

在北京时间今天凌晨的发布会上，苹果推出了史上最轻薄的产品：信用卡 Apple Card。虽然经过支付宝和微信多年的教育，信用卡在我国普及率并不高，但在苹果光环的加持下，这张我们暂时用不到的信用卡依然起了很多人的兴趣。

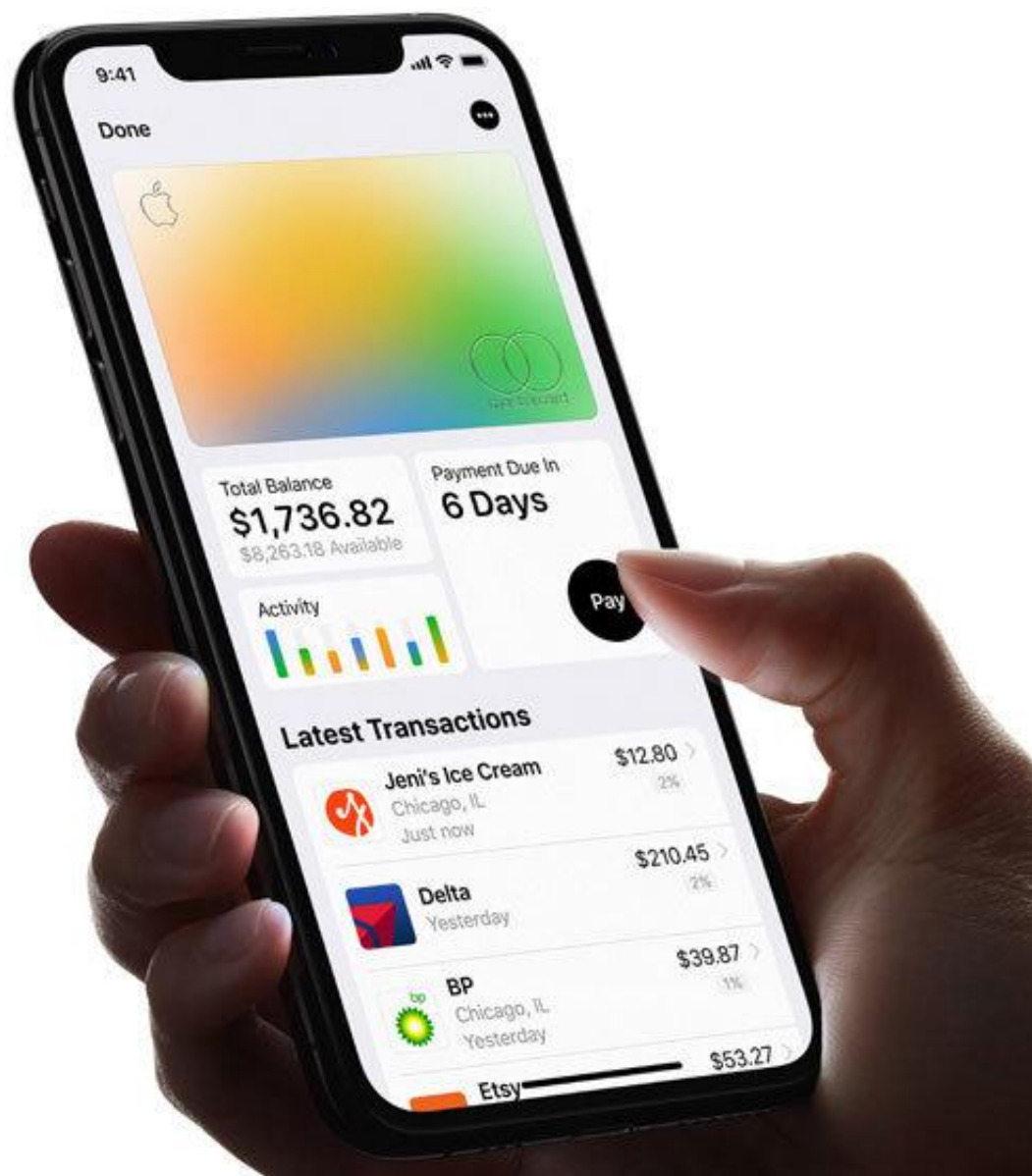


借助 Apple Pay，这张卡在很多线下支持刷卡的商户自然是可以顺利使用，实体卡由于没有卡号、有效期、CVV 等敏感信息，也可有效降低盗刷等风险。在线上交易时，Wallet 中也会生成虚拟卡号，方便用户在一些不支持 Apple Pay 的平台（比如苹果自家的 Apps Store）使用。总的来说，在消费体验上与普通的信用卡基本没有差别。

与 Wallet 高度集成，记账软件瑟瑟发抖

软硬件高度集成的优秀体验是苹果一贯的长处，在 Apple Card 上也不例外。

苹果在 Wallet 上为 Apple Card 加入了类似于记账的功能，你不仅可以详细查看每一笔支出的款项、商户名、时间，还能直接定位到消费的地点，这在遇到盗刷的时候或许能帮上忙。



Wallet 还会将 Apple Card 的消费生成每周/每月报表，并且自动将开销按娱乐、餐饮等进行分类，方便用户直观地了解自己的钱都花在哪些地方，从而优化自己的支出结构，要知道这可是很多记账软件的必备功能。尽管 Wallet 在细分功能上不如专业的记账软件，但也能满足基本要求，况且光是自动记账的体验就足以俘获一批懒癌患者的心了（有多少人一开始下载了一堆专业记账软件最后不了了之？）看来苹果又要逼死一堆记账类应用了。当然，还款提醒、实时还款功能也都准备好了。

诱人的返现并非亮点

很多报道将返现作为 Apple Card

的一大亮点，这也是令国内不少用户心动的地方，但在我看来，这反而是 Apple Card 最不值得一提的特色，因为如果你熟悉美国信用卡行情，就会发现这点返现只是正常操作，并不值得大书特书。



至于 Apple Pay 消费 2% 返现，其实是美国信用卡常见的做法，这一比例只能算平均水平，比如 Citi Double Cash、Discover IT、Discover IT Miles 等信用卡的无类别消费回馈都在 1%-2% 之间，针对超市、餐饮、加油等消费返现 5%-6% 的信用卡更是大把，比如 AMEX Blue Cash Preferred 就对加油和百货返现 3%，超市甚至能拿到 6%，平常无脑刷也有 1%，亚马逊和大通银行合作的 Chase Amazon 则给予在亚马逊的消费 3%-5% 的现金回馈，更不用说各种信用卡动辄几万酒店积分和里程的开卡礼了，因此，仅看返现一项，Apple Card 对传统信用卡构不成威胁。

我注意到 Apple Card 没有提到积分的事，如果只给返现不给积分，那么这张卡的实用性和竞争力又要打折扣了。

但 Apple Card 在消费上也有它的厚道之处，比如返现上不封顶，如果你消费了 20 万美元，的确可以拿 4000 美元返现，当然前提是你的卡片有这么高的额度。



▲ 图片来自：Fortune

苹果选择高盛而不是花旗、大通、巴克莱等在信用卡领域深耕多年的银行作为合作对象，或许也正是因为高盛在个人信用卡业务方面刚起步，让苹果在谈判中有更多主导权，此前有消息称与高盛达成协议后，苹果对这张信用卡的手续费抽成可能是普通卡的 2 倍。

苹果涉足金融圈，也不是什么出人意料之举，从对 Apple Pay 不遗余力的推广和功能的迭代就能看出苹果在该领域的野心。另据数码博主「肉呆大魔王」透露，经过 iTunes 和 App Store 多年的积累，苹果拥有了全球最大的信用卡数据库，这也是造就 Apple Pay 的关键，但同时也引起了 FBI 的注意，所以苹果在这次发布会上一直强调 Apple Card 的隐私问题，比如卡片信息和交易数据都会保存在 iPhone 的单独架构中，不会上传至苹果服务器（当然高盛肯定是要掌握这些数据的），意思就是「我们没有用户的信用卡数据，FBI 你们请出门左转找高盛好吗？」

中国能用上 Apple Card 吗？

鉴于高盛在中国并未有个人银行业务，万事达努力了 20

多年也还没能正式进入内地（虽然 2 月传出可能和网联成立清算公司在内地发卡的消息），苹果想要原封不动将 Apple Card 搬到中国市场不太可能，比较可行的办法是和寻求和中国的银行合作，银联作为内地清算市场的老大肯定也是绕不开的谈判对象。

另一大疑点在于中国的消费者能否享受到 Apple Card 的返现？我们前面说到，信用卡无类别返现在美国是很常见的做法，但这在内地市场却是十分罕见的，原因主要有 2 个。



▲ 免年费的金属卡，在美国也不多见，图片来自：苹果官网

总的来说，单看现金收益，Apple Card 相比美国同行几乎无优势，但结合 Wallet 的良好体验以及苹果强大的品牌效应，相信还是能对不少人产生吸引力，别的不说，免年费的钛金卡，办一张来收藏也不错。

题图来自：苹果官网