

在2020年新冠肺炎疫情下，银行信用卡业面临突然的“大考验”。从年初的消费市场萎缩到疫情爆发后市场经济复苏，银行的战略应对措施始终受到考验：是否明智的选择仍然是一个成功的发展战略?如何培养优质的持卡人?如何控制不良率的变化?以及如何实现“千人千面”已成为银行业的重要课题。

转眼间，2021年的春风拂面，各银行的成绩单陆续发行。在百页的报告中，银行信用卡的发展轨迹有所不同。截至4月9日，在公布2020年信用卡业绩的13家头部上市银行中，有3家银行的信用卡透支余额下降，有8家银行提高了其信用卡贷款不良率。

信用卡市场处于疫情压力下

疫情“休眠”经济活动。3月24日，中国人民银行官网上发布的《2020年支付体系运行总体情况》(以下简称《总体情况》)显示，截至2020年底，信用卡和借贷合一卡使用量共计7.78亿张，同比增长4.26%，环比增长0.25%，人均持有信用卡和借贷合一卡0.56张。

根据高级信用卡专家董峥的说法，从数据的角度来看，正在使用的信用卡和借贷合一卡发行数量的增长率是过去五年来最低的，而环比增速也是2020年四个季度中最低的，这一增长率放慢主要受疫情影响。

疫情期间城市的封城、隔离和人口流动的限制使经济活动几乎陷入“冬眠”状态，由于疫情不确定性引起的焦虑也暂时加速了消费市场的萎缩，并且与消费者活动直接相关的信用卡交易也紧随其后。它呈现出从悬崖下降的状态。经过漫长的等待，国内疫情逐步恢复。2020年4月8日，武汉市重启，工作和生产恢复，市场有序进行，消费市场稳步回升。许多年轻顾客甚至出现了消费补偿。。2020年3月10日，江苏省消费者保护委员会发布的《新冠肺炎疫情对江苏省居民消费意愿的影响调查报告》显示，近90%的居民将经历补偿性消费和报复性消费，约饭是第一选择。

在重新开始消费的过程中，消费券被用作代表新的方法来连接多维方案中的交易活动。其中典型的例子是中国银联在全国范围内实施的“重振引擎”计划，以帮助人们造福人民。它通过200多个城市的“云闪付”APP帮助发行了7700万张消费券，这导致消费券数量的累积增加，消费超过76亿元。

1234下一页末页共4页

