

今年6月，银行将推出信用分的消息接连传来，个人征信3.0时代一度成为舆论关注的焦点，但一直以来，银行信用卡分犹抱琵琶半遮面的状态让这个新事物的热度慢慢降了下来。日前，随着广发信用分“精彩信用”正式在客户端推出，个人征信3.0时代终于迈出了实质性的一步，银行间新一轮差异化竞争的“战火”已被点燃。

为客户刻画信用“画像”

早在今年上半年，广发信用卡就首批在业内提出“银行信用卡分”的概念。国内个人征信领域在经历了央行主导的1.0时代、第三方征信补充的2.0时代后，迎来了传统银行业唱主角的3.0时代。

经过几个月的数据测试，广发信用分终于从幕后走到台前。据了解，从12月1日开始（将根据具体上线时间调整），广发信用卡客户可以陆续在APP“发现精彩”上查到自己的信用分。据广发信用卡相关负责人介绍，广发信用分“精彩信用”是通过相关数据模型算法，在综合了客户价值评分、行为评分、人行征信评分的基础上，考虑客户与该行的互动行为计算得到的综合评分。“精彩信用”的分值范围为300-850分，分值越高代表信用越好。目前，客户可以通过广发信用卡官方APP“发现精彩”查询自己的信用分、分值对应的评价，以及消费用卡、还款信用、身份特征、我行互动等四个维度的相应信息。据了解，广发信用分每月更新一次。

“信用分”有何用？广发信用卡相关负责人表示，持卡人可以通过信用分享受餐饮、娱乐、旅游、出行等不同消费场景下的个性化服务，总体而言信用分越高，可获得的权益越多。客户通过优化自己的用卡行为，如按时还款、提高刷卡消费频率、及时更新个人在银行的预留信息等，可以提高信用分。

“这其实是一个双向互动的过程。通过信用分，客户可以了解个人信用情况，并以此优化用卡行为，降低信用风险。对于银行来讲，信用分能够多维度、更精确地展现每个客户的信用消费行为，为银行差异化竞争提供依据。”上述负责人说。

业内人士指出，无论是产品的差异化，还是服务的差异化，核心还是对客户差异化需求的把握。真正的差异化竞争，是基于大数据模型对客户进行差异化管理，进而推动产品和服务的差异化。

信用分的“深谋远虑”

事实上，自1995年发行国内第一张真正意义的信用卡以来，差异化竞争一直是广发信用卡的核心优势。明年是信用卡新政实施的第一年，新政秉持“让市场的回归市

场”原则，将信用卡行业的几项重要费率由央行固定改为发卡机构自主确定，如信用卡透支利率、免息期、最低还款额、违约金等。业内人士认为，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。这一方面将对信用卡的收入和利润产生较大冲击，另一方面也不利于信用卡产品和服务的提升。

毫无疑问，差异化竞争能力的高低在未来将对发卡行产生深远影响。银行“杀入”个人征信市场也被业内解读为利率市场化背景下差异化竞争的提前布局。