

2016年4月15日，中国人民银行发布了《关于信用卡业务有关事项的通知》，针对信用卡业务的利率标准、免息还款期和最低还款额、违约金和服务费用、信用卡预借现金业务、交易信息、信息披露义务、非本人授权交易的处理、利率信息报送、信用卡业务自律管理等九个方面，对商业银行信用卡业务作出规定。有些内容与信用卡业务此前的监管规定相比有较大变动，尤其是利率管制、业务收费等方面，呈现出明显的管制放松趋势。

而在3月18日，发改委、人民银行联合印发了《关于完善银行卡刷卡手续费定价机制的通知》，总体上较大幅度地降低了收费标准，其政策取向也是放松管制。

结合上述两个《通知》来看，监管部门已经分别从发卡、用卡(收单)两端放松了对信用卡业务的部分管制措施，信用卡业务更加市场化。信用卡业务经多年的政策主动培育之后，已基本完成市场培育，经营主动权交还市场。

双边市场需要先期培育

银行卡业务是典型的双边市场。与买方—卖方构成的单边市场不同，双边市场若想自发形成，需要更长的时间和更高的议价成本。

1993年，政府推动金卡工程，开始了银行卡的联网通用，2002年银联成立。我国加入WTO，按照承诺对外开放金融业，留给我国培育自主银行卡品牌的时间并不多，需要政策以“有形的手”主动参与资源配置，把利益向市场参与方倾斜，激励其进入市场，加速市场形成。

此后，我国的银行卡政策均按此原则推进。比如，早期设定了较高的刷卡手续费率，以鼓励银行发卡，但因此增加了商户成本，所以1999年又开始实施商户分类，降低了部分类型商户的手续费率。2001年，收单手续费中分配给收单机构的比例有所提高，以鼓励收单机构铺设POS机的积极性。而后，多次下调刷卡手续费率。

市场培育任务基本完成

目前，银行卡市场不管是从发行端还是从受理端来看，均已形成了较大规模，银行卡支付已深入人心，银行卡渗透率达47.96%。基本可以判定，市场培育的历史任务已基本完成，银行卡市场已具备自行运营的能力，监管部门的职责可以从培育市场转变为以监管为主，维持行业秩序。

而且，支付业务的参与者越来越多，第三方支付公司借助互联网崛起，开始向线下

支付渗透，对银行卡业务构成竞争。此时，管制政策已经成为了制约银行卡竞争能力的因素。

因此，有关部门在短时间内，从发卡、受理两端放松了有关管制。

一是放松发卡行的收费管制，回归市场定价。透支利率管制略有放松，从统一定价(日利率万分之五)变为上下限管理(上限仍为日利率万分之五，下限为日利率万分之五的0.7倍)。透支利息的结算方式、溢缴款是否计付利息及其利率标准、免息还款期、最低还款额待遇、违约金(原滞纳金取消)等条款均由市场自行约定，不再由监管部门统一规定。取消了部分其他收费项目，其他业务规则也相应调整。

二是放松受理端的价格管制，回归市场定价。刷卡手续费水平大幅下调，实行上限管理，理论上可以降为零。这能够降低商户负担，增加其铺设POS机的积极性。而此前，银行卡支付的成本大幅高于扫码等新兴支付方式，使银行卡处于价格竞争的劣势。目前，收单机构数量众多，已无通过定价向他们倾斜资源的必要。因此，放松受理端的价格管制时机已经成熟，预计今后收单机构的收费将降至极低，其竞争将以比拼服务为主。

放松管制将改变行业格局

放松管制，是监管部门完成市场培育之后的必然之举。在市场形成后，“特许利润”已无必要，管制也已经无法适应行业发展与竞争的需要。市场“无形的手”取代“有形的手”，成为调节资源配置的主要手段。市场的要义，是通过议价、竞争，自行形成有效价格，完成资源配置。因此，整体行业格局会有明显变化。

对于市场参与主体(主要是发卡银行、收单机构)来说，需要尽快学会有效定价和差异化竞争。

首先，要尽快掌握有效定价的方法。以发卡银行为例，目前央行允许发卡银行自主约定多项收费，并且将刷卡手续费中发卡银行的部分也调低，设为上限管理。银行有了更高的自主定价权，应充分考虑客户情况、产品优势、市场地位等因素，综合确定各项定价。但是，由于长期以来银行均遵照规定实施统一定价，可能一时还不具备上述定价能力。不仅是信用卡业务，这也是银行在利率市场化时期面临的重大课题。

其次，需尽快制订差异化竞争策略。信用卡业务同质化程度较高，如果缺乏差异化竞争优势，那么所谓的自主定价必然会沦为价格竞争，将价格“杀”至极低水平，甚至不排除出现零定价。对于部分差异化水平很低的收单机构来说，这种可能性较大。因此，单一依赖收费的机构，其收入和利润将受到较大冲击，而某些差异化水

平较高的机构，则可能通过提供差异化服务，维护良好的客户基础，继续实施较好的定价。

通俗地讲，信用卡业务“坐地收钱”时代已终结，发卡和收单机构将通过开发各种增值服务，满足客户多元化需求，以此吸引客户。

而在银行的未来转型期，零售业务、支付业务非常重要。银行业务以存贷汇为主，而“汇”（泛指各种支付业务）是银行了解客户的主要渠道。比如，通过为客户提供资金的支付结算服务，能够增加客户黏性，了解客户需求，为今后向客户提供信贷服务和其他金融服务打下基础。在未来的银行业转型中，零售业务占比会显著提升，银行亟需通过支付业务等渠道去拓展个人客户。但是，支付业务面临非银行支付机构的有力竞争，虽然支付账户仍然需要银行卡充值，但银行无法掌握支付背后的交易信息，不利于未来对客户的业务营销，因此银行纷纷开发新的支付产品，试图夺回市场份额。在这一时点上，放松对信用卡业务的管制，也有利于银行加快创新步伐，推出更为多元的信用卡增值服务，增强产品与服务的竞争力，增加客户黏性和用卡频率，为将来向零售方向转型奠定基础。

你还可以关注一个特别正（随）经（便）的公众号，融360卡达人（微信号：rong360card），每天给你科普信用卡知识、用卡攻略。