

8月东京奥运，苏炳添一战封神，成为首位闯入奥运会男子百米决赛的中国运动员；14岁的全红婵首战夺冠，五跳获得三个满分被誉为跳水“天才少女”……曾经的他们，初出茅庐，奋力追赶。正是日积月累、滴水穿石的不断发力，让他们成为领域翘楚。

如果，我们把企业的成长看成一场比赛，就会发现：只有日积月累、滴水穿石的不断发力创新，获得持续增长，企业才能成为领域翘楚，实现基业长青。

提到持续创新，平安银行就是绕不开的标志性企业。这家以领先“智能化零售银行”为战略目标的商业银行在不久前刚刚发布了2021年半年报，在其零售业务重要阵地——信用卡在业务上显示了强劲的向上突破动力，多项指标创新高。

从数据上看，截至6月末，信用卡流通卡量达6,652.74万张，较上年末增长3.6%；信用卡应收账款余额5,519.53亿元，较上年末增长4.3%；2021年上半年，信用卡总交易金额18,128.59亿元，同比增长12.8%；信用卡商城交易量同比增长20.3%。

从内容上看，2021年上半年，平安信用卡着力优化了客户触达及体验，首次将实动率明确为信用卡业务经营发展的北极星指标，提升客户活跃度。其中，依托金融科技能力，持续加强场景化、精细化及智能化经营，打造信用卡客户“快、易、好”的极致体验。

在过去一年多里，银行信用卡业务至少面临两大挑战，新冠疫情对经济和消费的冲击直接影响了信用卡经营空间的基本盘；与此同时，监管的收紧和信用卡市场整体趋向饱和使得银行必须推进结构性的变革。

但，平安信用卡的这份中考答卷，生动的诠释了如何通过正确发力，从而获得持续增长！“场景”、“用户”、“技术”依旧是核心关键词。

那么，在这几方面，平安信用卡都做对了什么？