

自1995年广发银行发行国内首张标准信用卡，推开信用消费市场，至今已有21年。随着我国人均可支配收入增加，个人消费需求增长等多重因素，信用卡信贷规模继续增长，授信使用率持续上升。

人民银行发布的《2015年支付体系运行总体情况》显示，截至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%。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。

然而，随着一二线城市信用卡市场趋于饱和，互联网信贷产品如蚂蚁花呗、京东白条等互联网分期付款快速普及，其应用场景也在不断拓展，信用卡部分市场需求被分散，银行信用卡发行增速放缓。

“在中国经济的转型期，银行转型成为必然。当前环境下，我国人均可支配收入不断增加，中产阶级扩容，个人金融需求快速增长，银行卡在商业银行转型中将发挥更加重要的作用，于客户端而言，最重要的就是通过服务、产品等，提升客户的用卡体验，增强客户粘性。”光大银行（601818）信用卡中心总经理戴兵向说。

增速放缓

“目前我国消费金融处于发展早期阶段，信用消费市场逐年高速增长，市场潜力十分巨大。”广发银行副行长王桂芝向称。

信用卡业务作为银行信用卡消费产品中的典型代表，主要集中于日常消费，中国银联发布《中国银行（601988）卡产业发展报告(2016)》显示，按照行业细分，超市等日常消费行业刷卡交易占比最高。虽然政府多次强调发展消费金融业务，但信用卡市场却呈现下降趋势。

《2015年支付体系运行总体情况》显示，截至2015年末，全国银行卡在用发卡数量54.42亿张，较上年末增长10.25%，增速放缓6.88个百分点。其中，借记卡在用发卡数量50.10亿张，较上年末增长11.81%，增速放缓5.39个百分点；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%，增速放缓21.5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。

工商银行（601398）、中国银行、农业银行（601288）、建设银行（601939）

、交通银行（601328）等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2015年年报显示，上述银行信用卡累计发卡量达5.7亿张，整体增长16.33%，相较于去年，增长率下降1.87%。上述银行信用卡累积发卡量增长率已持续两年下降。

交易额增长率也在呈下降态势。12家银行信用卡累计交易额达14.63万亿，同比增长19.04%，增长率下降13.94%。

传统市场趋于饱和

银行信用卡发行增速放缓，以北京、上海为代表的二线城市信用卡市场趋于饱和。

《2015年支付体系运行总体情况》显示，截至2015年末，全国人均持有信用卡0.29张，较上年末下降14.71%。北京、上海信用卡人均拥有量仍远高于全国平均水平，分别达到1.34张和1.01张。

作为国内正式发行首张国际标准双币信用卡的招商银行（600036），近日宣布其北京地区的信用卡持卡人正式突破300万人，北京也成为全国第一个招商银行信用卡持卡人超越300万的城市。

“招商银行信用卡在北京市场的亮眼表现，离不开百万持卡人长期以来的信任以及来自餐饮、院线、4S店等合作伙伴的鼎力支持。300万是个新起点，我们将继续为京城百姓提供更好的支付体验以及生活消费服务！”招商银行北京分行信用卡部相关负责人表示。

一二线城市信用卡市场趋向饱和，三四线城市及乡镇地区市场尚未培养成熟，导致新增客户源受限。加之互联网信贷产品如蚂蚁花呗、京东白条以及各种互联网分期付款快速普及，其应用场景不断拓展，信用卡部分市场需求正在被分散。

除了市场竞争更加激烈，经济仍面临一定下行压力，导致持卡人支出占比下滑。“新华银联中国银行卡消费信心指数”（简称“BCCI”）数据显示，2016年4月份的BCCI为80.62，环比下降0.46，同比下降3.05。宏观层面，4月国家统计局公布的制造业PMI和财新PMI分别为50.1和49.4，环比双双下滑，表明经济仍面临一定下行压力。在经济转型的大环境下，普通居民在短期内面临的不确定性增加，一定程度上会加大BCCI的波动性。

寻找下一个万亿级市场

截至2015年末，信用卡应偿信贷余额为3.09万亿元。在传统市场趋于饱和之下，下一个万亿级市场在哪里？

“信用消费市场中，跨境信用消费、线下o2o市场、大额消费领域以及一二线城市以外的区域潜力巨大。”戴兵认为，当前环境下，信用卡要确立自身在银行转型中的价值与角色，于客户端而言，最重要的就是通过服务、产品等，提升客户的用卡体验，增强客户粘性。光大信用卡提出的“新服务新体验新阳光”理念，是光大银行信用卡品牌的提升，也正是其核心价值更安全、更便捷、更实惠的体现。

随着“互联网+”国家战略的全力推进，越来越多的银行信用卡中心开始在风控方面引入互联网思维。近日，光大银行宣布与蚂蚁金服旗下独立第三方征信机构芝麻信用正式合作，引入芝麻信用全产品体系，在取得用户授权，保证用户信息安全的前提下，开展在线发卡、风控等全方位合作。此合作将信用卡申请周期从2周缩短为当天就能发卡，是对传统信用卡发卡流程的变革和创新，也给用户带去了极致的用卡体验。

据记者了解，多家在信用卡业务上已经开始采取差异化的发展模式，各行依据自身情况调整发卡增速。“巨头”型银行增长率负增长，股份制商业银行市场导向更明显，侧重于提高信用卡盈利能力。

融360分析师认为，随着利率市场化的不断深化，未来与消费需求结合更紧密的信用消费产品将成为银行原有信用卡业务的有益补充。加之近期央行发布信用卡新规，对银行在信用卡业务上的定价规则进行了“松绑”，进一步推进利率市场化进程。未来各行将对信用卡产品或将进行细化经营，产品功能的设计会更加多样化，或实行免息期长短“因人而异”、利息多少“因卡而已”等具体措施。同时，市场竞争将会更为激烈，为了吸引消费者办卡，激励刷卡消费，银行或开打“价格战”、“优惠战”。

4月15日发布的《中国人民银行关于信用卡业务有关事项的通知》对利率标准、免息还款期和最低还款额、违约金和服务费用等有了最新规定。该通知自2017年1月1日起实施。

《2015年支付体系运行总体情况》显示，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。

“作为信用卡业务的生命线，风险管理一直被视为业务重点。在信用卡发卡、经营和催收的过程中，银行需要充分收集客户的综合信息，做到信息之间的交叉印证，以便准确授信，把控风险。中国的信用消费坏帐远远低于美国和国际标准，未来，

信用卡也将随着移动互联网技术的发展不断进步，利用交互场景深入挖掘客户需求，并积极探索利用生物智能技术升级支付介质、提升客户的用卡体验，信用消费在中国的市场极为广阔。”戴兵说。

交通银行沃尔玛信用卡