

信用卡迎来黄金办卡季的同时，新的指标也下发到了商业银行信用卡中心营销人员手中。为了尽快完成手中的任务，营销人员通过各种营销渠道，秉承以礼服人宗旨，更不惜加重银行坏账风险忽悠客户多多办卡。

营销手段多多忽悠办卡

您是本行优质客户，建议申请一张信用卡，不仅有礼物相送，在停车免费、吃饭打折。读者王先生近日去某银行柜台办理汇款业务时，遭遇了柜台营销。看到王先生并无意办卡，该行柜台工作人员继续劝说，信用卡好处多多，只需填写一张简单的表格就能享受很多便利，还有礼物相送。

王先生最终还是拒绝了。手头已经有两张信用卡，我也了解信用卡是开卡容易销卡难，根本不是一通电话的事，差点被忽悠。王先生告诉记者。

每当春节临近，由于消费者的消费需求增加，商业银行的信用卡营销人员便开始趁势推销卡片。为了抓住好时机，营销人员也没有单单局限于柜台、网点，而是采取了走出来策略。昨日，记者在西三环久凌大厦附近偶遇某股份制银行信用卡营销点，工作人员详细介绍了该行信用卡的便利之处，同时表示只要填写申请单据就可以获赠靠枕、保温杯等小礼物。不仅如此，在多个论坛、网站，免费办信用卡送礼的广告层出不穷，联系方式、卡片介绍、办理需准备的材料、开卡礼物的实物照片也都一一列出。

新一年的任务量刚刚下来，为了抓住春节的好时机，在推销的时候言语就夸张些，也尽量不提年费、息费等。而且，去年未有消息说可能要叫停信用卡开卡送礼，以后的日子恐怕更不好过。某国有银行信用卡销售专员小毕如实说道。

畸形营销催生大量睡眠卡

去年未有消息传出银监会拟叫停发卡赠礼，多家商业银行办卡送礼开始上演最后的疯狂。罗莱高回弹护颈枕、乐扣保鲜盒三件套、三洋电吹风、加菲猫晴雨伞，办卡送礼仍是商业银行推销信用卡的老招数。记者走访多家商业银行发现，不少网点都竖起了或大或小的宣传板，小到水杯、床罩，大到送米送面。现在有办卡需求的消费者已经不为礼物所动，但没有需求的消费者就会为礼品心动。不一定什么时候就要被监管层叫停，所以办卡送礼仍是很推崇的营销手段。小毕说道。

早在去年8月，银监会公开对《商业银行信用卡业务监督管理办法》征求意见，要求商业银行信用卡业务将纳入银行内控和风险管理体系内。11月，又有消息传出银

监会可能对信用卡市场做进一步规范，同时要防止以礼物为引诱，吸引不合格的消费者办信用卡。

据记者了解，不少消费者手中已经有几张信用卡，单单为了小礼物而填写了申请表，发卡后却并不开通，从而形成了睡眠卡，加重了银行的潜在风险。业内人士表示，一张信用卡的制卡成本需要几十元，加上人工、营销、后期维护、促销活动等手段，一张信用卡成本将近百元。但为了抢夺市场，多家银行都不惜赔本赚吆喝。

专家：信用卡市场亟待规范

忽悠客户办卡、开卡送礼其实是一种恶性竞争，有违常规的销售方式，但为了完成任务，银行业务员普遍采取这样的销售方式，所以信用卡使用率低、坏账率高的现象普遍存在。上述人士同时表示。

据央行发布的《2010年第三季度支付体系运行总体情况》显示，截至三季度末，全国累计发行银行卡23.8亿张，其中借记卡发卡量与信用卡之间的比例约为9.75：1，即信用卡累计发卡量已超过2亿张。但信用卡坏账风险却更加值得关注。截至三季度末，信用卡逾期半年未偿信贷总额79.21亿元，较二季度增加6.19亿元，增长8.5%。

信用卡本来是很好的金融工具，但现在发展得有些畸形。银行在跑马圈地发行信用卡后，却加重了未偿付额的风险。不少专家建议，信用卡市场有待进一步规范，但也并不是局限于叫停办卡赠礼这么简单，而是鼓励银行精耕细作，多发展优质客户群，同时扩大卡片的功能，让消费者主动申请，而不是被申请。同时，仍要提醒消费者，办理信用卡要量力而行，切勿盲目消费，以免对个人信用记录产生不良影响。

。