

南京银行近日正式发布N Card信用卡，围绕智能化、数字化、开放化这一信用卡领域发展方向，突破传统实体卡的介质和支付场景的局限，拥抱培育年轻客群，在信用卡市场发出自身强音。

零售转型瞄准虚拟信用卡

数字经济、数字金融蓬勃发展，已经深入到人们生活的方方面面，由此也给银行业带来了诸多新的空间。作为首家在国内主板上市的城商行，南京银行抓住时代赋予的发展机遇，积极顺应市场变化，加快改革创新转型，自2016年以来，坚定不移推动大零售战略，确立了“成为零售客户一生的金融伙伴”这一目标，创新优化业务模式，强化金融科技赋能，致力于满足客户多样化金融服务需求，取得了显著成效。

。

中国银联银行合作部负责人表示，南京银行是中国银联重要的合作伙伴，2003年8月，南京银行率先发行银联“62”开头信用卡，是中国第一家发行银联“62”信用卡的商业银行。

随着移动支付的迅猛发展，金融、科技、场景的深度融合正在加速到来。在这种情况下，信用卡这一行业实际上已经发生深刻变革，正在回归信用支付这一本源本质。

。

南京银行副行长周文凯表示，在信用卡的发展道路上，南京银行没有走单纯依靠数量规模扩张的传统老路，基于对信用卡行业最新变化的认识，主动顺应数字化发展趋势，抓住移动支付这一风口，不断满足新时代下的客户金融服务需求。此次正式发布的N Card信用卡，正是南京银行围绕“智能化、数字化、开放化”，突破传统实体卡的介质和支付场景的局限，采取敏捷团队开发模式，倾力打造的一款新产品。

。

创新突破定位“无限可能”

与传统信用卡不同，此次南京银行发行的N Card信用卡产品，定位是做一张有温度、懂生活、能社交、会记账、更有趣的信用卡。在许多环节，该行作了大幅优化，从申办卡到用卡消费，均可直接在微信小程序中实现。比如在申请环节，N Card信用卡因其虚拟数字化的特点，面签激活无需再等待实体卡片，只要核卡通过，营销人员即刻就可以为客户办理面签激活，客户绑定移动支付，就可以正常消费，

从而实现互联网时代年轻人追求的效率；用卡环节，客户不再需要下载APP，所有操作均可在“南京银行N Card”微信小程序中完成；特色权益上，有等级权益体系、游戏生态圈、笔笔返现等，以更智能、更有趣、更便捷为出发点，从更好地服务年轻客群的角度出发，进一步贴近客户需求。

N Card，N代表了“生活的N种可能”，是南京银行的拼音首字母，也是年轻、牛年的拼音首字母，还是英文单词NEW的首写字母，同时在数学中还代表了无限延展、无限可能。南京银行希望，N Card能以牛年为新开端，通过这一全新产品和服务平台，以不一样的N种功能、N种体验、N种精彩，让客户抓住“生活的N种美好”，实现“生活的N种可能”。

发强音为未来赢得主动

全新上市的同时也是二期优化的开始。南京银行方面表示，未来将把握信用卡领域的发展态势，继续坚持客户体验优先，不断迭代更新，搭建面向客户的综合服务生态圈，让这张N Card信用卡有温度、懂生活、能社交、会记账、更有趣，从而在信用卡市场发出南京银行自身更强的声音。在这一过程中，南京银行表示将遵循行业发展规律，持续加大各方面的投入，通过科技赋能，借助互联网渠道发卡，缩短投入周期，让后来者的加速突破成为可能。

对南京银行来说，此次发行跟年轻人一起玩的信用卡，除了有调整优化银行自身收入结构的考虑外，同时也致力于更好地拥抱和培育更多的年轻客群，为未来零售业务转型发展赢得主动、拓展空间。而在此过程中，南京银行显然对信用卡业务有着坚定的信心、坚实的步伐，凭借在区域内深耕细作的能力，逐步发力这一市场。