

今年恰好是外资银行在华法人化7年的时点，但从业绩和市场份额上来看，外资银行在华无疑遭遇了“七年之痒”。在这个时点，渣打银行、花旗银行纷纷高调出击信用卡业务。这对中资行而言，这会否带来客户分流压力呢？对于老百姓而言，应该如何选择呢？

金融开放的又一体现

信用卡市场竞争激烈，外资银行也要分杯羹。近一个月内，接连有两家外资银行加入信用卡发卡队伍，用各自资源优势抢夺中高端客群。

“随着中国富裕消费群体的不断壮大和购买力的增强，信用卡消费在中国越来越普及。”渣打银行个人银行产品部集团总裁田安佑近日亲自到中国来“推销”渣打最新推出的信用卡。

此前，东亚银行于2008年成为内地首家发行人民币信用卡的外资法人银行。之后，花旗银行和南洋商业银行也相继获得批准资格。

外资银行在信用卡业务上释放“攻城略地”的信号，正是我国金融对外开放的一个体现。商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部副主任白明解读认为，允许外资银行办理信用卡业务符合我国资本项目逐渐开放的趋势，在信用卡业务上加强与外资银行的合作也为企业和居民办理涉外金融业务带来更多便利。

“相对于其他金融业务，信用卡业务涉及到对客户的信用状况采集与判断，对金融风险控制及监管提出了较高要求，因此过去监管层对外资银行在华开展信用卡业务一直较为慎重。”白明坦言，“现在看来，随着国内金融业的监管能力不断提高，也就是说有了‘金刚钻敢揽瓷器活儿了’。当然，在信用卡业务方面，防范金融风险永远是第一位的。”

外资行选高大上路线

央行数据显示，截至今年一季度末，中国信用卡累计发卡4.14亿张，人均持有信用卡0.3张。近年来中国爆发性增长的信用卡市场，无疑让外资银行蠢蠢欲动。

从发卡规模上看，尽管外资行信用卡发卡量目前每年都以50%左右的高速度在增长，但由于网点和客户基础不占优势，市场份额始终无法赶上中资行。一秒通融资顾问介绍，“千万级别”发卡量成为了中国境内信用卡市场的盈利门槛，外资行要拼发卡量和市场份额来跨越这一门槛显然是遥不可及的，尤其针对一秒通的客户主体——中小微企业主，外资行的大额度信用卡，更方便他们做生意，灵活周转资金，同时VIP白金卡，也是财富身份的有力象征。

“现在外资行都不敢轻易谈信用卡要盈利，更多的是给客户提供全方位服务，从而提高客户黏性，真正敢尝试的在华外资行没有几家。”银率网分析师华明告诉记者，“由于银行网点和人员等都有限，外资银行不可能像中资银行一样跑马圈地。这些年来，外资银行在中国的信用卡发卡量一直上不去，始终处于投入的阶段，就如同鸡肋。”

既然拼不过量就只能谋求靠特色取胜。例如，渣打银行信用卡推出的“免费奔驰机场接送，免费星巴克早餐”等信用卡增值服务对很多用户来说是一大诱惑，但要享受到这些服务还需要持卡人的“腰包”支撑。以渣打推出的信用卡为例，其免费奔驰机场接送服务，对应的信用卡年费是一年2500元；当年刷卡消费满25万元，方才可以免次年年费。

不难看出，外资银行无意在发卡规模上与中资银行一较高下，而是更倾向于靠中高端的市场定位和自身的特色服务来取胜。鉴于外资行对个人用户信用评级和信用风险控制的优势更突出，其较强的产品创新能力或将会给产品单一、同质化的中资行带来高端客户分流压力。

信用卡达人教你选卡

中外银行争夺信用卡客户的大战似乎已经开启，面对诸多品种，老百姓应该如何选择呢？

洪先生是一位国际投行的分析师，常年在世界各地出差，尤其经常往返香港同内地。同时拥有中资行和外资行信用卡的他告诉记者：“对于经常跨境消费的人士，外资行的信用卡比较合适，毕竟境外的网点多，比较便利。其次，外资行的信用卡在高端客户服务方面更吸引人。”

在上海陆家嘴一栋高档楼宇上班的何诺经常要去国外出差。在她看来，多币种信用卡是最迫切需要的。“我曾经办过花旗银行的信用卡，后来发现居然不是双币卡，而是要分成人民币种和美元币种2张卡，一问才知道外资银行在中国只能发单币卡。”何诺说。

奚先生是一家外企员工，经常去欧洲出差。在他看来，安全性和额度高是信用卡的两大关键。“我在国内银行办理的信用卡大多为磁条卡，在欧洲有些地方是不能用的，譬如高速公路缴费、加油站等；此外，我也办过国内某大行推出的多币种的芯片卡，但额度给予的有限。”

上海白领沈先生手上共有5张信用卡，其中一张在外资行办理。沈先生告诉记者：“每张信用卡都有其差异化的特色和优惠服务。相较而言，外资行的信用卡常常会

和一些奢侈品品牌合作，适用于每年假日去国外扫货时使用。但平日在还款等功能体验上，还是中资行的信用卡比较便利。”

一秒通融资顾问分析称，外资银行在中国发行信用卡主要针对的目标客户群体为中高端客户，因此外资银行信用卡通常需要持卡人承担较高的年费。此外，外资银行在信用卡跨境业务等特色服务上具有明显优势，对于有跨境刷卡需求的用户来说更有吸引力。