

从今年年初以来，各种信贷紧缩政策已经成为各个银行的常态。然而，正是在这种信贷紧缩的情况下，却催生了信用卡分期付款业务的增长。银行开始和商家合作推出特定商品的免息免手续费信用卡分期业务，这其中影响最大的无疑还是五大国有银行和招商、民生等为代表的商业银行，与国内最大最专业的信用卡分期购物平台亿佰购物合作，联手架构银行网上分期商城业务。有业内分析人士认为，已与国内近20家银行合作信用卡分期业务的亿佰购物，开创了拓展银行信用卡盈利的新模式。

目前，中国信用卡的发卡量已达到了2.8亿张，而已使用的活卡数量仅为1.2亿张。并且随着发卡量的不断增大，睡眠卡的数量还会增加，除此之外，国内信用卡不能像国外那样通过收取年费和利息获得利润，这些都影响了信用卡业务盈利。

信用卡已将从扫楼式的圈地运动向提高持卡人贡献度的阶段过渡，沉睡卡不能带来效益，银行不再单纯考核发卡量，而是倾向于考核单卡的经济增加值。通过信用卡在商场消费，次月还清，这样银行只有微薄的利润。商户回佣过低，年费收不到，信用卡循环借贷收入难以提升，须尝试第四条盈利道路。来自工行信用卡某发卡中心的管理人士如此说，搭建购物平台，拓展分期付款服务等增值业务，成为信用卡盈利新的突破口。

而亿佰购物与近20家银行合作，通过数据库精准营销的模式为银行提供分期商城服务，针对细分市场，及时收集市场信息，细分产品结构，精准的产品投放，提供给消费者更加个性化的产品服务。通过信用卡目标营销，使消费者对产品与品牌形成粘性，最大程度减少价格敏感型消费者，扩大品牌忠诚型消费者的队伍。用户通常在亿佰购物上会为了某个心仪的商品，而选择开卡以达成购买的意愿。来自亿佰购物的市场总监刘明敏称，我们与超过1亿的信用卡用户有过接触，每天都有大量的新信用卡用户在亿佰购物开卡消费。

据自亿佰购物后台数据库统计的数据显示，今年前5个月在亿佰购物通过信用卡网上分期付款业务的总销售额达2亿元，这其中以3C产品、小家电等为主要消费构成，并且奢侈品、高档生活消耗品的消费额增长势头强劲。

亿佰购物所构建的网上分期商城，通过其精准的商品投放，总能把最适合的商品在最合适的时间卖给最适合的人，这使得他们拥有了大量的信用卡消费群体，同时在很大程度上增加了信用卡的活跃度，以及活卡数量的增加，给信用卡业务创造了巨大的利润来自建设银行事业部负责人介绍。

上一页1下一页

