

如果讨论是否会选择有年费的信用卡，估计很多用户更乐意选择“减免”年费的信用卡。然而，有一些高端信用卡产品并没有减免“年费”，而是通过收取“年费”，为选择这些产品的高端用户提供定制化、精细化的服务和权益。

在信用卡市场中以勇于创新、敢于突破而成为业内“标杆”的浦发信用卡再推新品，继去年重磅推出三款敦煌文化主题信用卡后，再度推出了反弹琵琶版卡产品；同时也对国内唯一一款针对男性为主体的浦发“我”系列主题卡非凡版的权益进行了公布。两款产品虽

然不属于一个系列，但是它们都有一个共性：刚性年费

。敦煌文化卡和男性卡系列都已拥有了庞大的用户基数，在此基础上，浦发信用卡两款年费产品的升级推出，针对既有用户完成了客户需求的细分服务与经营理念的升级。



浦发“我”系列男性主题卡非凡版

信用卡之所以收取年费，一方面是发卡银行要为持卡用户提供先消费后还款的消费信贷服务，还要为持卡用户提供众多权益、其它的金融服务、全球支付服务，还要提供信用卡被盗、丢失后为用户补卡、现金支持服务，以及承担可能出现的信用卡盗刷带来的资金风险。这些服务对于发卡银行来说都需要一定的经营成本来支持。免年费信用卡的权益和服务通常只有最基本的标准，而需要更多的权益或者更完善的服务的信用卡，就需要通过支付年费，或者高额信用卡积分进行兑换。

浦发信用卡此次推出敦煌文化主题卡反弹琵琶版，以及全新起航的浦发“我”系列

男性主题卡非凡版，虽然采取了收取年费的方式，但是通过返还将更多的权益回馈到用户手里，这反映了浦发信用卡在持续优化用户体验，拓宽服务半径，满足商旅类高端人士对个性化高品质生活的需求方面稳步推进。这也表明，浦发信用卡对产品与服务的自信而敢于通过收取“年费”这种方式为细分的持卡用户提供差异化服务的信心。

浦发信用卡已于去年成功推出了三款广受欢迎的敦煌主题卡产品，将消费与民族文化完美地结合，而“反弹琵琶版”的推出，针对文化产品进一步做了客群的细分，在卡面设计上采用了线条勾勒的创作设计，既简约有富有文化内涵，又显出雍雅的气质；权益层面，针对中高端商旅用户提供了超值可观的权益价值，比如，持卡人预订本人乘坐的航班（机票实付单笔金额高于1000元），完成出行后可于次月月底前获得100元刷卡金返还。每自然月限享1次，每年最高返600元。同时，也将获得与敦煌文化紧密联系的周边礼品，以及多种体验服务，为炽爱敦煌文化的中高端持卡用户提供了一片园地。

“我”系列男性主题信用卡，堪称浦发信用卡在以针对女性群体信用卡如群星璀璨的信用卡市场中独树一帜的产品。通常认为，男性在消费方面相对于女性更趋于理性，不太容易被宣传所劝诱或打动，但是男性也具有自己的消费特点，就是一旦被商品所吸引，消费的胆量和金额比起女性毫不逊色，包括了汽车、数码产品，以及户外运动等众多高消费领域。

随着男性更加注重自身品位、形象的提升，一些似乎是女性专利的时尚消费领域，如今也越来越青睐男性消费者。正是对男性消费特点的敏锐判断，浦发信用卡此次针对非凡版进行了权益升级，为持卡用户提供了在机票、酒店、加油消费中，可以任选一项可获得800元“报销”刷卡返现权益，以及私人订制特权中的多项服务权益。

在2019年整体行业发展都有所放缓的基础上，浦发信用卡依然保持着前进的步伐，两张针对中高端客群的卡产品尝试，逐渐向消费能力更强的高净值、高贡献的客户倾斜，这有利于发卡银行集中优势对产品、用户、权益进行优化，为这些给发卡银行带来更多贡献的客户获得与之相匹配的高规格权益和高品质服务，这也完全符合经济学中的“二八法则”。

2020年刚刚开始，浦发信用卡选择在年费版信用卡产品上进行了开拓，这传递出品牌在客户经营和客户服务思路向更加细分的市场进行拓展的信号。未来，浦发信用卡又会在哪些方面再度创新、突破自我？这仍会成为信用卡行业所关注的焦点。

---

关注本号，这里有信用卡的知识，也有信用卡行业独立视角的深度评论与分析，还有信用卡的历史与文化！