

在深圳人流密集的CBD、写字楼，总会看到支着几个摊子、招揽人办信用卡的临时办卡点。为了将人流切切实实转化为客户，很多银行还常常放出精美旅行箱、甚至金银纪念币等诱人礼品作为办卡成功的“奖励”。那么，这样的信用卡都“物尽其用”了吗？

## 发卡量增速持续两年放缓

作为银行最重要业务之一的信用卡业务，近年来实际上已“风光不再”。

记者通过梳理上市银行发布的2015年年报中的数据发现，五大国有商业银行以及招商、广发、中信、民生、平安、光大、浦发等七大股份制商业银行比较2014年的信用卡发卡量依然保持了一个较大增长，但与此同时，增长率却在明显下降。

记者统计发现，截至2015年末，上述银行信用卡累计发卡量达5.7亿张，整体增长16.33%。其中，五大国有银行累计发卡3.4亿张，股份制商业银行累计发卡2.2亿张，国有银行是股份制商业银行的1.5倍，卡量增长依然惊人。

不容忽略的是，相较于2014年，上述银行的发卡量增长率却下降1.87%。这已是上述银行信用卡累积发卡量增长率持续两年下降。而具体看，在上述几家银行中，仅中信、平安和光大银行的发卡增长率略有上升，分别上升5.13%、2.61%和0.42%。大部分银行信用卡发卡增长率相较2014年下降，或说发卡量增速降低了。增长率下降最明显的是浦发银行，下降10.87%；其次是工商银行，下降5.90%；广发银下降3.50%。

而新增卡量减少最大的某国有大行，其2014年的新增发卡量为1251万张，2015年新增卡量则骤降至835万张，虽然其发卡量依然惊人，但增加量同比减少了三成，这种情况尚属首次。

值得一提的是，信用卡的交易额增长率下降得更多。据统计发现，截至2015年，除广发银行外的11家银行整体卡均交易额为2.77万元，相比2014年提升了10.36%，增长率下降2%。这个数据跟其整体的授信额度相比，明显偏低。

而在上述某大型股份制银行的年报里也可看到，截至去年12月底，该行信用卡累计发卡6917万张，流通卡数3782万张。也就是说，在累计发行的将近7000万张信用卡中，只有54.7%的信用卡属于正常使用状态，其余45.3%为不流通卡，占比接近五成的信用卡已沦为“僵尸卡”。

## 粗放式发卡、过度营销、同质化成主因

为何会出现这样的情况？

多位业内专家在接受记者采访时指出，此前银行的粗放式发卡，一味追求发卡量的提升，在发卡的过程中过度营销，导致消费者盲目办卡，同质化严重是让多数信用卡沦为“僵尸卡”的主要原因之一。

“从消费者角度说，国内消费者尚未形成成熟的信用卡消费习惯，不少消费者对信用卡存在错误的认识，担心刷信用卡会导致不合理消费或者承担不必要的利息等费用。因此，只是通过营销而来的消费者很多办了信用卡就会不刷。而从银行方面来看，许多银行都将业务重心放在发卡业务上，在后续的活卡运营方面发力不足，同质化严重，配套的刷卡激励营销手段相对较弱，缺乏持续性，也是导致消费者办卡不刷卡的一个原因。”深卡网信用卡分析师孟丽伟昨日接受记者采访时指出。

一位不愿具名的股份制银行信用卡中心负责人也向记者证实了上述原因，他进一步指出，“额度使用率50%其实是非常正常的事，谁会没事整天把自己的卡刷爆？而且信用额度越高的持卡人，往往经济能力越强，实际上他们使用信用卡也只是通过信用卡享受一些结算等服务而已，到期就会还了，不会占用那么多额度。还有一个原因，因为每一家银行都是根据客户的资信情况来批定额度的，但持卡人又往往不止在一家银行开卡。在用户自身的用卡过程中，还会形成固定的消费习惯，会慢慢倾向于最适合用的一两张卡。”

银行信用卡业务向多样化转型

“想要提升持卡人的实际交易额度，目前来说，主要有两个方式：一是增加信用卡刷卡应用场景；二是通过不断的运营手段，比如推出一些刷卡优惠活动，刺激持卡人用卡刷卡。目前来说，银行的运营推广部分还较欠缺，缺乏持续性。”孟丽伟说。

近期央行发布信用卡新规，银行信用卡发展有望迎来差异化、多样化发展的又一“春天”。

4月15日，中国人民银行发布《关于信用卡业务有关事项的通知》。《通知》中制定了多项举措，一是对信用卡透支利率实行上下限管理，取现滞纳金改为违约金，二是放开免息还款期和最低还款额待遇等方面限制，三是优化了信用卡预借现金服务等。

对此，分析师齐健指出，由于现行信用卡相关规定过于细致和固化，阻碍了发卡机构的业务发展，各家银行信用卡业务“同质化”严重，新规的出台将有利于改善这一现象。新规出台后，银行将获得更多的定价自主权，可以制定更符合自己的经营

战略。各大银行还可以根据持卡人的风险等级，与持卡人协定免息还款期和最低还款额，更加灵活地组合收费标准，为持卡人提供更好的个性化和差异化服务。持卡人体验提升的同时，也将为发卡行争取到更多客户。同时，差异化的服务体验也有利于银行牢牢抓住优质客户，当持卡人感受到银行“想人之所想，予人之所需”的服务，也将会在该银行办理更多的业务。银行获得良好口碑的同时，业绩也势必得到增长。

“为了吸引消费者办卡，激励刷卡消费，银行或进一步开打‘价格战’、‘优惠战’”。孟丽伟说。

浦发美国运通白金卡