

消费还是储蓄，对于大多数居民而言，这仍是一个问题。5月12日，中国政府网消息，国务院促进中小企业发展工作领导小组第六次会议近日召开，会议认为，要注意发挥消费需求的重要作用，努力扩大居民消费需求，并加大金融对市场主体的支持等。当前疫情在海外肆虐，全球经济严重衰退，国内疫情虽已被遏制，但相当部分家庭收入受冲击，加之至今复工复产尚未完全恢复正常，即使有消费欲望，但无奈囊中羞涩，不敢消费。

由于疫情期间收入大幅降低，家住河南郑州的95后小伙陈伟（化名）实在无法如期偿还车贷和信用卡分期付款，已向家人求助。

“一月份的账单还能勉强还掉，可二月份实在扛不动。我在开发区跑快递，但二月这边的工厂复工率不高，我的收入少了很多。”陈伟说，去年每月的收入完全可以覆盖车贷和信用卡，也没存下多少钱，现在不得不向家人伸手。

疫情期间，居民消费需求收缩、居民收入下降等不利因素影响，零售客户的还款能力和还款意愿都出现了短期下降的情况。据中国普惠金融研究院（CAFI）发布的《诊断疫情对微弱经济体金融健康的影响与政策建议报告》显示，疫情后，工薪阶层（依赖工资、薪金等作为主要收入来源的个人与家庭，该报告将其划分为全日制工作者、线下打工人员、线上打工人员）的收支管理较差，且应急资金储备不足，73%的工薪阶层家庭入不敷出。

中国人民银行发布的《2019年支付体系运行总体情况》显示，截至2019年末，信用卡和借贷合一卡在用发卡数量共计7.46亿张，同比增长8.78%。银行卡授信总额为17.37万亿元，同比增长12.78%；银行卡应偿信贷余额为7.59

万亿元，同比增长10.73%。银信用卡逾期半年未偿信贷总额742.66亿元，占信用卡应偿信贷余额的0.98%。

“疫情的冲击会造成家庭财富和收入的减少。”对外经济贸易大学金融学院院长吴卫星认为，不同的家庭对不确定性的未来预期不同，这会改变其消费行为。部分研究发现，当疫情发生，短期内大部分家庭会增加消费，但主要是譬如食品等生活必需品的消费，但从中长期来看，家庭消费是降低的，特别是对耐用品的消费会降低；并且疫情冲击将给家庭带来额外风险，削弱家庭承担风险的能力和意愿，最终影响家庭的金融行为，比如增加储蓄，减少对风险资产的投资等。

然而，国内至今复工复产率仍有待提升。

5月2日发布的《万事达卡财新 BBD 中国新经济指数》显示，通过观察每日人流量变化追踪企业复工情况，根据上市公司、非上市公司、商场、写字楼所处位置画出了电子围栏，统计电子围栏中每天的人流量情况，将1月24日数据标准化为1，可以发现67%左右的上市企业恢复到了年前人流量高峰的75%，写字楼人流量恢复较快，目前已经达到了年前高峰的73%。而商场人流量的恢复率依然较低，虽然比上个月有所上升，但仍然只有年前高峰期的67%左右。目前机场的客流量仍然较低，仅有年前高峰期的25%、去年同期的三分之一左右，这说明国内跨省旅游和跨地区商务活动仍未恢复。

相比一季度而言，4月至今的消费已呈现快速复苏态势。

今年1季度社会消费品零售总额同比增速下降至-19.0%；但居民存款余额从2019年末的82.1万亿增长至88.6万亿，增加了6.5万亿元。4月28日，中国人民银行发布的2020年第一季度城镇储户问卷调查报告显示，居民收入指数明显下降，就业感受指数下行，居民消费意愿降低，同时储蓄意愿上升。倾向于“更多消费”的居民占22.0%，比上季下降6.0个百分点；倾向于“更多储蓄”的居民占53.0%，比上季上升7.3个百分点；倾向于“更多投资”的居民占25.0%，比上季下降1.3个百分点。

中国银联发布“五一”假日交易数据显示，5月1日至5月5日，银联网络交易总金额突破1.57万亿元，日均0.31万亿元，较清明小长假日均增长了7.7%，与4月份日常周末相比日均增长了16%。银联网络交易总笔数较4月环比增长6.95%。“五一”期间消费势头上扬，各项消费数据逐步回升。另据网联平台数据显示，五一小长假期间，网联平台日均处理资金类（不含条码）网络支付业务量达13.54亿笔，同比增长54.59%；代表线下消费场景的条码支付线下日均交易量同比增长48.50%。

新冠疫情犹如一场对银行产品能力、运营能力、风险管理能力等的压力测试。消费不振，对银行的消费信贷势必产生影响，但实际上，多数银行此前已提升客户门槛

，这在一定程度上降低了风险。

平安银行在年报中表示，“鉴于国内宏观经济仍存在下行压力，在确保资产质量稳定的前提下，本行适当提高信用卡、新一贷投放门槛，推动目标客群质量提升”。

招商银行2019年年报显示，从短期看，目前行业仍处于风险释放期，叠加新冠肺炎疫情疫情影响，招商银行消费信贷类资产质量仍将面临压力，但从长期看，招商银行具备优质的客群基础，与共债风险客群的交叉主要集中在小部分次级客群且规模有限，资产质量将保持相对稳定。

交通银行金融研究中心高级研究员武雯认为，2020年一季度，A股36家上市银行营业收入、归属于母公司净利润同比分别增长7.9%、5.7%，实现超预期增长，同时，资产质量保持稳定、拨备计提略有提升，似乎一季度新冠疫情并没有给银行带来较大的影响，银行间应对突发事件能力的差异使其分化显著加剧，但实际上，疫情的影响在一季度并没有完全显现，银行后续仍面临较大挑战，全年利润增长略有放缓，长期来看，银行仍是亲周期行业，但其可能具有盈利前置而风险暴露滞后的特征，导致利润走势与宏观数据并不完全同步。

实际上，一季度的大部分时间，全国大部分区域复工复产情况并不乐观，这在一定程度上影响了居民的就业及收入，进而冲击零售银行业务，但信用卡业务与风险赛跑，虽分化乍现，但远未到终了时。

普华永道的报告指出，2020年一季度，由于受到新型冠状病毒肺炎疫情影响，涉及线下结算场景的交通、运输、餐饮、旅游、文化娱乐等行业，银行中间业务收入可能出现波动，信用卡新增发卡量也可能出现波动，使手续费等中间业务收入的增长承压。

记者根据上市银行一季报不完全统计发现，仅有招商银行、平安银行、上海银行披露了信用卡相关数据，交通银行在业绩发布会上透露了信用卡相关信息。

招商银行一季报指出，新冠肺炎疫情对零售信贷资产质量影响较大，受共债风险和疫情叠加影响，信用卡早期风险上升，其他零售贷款风险也出现阶段性增加。报告期内，信用卡新生成不良贷款66.29亿元，同比增加26.91亿元；零售贷款（不含信用卡）不良生成额14.29亿元，同比增加2.21亿元。信用卡不良贷款率1.89%，较上年末上升0.54个百分点，消费贷款不良率1.35%。

招商银行一季报认为，由于一季度入催且未能回收的贷款二季度起逐步进入不良，预计二季度起，零售将面临更大的不良生成压力。鉴于疫情对居民收入、就业等方面的影响，与共债风险交叉叠加，预计零售贷款风险可能也会持续较长时间。

平安银行一季报显示，信用卡不良率一季度出现上升，不良率为2.32%，保持行业较低水平。但随着国内宏观经济景气度提升，预计零售资产不良率将逐步回归正常水平。并且，3月以来，信用卡日消费金额已恢复至疫情前水平，一季度信用卡商城交易量同比增长13.4%。

上海银行一季报显示，信用卡累计发卡926.83万张，较上年末增长3.26%；信用卡贷款余额305.95亿元，较上年末下降8.73%；信用卡不良率1.74%，较上年末上升0.11个百分点。3月以来，零售信贷业务稳步回升，基本恢复至疫情前水平。

在交通银行的电话业绩会上，副行长郭莽表示，一季度信用卡业务与同业趋势相同，新发生不良额52亿元。交行零售业务总监徐瀚预计，如果疫情得到有利控制，三季度银行资产质量将恢复正常水平。

对于一季度银行业信用卡业务发展受冲击的现实，除了郭莽，中信银行行长方合英在业绩发布会上表示，“我们也跟同业交流过，（信用卡）行业都差不多。我们1-2月份，发卡同比下降47%，交易还行，同比下降5%，贷款下降3%。但是进入3月中旬以后，这个数据迅速地在恢复，贷款已经比年初增长到1500多亿。疫情刚刚基本控制，需求也才刚刚起来，未来会更好”。

交通银行金融研究中心高级研究员武雯向记者表示，部分银行在一季报中披露信用卡数据以及超市场预期，未披露的银行信用卡数据可能被冲击程度更高。一季度信用卡不良主要还是集中在经营性贷款领域，疫情给部分小微企业经营带来冲击，相应的有些催收也没跟上，所以不良上升，二季度可能还会有些压力。

当大多数上市银行选择不在一季报上披露信用卡相关数据，为何招行、平安银行主动将资产质量等数据进行披露？

“除了风险管理之外，近年消费金融产品背后的金融科技的支撑力量越来越重要，而上述两家银行不仅在信用卡市场已取得阶段性领先优势，更在金融科技领域投入力度都处于同行前列。”中国银行法学研究会理事肖飒称，虽然从全国范围来看，消费并未完全复苏，这可能更多缘于疫情期间收入的降低，以及对未来收入预期的相对谨慎，但受益于政府“六保”等政策，多种迹象显示，消费有望进一步企稳，消费金融市场仍具有富有想象力的成长空间。

目前平安银行信用卡近90%通过AI自动审批，打造阿波罗零售风险审批平台，贷款产品审批时长最短缩至10秒内。打造贯穿前、中、后的立体化智能风控云，并往业务端前置嵌入，实现获客风控一体化。应用细分领域包括零售贷款评分模型、智能反欺诈平台、智能反洗钱平台等。

“我行拥有一只国际化的风险管理团队，基于以往应对危机的经验，在1月底2月初即迅速制定应急预案，比如：针对存量客户采取差异化的催清收方案；比如说我们在春节期间就和各方讨论了如何恢复和增强催收力量的问题，我们的催收团队利用远程等科技手段快速复工。”平安银行相关负责人指出，短期看二季度不良可能还会上升，如果疫情不出现反复，三季度会有好转。随着宏观经济景气度提升，预计零售资产的风险也将逐步回归正常水平。

“2020年上半年疫情的出现，导致信用卡业务中发卡、交易、风险等将受到极大影响，在2020年各行的中报中才能体现出来，对于实力不强的发卡银行来说压力尤其巨大。”信用卡研究人士董峥认为，随着2019年的国内信用卡市场竞争的加剧，信用卡业务开始进入“调整期”。