

就在四五年前，追求时尚、新潮或是精打细算的人都热衷去办几张信用卡。如今，商场里、电影院里、写字楼里依然随处可见各种办信用卡的摊位，但似乎少有卡片能激起太多办卡人的热情，因为信用卡早已不是新鲜事物。对于很多人来说，刷卡消费已经成为一种习惯。

对于发卡行来说，它们或许更愿看到今天的局面。数据也证明了信用卡在中国的日渐普及：中国银行业协会日前发布的《中国信用卡产业发展蓝皮书（2010）》显示，信用卡消费额在社会消费品零售总额中占比达到32%，信用卡已经成为居民日常生活中最主要的非现金支付工具；我国信用卡跨行交易金额为5.11万亿元，比上年增长46%。交易笔数达24亿笔，较上年增长21.83%。而根据央行公布的《2011年第一季度支付体系运行情况》，截至第一季度末，全国信用卡累计发卡量已经达到了2.42亿张。

面对红红火火的信用卡市场，有一个数字让人不免觉得尴尬：根据蓝皮书公布的数字，到去年年底，全国信用卡中的活卡量只有1.3亿张，活卡率为62.31%，也就是说，未使用的信用卡总数超过8600万张。而在2009年底，全国几乎有一半的信用卡未被使用。

死卡只是问题的一个方面。把信用卡作为日常支付工具的人往往都有数张卡片，而最近一项调查显示，超过60%的持卡人通常只使用一张信用卡，也就是说，已激活的信用卡的使用率有限。

这火热却又尴尬的局面让人立刻想到了近几年来各行的信用卡大战。25年前，中国银行推出了首张信用卡长城卡，到2003年，全国信用卡发卡量仅有300万张。不过，到了2008年，这一数字激增到了1.1亿张，是5年前的33倍；到了2010年，又较2008年翻了一倍。

人们习惯用跑马圈地来形容这几年间的变化作为一项规模效益型业务，各行都期待早期快速累积大量客户，从而带动收益。截至去年底，四大国有银行的发卡量均超过了2000万张，工行则超过了6000万张；股份制银行一度是信用卡市场的领跑者，但近年来被国有银行迅速超越，其中招行发卡量约为3500万张，中信等银行超过了1000万张。然而，一味注重发卡量带来的弊端也在显现，最直接的便是所谓死卡、睡眠卡。

这些卡不能给银行带来任何效益，反而占去了各行信用卡中心大量维护管理费用。另外，每发出一张卡片，银行也需付出一定成本。据介绍，信用卡制作成本通常较低，仅为2元左右，但营销成本相对较大包括办卡赠礼、工作人员的人力成本、推

销人员的提成等。按照银监会的规定，一旦持卡人选择不开通卡片，银行不得收取任何费用，这些成本需要银行去买单。

综观各行年报，四大行中唯有中行公布了有效卡的数量（到2010年底，中行发行了2877万张信用卡，有效卡为2174万张），股份制银行中也只有招行（有效卡为1754万张）等为数不多的几家公布了有效卡的数量，其他各行均只公布了累计发卡量，这也印证了各行对于发卡量这一单一指标的高度重视。而一位业内人士表示，经过数年的跑马圈地，各行普遍存在大量睡眠卡、一户多卡以及新发卡，这使得发卡总数这一指标的意义不断下降；有效客户数量更有价值，但却少有银行愿意公布。此外，对于信用卡业务来说，消费额、透支额、资产质量和盈利等都是值得关注的重要指标。

除发卡量之外，国内银行信用卡业务的盈利能力也难言满意。在信用卡市场高度发达的美国，信用卡业务是很多商业银行的主营业务，能占到其利润的20%左右，比如美国银行，其以信用卡和个人贷款等为主的个人业务支撑了该行盈利的半壁江山。

国内情况又如何呢？工行去年的盈利是1660亿元，而其整个银行卡业务的收入是136.87亿元；中行内地机构去年实现了银行卡手续费收入74.52亿元，而其总利润则过千亿元。招行是国内不多几家信用卡业务占比较高的银行之一，其去年的信用卡利息收入30.72亿元，非利息业务收入32.73亿元，在盈利总额中的占比达到了约25%。

此外，一些外资银行的信用卡业务资产规模达到其总资产的二成。而这方面，国内银行差距更大。工行的信用卡业务资产约占其总资产的1%，这已经是国内较为领先的数字了。

通常来说，信用卡的盈利模式有两种，一种是发挥其融资功能，赚取利差收益；另一种是持卡人在特约商户刷卡消费，银行收取商户手续费。不过，中国客户习惯在免息期内偿还欠款，麦肯锡的一项调查显示，在中国仅有14%的持卡者使用循环信用，这使得利差收入很难形成规模；商户回佣则需要先期投入并与商户分成，目前国内同样未成规模。

就目前而言，尽管各行已经通过跑马圈地积累了一定的量，但信用卡市场距离形成质变还有相当距离。对于商业银行而言，此项业务尚难言盈利二字。

虽然存在着诸多问题，但红火的中国信用卡市场还是给银行带来了机遇。至第一季度末，国内信用卡授信总额达到了2.09万亿元，同比增长41.4%；期末应偿信贷总额4737.81亿元，同比增长90.6%。而在2010年，已有数家银行的应收账款余额增

幅超过了100%。卡片使用率的快速提高无疑是一个积极的信号。

《中国信用卡产业发展蓝皮书（2010）》也提到，2011年，信用卡产业正迎来加速发展的黄金时期：相关的立法进程逐渐加快，信用卡业务集约化经营水平继续提高，科技应用程度水平将不断深化，信用卡与互联网的结合更为紧密，营销更加精准化，运营效率和营销效益得到改善，客户体验、服务品质、服务价值均将得到提升。

虽然增速较上年同期小幅下降，但今年一季度信用卡累计发卡量同比增幅依然达到了25.7%，跑马圈地时代何时能彻底终结尚不得而知。不过，近期信用卡市场毕竟出现了上述积极变化。《蓝皮书》则预测，今年信用卡产业发展将呈现出规模、质量和效益指标全面、均衡增长的新局面此局面能否适时到来，有待观察。