

10月10日是苹果iPhone6/6Plus开放预约的第一天，如苹果此前发布新款商品一样，中国消费者此次表现出了极大热情，为了增加客户黏性，吸引信用卡持卡人购买，部分银行也想借着“疯6”热销的东风，在营销上有所斩获。

据本报记者不完全统计，工行、建行、招行、中信、平安等银行已经率先推出了苹果6预约通道，而比较来看，大行可预约商品较为单一且价格没有优势，部分股份制银行则占得先机，不仅推出了零手续费分期服务，且发货速度也较大行快一至两个星期。

股份制银行拔得头筹

目前，通过苹果商城购买渠道预定苹果6，分别有招行和工行两家银行可以选择分期服务，消费者可以选择最长时间达24个月的分期服务，同时银行要收取一定的手续费。

工行手续费收费标准为，3期0.53%、6期1.3%、9期2.25%、12期3.08%、18期4.86%、24期6.55%，以消费者购买一部iPhone664GB计算，手机总价6088元，消费者分期12个月，每期金额约为523元，总计金额约为6276元，需要多支出187元。

招商银行的手续费标准为，3期2.5%、6期3.5%、12期5%、18期7.5%、24期10%，以同样购买一部iPhone664GB计算，分期12个月，每期金额约为533元，总计金额约为6392元，比工行分期要多116元，要比商品原价额外支出303元。

不过上述招行手续费分期标准是消费者直接通过苹果商城通道预约购买享受多的，如果从招商银行信用卡中心给出的苹果手机预约窗口进入专属通道，那么招行持卡人可以享受最长12个月无手续费分期购买的优惠，同时，招行也提供3个月与6个月的无手续费分期服务。

杭州的王女士告诉记者，她在近日先是收到了招商银行信用卡中心发来的短信，介绍了购买苹果6的免手续费优惠，在活动第一天就预购了2部手机，预计1周到货，“比较了一下其他银行，这个活动最优惠，拿货也最快，如果用别的行分期还有手续费，不划算”，王女士表示。

除了招行与工行外，还有多家银行推出了预购苹果6的活动。中信银行分期购物商城推出了苹果iPhone6全网通版16G预购，限量300部，不过分期时间仅可以选择3个月和6个月，且发货时间为2-3周以后。

建行善融商务推出了iPhone616G版分期服务，不过商品金额总价比苹果商城原价

贵了200元，为5488元，分期时间也只能选择12个月，发货时间为17日以后，建行还规定同一善融账号，同一联系方式，收货地址或相似地址，只可预订一次，一次一台。

平安银行活动与其他银行均不同，需要客户1元预约并在17日当日抢购，具体流程为持卡人在平安银行信用卡官网支付1元进行预约，预约成功后，供应商17日与预约客户进行商品型号确定，客户确认购买并付款，平安银行将根据订单顺序发货。

此外，民生银行虽然没有在商城中放开苹果6的购买，但在此前曾推出活动，通过网络办理民生银行信用卡可以获得一折购买苹果6的资格，每天限10名。

据本报记者统计，截至发稿，除上述银行之外，其他银行的商城或者信用卡分期购物中尚未加入苹果6预购通道，4大行中也仅有工行和建行提供预定服务。民生电商人士认为，工行的融E购和建行的善融商务在银行业中起步较早，在产品渠道方面比较有优势，能够较早的推出预定服务，并不奇怪。

银行打响信用卡优质客户群保卫战

信用卡分期手续费是近两年银行大力发展的业务增长点，如今资金成本高企，多家股份制银行提供给客户免分期手续费购手机的服务，看似赔本赚吆喝，实则是必然之举。

根据银行协会发布的《中国信用卡产业蓝皮书》，2013年我国信用卡产业在活卡量、交易金额等多个方面增长放缓。在人均持卡数不断上升的同时，银行抢优质客户资源的竞争也愈发激烈。

数据显示，截至2013年年底，我国信用卡累计活卡量达2.3亿张，其中当年新增4008万张，比年初增长21.5%，而在2012年，银行卡活卡量同比增长为22.4%。2013年新增发卡量为6100万张，比年初增长18%，去年这一数字仅为15.9%此外，2013年，我国信用卡卡均交易额为33462元，比上年增长11.1%，这一数字已经连续3年递减，2011年同比增长为19.4%，2012年为13.5%。

业内人士表示，发卡量增长率不断上升，活卡量增长率却在下降，说明目前信用卡市场的客户群质量在不断下降，银行为更多的沉睡卡负担着高昂的成本，却得不到收益，这与前几年银行在信用卡市场的粗犷竞争环境不无关系，而人均交易额增量不断下降，也和交易总额增长不如发卡量增长有关，是沉睡卡太多造成的。

光大银行人士表示，此前许多银行都有信用卡的外包服务，比如在人流密集场所开设流动办理信用卡网点，以赠送礼品的方式吸引潜在客户，这种方法可以在很短的

时间内迅速招揽客户，但是在客户质量方面无法保证，近两年，这种情况已经没有了，银行更在意的是优质客户群。

“光大信用卡经常会推出一些与商铺合作的优惠活动，我们会专门派工作人员在商铺开展服务，如果有客户希望享受优惠活动但是没有信用卡，我们可以提供现场办理，这样的客户具备一定的消费能力，为此负担多一些的人工成本是值得的”，上述人士说。

银行业协会指出，由于国内部分发卡行未能准确定位客户需求，造成发行的信用卡发行量不足、激活率偏低、睡眠户普遍的现象，对此，发卡行应该依托精细化的数据分析，准确定位产品及目标客户群，进行产品设计和权益设定。