

南京“双跑道”接轨国际 走出去，你准备好了吗？

“走出南京，迈向国际”成为近两年出游的大趋势。近日，南京禄口机场T2航站楼正式启用，为出行游客走出国门增添了更多便利，也给南京金融界带来发展良机。如何使用具备国际结算功能的信用卡进行境外消费，日渐成为市民关注的焦点。

现代快报记者 艾凌羽 杨连双



7月12日，南京禄口国际机场T2航站楼正式启用。禄口机场从而成为华东地区继浦东、虹桥、萧山机场后，第四个拥有平行跑道的机场。

随着“双跑道时代”的来临，禄口

在业内人士看来，本次T2航站楼的启用，对整个金融圈也产生不小的影响。中国农业银行信用卡中心贺凯认为，首先，随着人流量的增大，T2航站楼的内部商户将因此提升经营效益；其次，入境航班增多，将有效带动南京本地旅游业；第三，国际航班陆续增多，对南京的出境游也将产生良好的刺激作用，同时也会有更多的国际

为迎合国际消费大势，目前，主流商业银行都已推出VISA卡、万事达卡以及银联卡。相比较而言，银联卡在东南亚国家分布比较丰富，VISA、万事达卡则遍布全球。除了最基本的境外支付功能以外，各家银行紧紧围绕客户需求，纷纷推出深具特色的信用卡产品，以俘获消费者的“芳心”。

比如中行的“全币种国际芯片卡”是目前市场上唯一一张既可免除全球货币兑换手续费，又符合国际“EMV”芯片标准的金融IC信用卡产品，有效

将增多条国际直飞航线

机场的航线密度也将随之增加。不少航空公司将加密和新增航线，并会有更多的低成本航空公司进驻禄口机场。德国汉莎航空公司就于日前宣布，自8月11日起，将每周执飞五班南京-

法兰克福航班，航班运力提升近67%。

机场相关负责人向记者表示，最快明年开通南京直飞美国的航线，争取在3年内开通直飞中东航线，把禄口机场打造成真正意义上的国际机场。

区域金融中心更具国际范

旅游人士抵达南京。

随着出境游蔚然成风，各大银行紧盯庞大的旅游消费市场，不断打出新的“旅游牌”，以信用卡为主要载体的银旅合作成为旅游市场配套服务的新亮点。银联联名信用卡、刷卡专享的优惠或低费率甚至是“零费率”的分期付款服务，使银行与旅游业的联系越来越紧密。

另外，时值青奥会，很多国际人士

将来到南京，但目前南京商户的刷卡网络主要以银联为主，一些国际卡在南京刷卡并不方便。业内人士对此认为，完善国际卡在南京的受理环境，或许是当下急需做的。随着T2航站楼的开通，未来有可能一些跨国公司会越来越多地选址南京作为区域总部，完善国际业务在南京的受理布局，也是一种南京迈向国际化都市的趋势。

银行热推特色国际信用卡

解决所有币种的交易需求。

而在2015年12月31日前，农行悠游世界卡的持卡人在全球范围以任意币种、任意渠道消费及取现，全免货币转换费（即“国际结算费”，一般为交易金额的1%-1.5%），且提供人民币自动购汇，只需进行人民币还款即可。

工行“10×10”环球旅行信用卡是一款多币种、跨行业、广覆盖、高附加的全新产品，集全球十大航空公司、十大酒店集团、十国高端购物、十大奢侈品品牌、十大留学培训、150国尊享礼

车、600家机场贵宾室等服务于一体。

交通银行太平洋Y-POWER信用卡是一款特别为年轻一族打造的双币信用卡，分期付款随心所欲只要持该卡刷卡消费单笔达500元或美元60元，则可拨打24小时服务专线电话申请6期、9期、12期、18期、24期分期付款。

建行的港澳台旅游白金信用卡则给消费者提供了多重保障。比如高达500万元高额航空意外险及最高3000元航班和行李延误险，以及挂失前48小时内境外失卡可享2万元保障金额。

“用户思维”引领服务提升 招行启动“客户服务升级体验季”

当今世界正进入一个颠覆的时代，唯有变化是不变的。“客户思维”已悄然向“用户思维”转变，用户体验俨然成为衡量银行服务品质的一把无形的标尺。招商银行作为国内银行优质服务的标杆，其“因您而变”的服务理念可谓家喻户晓。多年来，招行率先在国内开展了很多关键性的服务改进与服务升级，良好的服务体验是消费者选择招行最重要的原因之一。

7月初，招行启动了为期三个月的“客户服务升级体验季”活动，目的是让更多消费者亲身感受服务升级带来的改变，全面提升用户体验。

爱的初体验 服务项目大展示

据悉，“客户服务升级体验季”活动期间，消费者可在招行全国任一网点参与“爱专属、爱新潮、爱便捷”等服务升级项目体验，项目涵盖了个人网银专业版7.0、手机银行3.0、微信银行、一卡通M+卡等备受年轻客户追捧的产品，也有电子填单、无卡取现、网点预约等通过

互联网让办业务更方便便捷的新项目。据称，一些招行正在开发或试运行的高精尖“潮品”也会择机加入体验活动，如VTM（可视柜台）、营业厅自助PAD、柜面无纸化项目等，新项目将特别满足互联网一代的猎奇追新需求。

UGC式创新 优化建议大征集

UGC指“用户生成内容”，是一种新型互联网思维方式，招行将其推至了服务领域，从用户的需求和体验出发改善服务，推动更加人性化的服务创新。

此番“客户服务升级体验季”最为重视的便是客户的“声音”，招行表示将根据用户需求

加强完善产品和服务。体验季期间，招行邀请客户通过活动网站，分享其体验服务项目之后的感受与心得，或提出优化改进建议。为感谢客户的参与及体验分享，“体验季”设置了“最有价值建议奖”及“感恩幸运奖”若干名，分别奖励价值约3000元及价值约1000元的奖品。

“反客为主” 小招请您上头条

借互联网时代社交网络的便利，银行与客户的互动变得更加亲切。此次“小招帮您上头条”就是招行独具“社交服务”特色的活动设计。招行将从客户分享“我与招行”的故事、趣

事、图片作品中选出优秀之作，通过招行官网、微博、微信等平台发布，实现客户“上头条”的愿望。同时，最终入围的40名客户可获得“最炫分享奖”和价值约1000元的活动礼品。



招商银行全面提升用户体验 资料图片

便利无止境 推出“小招服务宝典”

据悉，招行将在“客户服务升级体验季”期间推出“小招服务宝典”——《招商银行常见个人金融业务客户服务指南及流程图》。与常规的操作指引不同，该服务宝典紧扣“体验为王”的原则，从用户视角呈现出各项常见个人业务的办理渠道和办理方式等。例如是否需要本人办理、是否收费、能否当场办结及所需材料等，通过大众喜闻乐见的形式，为客户办理零售业务提供便利。活动期间，消费者可在招行全国网点

取阅“小招服务宝典”，或通过招行“一网通”网站、网点IPAD等渠道查阅。

记者观察到，在招行“客户服务升级体验季”活动中，“体验”、“价值”、“优化”、“升级”关键词贯穿始终，令人充满期待。对此，招商银行零售部门人士表示，提供便捷的客户服务，打造温馨舒适的客户感受，追求精细的细节服务，是招行一以贯之的服务追求。