

还未体验到妇女节的“红色喜庆”，已经感受到来自各银行的“红海竞争”。对于如期而至的女性节日，深圳各银行早就在女性主题信用卡和理财等方面做足了文章，不仅卡面靓丽、外形时尚，在购物、美容、积分、保险等方面也有诸多优惠。你到底想选择深圳招行的HelloKitty，还是建行的芭比美丽信用卡，或者要体验一下中行的钛金女士专属卡？面对琳琅满目的产品，很多女性达人似乎无从下手。南都记者走访了解到，包括关联产品在内，市面上的女性信用卡已经多达数十种，不仅让人挑花眼，而且服务和功能也大同小异。对于女性用户而言，如何掌握理财与消费的窍门，在卡海战略中游刃有余，还需要一点功夫。

动辄数十种，女性信用卡已“泛滥成灾”

为赢得更多女性消费者，信用卡市场动作频频，女性主题信用卡市场竞争日趋激烈。

据建行客服介绍，建行此前推出一款芭比美丽信用卡。针对不同客户的喜好，以芭比的时尚、优雅形象及品牌LOGO等元素设计推出了普卡、金卡、白金卡三个等级共计四款卡面，面向不同年龄段的女性群体。这也是迄今为止，芭比官方唯一授权在中国大陆地区发行的信用卡。

女性元素可谓愈演愈烈。招商银行信用卡中心也推出了JCB品牌HelloKitty粉丝双币卡金卡，专门为具有更高消费意愿和能力的粉丝们特别是年轻女性量身定做。中行方面则面向都市中高端白领女性发行一张钛金女士信用卡，成为国内首创钛金镜面卡，具有多重安全保障、超长免息期、多种分期付款等金融支付功能，也为女士提供了各种尊荣礼遇。

据银行人士介绍，目前市场上的女性信用卡产品主要有几种，除了最流行的女性主题信用卡，还有针对女性客户发行的联名信用卡。此类卡往往由银行和知名女性杂志品牌、化妆品品牌、特色商家等联名开发，金融机构还围绕这类银行卡开办女性论坛、理财顾问服务。而第三类信用卡因其功能或者卡面的特殊性而受女性青睐，如建行推出的个性化信用卡“Mylove”和“香港旅游信用卡”。

据了解，除了基本功能外，女性主题信用卡的主要诱惑力在于附加了特色服务，强调女性专享服务，尤其在美容、健身、服饰、化妆等方面的实质性优惠。

南都记者粗略统计一下，包括中信银行的“魔力”卡、光大银行的阳光伊人钛金卡、兴业银行的都市丽人信用卡、民生银行的“女人花”卡、广发银行的真情卡、北京银行的凝彩卡、深发展的靓丽卡等在内，这类女性信用卡已经有数十种。

## 女性专属理财产品开始崭露头角

在短期理财走俏的当下，女性客户又多了一些专属银行理财产品的选择权。据记者了解，招行近日发行一款半年期、参考年化收益率4.5%的专属女客户理财产品。最引人注意的就是，该产品只有女性客户才能购买。除此之外，节日期间，该行还将陆续发行多款专为女性客户设计的“她”系列理财产品，参考年化收益率较其他同类产品略高。

还有一些商业银行日前也不失时机推出了三八妇女节特供理财产品，预期年化收益率达到5.6%-6.0%，认购起点金额达到20-100万元。

按照一些坊间调查显示，女性客户在家庭中执掌“财政大权”的趋势日渐明显，而且信用记录较男性客户更好，自然成为银行的优质客群，为女性客户设计理财产品也开始崭露头角。

## 女性理财其实是把“双刃剑”

业内人士表示，这些名目众多的女性卡或者理财专属产品其实是一把“双刃剑”，如果善于管理，可以享受到不少女性专用品牌的优惠、多倍积分等服务，为自己精打细算。但是如果不善管理则可能得不偿失。有理财人士提醒，为了取得感官上的冲击效果，市面上很多银行在信用卡的卡面设计上做得非常炫，在挑选女性主题信用卡时，用户更应当看重银行提供的特色服务，而不应仅关注卡的外观。

值得注意的是，一些银行的女性主题卡是和合作伙伴联名发行的，附加的特色服务主要由合作伙伴提供，用户需要比较这些服务的稳定性和实际品质。

按照一份最新的统计，从女性刷卡消费的情况来看，女性最常使用信用卡的功能位列前三的分别是：刷卡消费、网上支付、积分兑换奖品。在刷卡消费和网上支付中，女性的消费方向集中在购物及餐饮上。为购物而发生的刷卡费用还是占到了很大比例，尤其是网购方面。对此，数字100的分析师预测，随着网上购物环境的越来越完善，对于女性消费者来说，用信用卡结算依旧是一个不可逆转的趋势。这就要求发卡银行在安全性和风险控制方面加强预防，并进一步完善用卡环境。

还有专家提醒，现在办理信用卡非常简便，很多女性消费者都有多张信用卡，这很容易使自己不能及时还款，从而陷入了高达每日万分之五的循环利息中。目前各家银行规定的50天(或56天)免息期计算方法并不相同，对数字不是太敏感的女性客户最好能心里先有个底，否则稍有疏忽就有可能支付高达18%的年息和5%的滞纳金。理财人士提醒，一般来讲，有一到两张信用卡其实已经足够用。如果没有时间经常去银行的女性朋友，可以考虑有理财功能的信用卡。

