

在中原崛起和黄河流域高质量发展进程中，河南发展日新月异，人们生活日益富足，消费方式日趋多样。其中，分期消费备受欢迎，成为越来越多人的选择。

建行河南省分行作为根植于中原的金融主力军，持续打造信用卡消费金融生态圈，努力为客户提供多层次、多样化的分期服务，基本实现了个人和家庭对各阶段、各领域消费信贷需求的全覆盖，有效提升了居民消费意愿，有力促进了消费升级，有质带动了国内经济大循环。目前，建行河南省分行信用卡客户规模已超400万，年消费交易额近2000亿元，年消费贷款余额334亿元，为居民消费提供十足“动能”。

## 缤纷分期 “分” 出幸福生活

如今，汽车渐成“刚需”。许多人梦想购买新车，来一场说走就走的旅行，品味“诗和远方”。但资金却成了通往幸福生活的“拦路虎”。

建行河南省分行积极回应人民的期盼和诉求，主动创新消费金融产品和服务，成为“消费助力”的先行者。该行于2008年正式推出购车分期业务，成为中原大地首家开办信用类购车分期业务的银行。今年以来，建行河南省分行已累计投放购车分期16.5亿元，提前满足了1.54万客户的购车需求。该行以源源不断的消费信贷“活水”浇灌了万千百姓的幸福生活之花。

不仅如此，建行河南省分行在全国率先推出汽车主题银行。目前，全省已落地19家汽车主题银行，覆盖18座城市，专注提供汽车相关的金融服务，为经销商、有车一族和潜在购车客户提供一揽子金融服务，实现网点“一站式”办理汽车分期、购买车险、车辆抵押登记等业务，进一步满足市场快速增长的信贷需求，助力消费升级。

“购车分期只是我行信用卡分期的一个缩影。目前，我行已形成购车分期、装修分期、分期通、账单分期、现金分期等分期产品体系，基本覆盖汽车、安居、百货、日常消费等民生领域，可以‘贷’动市民提前畅享幸福生活。”建行河南省分行工作人员说道。

## 平台带动 “贷” 来消费热潮

“想分期，但找不到合适的平台。” “想分期，却担心分期手续费太贵。” 这是多

数人在选择消费分期时所面临的两大难题。

为此，建设银行在强化与平台商户线下合作的同时，巧用互联网思维，为客户提供全方位的PC端和移动终端信用卡分期服务。

2012年6月，建设银行以专业化金融服务为依托，推出电子商务金融服务平台——“善融商务”，为广大企业和个人客户提供分期平台和分期优惠，其多样化产品分类和多品类的免息分期，吸引了万千客户“剁手”。

不仅如此，2014年1月，建设银行依托微信平台，推出“龙卡信用卡”微信订阅号，为客户提供惠购、惠选、惠吃、惠玩、惠行、惠赚等无“微”不至的信用卡特色服务。更令人心动是在建行“龙卡信用卡”官微中，“随付贷”分期产品涵盖时尚数码、精品名酒、家具家电、旅游出行等各类日常消费，最高可享24期0手续费分期服务，为亿万客户带来更加“实惠”的美好生活。

## 场景链接 “链” 动百业消费

“这顿饭我请！我有建行信用卡，可以享受满减。”90后小张和朋友聚会时，抢着买单。“我在京东、美团、支付宝上都绑定了建行信用卡，不仅支付便捷，而且每周六还可以享受满减优惠。”作为建行信用卡的忠实粉丝，小张积极向朋友讲授“薅羊毛”经验。

“购物、旅游、留学、出差，无论你有怎样的需要，无论是线下还是线上，只要涉及到支付，你就会发现，信用卡当属绝佳的支付工具。这便捷的背后，得益于分布在衣、食、住、行等生活各方面的消费场景。”建行河南省分行工作人员告诉记者

通过开展“龙卡星期六”“境外消费返现”等品牌营销活动，扩大与京东、苏宁易购、美团、饿了么等线上头部商户合作，以优惠券、直接满减等方式，带动消费经济快速增长；通过构筑汽车金融生态圈，打造“要买车 到建行”品牌效应，助力广大市民提前拥有“诗和远方”的美好生活；通过与优质家装建材品牌厂商、区域商户开展引流互惠合作，深化“建行家装节”品牌影响，满足老百姓的大宗消费需求

近年来，建行河南省分行不断深化信用卡消费场景布局，持续加强与衣、食、住、行、游、购、娱等热点领域头部商户合作，打造了覆盖线下商圈吃、喝、玩、乐、购等多元化场景，通过场景“链”动百业消费，有力拉动消费规模高质量增长。

小小卡片，一端连着百姓美好生活，一端连着建行责任和担当。建行河南省分行始

终以服务广大客户美好生活为出发点和立足点，多举措搭建信用卡分期场景，多方位构建信用卡消费生态，多角度完善信用卡消费服务，不断为活跃消费市场、激发消费潜力、促进国内经济大循环赋能增效。(于晓洋、焦志磊、梁静)