

睡在钱包里的信用卡

“双十一”电商促销期间,在北京工作的小李接到自称京东科技工作人员打来的电话,“以为是会员促销活动,没想到是让办联名信用卡。有家银行的联名卡赠送3年PLUS会员权益,对我还算比较实用,于是就办了人生第三张信用卡。前两张信用卡,已经躺在钱包里四五年没动了。”

曾经流行一时、被银行奉为一大利润增长极的信用卡业务近几年并不好过。随着自身优势的衰减和门槛更低、更便捷的替代品涌现,信用卡似乎正在从消费金融市场的舞台中央滑向边缘,很多在银行“跑马圈地”时代办理的信用卡难逃睡在钱包里的命运。

面对新变局,银行已经在或快或慢地迈出调整步伐:布局新场景、发力精准营销,重新审视成本和收益的天平、进行降本增效改革,调整产品权益、让卡“活”起来,加速风险出清、通过资产处置“轻装上阵”。专家表示,信用卡全行业的“萎缩”,既是市场环境变化使然,又是银行主动清虚的结果。发卡行应转变运营思路,强化信用卡的“入口”“平台”属性,完成对信用卡业务的再定位。

● 本报记者 薛瑾



视觉中国图片

在特定消费场景掘金

“第一张信用卡是在2015年读研期间一次校园跑步活动上办的,当时有几家银行过来摆摊,和同学一起看中了小礼物,我们都办了卡。第二张信用卡是2018年刚工作时在一家商场办的,当时也是有银行在现场搞促销,第一张卡几乎没用过,第二张卡用了几次后因为好多权益用不到也几乎不再使用。”小李向记者回忆起前两张信用卡的办卡情景。

小李的前两张信用卡办理的时间点均属于国内信用卡的“跑马圈地”时代。多位银行内部人士表示,几年前,在拉新和拓客方面,各家银行

的步子迈得很大,在商圈或者人流量大的地方,常常能看到同行的身影,而摆着琳琅满目礼品的摊位是推卡的主要阵地之一。“这种营销有利于完成任务,但后续转化率和留存情况均不太理想。”

近几年来,随着市场环境变化,银行在获客和渠道开拓上下了不少功夫。

“银行的获客方式已经从陌生拜访转变为依靠衣食住行、娱乐购物等创新场景,加强与头部互联网平台的深度合作,通过联合建模筛选优质客群,实现精准营销,互联网获客这两年取得较快增长。”一家股份银行信用卡中心相关

负责人表示。这也折射了银行在信用卡业务上绑定特定消费场景的决心。为了抢占细分领域客户,银行纷纷与知名品牌或商家合作,推出联名信用卡。这些卡片往往具有IP效应和独特的外观设计,实现了出圈圈粉,消费折扣、会员特权等往往成为常见的权益。

今年下半年不少银行上线了新的联名卡。例如,民生银行与沃尔玛旗下山姆会员商店共同打造的民生山姆联名信用卡,招商银行联合视频平台B站推出“bilibili干杯信用卡”。多家银行表示,将打造支持不同支付场景的信用卡,持续开拓获客渠道,与更多有场景

有流量的平台合作,推动线上线下一体化场景建设。

地方金融监管人士李凤文认为,银行应高度重视对消费客群的精准细分和需求挖掘,发挥自身优势进行产品的差异化创新。根据市场环境变化等因素,调整优化经营策略,顺应信用卡存量竞争新变化。尤其要结合当前各项促进消费政策,以及消费市场的变化,聚焦于具有刚性需求的消费场景,比如汽车消费、餐饮消费、家居消费、旅游出行消费等领域,创新推出联名信用卡,以更好地发挥信用卡促进消费的重要作用。

不良增加考验处置能力

“2022年之前,银行信用卡业务整体处于扩张周期,尤其是通过与互联网平台合作,不少中小银行的信用卡业务呈现爆发式增长。在高增长过程中,部分银行为争抢用户,放松了准入标准,为行业调整埋下伏笔。”薛洪言说。

薛洪言表示,2022年前后,随着经济增速下行压力变大,银行个贷业务不良率出现快速反弹,此前粗放式发展的信用卡业务成为重灾区。在此背景下,行业主动放缓扩张的脚步,持续进行清虚,表现在数据层面,就是发卡量和信贷余额的萎缩。

同时,2022年7月,“信用卡新规”(《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》)出台,要求银行在信用卡业务上更加“审慎稳健”,不得以发卡量、客户数量等作为单一或主要考核指标,为行业挤出了一定的“水分”。

事实上,资产质量也成了银行信用卡业务的一个困扰。近两年来,受多重因素影响,银行信用卡的不良规模、不良率居高不下。不少银行急于卸下包袱,出清风险“轻装上阵”。

今年上半年,披露信用卡不良率的上市银行中,八成不良率较上年末有所上升,其中工商银行、兴业银行、民生银行在3%以上。

银行业信贷资产登记流转中心发布的《不良贷款转让试点业务年度报告(2023年)》显示,信用卡透支类资产占比迅速提升,2023年信

用卡透支类资产在批量个人业务未偿本息总额中占比由2022年的2.05%升至39.15%。

截至三季度末,个人不良贷款批量转让业务合计规模达546.6亿元,同比增长96.27%。其中,信用卡透支为262.2亿元,占比48%,较二季度末上升14.5个百分点。

“我们最近又推出一批信用卡不良资产包,本金超过30亿元,11月下旬公开竞价。”一家股份行资产保全部门人士说,“资产包都会进行模拟处置回款,行业采取了一定的技术赋能手段,对个人业务比较有效果。信用卡不良资产包具有小额、量大的特点,市场已有比较丰富的处置经验,对此感兴趣的地方AMC比较多,市场竞争激烈,加价拿包现象挺普遍的。”

薛洪言认为,虽然受居民杠杆率制约,信用卡信贷属性增长潜力趋弱,但随着消费型社会的到来,其支付属性将迎来更大的增长空间。信用卡支付能够打通用户的资产和负债,叠加第三方场景,成为很多银行打造提供差异化服务体验的产品平台,甚至成为银行与不少用户之间的唯一连接纽带。

“发卡行可转变信用卡运营思路,将信用卡视作高黏性的零售客户入口和管理平台,以此为支点撬动全行零售产品交叉销售,在此过程中实现对用户资产负债的高度绑定,也同步完成对信用卡业务的再定位。”薛洪言说。

重新审视成本收益天平

信用卡既是支付产品,又有信贷属性,资本占用少,与银行其他业务交叉性强,尤其是与财富管理业务存在高度交叉,近几年被不少银行摆在战略重点位置。

“信用卡兼具支付和信贷功能,能够打通用户的资产和负债,可以无缝嵌入第三方场景,是很多银行开展用户综合经营的重要平台。”星图金融研究院副院长薛洪言对记者表示,基于上述特征,尽管近年来信用卡业务发展速度放缓,部分银行被动降低了资源投入规模,但在战略层面,商业银行从未降低对信用卡业务的重视程度。

不过,业内人士表示,信用卡的优

势正在逐渐消失,各大互联网平台尤其是电商系互联网平台消费金融产品相继推出分期产品、免息功能,不仅有30天免息,还有6期免息、12期免息等,而且互联网平台相同功能的产品“动动手指”就能开通,申请门槛更低,使用更便捷,还款更灵活,对信用卡业务形成了一定的挤出效应。

信用卡交易额在明显萎缩,以全国大中型银行为例,今年上半年,工商银行、建设银行、交通银行、招商银行、中信银行、平安银行等信用卡交易额虽然都在万亿元以上,但均较去年同期出现不同程度下滑。从下滑幅度上看,交通银行、邮储银行、兴业银行、华夏银行、浦发银行都在10%以上,平安银行、光

大银行甚至超过20%。

外部环境的变化,让很多银行不得不重新审视成本和收益的天平。

据业内人士介绍,信用卡获客成本包括销售成本、权益成本、制卡成本等。销售成本来自外部与自有渠道的支出,外部渠道主要是指互联网平台企业,自有渠道主要包括直营团队、分行网点、电销部门等。权益成本主要来自新户礼和长期权益支出。部分工艺复杂的实物卡片,制卡成本也要考虑进去。总的来看,每张信用卡平均获客成本有二三百元。

“客户真正刷卡的时候,才是银行产生收入的开始。”某国有大行零售条线人士告诉记者,“发卡容易活卡

难,发卡量上去了,活卡量上不去,对于银行经营来说是一笔不小的负担。信用卡创收,一方面要靠客户刷卡手续费,另一方面要靠分期,信用卡分期产生的资产收益率在个人业务领域还是较高的。”

很多银行陆续采取行动以降低成本。不少银行针对客户权益,提高了消费金额和消费次数门槛,希望以此激励持卡人消费,促进活客。同时,也有银行直接缩减了权益范围。部分银行进行了组织架构调整,在一些城市将以往独立运行的信用卡中心撤销,业务合并至当地分行。比如,近一年来,华夏银行先后关闭了其广州信用卡中心和天津信用卡中心。

实探美元存款利率最新调整:分化何以如此之大

● 本报记者 李静

11月12日,记者走访北京地区多家银行网点发现,已有银行跟随美联储最新议息决定下调了美元存款利率,也有银行表示即将调整相关存款的利率。

在美元存款利率下调的背景下,多家银行理财经理开始推荐收益率较高的美元理财产品。然而,业内人士表示,这类产品的收益率受利率、汇率、通胀等多重因素影响,投资者应谨慎评估。

多家银行跟进

“我行上周已下调美元存款利率,5000美元起存的1年期美元存款利率由4%降至3.8%,3个月期与6个月期的美元存款利率保持不变,仍为4%。”北京银行陶然亭路支行客户经理告诉记者。

江苏银行、恒生银行的客户经理均表示,尽管目前他们所在的银行尚未下调美元存款利率,但预计很快将进行调整。

“我行美元存款利率暂时未做调整,当前1万美元起存的3个月、6个月、1年期的美元存款利率分别为4.45%、

部分银行美元存款利率				
银行	起存金额	利率		
		3个月	6个月	1年
江苏银行	1万美元	4.45%	4.35%	4.25%
恒生银行	2万美元	4.50%	4.20%	3.80%
北京银行	5000美元	4%	4%	3.80%
建设银行	5万美元	2.30%	2.50%	2.80%
农业银行	5000美元	-	-	2.80%
招商银行	5万美元	0.90%	1.70%	2.10%

数据来源/相关银行网点及手机银行APP 制表/李静

4.35%、4.25%。”江苏银行北京宣武门支行客户经理表示,可能很快就会收到美元存款利率调降通知。值得一提的是,在9月美联储宣布降息后,该行已跟随下调了美元存款利率。

恒生银行的电话客服表示,自上周美联储宣布降息以来,该行美元存款利率尚未变动。但该行美元存款利率每周更新一次,因此下周可能会有变化。当前该行2万美元起存的3个月、6个月、1

年期美元存款利率分别为4.5%、4.2%、3.8%。

此外,建设银行、农业银行、招商银行和平安银行等银行的客户经理表示,截至目前,他们尚未收到调整美元存款利率的通知。建设银行9月26日更新的美元存款利率显示,5万美元起存的1个月、3个月、6个月、1年、2年期美元存款利率分别为2.2%、2.3%、2.5%、2.8%、2.8%。农业银行5000美元起存

的1年期美元存款利率为2.8%。招商银行5万美元起存的1年期美元存款利率为2.1%。

当前,美国联邦基金利率的目标区间设定为4.5%至4.75%。经记者观察,那些美元存款利率与美国联邦基金利率较为接近的银行,其美元存款利率调整步伐紧跟美联储最新议息决定,且呈现出短期限美元存款利率高于长期限美元存款利率的特点。相反,美元存款利率较低的银行,其美元存款利率调整步伐不那么紧密,且通常长期限美元存款利率会高于短期限美元存款利率。

业内人士表示,紧跟美联储降息步伐的银行,基于对美联储的降息预期,短期限美元存款利率较高。相比之下,美元存款利率较低的中资银行,会考虑国内市场情况,且不同银行的外汇储备额度不同,对美元存款的揽储动力也会有所差异,造成了美元存款利率明显分化。

审慎评估投资机会

在美元存款利率下调的背景下,多家银行理财经理推荐收益率更高的美元理财产品,称目前低风险评级的美元

理财产品年化收益率仍可达到5%以上,且随用随取。然而,这类投资活动往往伴随着汇率风险。某城商行人士告诉记者,过去有投资者因看好美元理财产品的收益率而选择换汇投资,但由于汇率波动较大,最终投资者在赎回产品并转回人民币时,整体收益率反而是负的。

中国银行研究院中国金融团队主管李佩伽表示,美元理财产品主要配置固收类金融资产,美联储货币政策是影响美元理财产品收益率的最主要变量。从名义收益率角度看,美元理财产品收益率平均水平在5%以上,高于人民币理财产品收益率。不过,美元理财产品的收益率取决于利率、汇率、通胀等因素,例如剔除汇率因素后,其收益率可能明显下降。

巨丰投顾高级投资顾问于晓明提醒,投资者应根据自身的资金需求和风险偏好,谨慎评估美元理财产品并做出投资决策,具体可以关注利率波动情况、汇率风险、通胀水平。

招联首席研究员董希淼表示,一段时间以来,美元存款利率处于高位,美元存款及与美元利率挂钩的理财产品受到投资者青睐。然而,美联储开启降息周期后,商业银行随之调降美元存款

利率,这可能导致美元理财产品收益率同步下降。

美联储降息步伐或放缓

在业内人士看来,美国未来推行的财税政策和货币政策的不确定性显著变大,眼下市场对于美联储的降息预期减弱。

东吴证券发布的研报显示,市场研究机构已经降低了对于美联储12月大幅降息的预期,目前预期降息25个基点的概率为65%,一周前的概率为83%。最新调整预测的金融机构包括巴克莱银行、道明银行。这两家银行的研究部门均提及,美国未来推行的经济政策可能会影响美联储的利率调整路径。道明银行预计,美联储将在明年1月至7月维持利率稳定。

不过,在财通证券宏观首席分析师陈兴看来,一方面,美国就业市场持续降温,今年以来新增非农就业人数呈减少态势,失业率有所走高,薪资增速持续放缓;另一方面,美国通胀增速持续下行,近期核心通胀水平略有反弹,但核心商品和核心服务价格领先指标均表明,未来通胀压力将缓解。综合来看,美联储有理由继续降息。