

拟联手互联网巨头引入新流量 银行信用卡鏖战“线上时代”

本报记者 王柯瑾 北京报道

近日,《中国经营报》记者从业内获悉,部分银行联合微信、支付宝平台“试水”信用卡取现功能,并进行小范围测试。若该功能通过测试

小范围测试 拓展线上触达渠道

对银行方来说,信用卡取现多了一个大入口,有利于提升用户的活跃度和业务量。

据媒体报道,近期部分银行与支付宝、微信合作上线“信用卡取现”功能,目前尚处于小范围测试阶段。通过此功能,用户可以直接在线上支付宝或微信页面进行名下信用卡的取现操作。

对于这一新功能,记者联系到银行机构和互联网平台,但截至发稿,涉及到的银行与支付宝、微信平台均未给出正面回应。

记者从接近两大互联网平台的知情人处了解到,功能测试阶段,部分用户可看到开放入口,登录支付宝APP,点击“我的”-“借呗”-“更多额度”,即可体验信用卡取现功能。

实际上,线上信用卡取现业务已经存在,部分银行APP设置了信用卡取现入口。以平安银行为例,信用卡取现途径包括“口袋APP取现”

及监管要求正式上线后,用户通过常用的支付宝、微信APP等渠道可操作信用卡取现。

今年以来,监管发文明确鼓励商业银行通过试点方式探索开展线上信用卡业务等模式创新,进一步丰富

“ATM机/柜台取现”“扫码取现”。

值得注意的是,信用卡取现会收取手续费和利息,平安银行客服给出的标准是,手续费方面,境内按取现金额2.5%计收,最低25元/笔;境外按取现金额3%计收,最低40元或5美元/笔。利息方面,自取现日起,按日利率0.05%计收,算至还清,按月计收复利。

零壹研究院院长于百程告诉记者:“信用卡取现也叫预借现金,是信用卡的基本功能之一,当持卡人面对临时资金的周转需求时使用。很多银行的信用卡现在都支持通过线下ATM和线上APP等渠道取现或电子现金,通常信用卡取现上限金额为总授信额度的50%。因此,信用卡取现的需求场景与支付宝推出的借呗等消费信贷产品非常相似。”

“支付宝、微信与银行信用卡合

信用卡服务功能和产品供给。业内分析认为,线上业务创新将成为多家银行信用卡业务拓展的重要抓手。

随着上市银行2022年上半年业绩陆续披露,信用卡这片“红

海”的业务规模、资产质量以及拓展突破口仍受市场关注。从今年上半年业绩看,多家银行信用卡聚焦年轻客群,发力线上交易等数字化转型。



信用卡取现 实质上是由发卡机构提供的预借现金服务,也是信用卡的基础功能之一

视觉中国/图

作取现功能,属于展示和引流合作。对用户来说,同一类信贷产品集合在一个平台,需要资金周转时更加便利,也方便做对比筛选;对银行方来说,信用卡取现多了一个大入口,有利于提升用户的活跃度和业务量;对支付宝等平台来说,扩充了借贷产品服务的丰富度,提升了用户黏性和业务价值,也有利于进一步了解用户。”于百程表示。

对于这一新功能,易观分析金

融行业高级分析师苏筱芮认为:“实际上是为传统的信用卡取现业务拓展了线上触达渠道,对于银行合作伙伴来说,能有机会获取更多业务增量。”

通过线上场景取现,对用户来说更加便利,不过信用卡取现还需防范资金违规使用的风险。苏筱芮表示:“在此模式中,支付宝等平台作为功能提供方主要起到的是展示、引流的作用,授信额度及核心风控仍需由银

行进行,银行发展信用卡线上取现业务需关注资金用途,不能够被用于炒房、炒股等违禁领域。”

“信用卡是持牌金融产品,对支付宝和微信等平台来说,还需要注意在产品展示方面的合规性。另外,信用卡取现的资金属于借贷资金,监管要求禁止流向投资股市、楼市等,支付宝等平台需要协助银行一起做资金流向的合规管控。”于百程表示。

平衡线上业务创新与风险防控

线上信用卡业务创新需要银行在监管框架下,开展线上业务流程设计。

今年以来,银行信用卡线上业务进一步加码。7月,银保监会、央行发布《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》,鼓励符合条件的银行按照风险可控、稳妥有序原则,通过试点方式探索开展线上信用卡业务等模式创新,丰富信用卡服务功能和产品供给。

农业银行信用卡业务相关负责人表示:“近年来,客户的触点从线下转移到线上,金融服务消费场景

不断拓宽,要求银行转变服务模式,提升线上服务能力。以农业银行为例,信用卡业务通过加快数字化转型,提升精益化管理水平,持续优化线上服务,便利群众:一是简化新客线上填单,缩短申卡到拿卡时长,促进办卡体验提升。二是优化老客户线上服务。老客户线上办卡可即发即享即惠即贷,提供激活、绑卡、领优惠、商城购物一站式服务。三是持续深入推进智慧风控建设,强化线上服务

安全保障。”

目前看,线上信用卡业务开展仍存在一些难点,需要商业银行破解应对。农业银行信用卡业务相关负责人表示:“线上信用卡业务创新需要银行在监管框架下,开展线上业务流程设计,运用远程视频等技术保障客户身份识别及办理意愿确认,并做好相应的风险防范。目前,监管标准、技术规范、试点申报流程等还有待进一步明确,我行将在监管部门指导下,做好相

关的业务和技术准备。”

业务创新需要将风险防控放在重要位置。“线上信用卡业务需要做好风险防控工作,包括要加强客户身份及申请意愿核验,有效防范伪冒欺诈风险;加强金融科技应用的同时,通过流程设计做好技术潜在风险防范;通过CFCA认证等措施,保障客户线上办卡安全。”农业银行信用卡业务相关负责人表示。

于百程认为:“信用卡依然是

未来银行零售金融业务的重点之一。近两年,针对信用卡的发展和监管方出台了一些针对性政策。比如央行发文明确取消信用卡透支利率上限和下限管理,调整银行卡考核指标,鼓励银行开展探索线上信用卡业务试点等创新模式。未来看,通过科技能力的注入,提升信用卡产品体验,提升场景能力和个性化服务能力,实现降本增效,是信用卡持续发展的驱动力。”

中原银行新启航:对公贷款翻番 零售银行业务增长显著

面对超预期突发因素带来的冲击,国内二季度经济承压压力实现正增长,高质量发展态势持续。金融是经济发展的血脉,上半年,金融机构多措并举,为稳经济大盘做出有力支撑。

8月30日,完成吸收合并后的新中原银行发布2022年上半年成绩单。截至6月30日,中原银行总资产人民币12672.99亿元;各项贷款总额(不含应计利息)6570.35亿元,较年初增幅69.3%;存款余额

(不含应计利息)8341.19亿元,较年初增幅86.0%。

上半年,中原银行持续加大支持实体经济力度,截至2022年6月30日,公司贷款为3610.03亿元,占发放贷款及垫款总额(不含应计利息)

54.9%。此外,中原银行持续推进零售业务数字化转型工作,零售业务取得显著增长。尤其在零售存款方面,截至2022年6月30日,中原银行储蓄存款时点余额4448.72亿元,较上年末增加2266.71亿元,增幅达103.9%。

资产规模破万亿 盈利能力持续提升

2022年5月27日,中原银行吸收合并洛阳银行、平顶山银行、焦作中旅银行,一个资产规模超1.2万亿元的新中原银行正式启航。上半年,新中原银行站在新的起点,肩负新的使命,走出了一条稳中有进的发展道路。

报告显示,截至2022年6月30日,中原银行总资产12672.99亿元,较年初增加4990.66亿元,增幅65.0%。各项贷款总额(不含应计

利息)6570.35亿元,较年初增加2688.75亿元,增幅69.3%;存款余额(不含应计利息)8341.19亿元,较年初增加3856.94亿元,增幅86.0%。

中原银行不断推进业务转型,持续加大信贷投放,支持实体经济,严控同业负债比重,资产负债持续优化。报告期内,贷款总额(不含应计利息)占总资产比重为51.8%,较年初提升1.3个百分点。一般存款(不含应计利息)占总负

债比重为71.0%,较年初提升7.5个百分点。同业负债(合同存款)占总负债比重为18.4%,较年初下降6.2个百分点。

多项指标向好下,盈利能力持续提升。报告期内,中原银行实现营业收入104.07亿元,同比增加6.89亿元,增幅7.1%。实现净利润21.39亿元,同比增加0.27亿元,增幅1.3%。非利息净收入占营业收入比重为19.5%,同比上升6.4个百分点。

在规模破万亿、经营效益持续提升的同时,中原银行不断推进风险化解工作,资产质量稳步提升。截至2022年6月30日,不良贷款率1.82%,较年初下降0.36个百分点,拨备覆盖率153.72%,较年初提升0.23个百分点。

在英国《银行家》杂志发布的“2022年全球银行1000强”榜单中,中原银行位列第180位,较去年提升5个位次。

为服务实体经济提供坚实支撑 对公贷款增幅超100%

作为分支机构覆盖全省的省属法人银行,服务地方经济社会发展是中原银行的立身之本。

报告期内,中原银行以重组揭牌为新起点,“扎根中原、深耕中原、依靠中原、服务中原”,为锚定“两个确保”、实施“十大战略”提供优质金融服务和坚实金融支撑。

围绕“十大战略”实施与重大项目建设,中原银行制定三年

3000亿元专项行动计划;积极落实稳住经济大盘工作要求,中原银行出台1000亿元专项授信支持方案;成立“万人助万企”“行长进万企”活动工作专班,切实降低企业融资及经营成本,为企业减费让利3.5亿元;优化政银企合作机制,与多地签署战略合作协议,其中为郑州地区提供5年5000亿元的资金支持;增设普惠金融条线,

设置个人小微信贷中心,推出多款特色信贷产品,打造“五位一体”乡村振兴服务模式,提升新市民服务水平,有力拓宽金融服务覆盖面。

无论是宏观战略,还是微观项目,在服务河南经济社会发展的大局中,中原银行几乎从未缺席。

上半年,中原银行紧跟国家和区域战略,加大对实体经济领域资

产投放力度,进一步落实稳经济大盘政策要求。

截至2022年6月30日,中原银行公司贷款余额3610.03亿元,较上年末增加1873.51亿元,增幅为107.9%。公司客户总量达到37.81万户,公司有效户6.3万户,上半年新开户15816户,新开有效户2305户,存量提升有效户4636户。

支持科创有力量 科创和双碳客群贷款余额增至534.13亿元

在河南省“十大战略”中,摆在第一位的就是“创新驱动、科教兴省和人才强省”战略,这是河南省的一盘大棋。

报告期内,中原银行积极响应号召,抢抓机遇,积极谋划,相继成立总行一级部门科创双碳金融服务中心、郑州中原科技城支行,构建科创双碳金融服务组织体系。

在科创双碳金融服务方面,中原银行建立“科创中原”全生命周期专属产品体系和“原银绿金”绿色金融产品体系。聚焦科创主体生命周期不同阶段,量身定制专属产品,围绕科创人才“创新、创业、消费、财富管理”提供全场景特色金融服务,围绕传统领域绿色低碳改造、基础设施绿色升级等六大绿

色项目重点领域,提供涵盖融资、投资、普惠、产业链和融智五项专属产品服务体系。

截至2022年6月30日,中原银行科创和双碳客群贷款余额534.13亿元,较上年末增加57.5亿元,增幅10.77%。其中专精特新贷72.29亿元,户数452户;绿色信贷新增投放60.52亿元,余额较年初

新增36.6亿元,增幅26.63%。

中原银行大力支持传统产业低碳转型,新兴产业培育壮大,绿色产业乘势发展、未来产业前瞻布局,丰富和完善科创及绿色金融产品体系,积极践行省属法人银行的责任和担当,通过贴心专业的金融服务,助力河南省经济社会高质量发展、可持续发展。

全新推出一网通业务 零售业务增长亮眼

万物互联时代,数字化金融产品和服务方式广泛普及,手机银行逐渐成为各大银行的发力点,与此同时,用户对APP的可用性和易用性提出了更高的要求,如何真正实现“数据多跑路,用户少跑路”,成为行业共识的目标。

今年年初开始,中原银行“一点通”业务品牌全新推出,新中原银行加速探索多元化服务场景,构建“金融+非金融”新业态,一家城商行数字化转型的探索正在进行。

报告期内,中原银行深入贯彻落实“上网下乡”“数智未来”等战略要求,围绕打响线上“一点通”品牌,实现“家家有中原,人人有服务”的战略目标,开展渠道规划建设与用户线上闭环经营。

截至2022年6月30日,中原银行手机银行用户较上年末增加104.47万户,累计1254.5万户,活跃用户336.25万户。

随着中原银行持续推进数字化与业务发展深度融合,零售转型也取得明显成效。

上半年,中原银行坚持以客户为中心,强化获客,创新产品,丰富权益,深化经营,进一步增强零售业务的市场竞争能力。零售存款方面的业绩增长尤为显著。截至2022年6月30日,储蓄存款时点余额4448.72亿元,较上年末增加2266.71亿元,增幅103.9%;储蓄存款日均余额2764.24亿元,较上年末增加671.30亿元,增幅32.1%。资产管理余额6062.51亿元,较上年末增加2844.60亿元,增幅88.4%。

在零售贷款方面,上半年,中原银行持续优化零售贷款产品体系,不断丰富产品营销渠道,贴心做好客户金融服务,推进零售信贷业务稳步增长。加速产品和服务线上化,打造便捷高效、安全可靠的贷款体验;紧跟授信政策,迭代优化产品模型,增强风险识别能力,提升额度精准度;依托金融科技赋能,持续提升数字化风控能力,强化合规经营和风险防控。

在年轻化客群中 挖掘线上潜力

银行机构需强化线上平台及服务能力以探索一体化经营模式。

银行拟与支付宝、微信等互联网平台合作拓展流量背后与当前信用卡业务发展困境不无关系。

从上市银行2022年半年报披露信息看,部分上市银行信用卡发卡量增速放缓,贷款余额有所收缩,且部不良率有所上升。

“随着消费金融业务从高速发展到成熟阶段,近两年开始,信用卡整体的新增发卡量增速下滑,逐渐进入存量时代,信用卡业务从‘重开卡量’到‘重使用率’的阶段。今年上半年,信用卡整体增速下降也延续了这一趋势。”于百程表示,“上半年新冠肺炎疫情的反复,影响了用户还款能力,给信用卡的不良率带来了压力。当然,全国性银行和地方银行在信用卡的发展周期上有些差异,部分基数不大的银行通过一些创新方式,依然带来了不错的新增发卡量和业务表现。”

整体来看,信用卡业务的创新与发展线上渠道密不可分。

例如,交通银行2022年中期报告显示,该行信用卡在册卡量7528.63万张,较上年末增长1.37%,新增101.75万张,线上获客占比55.98%,同比提升3.63个百分点。

下转B6