

信用卡减量提质 银行加码分期谋变

中经记者 秦玉芳 广州报道

随着各家银行对“睡眠卡”持续清理,信用卡“瘦身”求存趋势凸显。截至2025年年末,信用卡和借贷合一卡6.96亿张,已跌破7亿张关口。同时,交易金额、贷款余额

大幅“瘦身”转向

短短三年间减少超1亿张,这意味着银行从追求“流通户数最大化”转向“有效客户质量提升”。

根据上市银行2025年年报,多数银行信用卡业务的发卡量、累计客户量、流通卡量等指标出现不同程度下调,信用卡用户规模整体“瘦身”明显。

央行《2025年支付体系运行总体情况》披露的数据显示,2025年年末,信用卡和借贷合一卡6.96亿张,较2022年第三季度的历史高点8.07亿张减少1.11亿张。

行业人士普遍分析认为,用户规模“瘦身”是各家银行在当前行业发展背景下主动调整的选择。惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超指出,信用卡行业已经从过去圈地式的扩张过渡到存量客户的精耕细作。

在清退睡眠卡的背景下,银行信用卡业务的核心逻辑已发生根本性转变。上海金融与发展实验室主任曾刚分析称,短短三年间减少超1亿张,这意味着银行从追求“流通户数最大化”转向“有效客户质量提升”。

曾刚进一步表示,监管机构对睡眠卡比例的20%硬性约束,驱动银行主动实施客群结构优化,优先保留消费能力强、信用状况良好的

加码分期业务谋破局

分期业务将继续成为银行的盈利主阵地,但面临的核心挑战是如何在规模和风险之间找到平衡。

从业务实践来看,加码分期业务,正在成为各家银行信用卡业务增收的重要抓手。

近来,越来越多银行通过官微或App渠道发布分期优惠公告,尤其地方城商银行更为积极。例如,大连银行宣布,截至4月30日,信用卡持卡人办理账单分期、消费分期、现金分期可享5折利率优惠。渤海银行(09668.HK)官微显示,信用卡持卡人办理消费分期、账单分期业务享受利率7折优惠。郑州银行也推出分期促销优惠组合拳,明确持卡人在4月1日至6月30日期间购物、换车、买车位、留学、装修等分期产品可兑换现金、电子券、月利优惠等,部分产品优惠后折合实际年化利率低于4%。

对于分期业务被推至“C位”的原因,董峥分析认为,既是信用卡增收的需要,也是保持活卡度的重要举措。董峥指出,一方面刷卡手续费带来的收入微乎其微,导致银行

等指标同比也呈现全线下降,不少银行甚至出现两位数跌幅。

在此背景下,分期业务正在成为信用卡盘活存量、增加利息收入的重要抓手。近来,各大银行官微纷纷发布分期促销公告,汽车分期、消费分期、账单分期等分期折扣优惠、满额活跃客户。“这一转变带来的获客策略调整最为显著:银行不再热衷于大规模发卡拉新,而是聚焦年轻客群、车主客群等高质量人群的精准获取。同时,考核体系也由传统的‘发卡量、激活户数’等规模指标,转向‘活跃度、人均贡献价值、分期成功率’等质量指标。”曾刚认为。

资深信用卡行业专家董峥认为,这一变化的背后,既有受到宏观经济等综合因素影响导致大众消费意愿有所减弱的原因,也有“增量发展”阶段过度追求“高品质、高权益、高额度”的“三高”模式,在进入“存量经营”阶段后与市场环境发生结构性碰撞而被大量削减,从而导致信用卡对年轻客群这一消费主力的吸引力急剧下降的因素在起作用。

用户规模缩减的同时,作为信用卡营收主要来源之一,信用卡贷款余额也呈现下降趋势。上市银行年报显示,截至2025年年末,15家信用卡头部银行的信用卡贷款余额中仅有2家实现同比正增长,其中浦发银行同比增幅5.16%;其余13家上市银行信用卡贷款余额同比均下降,其中5家银行出现同

不得将业务重心大幅向分期业务倾斜;另一方面,更重要的是,银行通过积极拓展分期业务,以提高客户的黏性。

在易观千帆金融行业咨询专家王细梅看来,这既是银行应对发卡量下滑、挖掘新增长点的关键抓手,也成为弥补信用卡业务收入下滑的重要工具。她表示,分期业务通过提升利息收入占比,可以实现短期“止血”与长期生态变现转型。但同时也面临风险管控与同质化竞争的挑战,需平衡规模扩张与资产质量,并探索差异化创新。

徐雯超也表示,信用卡分期业务的期限更明确,收入确定性更高,是银行信用卡收入的重要抓手。“在当前发卡量和交易额‘双降’的背景下,分期业务适合嵌入消费场景,更贴合银行对信用卡业务深耕细作的发展方向。”

在曾刚看来,分期业务之所以在当前时点集体升至战略核心位

立减等促销举措持续加码。

业内人士分析认为,信用卡行业的分化已进入系统性裂变阶段,头部银行加速“瘦身”转型深耕存量以求生存发展,这种“以量取胜”向“以质求生”的转变,要求银行建立更加精细化的客户分层体

2025年部分上市银行信用卡数据一览			
(单位:百万元)			
银行名称	信用卡贷款余额	信用卡消费额	信用卡不良率(%)
工商银行	697535	1830000	4.61%
农业银行	850087	2000000	1.88%
中国银行	486005	1103677	2.18%
建设银行	1010000	2560000	2.36%
交通银行	531348	2183782	2.68%
邮储银行	209427	923598	1.45%
招商银行	938991	4082047	1.74%
平安银行	405442	2012435	2.24%
中信银行	462117	2180000	2.62%
光大银行	368626	1483475	未披露
兴业银行	330885	1736862	3.34%
民生银行	432460	未披露	3.87%
华夏银行	151086	710326	未披露
浙商银行	33678	未披露	未披露
浦发银行	389327	未披露	1.92%

比两位数降幅。

对于贷款余额的收缩,徐雯超认为,居民消费信心偏弱、预防性储蓄倾向偏强仍是当前信用卡贷款余额整体收缩的主要原因。在现阶段,市场上利率更低、用途更灵活的消费贷、经营贷产品在监管支持下持续扩张,对信用卡形成一定替代。“后续信用卡行业整合将持续加剧,对银行存量客户的精细化运作提出更高的要求。”

曾刚进一步分析指出,2025年信用卡贷款余额的“全面缩表”既是银行主动风险管理的结果,也是消费金融格局深刻调整的映照。

置,根本原因在于其高毛利率特征与存量时代的盈利需求相契合。在利息收入占比持续走高的背景下,分期业务已成为信用卡的主要利润来源。

曾刚指出,与传统透支业务不同,分期业务具有更高的风险定价空间和客户黏性,银行通过定向营销、精准推荐等方式,有效提升了分期渗透率。从发展阶段看,分期业务既是银行对收入下滑的短期止血之举,也是长期盈利模式转型的重要方向。“随着财政部在2026年1月宣布将分期账单纳入贴息支持,这进一步强化了分期业务的战略地位。”

对于当前信用卡分期业务布局的重点,曾刚认为主要聚焦在三个方面:一是精细化风控策略。部分银行已调整长期分期规则,停办36期以上的超长期业务,这反映出风险管理从“规模优先”向“质量优先”的转向。二是运营效率优化。

1.32个百分点。

中国银行副行长武剑表示,在境内业务方面,该行公司类贷款整体不良率已连续7年保持下降趋势,重点行业资产质量持续向好,业务结构进一步优化。未来将加强房地产、地方债务、重点行业结构性矛盾的风险管理。同时,守牢资产质量底线,化解重点领域风险隐患,坚持新发生不良和清收处置的双向精细化管控策略,从“进口、出口”两个方面协同管控好资产质量。

在股份制银行中,房地产贷款

“在房地产行业提质增效过程中,银行的信贷投放也会不断面临新机遇,其中包括城市更新、新型城镇化、保障房建设、房产租赁等方面。”该人士表示,其中不少项目也是属于房地产行业领域的。

4月8日,《北京市国民经济和社会发展的第十五个五年规划纲要》全文公开。其中提到,“十五五”时期,大力实施城市更新,将城市更新作为城市建设发展的重点方向和重要动力,突出城市更新整体性、系统

系和差异化的运营策略,最终实现从“跑马圈地”到“精耕存量”的战略升级。在此背景下,不少银行开始加码分期业务布局,不仅因其增收和长期盈利模式转型的需要,也是源于其在差异化定价和客户黏性提升等方面的独特优势。

2025年部分上市银行信用卡数据一览			
(单位:百万元)			
银行名称	信用卡贷款余额	信用卡消费额	信用卡不良率(%)
工商银行	697535	1830000	4.61%
农业银行	850087	2000000	1.88%
中国银行	486005	1103677	2.18%
建设银行	1010000	2560000	2.36%
交通银行	531348	2183782	2.68%
邮储银行	209427	923598	1.45%
招商银行	938991	4082047	1.74%
平安银行	405442	2012435	2.24%
中信银行	462117	2180000	2.62%
光大银行	368626	1483475	未披露
兴业银行	330885	1736862	3.34%
民生银行	432460	未披露	3.87%
华夏银行	151086	710326	未披露
浙商银行	33678	未披露	未披露
浦发银行	389327	未披露	1.92%

一方面,在不良率上升压力下,银行采取战略性的风险出清举措,停发高风险产品、加速清理低质客户,这是理性的风险管理选择。

另一方面,银行自营消费贷产品的功能覆盖已基本等同于信用卡,且利率定价更优,这使得消费者更倾向于选择消费贷而非信用卡透支。未来,信用卡贷款余额继续收缩的态势难以逆转,但这不代表信用卡业务的衰落,而是进入了“以量换质”的新阶段,其重点将逐步转向高价值客户的深度运营、分期业务的创新发展以及与消费场景的更紧密结合。

伴随60家以上信用卡分中心的关停,分期业务已实现从线下驱动向线上驱动的转变。三是客户结构升级。存量续贷客户成为发展基石,银行通过精准分层、个性化定价等方式提升中高端客户的分期参与度。

从趋势来看,曾刚判断,未来分期业务将继续成为银行的盈利主阵地,但面临的核心挑战是如何在规模和风险之间找到平衡,避免过度依赖分期导致的潜在不良风险。曾刚认为,过度负债风险的隐性积累、分期费率持续走低带来的利润空间压缩,以及消费信贷需求疲软背景下的获客难度加大等,都将是银行在分期业务拓展过程中面临的主要挑战。银行应通过与消费场景的深度融合、分期产品的创新迭代以及精细化定价体系的建立,实现分期业务从粗放增长向精益运营的转变,同时防范过度杠杆下的潜在系统性风险。

的信贷投放情况和不良率表现也均有差异。在招商银行(600036.SH)、中信银行(601998.SH)、兴业银行(601166.SH)、民生银行(600016.SH)4家银行中,招商银行、兴业银行和民生银行的信贷规模下降,仅中信银行信贷规模有所上升。4家银行的房地产行业贷款的不良率分别为4.78%、2.67%、1.93%和3.61%。其中,招商银行和民生银行的不良率有小幅下降,中信银行和兴业银行的不良率有所上升。

性,完善以需求为导向,以项目为牵引的分类实施机制,城市更新年度投资到2030年达到3000亿元以上。

上述国有大行人士进一步介绍,根据各地已发布的城市更新计划,在北京、重庆等地,盘活老旧厂房、低效楼宇成为更新重点,通过功能重塑与产业导入,推动城市发展模式从“摊大饼”转向“挖潜力”。广州、杭州等城市则划定重点更新片区,通过整合零散空间资源实现片区功能协同升级。

理财公司2025年成绩单: 合资机构产品规模暴增

中经记者 张漫游 北京报道

随着上市银行2025年年报陆续发布,其旗下理财公司的业绩表现也浮出水面。

根据企业预警通数据,32家理财公司中,有30家披露了2025年理财产品规模,除2025年1月刚成立的浙银理财外,其余有28家理财公司规模稳步提

规模增长

根据《中国银行理财市场年度报告(2025年)》,截至2025年年末,银行理财市场存续规模33.29万亿元,较年初增长11.15%。其中,理财公司存续规模30.71万亿元,较年初增长16.72%,占全市场的比例达到92.25%。

从具体公司表现看,根据企业预警通数据,2025年,法巴农银理财的产品规模从2024年的295.6亿元扩大至892.83亿元,增幅逾200%;汇华理财2025年理财产品规模增幅达106%;贝莱德建信理财的产品规模增幅超60%;高盛工银理财产品规模增速达45%。

合资理财公司规模爆发式增长背后的核心因素是什么?从公司经营的角度看,法巴农银理财方面对《中国经营报》记者表示,法巴农银理财作为中国第5家中外合资理财公司,在成立两年间实现了业务的健康、快速发展,这主要得益于多方面因素共同作用,其中之一是股东协同优势的持续释放。“我们充分依托并融合了双方股东——法巴资管在全球资产管理的专业经验与前瞻视野,以及农业银行(601288.SH)、农银理财在客户基础、渠道网络与本土市场的深厚根基。特别是以农业银行为主的强大渠道支持,为公司触达更广泛的客户群体、深入理解中国投资者需求提供了坚实基础。”

与法巴农银理财不同,作为行业内最早成立的中外合资理财公司,汇华理财方面坦言,2025年,净资金流入中,超一半来自于行外第三方渠道,第三方渠道依赖分期导致的潜在不良风险。曾刚认为,过度负债风险的隐性积累、分期费率持续走低带来的利润空间压缩,以及消费信贷需求疲软背景下的获客难度加大等,都将是银行在分期业务拓展过程中面临的主要挑战。银行应通过与消费场景的深度融合、分期产品的创新迭代以及精细化定价体系的建立,实现分期业务从粗放增长向精益运营的转变,同时防范过度杠杆下的潜在系统性风险。

普益标准研究员刘思佳认为,合资理财公司依托国内母行渠道的销售网络,能够触达大量零售客户,并在此基础上拓展他行代销,如法巴农银理财与南京银行建立合作、汇华理财与交通

盈利分化

值得一提的是,在理财产品规模普遍上升的背景下,理财公司盈利水平逐渐分化。

其中,农银理财2025年净利润同比增长91.92%至37.54亿元;紧随其后的是浦银理财,净利润同比增长超40%;华夏理财净利润增速也接近40%,跻身增速前三。此外,中银理财、光大理财、渝农商理财的净利润增速均超过20%。

同时,部分理财公司盈利水平有所下滑。截至目前,有16家理财公司披露净利润表现,7家理财公司披露营业收入。除2025年1月刚成立的浙银理财外,有4家理财公司2025年净利润同比下滑;2家理财公司营业收入同比下降。

薛慧如告诉记者,2025年多数理财公司营收和净利润增速低于规模增速,这主要由资产端和负债端两方面的原因共同造成。从资产端来看,作为理财产品底层主要配置的债券市场收益率持续走低,导致产品收益率

升。其中,中外合资理财公司的上涨幅度尤为明显,如法巴农银理财的产品规模增幅逾200%,汇华理财产品规模翻倍。

值得注意的是,在理财产品规模普涨的背景下,部分理财公司“增量不增利”。在已披露净利润的16家公司中,有4家不升反降;披露营收的7家公司中,2家同比缩水。

银行、兴业银行等建立合作。同时,凭借外资股东在资产配置、风险管控等方面优势,合资理财公司的差异化创新产品为其规模增长提供了内生动力,多家合资理财公司打造了全球配置、养老理财等特色产品。

刘思佳向记者补充道,当前银行理财在存款利率走低背景下,性价比优势相对明显,在“存款搬家”(即居民储蓄向理财、基金等资管产品迁移)趋势下,银行理财市场整体规模提升,其中合资理财公司成立时间较晚,且整体规模较其他非合资理财公司更低,因此在低基数效应下,规模增速显著高于行业平均水平。

从理财市场大环境看,惠誉评级亚太区金融机构评级董事薛慧如向记者分析称,除了低基数效应以外,合资理财公司规模显著增长的驱动因素主要来自两方面:一方面,未持牌中小银行逐步压降自营理财;另一方面,低利率环境下,部分存款向财富管理产品转移。

“合资理财公司产品线持续丰富以及QDII渠道建设等差异化策略布局,形成了明显的规模增长。”东方金诚金融业务部门总监李倩指出并提示道,理财公司高增速的可持续性可能有限,随着规模基数抬升和竞争加剧,增速将逐步回落至常态化水平。

国信证券经济研究所金融业首席分析师王剑也指出,此前一度显著的“存款搬家”现象已呈现边际放缓态势。以银行理财市场为例,开年以来产品规模出现缩量调整,这一变化的直接诱因在于负债端多资产策略产品的净值回撤,导致投资者风险偏好收敛,资金重新向存款等低风险资产回流,市场正在经历新一轮风险偏好的再平衡。

“作为一家从零起步的合资理财公司,与其他由原来银行理财整体转型、自带很大存量规模的同业机构不同,公司在业务发展的初期,较低的基数客观上会呈现较高的增长率,这属于新设机构在规模化进程中的正常阶段性表现。随着公司管理规模稳步迈上新台阶,未来的增速也将逐步趋于行业常态。”法巴农银理财方面说。

的下滑和业绩比较基准的密集下调。从负债端来看,激烈的市场竞争导致理财公司管理费率和服务费率持续下行。

刘思佳亦指出,2025年债市波动幅度整体较2024年有所加剧,部分理财公司为应对市场变化主动调整配置策略导致了收入减少。比如,某理财公司在2025年年报中提到,为加强债市波动下的市场风险管理,该公司优化债券类资产持仓布局,但受固收板块占比处于高位的结构性因素制约,其理财业务手续费收入出现一定程度收缩,出现了环比下降。同时,银行理财在2025年经历多轮“降费潮”,多家理财公司通过减费让利提升产品在低利率市场环境下的投资吸引力,手续费收入减少直接压缩了其营收空间。

李倩认为,行业竞争加剧下费率持续下行,叠加固收类产品为主导的产品格局下收益率的整体下移,导致规模扩张难以有效转化为利润增长。