

1995年3月，广东发展银行发行了中国内地第一张真正意义上的国际标准信用卡，由此拉开了中国信用卡与国际接轨的序幕。

不过各大银行对信用卡市场做出集体反应是从2002年开始的。

2002年5月17日，中国工商银行在北京成立了牡丹卡中心；同年10月，招商银行成立了信用卡中心，总部设在上海；12月18日，中国建设银行成立信用卡中心。虽然各家银行在信用卡具体经营模式上有一定差异，但目标非常明确，就是要建立与国际接轨的信用卡经营体制。

也是在这一年，中国16个城市和1个省份的人均GDP达到1900美元。这个数字意味着，这些地区的1.56亿人口已经为进入信用卡消费阶段做好了经济上的准备。“中国信用卡市场像浇了油的荒地，只要一点燃就会硝烟弥漫。”有外资银行这样评价当时正欲厮杀的中国信用卡市场。

点燃这块油地的不是别人，正是今天占领着1/3市场份额的招商银行。这个在上世纪80年代还在深圳偏安一隅的股份制商业银行，经过内部两年的论证，最终决定用“新瓶装新酒”的方式做招行自己的信用卡。招商银行引进台湾“中国信托商业银行”作为顾问银行，同时聘请了“中国信托”固定员工30多人，往来员工70多人作为“火种”。

之后，建行聘请经贸(北京)科技公司、工行聘请10名香港顾问长驻北京、中行巨资聘请EDS编写业务需求、农行通过系统集成公司聘请台湾卡顾问多名、中信实业银行直接引进姊妹银行——中信嘉华银行的卡业务专家，上海银行通过其参股银行汇丰聘请香港卡专家多名，各家银行通过各种合作模式开始在信用卡业务上迅速开疆拓土。

2003年，写字楼里、百货中心、商场门口、地铁口、大街上，霎时间出现了许多发卡人员的身影。“办XX银行信用卡，有多重好礼赠送”的条幅自此随处可见。2003年甚至被业内称为“中国信用卡元年”，也被看作是中国信用卡“黄金十年”的起点。



信用卡产业的利润特征之一是基于大数原理的规模效应。在完成信用卡市场跑马圈地之后，接下来的几年间，各大银行将重点转移到维护客户忠诚度和深度挖掘客户价值上来。根据成熟市场经验，当人均GDP达到5000美元，信用卡将进入国际公认的信贷消费高速成长期。2006年，中国城市中有数十个已经达到此规模。信用卡产品的生命周期也从2002年开始的成长期走入成熟期。高盛公司预测，未来的4~6年内，中国信用卡贷款将达到70亿~90亿美元的规模。Visa信用卡组织也有结论认为，2010年中国中等收入的人群可能超过2亿人。

从中国信用卡的成长期到进入成熟期，2003年~2012年的这10年，将注定会在中国银行界成为“关键年代”。这不仅仅是因为它将最终决定各家银行在信用卡这块蛋糕上能切到多少份额，更因为这可以被看作中国银行业市场化后，第一次集体性的“能力考验”。这10年，也被誉为中国信用卡发展的“黄金十年”。