



有发卡机构跟踪统计后，认为使用认同卡的顾客因其持卡的主要考虑是向发卡机构合作方进行“捐赠”相关，通常用卡心态比较健康，因此具有较好的信用记录。认同卡用户对卡的使用频率高，消费金额大，而且很容易成为其他金融产品的潜在客户。以美国教育联合会的认同卡为例，全国近三分之一的教师持有MBNA卡，信用卡贷款26亿美元，其他消费贷款7.75亿，存款余额42亿。

至今，美国、台湾、香港等信用卡市场中有大量的认同卡产品在流通，在台湾、香港的信用卡市场中，也发行了数十款寺庙捐赠、慈善救助、专业协会、知名高校为对象的认同卡，诸如台湾妈祖平安信用卡、香港国际会计师工会信用卡等，通过这些产品的推出，细分了信用卡人群，提高了用户对产品和银行的粘性。

