

从跑马圈地到个性化，截至2011年末，全国累计发行信用卡2.85亿张。其实从2011年年报来看，银行的发卡量增长率都不算太高，发卡量已经不是重点，很多银行在公布信用卡发卡量时都已经转为在册卡、流通卡或者有效卡，这也侧面反映了银行从单纯的规模增长转向质量。

1到2.85亿，距离有多长？

在信用卡发卡数据上，这个距离是9年。

2003年8月，中国建设银行发行了国内第一张双币信用卡，信用卡市场才真正起步。根据央行发布的《2011年全年支付体系运行总体情况》，截至2011年末，全国累计发行信用卡2.85亿张。

从量转为质？

“信用卡真正起步是从2003年开始。”中国社会科学院金融所银行研究室主任曾刚告诉第一财经日报《财商》，早期银行以企业客户为主，2000年之后逐步转型到零售客户，信用卡正是零售业务里的一个重要产品。

复旦大学中国经济研究中心副主任殷醒民指出，过去几年国内信用卡之所以出现迅猛增长，根本原因是中国的经济增长和人均收入水平的提高。

不过，在最初的启动阶段里，银行对信用卡业务的发展是以跑马圈地为主的。

“在2003年~2004年只有少数几家银行推出信用卡业务，2006年主要银行都推出了。”招商银行信用卡中心总经理刘加隆对本报表示，不过在2006年~2008年，都是处于跑马圈地的阶段，各家银行都通过营销来抢占市场，2009年各家银行开始转型，从单纯追求规模增长变为主动平衡规模、风险和收益。

曾刚指出，不过目前市场基本分割完毕，发卡数量处于相对饱和状态。

从上市银行年报数据来看，截至2011年末，在累计发卡量方面，工商银行依然是国内信用卡市场第一，累计发卡量达7065万张，招商银行为3961万张、中信银行为1407万张、民生银行为1153万张、兴业银行为909.07万张、浦发银行为611万张；以在册卡量和有效卡量为统计口径的银行中，建设银行为3225万张、中国银行为3086万张、交通银行2223万张。

“其实从2011年年报来看，银行的发卡量增长率都不算太高，发卡量已经不是重点。”上海某券商金融行业分析师对记者表示，另外在2011年年报中，很多银行在公布信用卡发卡量都已经转为在册卡、流通卡或者有效卡，这也侧面反映了银行从单纯的规模增长转向质量方面。

“我并不认为目前国内信用卡市场发展完全从量变转为质变，其实是并存的状态。”数字100市场研究公司总裁张彬对记者表示，中国目前整体人均持卡比例还是比国外低，只是在一二线城市普及率更高，所以一二线城市已经从追求量变转为追求质变，但三四线城市还是在追求量的发展。

根据央行的数据，截至2011年末，全国人均拥有信用卡0.21张，北京、上海信用卡人均拥有量远高于全国平均水平，分别达到1.30张和1.05张。

为何盈利难？

不过，对于国内银行来说，信用卡业务最大问题是能否实现盈利。2004年，广发银行宣布信用卡业务首度实现盈利，成为国内首家。目前，仅几家银行的信用卡业务实现了盈利，但也赚得不多，其他仍是“赔本赚吆喝”。

即使对于已经声称盈利的银行，也仍有颇多质疑。上述券商分析师指出，很多银行发信用卡的渠道是通过分行或支行的促销，这个过程中一部分成本是被其他部门吸收了，这种情况下，并不能简单说信用卡业务已经盈利了。

但在美国，信用卡业务是许多国际大银行的主要业务和主要利润的来源。如花旗银行的信用卡业务收益就占其利润总额的三分之一，为何在国内信用卡盈利如此困难呢？

“国外信用卡盈利的模式主要依赖于用户的透支消费，另外也包括用户的贷款需求等方面。”中投顾问金融行业研究员霍肖桦对本报表示，目前，国内信用卡行业整体利润率偏低，一方面是国内持卡人特有的财富观念、消费观念甚至价值观念造成的。另一方面，目前国内银行间的激烈竞争也加剧了行业的微利甚至无利的现状。

曾刚也指出，信用卡其实是一项成本很高的业务，国外信用卡的盈利模式是通过透支消费的利息，其他收入来源比如年费、商户返点占比并不是很多。某种意义上，国外信用卡是针对个人的循环贷款，主要收入就是利息。“但中国人的消费理念不同，大多不喜欢透支消费，都会在免息期结束前还款，所以银行信用卡这部分利润就很少。”

从上市银行2011年年报来看，工商银行透支额为1778亿元，占据第一位置，不过

在其个人贷款业务中的总占比也仅为8.9%，低于个人住房贷款、个人消费贷款和个人经营性贷款。其他银行中，除了农业银行透支额突破1000亿元外，透支额均在1000亿元以下。

刘加隆也指出，在中国信用卡和借记卡共用一个收单网络，佣金率是一样的，但资金来源不同，借记卡是客户的钱，信用卡是银行的钱，成本也就不一样。

“其实银行的信用卡业务不盈利也是可以的。”曾刚指出，信用卡是银行整体战略中一个重要部分，是个人零售客户的主要载体，完全可以通过这个载体附加其他业务来获取利润。可能不能简单测算单个收益，要看综合收益。

“从银行内部来说，追求盈利还是很重要的，现在很多银行单独成立了信用卡中心，独立运作。”张彬指出，只是在中国信用卡并不能完全当作一个独立产品来看，因为如果客户办了某家银行信用卡，为了还款便利就会办借记卡，办了借记卡就会有存款，就会衍生出其他业务。

个性化是方向

“未来信用卡发展的重点方向是提供更加专业化和更加人性化的服务。”霍肖桦指出，未来用户的消费模式也会呈现一种多元化的趋势，这也就要求信用卡服务商能够提供个性化的服务。

“我们认为信用卡最主要的功能是支付工具，还有一定的无抵押贷款的功能。”刘加隆指出，不过一些国有大行对信用卡的理解是不一样的，它们的信用卡有很强的借记卡性质，比如它们甚至有透支额度低于10元的信用卡，而招行是没有低于3000元额度的。

刘加隆指出，由于商业模式和业务定位不同，所以产品重心和客户群也就不一样。

“我觉得未来国内银行信用卡的发展方向应该有三种。”张彬指出，第一种是以工商银行、建设银行为代表，有非常庞大的用户需求，仍然可以通过规模来实现增长，需要考虑的是如何更好地交叉销售；第二种是以招商银行为代表，特色是服务好，需要花精力完善服务，不断满足客户新需求；第三种是一些股份制商业银行，目前依靠积分优惠活动吸引客户，但这种刺激方式持续性不强，而应该转型为“成本控制”为导向，建立自己的市场地位。

