

一个是全球的银行卡老大——Visa，一个是全球最大市场的银行卡老大——中国银联，双方的公开反目，自然引发各界不同猜测和关注。

6月初，国际卡组织Visa向其全球会员银行发函，要求从8月1日起，凡在中国大陆境外受理带Visa标志的、“4”开头BIN号的双币种信用卡时，不论刷卡消费还是ATM取现，都不得走银联的清算通道。否则Visa将重罚收单银行，第一次将罚款5万美元。如果再犯，每月将罚款2.5万美元。

消息一出，舆论哗然：“Visa要封杀银联！”

Visa的回答措辞严谨、立场鲜明，颇有国际大佬风范。其中国区新闻发言人告诉《中国经济周刊》：Visa从来没有、也不会“阻止”（或像有些报道所说的在海外“封杀”）银联。“6”打头的银联标准卡仍可以在全球自由地走银联的通道。Visa所做的是属于正常业务范围的合规考量。目的是为了确保Visa持卡人能够享受到由Visa支付系统提供的安全便捷和可靠的支付体验及服务的保障。

银联相关负责人的回应则措辞严厉、态度直接：银联和Visa共同推出的双标识双币种信用卡（下称“双标识卡”）不是纯粹的单品牌银行卡，标识双方均有责任和义务为持卡人提供境外受理服务。任何一方都无权单独对持卡人选择境外支付通道作出限制。

从2002年到2010年，短短数年间，Visa和银联快速完成了从亲密师生到合作伙伴再到竞争对手的角色转变，角色转变背后的原因是什么？

曾经的“师生”

2004年之前，在中国银行业面前，Visa更像是一位降尊纡贵、循循善诱的老师。

上个世纪90年代，中国大陆的信用卡市场几乎一片空白，国内银行还处在依照各自的标准发行银行卡的“诸侯割据”时代。而1970年成立于美国的Visa，已是全球信用卡产业的“教父”：1995年参与制定全行业的技术标准，1997年全球Visa卡年交易金额达1万亿美元；2000年Visa卡发行量达到10亿张。

当然，Visa并不是发卡机构，而是一家全球支付技术公司，是连接持卡人、商户和金融机构的交易处理网络，其收入主要来自于金融机构客户支付的费用，以及基于交易额、交易笔数和所提供的其他服务收费。主要业务为信用卡业务。通常所谓的Visa卡，是指金融机构发行、与Visa有合作关系的银行卡，卡面上有Visa的标识。

1993年，Visa在北京设立办事处。面对国内处于“原始”状态的信用卡市场，Visa积极地帮着“拓荒”，包括帮助相关金融机构建立信用卡研究培训中心、培训银行卡系统员工等；并游说国内银行发行了一些Visa卡，尽管这些卡当时不仅无法跨国使用，甚至连在国内跨行、跨地区使用都不行，但Visa不着急：将来大陆的银行卡市场一旦开放，就可以帮助这些银行发国际卡。

然而，Visa还没有等来开放，先等来了银联。

2002年3月，经央行批准，80多家国内金融机构共同发起成立了中国银行卡联合组织——中国银联，从此，国内银行的“诸侯割据”时代结束，银联成为各银行发卡必走的清算通道。Visa此时已在中国大陆耕耘了近10年，在清算标准、品牌推广等方面已形成自身特点。而银联则是“一穷二白”，“作为一个卡组织，其规则、概念、过程，几乎每一个环节都需要懂行的人来教授。”业内人士表示，又是Visa当仁不让，做起了老师，并且尽心尽力，不厌其烦：先后为银联系统提供了几十种不同的培训；一名高层业务骨干曾在银联现场指导长达两年；多名美国专家来中国指导网络建设；邀请银联的技术人员到新加坡、香港等地参观、培训等等。

师生双方亲密无间。2002年6月，银联宣布加入Visa成为其会员，这意味着银联的商户有资格接受持卡人使用Visa卡进行消费。银联相关人士表示，“加入Visa是银联加强和国际清算组织合作的第一步，银联入会后的第一个计划就是要打通国内中小商业银行和Visa之间的国际通道。”“要做中国的Visa”是银联在成立大会上的誓师宣言。

相关市场人士表示，银联入会Visa，看重的是Visa的背景：发卡量超过10亿张、特约商户和银行超过2200万、ATM机高达70万台以及在亚太地区处于绝对领先的地位。“对银联而言，在人民币尚且无法自由兑换的前提下，选择和Visa合作不失为其通向海外市场发展的一条捷径。同时，Visa对于银联的投怀送抱也很高兴，因为Visa认为，银联的入会将使他们进入中国的步伐变得更快。”

怀揣着“中国梦”的Visa和怀揣着“Visa梦”的银联，都觉得找到了通往梦想的捷径，于是，师生成为了合作伙伴，印有双方标识的双币信用卡就是明证。

银联毕业了

“我没看到任何一张Visa卡有两个品牌，这是中国特殊环境下的产品，也是Visa数十年的历史上绝无仅有的特例。”Visa大中华区总经理张楷淳说。

银联和Visa确定合作关系后，限制依然存在。Visa想进入大陆市场，但大陆没有开放境内清算体系；银联想走向海外，但没有全球商户资源可以供持卡人出境消费时

使用。于是，印有银联和Visa双标识的双币种信用卡成为一种默契：Visa借助双币卡实现对中国市场的渗透，银联借助Visa的品牌知名度和完善的标准体系来为自己走出去铺路。当然，在国内市场上与银联合作推出双标识双币种信用卡的不止Visa一家，还有另一国际卡组织万事达。

随着中国经济的快速增长，银联也迅速发展并成长起来。2007年上半年，银联发卡量进入爆发性增长阶段，交易量持续激增。截至2009年底，银联境外发卡总量为700万张，境内发卡量则超过20亿张。与此同时，银联的海外扩张也迅猛加速。央行公布的数据显示，截至2009年底，银联境外受理商户、POS和ATM累计分别达到55.7万户、69.8万台和71.9万台，比上年同期分别增长28%、29%和23%。全年银联卡国际业务交易笔数和金额分别为3436万笔和1083亿元，比上年同期分别增长53%和62%。

与后起之秀银联的突飞猛进相比，Visa对大陆市场的渗透显得进展较慢。

Visa至今既不能发人民币卡，不能从发卡银行处收取人民币卡的品牌使用费，也无法搭建人民币清算网络以收取交易费。“目前的收入就是境外的Visa卡在中国消费，和境内的双币卡在海外消费时所产生的费用。”Visa大中华区总经理张楷淳表示

。