

根据广发银行携手知名财经网站和讯网发布的《中国信用消费白皮书》显示，中国信用消费市场正以27%的增长率逐年递增。作为中国信用消费市场的主力军，信用卡行业今年上半年整体授信余额达到6.4万亿元。

作为率先发行真正意义信用卡的发卡行，截止2015年，广发卡累计发卡量超过4000万张，卡活跃率高达76.4%，一跃成为国内仅有的两家信贷余额超过2000亿元的股份制商业银行之一。

“互联网+”态势下，传统信用卡行业的竞争重点也从过往单一的比卡量、比消费转换成集风控管理、市场营销创新、高科技运用、客户体验优化、系统基础设施比拼、突发事件预防等为一体的全方位综合竞争。

积极备战“差异化”战场 “差异化服务是互联网+时代传统信用卡竞争的主战场，对于信用卡而言，差异化竞争的基础是强大的核心系统。有鉴于此，广发信用卡今年在拥有4000万的卡量的情况下，毅然做出了升级核心系统的决定。” 广发信用卡的相关负责人说。

携4000万卡量进行核心系统升级，这是中国信用卡20年发展历史上从未有过的创举。因而这次系统升级也被信用卡业内称为“高速公路上边行驶边换胎”。据介绍，新上线的大机系统除了为更大体量的客户业务提供全面、灵活的支持，还能带来更多个性化的服务和定制化的产品。

此外，大机系统拥有强大的高并发处理能力，对客

户来说最直观的感受是网购消费更加流畅，即使遇到“秒杀”、“限时抢购”等刷卡高峰，在付款环节也不会出现卡机、交易失败等状况。

今年“双十一”期间，广发银行线上交易最高峰时达到42225笔/分钟，为去年同期交易峰值1.52倍。在大机系统的支持下，各业务平台始终保持稳健运行，零故障保证客户无忧购物。

争抢移动支付领域霸权 “互联网+信用卡”年代，以广发信用卡为代表的一批发卡行纷纷喊出了“抛弃信用卡”的口号。自己“颠覆”自己的信心来源于在移动支付新技术上的战略部署及快速对接互联网新技术的能力。从这一点来看，不再介怀于具体材质，将企业经

营的注意力倾注在账户管理、风险管控及客户使用体验上也成为了信用卡与互联网

纵深融合的未来大方向。

据了解，各大银行除了不断拓展“微信银行”新功能，优化移动消费场景外，纷纷加速布局移动支付市场，包括广发、招商、中信在内的多家银行都在加快推出移动支付产品的步伐。

广发信用卡在今年率先试水HCE“云闪付”，依托于移动支付技术和云计算技术的完美融合，刷新无卡支付体验。随着ApplePay和SamsungPay正式宣布入华，广发银行作为支持银行，将为用户带来简单、安全、私密的移动支付体验。

以大数据之盾抗击风险利剑

根据中国银联《中国信用卡信用风险报告》显示，2015年一至三季度，全行业信用卡不良率上升13%，I类机构（发卡量超过2000万张的发卡机构）信用卡不良率上升17%，信贷潜在风险管控压力增大。

对于信用卡经营而言，风控与市场占据着同样重要的地位，二者一为节流之铁闸门，一为开源之水龙头。当前信用卡风险管理主要面临宏观经济波动加剧和互联网欺诈风险两方面的挑战。面对复杂多变的市场环境，各大发卡行都在风控方面进行了积极的尝试。建立信用消费风险动态监测机制、深挖大数据、实施全流程风险管理等成为行业的大势所趋。

以广发信用卡为例，通过持续开展压力测试，监测对信用消费资产质量产生影响的各项宏观经济指标走向，可以提早判断和预测信用消费在未来经济环境中的风险度，及时调整风控措施及制定应急预案。

此外，在“互联网+”时代，运用大数据实现风险经营是各家银行都在尝试的课题。尤其是通过内外部数据挖掘和分析，使审批、授信、调额、催收等业务活动与大数据有机结合，准确评估风险。目前，广发信用卡已使大数据的应用贯穿发卡、信用维护、催收等信用卡整个生命周期。

通过稳健科学的风险管理手段，2015年广发信用卡实现了业务发展和风险管理的良性联动，风险控制成效显著，不良率1.79控制在全行业及同类机构平均水平以下。

