

信用卡资讯网给你带来更多的信用卡知识！

与此同时，移动支付业务量增速迅猛。2019年全年，我国移动支付业务1014.31亿笔，金额347.11万亿元，同比分别增长67.57%和25.13%。在信用卡与移动支付业务如火如荼的背景下，虚拟信用卡的概念又重新进入人们的视野。

曾于被“打入冷宫”的虚拟信用卡，历经沉浮后融入了更多的市场参与主体。什么是虚拟信用卡？未来又会如何发展？这篇文章将就此开展简析。

什么是虚拟信用卡？

虚拟信用卡，顾名思义，本质上还是信用卡，但却没有卡片实体，其卡号是基于银行卡中的BIN码而派生出来的虚拟账号，可以应用于线上线下的各类信用支付场景。

相比于实体信用卡，虚拟信用卡存在如下特征：

以上对比可观察发现，虚拟信用卡在开卡审批上相对灵活，持卡者使用时更加便捷，需求端的存在，为虚拟信用卡的发展提供了培植的土壤。

第一世：萌芽阶段（2013年至2014年年末）

我国虚拟信用卡的发展并非一帆风顺。从初步试水到遭遇阻碍，再到继续入场，期间发展可划分为三个主要阶段。其中第一阶段为萌芽阶段。

虚拟信用卡在我国诞生的一个标志时间是2013年4月，由上海农商银行与阿里巴巴联合推出一款名为信任宝的产品（又名“鑫付宝”），上海农商银行为资金方，支付宝为场景方，担保公司则为授信担保方，但该产品最终止步于试水阶段，未能正式推向市场。

在“信任宝”遭遇滑铁卢后的2014年3月，中信银行与支付宝，以及众安保险与腾讯，分别推出了淘宝异度支付信用卡和微信信用卡，但不久后亦宣告夭折。

这一阶段的主要参与方有传统银行、互联网巨头等，由于监管原因后被叫停。究其根源主要存在如下因素：

1.法律法规不完善

作为金融创新浪潮中的产物之一，虚拟信用卡在法律法规上难以溯源。当时较为接近的法律法规有《支付机构互联网支付业务管理办法（征求意见稿）》、《电子支付指引（第一号）》、《非金融机构支付服务管理办法》等。但这些文件均未提及虚拟信用卡的发行管理及相应的安全技术标准。制度方面的空白，使得虚拟信用卡的存在难以名正言顺。

## 2.风险控制难把握

彼时，央行已发布金融移动支付各环节的技术标准，但对于虚拟信用卡的手机支付却无具体规定，也没有NFC、手机闪付等相对成熟的技术手段。在无法就虚拟信用卡使用的各个环节进行有效监控的情况下，谨慎对待金融创新产品成为了主流观点。

### 第二世：发展阶段（2014年下半年至2017年上半年）

这一阶段各大银行陆续出手，通过自主开发的方式进军虚拟信用卡领域：

2014年10月，浦发银行率先推出“E-GO卡”，这张主打境外海淘的虚拟卡采用线上独立账户和动态安全码，与VISA、美国万事达等多个组织进行了合作。

2015年9月，中国银行推出“中银长城e闪付卡”。相比“E-GO卡”而言，这张卡采用了支付令牌、NFC等最新科技，还能够在线下场景进行使用。

2016年1月，建设银行“龙卡e付卡”问世，其作为业内首张具有交易开关功能的网络信用卡，能够使客户可通过手机银行、个人网银等设置卡片交易开关，继而做到随用随开、不用可关。

2017年，农业银行、中信银行、交通银行、平安银行也都相继推出虚拟信用卡。当年9月22日，广发银行发布大学生专属虚拟信用卡——“摆范儿卡”，相比于“E-GO卡”、“中银长城e闪付卡”需依附已有信用卡实体账户，由指定高校的大学生用户直接申请。

### 第三世：融合阶段（2017年下半年起至今）

随着消费金融、闪付功能的异军突起，自2017年下半年起，多家消费金融公司、金融科技公司先后开始涉水虚拟信用卡。

由消费金融公司推出的此类代表产品包括马上消费金融的安逸花闪付、中邮消费金融公司的邮你花云闪付，以及招联消费金融的招联云闪付等。以招联云闪付为例

，用户通过审核后，上海银行或招商银行会为申请人开通一个银行电子账户，用户可以将该账户添加到华为、小米钱包或苹果Wallet，无论线上线下，都能够在支持云闪付支付方式的商家进行消费。

由金融科技公司推出的此类代表产品包括玖富万卡、上海银行小赢卡等。玖富万卡此前已经通过自营商城积累起大量业务，后又与银联合作接入了云闪付体系；而上海银行小赢卡则相对较晚，由上海银行与小赢钱包在2019年合作发行。此外还有为数不多的小贷公司参与，公开信息显示，元丰小贷曾推出趣花卡产品，能够通过云闪付方式进行信用消费。

这些产品由于涉及多方参与主体，因此被称作为“异业合作”。异业合作的加速源于两个因素：一个是2015年底开始，央行颁布了《关于改进个人银行账户服务，加强账户管理的通知》，推动商业银行通过电子渠道开立II、III类账户，使得诸如“京东白条”这样的互联网巨头产品与银行账户连通起来；另一个则是2016年2月，苹果公司的Apple Pay在我国正式发布，基于NFC的近场支付功能得到了进一步普及，此后国内各类闪付产品逐渐进入市场。2017年下半年，银联旗下的“云闪付”产品快速崛起，迄今已发展2.5亿注册用户，占据了移动支付市场除支付宝、微信以外的第三把交椅。

云闪付的积极态度，是紧密团结各方的中坚力量。例如前文提及的安逸花闪付、邮你花云闪付，招联云闪付等，都是云闪付与上述机构间的合作业务。其采用“银行II、III类账户+银联子网络”模式，具体接入方案如下图所示：

图1异业合作闪付模式示意图

上图中，钱包方（例如消费金融公司、金融科技公司），通过“异业账户合作平台”将II、III类银行账户与自身电子账户结合起来，以“云闪付”方式实施线上、线下方式受理。该模式中，各方扮演的角色如下：

银联：发挥转接清算优势，提供连接钱包方与银行方的综合解决方案

银行：提供银行账户并获客

钱包方：利用自身的用户优势，获取线上、线下各类消费场景

由于涉及到银联、发卡行、钱包方、电商平台等多方，因此其交易流程需要各方紧密配合，为用户提供高效的支付服务。下图展示了相关交易流程：

图2异业合作交易流程图

一个完整的异业合作交易流程，可以简化为如下三个阶段：

**开户流程：**由钱包方将其用户共享给发卡行，使钱包方的电子账户与银行账户互联互通，银联作为中间人帮助双方完成对接。

**交易流程：**钱包方与发卡行进行交互，在接到用户请求时，由钱包方判断是否就该交易予以承兑，发卡行根据钱包方的指令来处理交易，银联继续作为中间人提供整体交互服务。

**清算流程：**银联在指定合作银行开设清算账户，并按照清算规定对其进行资金清算，合作银行需提供交易流水文件并开展资金划拨。

## 多方角逐的虚拟信用卡市场

三个阶段的发展后，现今的虚拟信用卡形成了银行机构、消费金融机构、金融科技公司等多方角逐的赛道，对于各方而言，虚拟信用卡这一产品形态存在的意义究竟如何？

### 1.传统银行

传统银行完整经历了虚拟信用卡的三个发展阶段，是行业最重要的参与主体。目前传统银行正处于智能化、数字化转型的大潮中，有充足的动力去试水推广虚拟信用卡产品，其参与优势相当明显：一是实体卡发行带来的庞大用户数据和风控模型，二是伴随虚拟信用卡发展不断累积的业务经验。

### 2.消金机构、金融科技公司等

作为虚拟信用卡业务参与的新兴力量，消金机构、金融科技公司进军虚拟信用卡的动机在于拓展场景，因此又被某些观点认为是异化的消费贷。

这里不得不提到虚拟信用卡发展第一阶段的重要主体——诸如阿里、京东等头部电商。尽管当时虚拟信用卡的初步试水被紧急按下了暂停键，但信用支付产品的探索并没有停下脚步，相反得到了进一步深化。2015年2月，京东率先推出“京东白条”产品，同年4月，支付宝推出“花呗”，尽管二者与虚拟信用卡的作用高度相似，但其都没有信用卡卡号，本质上是具有信贷功能的小额消费金融产品。这些平台已通过旗下庞大的金融网络形成闭环，花呗、京东白条等信用支付工具渐成气候，无需再与云闪付联合吃虚拟信用卡这样的“回头草”。

### 3.银联云闪付

“国”字打头的银联云闪付，自诞生的那一刻起就注定了不平凡的经历，两年不到的时间内迅速坐上了移动支付市场的第三把交椅。线上云闪付团结除竞争对手以外的各大电商，频频推出支付满减优惠；线下云闪付也联合了各大商超百货，双12半价活动等持续吸引用户眼球。

麻袋研究院认为，银联云闪付之所以能够将消费金融机构、金融科技等公司团结成“盟友”来合作，主要存在两个动机：一是看重上述机构的获客渠道，试图通过新增用户来获得与支付宝等机构的对垒；二是银联云闪付并不像“支付宝”们那样拥有自营的信用支付产品，本质上跟金融科技公司还没有形成直面的竞争关系。

### 未来预判

综上所述，目前虚拟信用卡市场参与队伍主要分为两支：

一是银行单军作战，通过自有数据自有生态将实体卡片的各项流程线上化、高效化；

二是消金机构、金融科技公司、银联云闪付等多方抱团组成的多军部队，多方各取所需，但伴随着银行队伍绝对实力的崛起及移动支付市场的日趋饱和，队伍的稳定性、合作的性价比等还需经受考验。

麻袋研究院认为，在消费金融线上化、金融机构智能化转型的大背景下，未来一段时间内，银行仍将是推动虚拟信用卡规模化发展的重要主体，会有越来越多的中小银行加入到这支队伍中来；而第二支抱团组成的队伍涉及多方博弈，消金机构、金融科技公司非常依赖银联云闪付的存在，短期内它们仍将处于合作的蜜月期——消费金融、金融科技公司的客群相较传统银行更为下沉，而银联云闪付面对日趋饱和的用户增长率，亦会寻求下沉市场的开拓。不过长期来看，尽管多方均能从合作中获益，但如果某个时点出现力量失衡，比如某一方突然转变合作态度等，或会导致这支队伍的前进并不像前者那样一帆风顺。