

今年5月以来，习近平总书记提出并多次强调要“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。其中，独立自主的国内大循环是新发展格局的主体，这要求以扩大内需为战略基点，作为我国消费金融“主力军”的银行信用卡业务也因此迎来了新的发展机遇。中国网财经特邀业内专家学者特别推出“推动信用卡业务可持续发展 助力构建‘双循环’发展新格局”栏目，探讨新发展格局下信用卡业务的发展前景及动能。

受全球经济下行以及新冠疫情双重影响，发展经济内循环已得到广泛重视。消费金融作为拉动内需、促进内循环的有效工具，拥有了全新的战略定位和时代意义。与之紧密相关的，是在当前形势下如何做好金融服务脱虚向实，不断下沉，向广大的基层市场提供更全面的普惠金融服务。

一、我国普惠金融发展现状

随着我国金融科技的发展和移动互联网的普及，金融服务的门槛不断下调，覆盖面加以扩大，便利性不断提升，开始从高高在上逐步走进千家万户，普惠金融得到前所未有的发展，但仍然存在普惠金融覆盖不足和普惠金融业务风险收益失衡等问题。

(一)普惠金融市场供给不足

基于广泛的地域和庞大的人口，以及不平衡的区域经济发展水平，我国社会存在庞大的普惠金融市场需求。占全国企业总数99%以上的中小微企业对实体经济发展贡献巨大，从业者普遍具有旺盛的信贷需求，从业人员属于普惠金融的重点发展对象。然而银行出于风险控制考虑，限于现有技术应用能力，对普惠金融领域的客户深挖不足。作为银行最贴近普惠金融服务的信用卡业务，也不能满足普惠金融市场的需要。

(二)普惠金融服务风险收益失衡

当前我国金融机构尚缺乏针对普惠金融客户的有效风险策略，大规模推广普惠金融业务存在障碍。而小微企业、民营企业及其他普惠金融实体，受经济周期和疫情影响，承担着较高的市场风险，通常情况下难以通过银行风险政策审核。由于收益不能覆盖成本和风险，普惠金融难以获得健康可持续发展。

二、我国信用卡产业科技赋能发展现状

移动互联网、云计算、人工智能、区块链等金融科技的快速发展和普及，全面提升了银行发展普惠金融业务的能力和意愿。信用卡产业通过科技和数据驱动业务模式创新，整合发卡、收单、特惠、用卡生态环境建设各环节，降低业务成本的同时，大幅度提升对客户风险和需求的洞察力。

(一)移动互联网助力信用卡获客创新

近年来，信用卡产业得益于移动互联技术的应用，创新速度大幅度提升，线上、线下场景化获客有效替代了传统的摆摊设点方式，使获客效率得到大幅度提升。同时，银行信用卡通过布局商业网络，打造场景金融生态圈，将金融服务全面嵌入到消费环节，利用金融服务整合商业服务，助力商户建立与客户的长期关系。信用卡业务以金融服务促商户交易，将海量商户资源构建成发卡、收单、特惠、用卡的生态环境。

(二)大数据分析提升信用卡风控能力

由于具有天生的零售基因，信用卡产业在大数据应用方面走在银行各项业务前列。信用卡产业不断加强对存量客户的精耕细作和深度经营，围绕客户生命周期全面提供服务；同时在风险管理领域依托大数据分析建模，实施“贷前-贷中-贷后”全面风险管理，提升风险控制能力。

(三)金融科技综合运用创新信用卡服务能力

信用卡产业正在加大金融科技手段的综合运用，借助科技手段，提升客户服务能力。各发卡行依托线上综合服务平台，提供丰富的功能和消费场景，既包括线上申办卡、支付、分期、查询、还款、转账、调整额度等基本功能，也包括购物、积分查询兑换、手机充值、购买保险、ETC等一系列生活服务功能，在场景方面，涵盖了线上线下“吃喝游购娱”各个领域。

三、科技赋能信用卡服务普惠金融的发展趋势

做好信用卡的普惠金融服务，不但有利于拉动消费、促进经济内循环，对于平衡区域发展、维护社会稳定也具有重要意义。作为消费金融正规军的商业银行信用卡业务，如能依托科技力量，做好普惠金融客群服务，则可有效填补市场空白，避免前期互联网金融和P2P野蛮发展过程中引发的风险事件，避免造成一系列的不良影响，使消费金融市场在健康有序的道路上快速发展。

(一)丰富普惠金融客户数据，提高信用卡风险防控能力

由于历史原因，普惠金融客群数据基础不足，针对相关客群的分析模型有限。因此，做好普惠金融服务的前提是夯实普惠金融客户数据基础，丰富数据模型，加强模型学习分析能力，从而提高对普惠金融客户的风险识别能力。使银行能够通过客群分层经营，实现科学定价，获得风险收益的均衡，实现普惠金融长期可持续发展。

(二)充分发展在线服务，扩大普惠金融覆盖范围

普惠金融难以实现盈利主要问题在于客群下沉严重，单纯依靠传统手段难以实现规模化发展。信用卡行业应充分利用移动互联网快速发展的契机，加快线上渠道的建设和业务应用，通过利用网络服务手段，降低获客和服务成本，提高信用卡业务的覆盖面和普惠金融服务的可得性。

(三)借力金融科技，创新产品服务体系

信用卡产业应深入学习充分了解小微企业主、城镇低收入人群等普惠金融重点客群的真实需求，灵活利用大数据、移动互联等新兴信息技术和金融科技工具，围绕着普惠金融需求最为旺盛的商圈、商户场景做好真实交易场景中的客户需求和市场特点，推出普惠金融创新产品和服务，帮助广大从事正当生产交易的有金融需求的小微企业主和个体工商户、低收入人群获得便捷有效的普惠金融产品。