

组团营销“办卡送车” 信用卡发卡量虚增待解

“办信用卡送礼品,先到先得,送完为止。”在北京市石景山区一家大型购物中心入口处,电子喇叭的吆喝声循环播放,一条红色横幅上写着“银行活动办信用卡免费送电动车/自行车”,“免费”二字特意加粗加大,十分抢眼。现场一张足有3米长的桌子,一侧坐着十多位来自不同银行的工作人员,解答每一位驻足者的疑问。日前,记者走访北京市海淀区、朝阳区、丰台区、石景山区等多个银行信用卡活动驻点,了解到临近年底多家银行以组团营销的方式,用丰厚的礼品吸引客户办理信用卡。

信用卡业务已从跑马圈地时代进入存量竞争阶段。在越来越多的信用卡组团营销、机构精简、权益迭代等运营策略的背后,是银行力图走出白热化的拉新竞争、暂停内卷、走向合作的思路转变;更是银行重新审视成本和收益后,对寻找降本增效、精准营销、创新驱动道路的苦苦求索。

不能忽视的是,以发卡数量等作为主要指标的基层业绩考核制度仍是一座难以撼动的大山,由此导致的发卡量虚增、“睡眠卡”增多、业务风险加大等问题,在短期内似乎难以解决。近年来,信用卡发卡量、交易量的下滑进一步刺激了银行在业务落地过程中对数量指标的追求。如何走出“业绩论”怪圈,实现从量到质的蜕变,还需进一步探索。

● 本报记者 石诗语



视觉中国图片

战略调整后做好加减法

信用卡业务已从跑马圈地时代进入存量竞争阶段。今年7月,《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》正式实施,进一步促使银行转变运营思路,踏上精细化管理、风险防控与创新驱动的转型之路。

伴随着行业扩张浪潮逐渐平息,部分信用卡专享权益开始“缩水”。据记者不完全统计,11月份以来,已有5家银行发布公告,对2025年的信用卡相关权益进行调整。

与此同时,部分银行对信用卡分支机构进行精简。例如,11月15日,国家金融监督管理总局青岛监管局批准了华夏银行信用卡中心青岛分中心终止营业的申请。

此外,不少银行宣布停发多款信用卡,包括联名卡、主题卡等。例如,农业银行此前发布公告,于10月23日起停发27款信用卡产品;招商银行自2025年1月16日起,将停止受理8款信用卡的办卡申请。

业内人士认为,信用卡频做减法,除银行主动“挤水分”的需求外,也有近年来业务量萎缩背景下对成本控制的考量。

11月22日,央行公布的2024年二季度支付体系运行总体情况显示,截至二季度末,全国信用卡和借贷合一卡共有7.49亿张,环比下降1.53%。

发卡量的下滑趋势在一定程度上影响了信用卡交易额、贷款余额的增长,进而对信用卡业务营收产生了影响。例如,招商银行在三季报中提到,该行前三季度银行卡手续费收入126.92亿元,同比下降12.78%。主要原因是信用卡线下交易手续费下降。此外,截至9月末,中信银行信用卡贷款余额4985.24亿元,较上年末减少227.36亿元,下降4.36%。

值得注意的是,银行对信用卡业务的调整并非单纯做减法,也通过增加新权益、调整手续费等方式,更好地满足用户需求。例如,建设银行日前发布公告对部分高端卡种增加了大众健身游泳、室内滑冰、高端酒店游泳健身等权益。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华认为,未来信用卡业务的核心竞争力应主要体现在提升用户体验感、增强用户黏性方面。银行需着力拓展信用卡使用场景,打造差异化功能,创新产品及服务,同时加强风险控制能力。

在董希淼看来,银行业应加快转变经营理念,调整信用卡业务发展战略,优化发展模式,为持卡人提供息费和额度适中、特色鲜明的信用卡产品。探索客群差异化定位,明确客户差异化准入标准,探索推出服务乡村振兴、新市民等专属信用卡。匹配差异化风险管控措施,构建早期预警模型,丰富信用卡不良资产处置手段。

办卡礼价格越来越高

“我们有好几种车型,电动车、公路车、山地车都在活动范围内,只要办理信用卡当场就可以骑走。”光大银行信用卡现场营销人员告诉记者,“近期我们在多个驻点流动举办活动,各类车型共有1万辆,每天送500辆,送完为止。”

记者看到活动现场摆放着一排电动车和自行车,“今天已经送出好几辆了,商场空间有限,能摆出来的款式不多,还有其他车型和颜色,如果喜欢的话可以去仓库选。”另一位银行营销人员补充道。

不同车型对应着不同的办卡要求,消费者

获得礼品其实并不容易。

“折叠公路车售价1200元,需要办理4家银行的信用卡;电动车售价3000多元,需要办理8家银行的信用卡,可以叫上家人一起来办。”广发银行信用卡现场销售人员向记者介绍。

记者了解到,现场共有交通银行、邮储银行、中信银行、兴业银行、民生银行、光大银行、广发银行、华夏银行、平安银行、上海银行10家银行,消费者只能在这些银行中进行选择。

除了办卡数量的要求外,对于单家银行而言,消费者还需满足新客户身份,即此前从未申领过这家银行的信用卡。此外,部分银行对信

用卡申请人的社保参保状态、工资流水情况等有一定要求。

根据消费者的不同资质,每人申请到的信用卡额度不尽相同。“一般月工资流水稳定,且社保正常缴纳的企事业单位职工,可以申请到5-10万元额度,每家银行的情况不大一样,具体要看最终审批结果。”上述广发银行信用卡销售人员说。

“申请人现场填写资料,我们录入银行系统后,后台进行审核,几分钟就能出结果,审核通过后,下载银行App绑定信息并填写收卡地址,接下来等着发卡就可以了。”现场工作人员

介绍。

记者发现,上述集体营销活动的礼品发放机制其实并不固定,对于部分犹豫不决的客户,营销人员会拿出降低办卡张数、加送小礼品等优惠方案。现场除自行车、电动车等礼品外,还有行李箱、儿童汽车玩具、厨房小家电等。

消费者不仅可以现场办理信用卡,还可享受银行推出的上门办卡服务。“只要办卡张数大于4张,或需要多位家庭成员一起办理的,我们几家银行可以上门为客户办理手续,客户可提前选好车型,我们一并把礼品带过去。”现场工作人员表示。

产生影响。但他同时提醒:“若消费者办理过多信用卡,在半年内办理车贷、房贷等业务时,部分银行可能会进行询问或对贷款额度有一定限制。”

为进一步打消消费者办卡的顾虑,现场工作人员表示:“卡片激活后只需要保留6个月就可以销卡,用不用都可以。”

对此,招联首席研究员董希淼告诉记者,过度组团营销容易造成资源浪费,并不能给银行带来实际收益,“如果领取礼品设置的办卡张数过多会造成过度发卡,不仅与信用卡新规方向不符,无法给银行带来实际收益,还会造成虚增发卡量,‘睡眠卡’增多等问题,增加信用卡业务风险”。

人,能够满足客户的咨询需求,而且一场活动只需置办一套物料,整体上减少了人力物力开支。更重要的是十几家银行一起办活动,相互背书,活动本身的影响力也能有所提升。”

各家银行参加推广的信用卡主要为基础卡种,具体分为两类,一类是各家银行的普通信用卡,覆盖所有基础权益,第一年可免年费,第二年需使用一定次数后才可免年费;另一类为终身免年费的信用卡,但额度较低,权益较少。而部分银行推出的特色卡种、联名卡种等不在组团营销办卡范围之内。

现场工作人员告诉记者,每位消费者允许持有多个信用卡,只要按照规定用途使用且没有逾期等不良记录,一般不会对个人征信

合伙出资搞出“大阵仗”

2024年四季度以来,银行组团营销信用卡活动在全国范围内悄然兴起,北京、上海、广州、杭州等多个地区均有银行联合发起类似活动。例如,11月中旬,8家银行购置1万辆自行车,在广州多个大型商圈等人流密集场所开展办信用卡送自行车活动。

“选择山地车、自行车等作为礼品,一方面,考虑到低碳出行的政策导向;另一方面,这些车辆价格较高,对消费者能够产生足够的吸引力。”上述光大银行营销人员告诉记者,“现在小家电、玩具等礼品已经很难吸引消费者参与活动了。”

家住北京市石景山区苹果园街道的柴女士当即办理了6家银行的信用卡,带走了1辆价值

3500余元的电动车。“每天接送孩子上下学,家里电动车使用频率很高。他们送的这款电动车与我家那辆品牌型号都一样,现在只要办卡就可以领走1台,挺划算的。”柴女士说。

也正是因为礼品价格走高,同时营销费用走低,银行组团营销的诉求才变得强烈。在早已白热化的信用卡拉新竞争中,不少银行转变思路,暂停内卷,走向合作。

“每家银行出一部分经费,我们统一从厂家提货,由于购买量大,有议价空间,整体成本可以下降。再加上自行车更新换代较慢,买一批可以办多次活动,今年送不完明年可以继续送。”现场一位银行营销人员告诉记者,“每家银行只需派一两位工作人员就可以,加起来有十几个

机构调研银行股:净息差、信贷投放、分红水平成关注焦点

● 本报记者 陈露

今年以来,机构对A股上市银行的调研热情不减。Wind数据显示,截至12月3日,共有26家上市银行获得机构调研,被调研次数达到490次,参与机构超过2300家(次),被调研次数超过去年同期水平。

从多家银行披露的投资者调研纪要来看,全年净息差展望、信贷投放方向、未来分红水平等成为机构关注焦点。多家银行预计,2024年全年净息差将企稳,未来将持续加强净息差管理,并通过提高非息收入来提升盈利水平。在信贷投放上,多家银行表示,信贷项目储备充足,信贷投放将重点聚焦科技金融、普惠金融、绿色金融等领域。

全年净息差有望企稳

当前,银行净息差收窄态势明显,银行如何加强净息差管理备受机构关注。多家银行预计,全年净息差将企稳,未来将继续加大资产负债结构优化力度,保持净息差在合理水平。

国家金融监督管理总局披露数据显示,今年三季度末,商业银行净息差为1.53%,环比下降0.01个百分点,再创历史新低。从单家银行来看,多家银行的净息差同比呈现下降态势。

常熟银行表示,该行净息差收窄主要是受今年以来信贷需求端相对疲软的影响,生息资产收益率有所下行;从存款端来看,该行根据市场情况多次下调存款利率,存款成本小幅下降。“展望全年,我行贷款端将继续坚持做小做散做信用,提升高息贷款占比,同时优化存款结

近日,市场利率定价自律机制发布两项自律倡议,要求将非银同业活期存款利率纳入自律管理,并要求银行在同对公客户签署的存款服务协议中加入“利率调整兜底条款”。业内人士认为,此举将有助于银行稳定净息差。

构,增强对公结算性存款稳定性,控制负债端成本,预计下半年净息差将保持相对稳定。”常熟银行表示。

瑞丰银行表示,2024年上半年,该行持续加大对普惠领域的支持力度,坚持让利实体经济,同时受市场利率下行、贷款重定价效应、区域竞争激烈、存款成本管控效果未充分显现等因素影响,净息差仍处于下行通道,但单季降幅有所收窄,全年净息差有望企稳。该行将进一步加大息差管控力度,通过调整资产负债两端的期限结构、优化定价的精细化管理、加强主动负债管

理、统筹流动性管理、提升资金融业务运作效率、配套相关专项考核等手段强化息差管控能力。

近日,市场利率定价自律机制发布两项自律倡议,要求将非银同业活期存款利率纳入自律管理,并要求银行在同对公客户签署的存款服务协议中加入“利率调整兜底条款”。业内人士认为,此举将有助于银行稳定净息差。国盛证券分析师马婷婷表示,倡议旨在建立同业活期存款利率与政策利率之间的联动机制,消除套利空间,增强银行向非银机构揽存的议价权,或可降低同业负债成本,缓解净息差收窄压力。

除了加强资产负债管理能力、缓解净息差收窄压力之外,不少银行还积极绘制第二增长曲线,大力拓展中间业务。齐鲁银行介绍,该行持续丰富财富管理产品体系,新增代销信托产品、新准入多家代销合作机构,针对不同客群需求提供差异化产品,为客户提供更多元化的选择。青岛银行表示,该行将把坚定打造资本节约型银行作为战略目标,持续优化业务结构,丰富产品货架,多元化拓展中间业务收入,大力发展承销等投行类业务及托管类、基金保险等财富管理业务,做大国际业务,持续提升中收的创造能力。

信贷项目储备较为充足

每年一季度一般是银行信贷投放旺季,不少银行往往从上年末就开始筹备,以便在竞争中抢占先机。多家银行表示,2025年将在保持贷款规模稳步增长的同时,优化信贷投放结构,持续加大对科技金融、普惠金融等领域的支持力度。

多家银行透露,目前正在有序推进2025年信贷项目储备工作,预计信贷规模将稳步增长。比如,苏州银行透露,该行已于2024年10月下旬召开2025年旺季工作动员大会,目前2025年旺季信贷项目储备工作正有序推进,力争为明年全年信贷规模的稳健增长提供有效支撑。“截至目前,我行信贷项目储备主要集中在对公领域,未来将继续积极摸排客户需求,全力推进项目落地,力争实现早投放早收益。”苏州银行称。

瑞丰银行表示,该行开展“金融重实体”百日攻坚,梳理走访清单,制定内外联动方案,加强走访触达力度,全力扩充储备库,并对意向客户加快授信。从目前情况来看,信贷项目储备较为充足,相信在国家一系列提振经济的举措加持下,信贷投放将保持稳步增长。

在信贷投放结构上,多家银行表示,将聚焦科技金融、普惠金融、绿色金融等领域。上海银行透露,该行正在积极对接各级政府机构、各类重点园区、各级协会商会,获取重大项目信息,摸排客户需求,推进项目落地,目前资产项目储备充足,其中约六成项目涉及科技金融、普惠金融、绿色金融等重点领域。

部分中小银行则立足自身特色和区域经济开展信贷投放工作。紫金银行表示,该行按照经营节奏有条不紊地进行业务储备,零售业务围绕做小做散,服务辖区内广大客户,做好信贷资金投放。公司业务重点围绕涉农小微、科创、先进制造、绿色金融等领域开展储备。各分支行按照属地原则积极对接相关部门,加大重点项目储备,确保开门红期间重点领域贷款的投放。宁波银行表示,该行紧紧围绕经营区域内客户金融服务需求,贷款投向以先进制造业、民营小

微、进出口企业为重点,持续为广大实体经济客户提供综合金融服务。

保持分红政策连续性稳定性

今年4月,国务院发布的新“国九条”明确提出,强化上市公司现金分红监管。多家银行在接受机构调研时表示,未来将综合考虑自身经营情况、投资者诉求等,实行持续合理的股利分配政策。

据记者不完全统计,在A股42家上市银行中,已有20家银行公布了2024年中期分红计划,其中上海银行、苏州银行、民生银行、杭州银行、南京银行、平安银行、沪农商行等银行已实施中期分红。此外,6家国有大行拟中期分红金额均超百亿元,大多将于2025年1月实施。

值得注意的是,部分银行提高了分红比例和频次。上海银行透露,该行进一步提高现金分红比例和频次,2023年度现金分红金额占合并报表归属于母公司普通股股东净利润的比例从上一年的26.75%提高到30.06%;2024年度首次实施中期分红,分红金额占半年度合并报表归属于母公司普通股股东净利润的30.67%。

多家银行表示,未来将保持分红政策的连续性和稳定性,提振投资者长期持股信心。苏州银行称,该行已实施2024年半年度权益分派。2024年全年利润分配总额及现金分红比例将根据全年最新经营情况确定,力争给股东提供持续、稳定、合理的投资回报。青岛银行表示,下一步,该行会考虑股东投资回报水平、资本充足水平、经营发展的长远需要及监管部门指导意见等因素,综合研判中期分红事宜。