作在内的全方位渗透，充分利用网络科技的无限可能。

5000万流通卡量的达成在信用卡市场已经是个值得深入研究的突出样本。尤其

值得一窥究竟的，是交通银行围绕信用卡互联网平台打造的产品“矩阵”。交通银行信用卡“买单吧”APP先后联手Apple Pay、Samsung Pay、华为Pay、小米Pay，支持180多种银行卡，持卡人注册后登录、关联自己的银行卡，即可通过“买单吧”完成线上支付，同时开通了微信支付功能，拥有立码付、云闪付等创新支付功能，用户通过扫描二维码或将手机靠近带有“闪付”标识的POS机即可完成秒速支付，免去了在不同银行客户端或网络平台之间来回切换的烦恼。今年年末升级迭代的“交通银行信用卡买单吧App2.0”又将全新登场，已然要实现全方位的支付介质网络化。

在个人消费信贷领域，交通银行信用卡又是领先一步布局“互联网+消费贷”，“好享贷”、“天使贷”等

业务先后上线，与之配套的线上申请、快速审核以及刷卡即贷等流程设置已不断完善。

移动互联网和大数据技术飞速发展，传统银行面临着互联网金融的挑战和机遇！当银行的信用卡业务遭遇同业之外的竞争时，银行如何挣得花呗、京东白条这样的竞争活力？

信用卡这盘棋，是一场落伍者对挑战者、守成者对创新者，偷懒模仿者对想象力丰富者之间的角力。要想在移动互联新时代跑马圈地，需要银行信用卡业务将产品与资源进行内部联动、通过线上线下一体化的方式加速资金流的高效运转与配置，并在一定范围内联合互联网金融的优势互补，加强跨界合作，谋求互惠互赢！

新利软件（集团）股份有限公司

www.singlee.com.cn

电话：0571-88480666

传真：0571-89712755

信箱：singleeweb@singlee.com.cn

网址：www.singlee.com.cn

地址：杭州市西湖区三墩紫宣路 158 号西城博司铭座 9 栋 16 层

