

Bank Card
Product R&D and Loyalty Management

银行卡产品研发 与忠诚度管理

刘 鹏 著

 復旦大學 出版社

Bank Card

Product R&D and Loyalty Management

银行卡产品研发 与忠诚度管理

刘 鹏 著

 復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

银行卡产品研发与忠诚度管理/刘鹏著. —上海:复旦大学出版社,2013. 11
ISBN 978-7-309-10132-4

I. 银… II. 刘… III. 信用卡业务-业务管理 IV. F830.46

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第243117号



银行卡产品研发与忠诚度管理
刘鹏著
责任编辑/岑品杰

复旦大学出版社有限公司出版发行
上海市国权路579号 邮编:200433
网址:fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>
门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853
外埠邮购:86-21-65109143
常熟市华顺印刷有限公司

开本 890 × 1240 1/32 印张 7.875 字数 174 千
2013 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-10132-4/F · 1979
定价: 30.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。
版权所有 侵权必究

中国建设银行冠军足球信用卡卡面欣赏

冠军足球信用卡标准卡



冠军足球信用卡俱乐部卡

队徽版



球星版





中国建设银行芭比美丽信用卡卡面欣赏

普 卡



金 卡



白金卡



■ 序

进入 21 世纪的中国经济如何保持持续稳定增长,不仅对于中国实现全面现代化发展具有重大的现实意义,对于世界和平与稳定发展更具重大的战略意义。为此,党的十八大报告指出,要适应国内外经济形势新变化,加快形成新的经济发展方式,把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来,激发各类市场主体发展新活力,增强创新驱动发展新动力,构建现代产业发展新体系,培育开放型经济发展新优势。这意味着,中国经济未来必将走向创新驱动、转型发展的新时代。

创新驱动的根本性意义就在于为未来中国经济增长注入新的动力。无疑,增长新动力意义上的创新,包含了十分丰富的内涵和要求:既包括技术创新、管理创新、产品创新、市场创新等,也包括体制机制以及一系列的制度创新,更涵盖了当下正在发生的一系列具有商业模式创新价值的新业态、新组织和新经济形态等创新。中国经济未来能否保持可持续的稳定增长的常态,关键取决于上述一系列“创新过程”能否发生,取决于一系列具有内生性的创新驱动的新动力能否产生。这其实也就是未来中国经济创新驱动和转型发展的核心任务,也是中国经济长期增长需要解决的根本性问题。

就当下的中国经济增长而言,如何实现创新驱动新发展?如何挖掘改革的红利?可供选择的路径很多,但是,我以为,一个十

分紧迫的任务就是推进金融创新,释放金融体制机制改革的新红利。这一方面是因为受传统金融体制机制约束,中国金融改革创新的空间还很大,很多金融抑制经济增长的问题和瓶颈尚未得到彻底的解决;另一方面,受到金融危机和发达国家金融泡沫、杠杆化等因素的影响,中国的金融创新进程实际上也被放缓。因此,加快金融体制改革,推动金融创新,提高金融效率,防范金融风险,也是释放当下中国经济增长的新红利,加快经济增长的重要举措。

作者撰写的《银行卡产品研发与忠诚度管理》一书,可以说正是对中国金融创新方面所做的积极探索的成果。众所周知,银行卡创新,是中国推动金融体制改革,创新金融工具、创新金融产品,提高金融效率的一个重大举措和手段。多年来的实践表明,银行卡作为现代化的电子支付工具,不仅在推动支付结算、完善交易功能、提升消费需求、扩大内需以及金融产品创新等方面发挥了重要引领作用,而且对于推动中国经济增长方式转型、金融体制改革、提高金融资源配置效率等方面也发挥了十分突出的作用。通过作者对银行卡的发展历史沿革以及在中国发展历程的回顾,可以十分清晰地看到一部银行卡的发展历史,本身就是一部不断创新发展的历史,这既是银行卡的金融产品发展的本质,也是现代金融创新发展的本质。纵观全书,我感觉有如下几方面的特点:

一是研究成果的实践性和理论性。作者用一定的笔墨介绍了银行卡的基础知识、基本理论、历史发展以及当前中国银行卡产业现状,通过这些分析和描述,使得人们不仅比较清晰地了解了银行卡的一般概念、知识和操作业务,也让人们从理论上理解银行卡的发展在现代金融创新和现代经济增长中的作用和贡献。因此,这是一本集理论研究、学术探索和实践探索于一体的银行卡研究力作。

二是研究成果的前沿性和创新性。作者提出的基于银行卡等个人金融产品开发的六西格玛产品研发方法(FDADVA 流程模式),将国际上先进的六西格玛设计(DFSS)与阶段关口体系(SGS)等优秀产品研发方法融会贯通,具有较强的实战意义。作者的创新之处在于,将六西格玛设计(DFSS)及其质量功能展开(QFD)等工具首次引入金融银行卡业,可以说是一项具有前沿价值和 innovation 价值的研究成果。

三是研究成果的务实性和指导性。作者还系统地介绍了银行卡客户忠诚度管理的背景知识和实施步骤,通过延展创新提出银行卡客户忠诚度管理 EUPR 模型,并深入浅出地对模型进行了详细介绍。这显然与作者多年来的实际工作经验和积累分不开,作者先后在多家银行和中国银联从事具体的实践和探索,长时期的银行卡产品研发、发卡营销、用卡促销、忠诚度管理等市场一线工作和经验,使得作者有亲身体会、经验积累,这为最后的成果创新提供了新鲜的活力和丰富的素材,使得整个研究成果有血有肉,避免了一般性理论分析的刻板 and 生硬之感。

四是研究成果的前瞻性和探索性。作者在本书中也结合当前互联网及移动智能终端广泛商业应用的新形势,对互联网支付、手机支付、手机客户端、新型网络平台在银行卡产品研发和客户忠诚度管理中的结合应用也进行了有益的探索。目前,随着互联网技术不断发展,互联网金融、新金融等许多新的支付平台、交易平台、电子商务等纷纷出现,无疑对银行卡支付以及传统金融工具等带来一定影响。显然,互联网金融与传统金融的发展将何去何从,未来会出现什么新的方向,目前做出定论尚早,但是本书作者对此也做了一些前瞻性的探索和回应。这些分析对人们思考上述问题具有重要的启示和价值。

本书出版之际,正是中国(上海)自由贸易试验区挂牌和建设如火如荼的时期。中国(上海)自由贸易试验区建设的最大意义就是适应深化改革开放的国家战略的需要,最大红利就是通过开放倒逼改革,推进政府职能转型,加快金融体制改革,实现金融创新,挖掘金融发展新红利。期待本书中的许多观点和建议,能够为推动银行卡产业创新发展,为推动金融创新,也为中国(上海)自由贸易试验区建设贡献微薄之力。

是为序。

上海社会科学院经济研究所副所长、研究员、博士生导师

权 衡

2013年10月20日

于上海寓所

■ 目录

第一篇 深入认识银行卡	001
第一章 产品决定市场成败	003
第二章 银行卡的历史发展	005
第三章 银行卡的产品分类	016
第四章 银行卡的产品层次	022
第二篇 银行卡产品研发	025
第五章 银行卡产品研发综述	027
第六章 六西格玛设计简介	031
第七章 六西格玛设计常用工具/方法	035
第八章 FDADVA 产品研发流程之发现阶段	068
第九章 FDADVA 产品研发流程之界定阶段	075
第十章 FDADVA 产品研发流程之分析阶段	090
第十一章 FDADVA 产品研发流程之设计阶段	101
第十二章 FDADVA 产品研发流程之验证阶段	112
第十三章 FDADVA 产品研发流程之部署阶段	122
第十四章 成功银行卡产品的特点	130
第十五章 打造优秀产品研发团队	142

第三篇 客户忠诚度管理	147
第十六章 银行卡客户忠诚度管理综述	149
第十七章 银行卡客户忠诚度管理之体验策略	158
第十八章 银行卡客户忠诚度管理之用卡策略	161
第十九章 银行卡客户忠诚度管理之偏好策略	188
第二十章 银行卡客户忠诚度管理之挽留策略	198
第二十一章 银行卡客户忠诚度管理规划与评估	207
附录一 六西格玛常用名词中英文索引	212
附录二 中国银行卡产业大事记	215
参考文献	240

■ 第一篇 深入认识银行卡 ■

第一章 产品决定市场成败

产品是企业生存发展的基石,是企业创造利润的源泉,是企业赢得市场的关键。一个企业无论是继续扩大市场领先优势,还是东山再起、重塑往日辉煌,抑或是以弱胜强、战胜不可一世的商业对手,无不拥有客户青睐、市场欢迎的产品。

美国苹果公司在 20 世纪 80 年代初经历了辉煌一时的创始期之后,曾经在 20 多年里举步维艰,甚至濒临破产边缘,然而近几年来通过推出具有触摸屏技术和 App 应用的 iPhone 手机、iPad 平板电脑等创新科技、极富魅力的产品,苹果公司迅速东山再起,不仅重新成为全球电脑行业的领军者之一,更改写了智能手机行业的发展进程,一跃成为全球手机行业翘楚。国际软件业巨头美国微软公司最早在 20 世纪 80 年代为 PC 机提供 MS-DOS 操作系统,此后近 30 年间,微软公司先后成功推出 Windows 3.X、Windows 95、Windows 2000、Windows XP、Windows 7 等电脑操作系统,2012 年又推出虽有争议却具有划时代意义的适用于英特尔 X86 处理器的 Windows 8、适用于 ARM 处理器的 Windows RT 以及智能手机操作系统 Windows Phone 8 等,2013 年下半年根据“客户之声”再度推出兼容传统客户需求、更加优化完善的 Windows 8.1。此外,还有多年来不断推陈出新的 Office 软件、IE 浏览器软件等。一系列成功的产品造就了微软在软件行业长期的

霸主地位。

在银行卡行业,成功的产品对发卡机构银行卡业务的快速健康发展同样起到至关重要的作用。在“中国信用卡元年”(2003年)以来我国信用卡产业的飞速发展进程中,中国建设银行龙卡汽车信用卡和冠军足球信用卡、中国银行中银都市信用卡、招商银行Hello Kitty信用卡、广发银行真情信用卡、中信银行魔力信用卡、中国民生银行IN卡等一款款具有强烈个性和高附加值的经典信用卡产品纷纷推出,每一款成功的信用卡产品都为商业银行带来巨大的经济效益和品牌价值。特别值得一提的是,面对实力雄厚、网点众多、既有客户规模庞大的国有特大型商业银行,一些股份制商业银行在多年激烈的信用卡市场竞争中丝毫不落下风。这其中成功的信用卡产品起到了关键的作用,它让广大的客户更容易接受、选择和使用,更多地关注产品的感情承载、特色权益等,而不是关注发卡机构实力欠缺、品牌知名度低、网点分布少、现场金融服务不便等劣势。

今天,无论在产业发展业已成熟的欧美市场,还是在蓬勃发展、百花齐放的境内市场,在发卡资质、联网通用、还款渠道等问题已不成为商业银行开展银行卡业务桎梏的大环境下,面对金融产品可复制性强、易于同质化等特点,以及日趋激烈复杂的银行卡市场竞争,如何打造和保有产品的特色亮点,塑造和加强产品的品牌个性与品牌内涵,树立和巩固产品的市场竞争优势,早已成为商业银行赢得银行卡市场竞争的关键所在,正所谓“得产品者得天下”。

第二章 银行卡的历史发展

在介绍银行卡专业知识之前,让我们先深入了解一下银行卡产生的历史渊源、发展进程及其在中国的快速成长发展之路。

一、国际银行卡产业发展历程

1915年,美国商人弗兰克·麦克纳马拉在纽约一家饭店招待客人,在准备结账时发现自己没带钱包。颇为尴尬的麦克纳马拉不得不打电话叫妻子带现金来结账。由此,他产生了设计一种能够证明身份并具有支付功能的卡片的想法。1950年,他与商业伙伴在纽约设立了“大莱俱乐部”,即大莱信用卡公司的前身,并发行了世界第一张以塑料卡片制成的信用卡——大莱信用卡。1952年,美国富兰克林国民银行发行了允许持卡人在指定商户、在规定的信用额度内刷卡结账的卡片,第一张现代意义上的信用卡诞生,由此揭开了银行发行信用卡的序幕。

1958年,美国银行(Bank of America,或称“美洲银行”)在加利福尼亚州发行了 BankAmericard,具备现今常用的支付结算与循环信贷功能。1965年,美国银行开始给加利福尼亚州以外的银行发放 BankAmericard 发行许可证;1970年,美国银行放弃了对发行 BankAmericard 联合组织的控制权,取而代之的是由会员银