

提振消费活力 银行抢滩“双11”场景金融

本报记者 王柯瑾 北京报道

10月24日，“双11”购物节预售已经正式拉开帷幕。除各大电商平台外，商业银行也纷纷推出多项活动，加大力度布局相关场景金融，助力消费市场回暖。

线上购物场景渗透扩大

伴随着电商购物体验的不断提升以及直播带货等新型消费方式的涌现，银行对线上购物领域的场景渗透率持续扩大。

今年，越来越多的银行加入“双11”购物预热的大军。

以信用卡业务为例，建行龙卡信用卡10月20日开始了“支付宝11.11瓜分百亿积分活动”。农行信用卡于10月20日开启农行消费券（满200返20）的活动。

众所周知，电商平台和物流公司是网络购物节两大重量级参与者，二者加大了银行消费场景的拓展力度。

例如，光大银行信用卡和京东展开了“钜惠双十一囤货更省钱”活动，可以享受满3000元减300元支付券等多类型优惠。

购物节的到来也意味着电商物流快件即将迎来高峰，中信银行信用卡携手顺丰速运，全新推出中信银行顺丰速运银联联名信用卡。记者从中信银行了解到，本次联名卡的推出，将消费信贷的金融服务可得性与现代新型消费的物流便利性进行创新整合，精准面向具有高频网购消费、寄收快递的用户发行，并通过消费返利、权益补贴的方式，积极推进提振消费、服务新市民的重要目标。

近年来，我国居民的网上消费零售额持续增长。国家统计局10月24日公布的数据显示，前三季度全国网上零售额95884亿元，

促进消费潜力释放

当下信用卡业务已经进入存量竞争阶段，“双11”是一次非常好的营销机会。

当前，我国消费需求总体延续恢复态势。

10月24日，国家统计局发布的数据显示，1月份至9月份，社会消费品零售总额为320305亿元，同比增长0.7%。其中，9月份社会消费品零售总额为37745亿元，同比增长2.5%。从消费增速来看，三季度社会消费品零售总额同比增长3.5%，二季度同比下降4.6%，三季度较二季度加快恢复。

国家统计局国民经济核算司司长赵同录分析称，在稳增长促消费政策支持下，消费需求总体延续恢复态势，对经济发展的基础性作用逐步巩固。前三季度，最终消费支出对经济增长贡献率为41.3%，拉动GDP增长1.2个百分点。其中，三季度最终消费支出对经济增长贡献率为52.4%，拉动GDP增长2.1个百分点。

即将到来的“双11”购物节也被业内认为是激发四季度消费活力的重要力量。

10月25日，阿里巴巴披露的

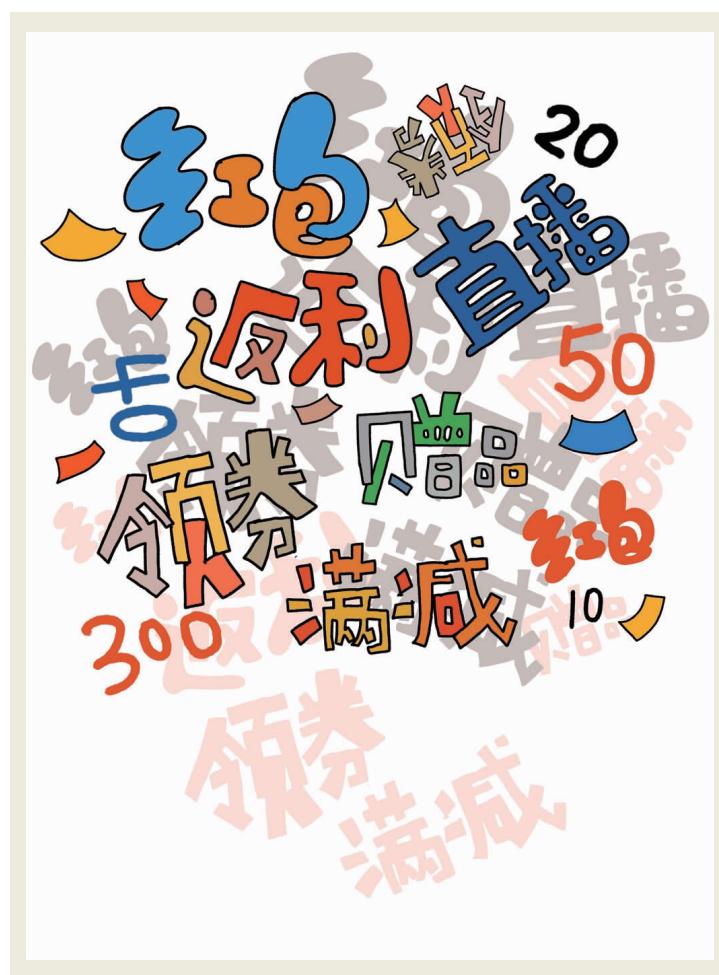
《中国经营报》记者梳理发现，信用卡优惠活动是银行备战购物节的杀手锏。此外还有多家银行力推消费贷、取现分期等产品，参与的银行类型几乎从国有大行到地方城商行全覆盖。

党的二十大报告指出，加快

构建新发展格局，着力推动高质量发展。要着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键作用。

今年以来，围绕扩大内需，促进重点领域消费、新型消费以及

挖掘县乡消费潜力等方面助力政策不断出台。业内人士认为，未来银行将充分发挥金融服务与风险防控优势，线上和线下结合，满足市场多元化、个性化、体验式高质量的金融服务需求，促进国内消费潜力释放。



临近“双11”购物节，银行信用卡通过与电商平台合作推出消费绑卡支付送积分、返刷卡金、优惠券等活动，借以提升信用卡绑卡、消费分期、实现促销等目的，提振消费热情。
视觉中国/图

者提供便利、实惠、体验式的消费支付服务，结合以往银行的一些做法，银行将积极推出多项产

品和活动，阶段性降低消费信贷成本，产品尽可能与更多消费场景结合等。

与消费最相关的当属信用卡业务。“当下，信用卡业务已经进入存量竞争阶段，‘双11’是一次非常好的营销机会，一方面银行通过与电商平台合作，推出消费绑卡支付送积分、返刷卡金、优惠券等活动，借以提升信用卡绑卡、消费分期、实现促销等目的，另一方面通过优惠活动也提振了消费热情。”

银行推出各种金融促销活

行合理消费。

而在“双11”活动预热的加持下，近来消费股也出现强势反弹，美妆、食品饮料、家居家电等“双11”受益板块表现活跃。业内人士指出，四季度消费复苏确定性较高，伴随着股价的调整和高性价比的出现，消费板块的长期投资价值比较明显。

“‘双11’已成为一年一度最大的消费购物主题活动，‘双11’活动的实质是以折扣低价带动销售实现规模效应，此活动无论是购物平台、品牌方以及消费者、物流、支付、技术服务等，参与者数量都是年度峰值级别的。”零壹研究院院长于百程表示，“对于参与机构来说，‘双11’集合了销售、获客、扩散品牌、获取数据和产品验证等多重功能，是一次重要的营销活动。对于银行等金融机构来说，也是如此。”

于百程认为，银行的产品中，

“消费者层面，首先需要关注‘双11’相关的活动或优惠条款存在哪些前提条件，比如是否存在名额限制、需要手动领券（如免息、分期折扣）等；其次，如果涉及到信用支付、分期付款等需要记得还款日期；最后则是树立量人为出、理性消费的观念，对于超出自己消费能力的大额消费品保持谨慎评估的态度。”苏筱芮说道。

于百程认为：“对于消费者来说，一方面要养成健康的消费习惯，理性消费，另一方面要了解银行信用卡等产品，了解免息、分期等区别，特别是息费等情况，在自身实际需求的范畴内享受信用卡优惠活动，不要在不了解的情况下过度使用金融产品，以免给自己信用带来困扰。”

周茂华也提示道：“消费者在享受消费信用贷带来便利的同时，需要积极倡导理性消费，充分考虑自身财务情况，避免非理性过度借贷超前消费。”

周茂华也提示道：“消费者在享受消费信用贷带来便利的同时，需要积极倡导理性消费，充分考虑自身财务情况，避免非理性过度借贷超前消费。”

不过，业内分析人士也提示

消费者应树立正确的消费观，进

提出了更高的要求，银行正紧锣密鼓地开展业务调整。在逾3个月时间里，诸多银行已经在信用卡业务管理、资金流向、分期业务等方面进行了调整和严控。

央行联合发布《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》（即“信用卡新规”）正式落地，并要求“在6个月内按照信用卡新规要求完成业

务流程及系统改造等工作，改造后新增业务应当符合信用卡新规规定”。

《中国经营报》记者在采访中了解到，信用卡新规对相关业务

提出了更高的要求，银行正紧锣密鼓地开展业务调整。在逾3个月时间里，诸多银行已经在信用卡业务管理、资金流向、分期业务等方面进行了调整和严控。

多家银行已经发布了关于调整信用卡分期业务息费名称的公告或将信用卡“分期手续费”调整为“利息”的公告等。

信用卡新规规定，“银行业金融机构应当在分期业务合同（协议）首页和业务办理页面以明显方式展示分期业务可能产生的所有息费项目、年化利率水平和息费

计算方式”“向客户展示分期业务收取的资金使用成本时，应当统一采用利息形式，并明确相应的计息规则，不得采用手续费等形式，法律法规另有规定的除外”。

同时，针对部分银行业金融

机构息费水平披露不清晰，片面宣传低利率、低费率，以手续费名义变相收取利息等问题，信用

卡新规明确要求，银行业金融机构要切实提高信用卡息费管理的规范性和透明度，在合同中严格执行息费说明义务，以明显方式展示最高年化利率水平，并持续采取有效措施，降低客户息费负担，积极促进信用卡息费水平合理下行。

下转 B6

保证金信用卡“重出江湖” 银行下探长尾市场

本报记者 秦玉芳 广州报道

日前有银行发布公告，拟推出冻结保证金办理个人信用卡的“E办卡”业务，即客户将个人保证金存入在该行开立的电子账户，银行基于保证金金额为客户授信办卡。

时隔多年保证金信用卡再度上架，背后是银行信用卡获客向长尾客群下沉的需求驱动。银行信用卡业务人士认为，今年以来，信用卡监管新规相继落地，叠加疫情影响下，

保证金信用卡重现

某银行日前发布一份《保证金冻结办理个人信用卡服务协议》（以下简称《服务协议》）公告，宣布推出保证金冻结办理个人信用卡业务“E办卡”，明确协议将于2022年11月24日起正式启用。

根据服务协议，客户将个人保证金存入其在该行开立的电子账户，授权并同意银行对约定金额的保证金进行止付（即“冻结”），并按照协议服务条款的约定条件，办理个人信用卡。保证金成功冻结后，银行为客户核批信用卡及卡片额度；信用卡批核后，经银行审批通过，客户可通过银行指定渠道申请解除冻结保证金。待批核的信用卡总额度不高于客户提交冻结的保证金金额。

某股份银行信用卡业务人士透露，这种保证金信用卡，实际上就是以客户个人资产作为担保的信用卡业务。“客户先向申请信用卡的银行账户存入一定金额的资金作为保证金被冻结，银行依据保证金金额授信额度，一旦客户发生违约，银行将划扣保证金以弥补损失、控制风险。”

服务协议也明确，完成冻结的保证金有效期从银行信用卡下卡后一直到客户销卡时终止。保证金期限内，保证金的履约范围为甲方在信用卡使用期间内发生的所有债务，包括不限于本金（如透支消费款、透支提现款等）、利息、罚息、复利、手续费、年费、违约金、损害赔偿金和实现债权的所有费用等。

资深信用卡研究专家董峥表

长尾客群下沉经营仍待破局

除保证金信用卡外，此前也有银行推出零额度信用卡，以拓展中高风险的长尾客群信用卡业务。

在存量市场精细化深耕的竞争趋势下，各家银行都在积极进行获客下沉，加快长尾客群市场的业务布局。

工商银行面向县域农户客群推出工银“兴农通”信用卡产品。邮储银行针对县域乡村居民消费升级需求推出“乡村振兴主题信用卡”，截至2022年6月末，该主题信用卡结存卡量已突破15万张。

邮政储蓄银行战略发展部孙爽刊文指出，银行业对高端客户的争夺已进入白热化阶段，存量博弈难度较大，下沉服务重心，挖掘长尾客群的金融服务需求，有望为商业银行带来新的利润增长点。

与大中型银行相比，城商银行、农商银行等地方商业银行近年来在信用卡长尾客群的拓展上持续深入。长沙银行信用卡部总经理罗颖在近日发文中也透露，该行信用卡业务的主阵地在湖南，面向全省的市，尤其是县域地区下沉市场；县域的卡量以及特惠商户占比均接近25%，县域客户和城区相比活跃率略高，县域信用卡均收入与城区接近，表现比较亮眼。

罗颖在文中指出，对于城商行信用卡业务而言，在较为下沉的地仍有一定的市场空间。

上述股份银行信用卡业务人士认为，信用卡业务具有天然的支付

和场景消费功能优势，以此为入口，可以实现个人客户金融服务的嵌入和打通，是商业银行发展消费金融业务的关键。“基于此，各家银行都在积极尝试扩大信用卡客群的覆盖范围，仅仅深耕存量客群是不够的。长远来看，银行需要向原来未纳入银行授信白名单的长尾客群下

银行信用卡业务出现明显调整；在强化存量客户深耕的同时，部分银行已经在积极行动，尝试向长尾客群下沉。

通过担保增信向中高风险客群获客的业务模式能否达到市场预期仍待进一步观察，不过银行信用卡向长尾客群布局的步伐正在明显加快。分析人士指出，风险利率的差异化定价是银行下沉长尾客户、深耕风险客群的关键，仍需要多方面的准备和突破。

信用卡新规落地百日 业务整改在路上

本报记者 张漫游 北京报道

信用卡新规落地逾百日，信用卡业务整改已经在路上。

今年7月，中国银保监会、

严格规范分期业务

7月落地的信用卡新规，在信用卡业务管理、发卡营销、授信风控、资金流向、分期业务、合作机构以及对用户合法权益保护等几个方面提出了更高要求。

银行正以此为依据，紧锣鼓地进行业务调整。其中，从持卡人角度看，调整较为明显的是信用卡分期业务。

多家银行已经发布了关于调整信用卡分期业务息费名称的公告或将信用卡“分期手续费”调整为“利息”的公告等。

信用卡新规规定，“银行业金融机构应当在分期业务合同（协议）首页和业务办理页面以明显方式展示分期业务可能产生的所有息费项目、年化利率水平和息费

计算方式”“向客户展示分期业务收取的资金使用成本时，应当统一采用利息形式，并明确相应的计息规则，不得采用手续费等形式，法律法规另有规定的除外”。

同时，针对部分银行业金融

机构息费水平披露不清晰，片面宣传低利率、低费率，以手续费名义变相收取利息等问题，信用

卡新规明确要求，银行业金融机构要切实提高信用卡息费管理的规范性和透明度，在合同中严格执行息费说明义务，以明显方式展示最高年化利率水平，并持续采取有效措施，降低客户息费负担，积极促进信用卡息费水平合理下行。

“当前，银行对信用卡业务的经营仍然普遍较为粗放。不过，随着市场竞争的加剧和信用卡监管政策的相继落地，银行信用卡业务将加速向精细化经营转变，客群精准细分和风险利率的差异化定价，将是下一步银行信用卡业务破局的方向。”董峥指出。