信用卡是中国居民透支消费习惯最早的培养者，无疑也是目前消费金融市场的最大占有者。自1985年中国银行珠海分行在境内发行第一张信用卡——中银卡以来，信用卡业务在中国迅速发展，但近年来，随着消费金融公司试点的扩大以及互联网消费金融模式的兴起，信用卡的扩张也遭遇了更多对手的拦截。

2015年信用卡和借贷合一卡在用发卡数量共计4.32亿张，较上年末下降5.05%，这也是信用卡发卡量7年来首现负增长，与此同时，去年人均信用卡张数为0.3张。

信用卡产品服务同质化、收费罚息不透明等问题早已广受诟病，在此背景下，央行于4月15日下发的信用卡新规无疑将在释放行业活力、鼓励差异化经营方面起到“松绑”的作用，银行信用卡这头消费金融领域的“睡狮”或将被唤醒。

信用卡粗放式扩张难维持

中国人民银行数据显示，2012年我国消费性贷款规模为10.44万亿元，2013年为12.98万亿元，2014年则达到15.38万亿元，2015年达18.96万亿。其中，信用卡业务的授信额度几近半壁江山，到2015年末，信用卡授信总额为7.08万亿元，同比增长26.43%；信用卡应偿信贷余额为3.09万亿元，同比增长32.05%。

但是，经过多年跑马圈地式的粗放扩张，信用卡发卡量在2015年迎来拐点。根据央行数据，2015年信用卡发卡数量共计4.32亿张，人均0.3张，人均持有信用卡数量较低。而美国共有约15亿张信用卡，人均持卡量超过5张。这和西方国家利率市场化和风控业务的成熟是分不开的。且西方国家如美国信用卡普及率接近100%，日本信用卡普及率达96%，对信用卡接受度，尤其对信用卡分期业务接受度较高。

反观国内，居民信用卡普及率较低，对信用卡接受度较低，对信用卡分期业务也比较谨慎。而此次央行放宽对信用卡业务的管制，是释放了一个非常好的信号。

经过三十年的发展，中国信用卡产业走过了一段从无到有、从小到大、从弱到强的过程。

与此同时，互联网消费金融模式的兴起分流了更多个人消费透支市场，一些大型互联网金融机构的虚拟信用卡与传统银行的信用卡形成竞争。

艾瑞咨询数据显示，2013年，中国互联网消费金融市场交易规模仅为60.0亿元，2014年交易规模则突破183.2亿元，增速超过200%，2015年整体市场或突破2000

亿元。

产品服务同质化限制了商业银行为客户提供多样化、定制化产品服务的空间，而复杂的收费罚息政策也降低了持卡人的用卡体验。同时，对风险的警惕又使得继续大规模扩张用户基数不太现实，信用卡在近年来的发展中面临着各种挑战。

今年3月，人民银行、银监会联合印发《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》。在鼓励居民消费，促进内需的经济政策导向下，央行又于4月15日发布的《关于信用卡业务有关事项的通知》，以透支利率上下限的管理方式取代统一规定的信用卡透支利率标准，以违约金取代滞纳金等规定都将使得银行在设计和管理信用卡服务时获得更多自主权，从而获取更多客户和市场。

光大银行信用卡中心总经理戴兵在3月份的银行业新闻发布会上表示，“虽然支付方式不断推陈出新，但信用卡依旧是支持消费金融的最好产品。”

银行加快布局消费金融

除了信用卡市场，银行也在加快布局专业的消费金融公司，2015年6月份，国务院召开常务会议，提出发展消费金融，放开市场准入，将此前在16个城市开展的消费金融公司试点扩大至全国；审批权下放到省级部门，鼓励符合条件的民间资本、国内外银行业机构和互联网企业发起设立消费金融公司。

目前，已有15家消费金融公司获得了银监会颁发的消费金融牌照，其中由银行主导或者银行参股的消费金融公司就达到10家。

戴兵认为，虽然消费金融公司的目标客户与信用卡持卡人重合度较高，但消费金融公司产品利率略高于信用卡，两者仍有协作效应，也正因如此，很多银行开始申请消费金融牌照。

值得注意的是，消费金融公司无论是资产规模还是使用场景的丰富性，都还无法与信用卡或互联网消费金融相抗衡，银行如何将信用卡、线上支付、消费金融“合纵连横”发挥协同作用，仍有待实践。而央行在信用卡新规中放宽了信用卡向本人银行结算账户、本人支付账户办理现金转账和现金充值等业务限制，也预留了政策空间。

政策空间大了，留给商业银行自行把握的风险地带范围也在扩大，央行新规给银行“松绑”的同时，也在考验银行的风控与管理。

数据显示，我国信用卡授信额度与坏账率仍在继续攀升，2015年末，信用卡卡均授

信额度1.79万元，授信使用率643.77%，较上年末增加2.08个百分点。信用卡逾期半年未偿信贷总额380.27亿元，较上年末增加22.63亿元，增长6.33%；信用卡逾期半年未偿信贷总额占信用卡应偿信贷余额的1.23%，占比较上年末下降0.30个百分点。

交通银行标准信用卡