信用卡激战“双11”：分期战场转向大额账单

中经记者 张漫游 北京报道

今年“双11”，信用卡行业的促销逻辑正在发生变化。

《中国经营报》记者采访了解到，多家银行将分期优惠的覆盖范围从3C数码之类的特定商品场景扩展到大额账单分期之类的购后场景，资源投放也从单一电商场景向出行、航旅、本地生活等多元领域拓展。

这一变化的背后是贴息政策的持续扩围。在贴息政策加持下，这轮大促既是促消费政策的落地窗口，也为银行提供了一轮真实场景下的客户行为样本。但活动声量之外，实际经营效果仍须时间检验，存量经营能力的构建也非一场大促所能完成。

大额分期成为争夺焦点

各家银行借由信用卡贴息政策，目标指向的是做大银行生息资产。

今年“双11”，银行信用卡的营销重心明显向大额分期倾斜。

例如，在国有大行中，中国银行（601988.SH）在京东推出12期及以上分期订单满8000元立减150元、分期满10000元立减200元；邮储银行（601658.SH）在淘宝、天猫购买指定商品，分期满5000元减160元活动。在股份制银行中，中信银行（601998.SH）信用卡在支付宝、淘宝天猫、京东平台开展分期满立减优惠活动，支付宝分期享随机最高立减200元，淘宝天猫分期满额可享立减最高160元；广发信用卡推出总账分期享财政贴息优惠，年贴息比例达1%，分期达标还有机会领取高至1888元签账额。

这一变化的政策背景是贴息范围的持续扩围。今年1月，信用卡账单分期业务被纳入个人消费贷款财政贴息支持范围；8月，贴息进一步扩展至汽车分期、装修分期等专项分期，单个借款人在一家经办机构的年度累计贴息上限由3000元提高至5000元。

“从阶段性客户参与情况来看，大额分期类权益的吸引力明显更强，千元以上档位的分期立减名额消耗速度更快，反映出贴息政策与满减权益叠加后，客户办理大额分期的意愿被有效激活。”某银行信用卡中心相关人士告诉记者。

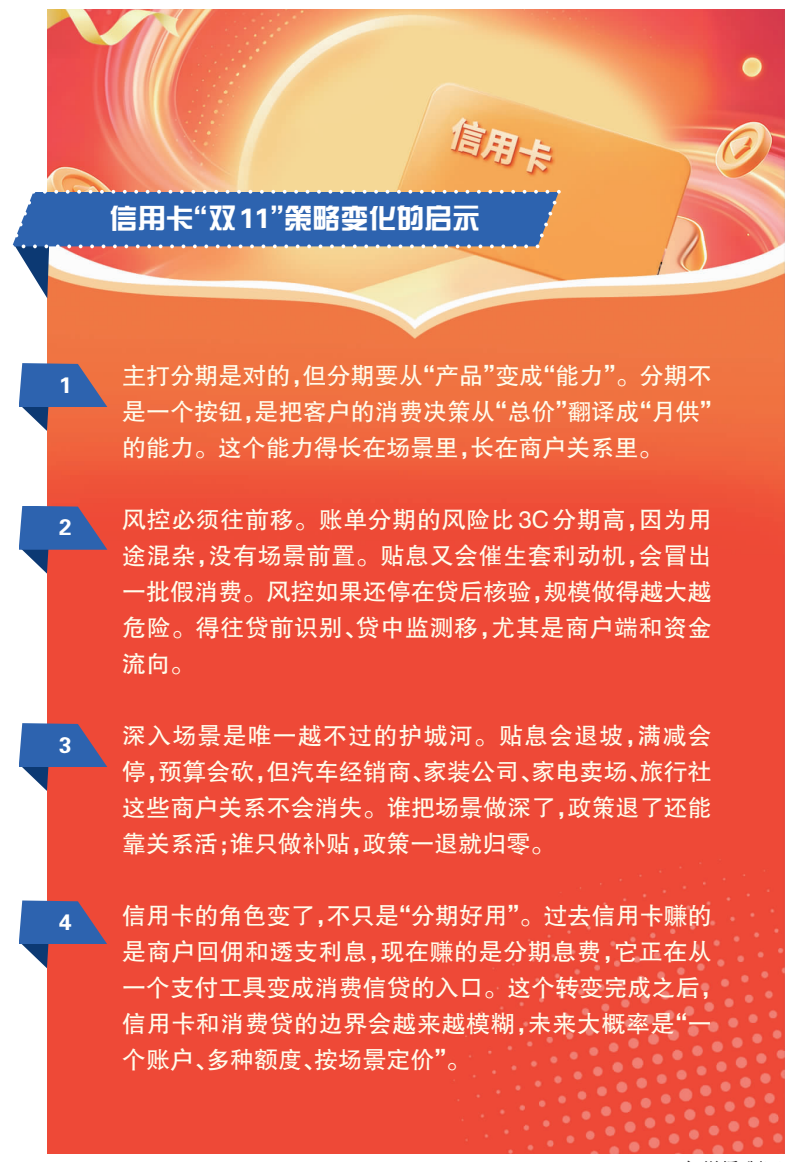
天府立言金融与发展研究院特聘高级研究员王润石亦赞同上述观点。他补充道，信用卡已经进入存量阶段，必须从“支付通道”转向“生息资产”。发卡量不涨了，交易额也难有大增长，唯一能做的是把存量客户的单笔金额做大、把支付转成分期。同期，商旅这类高端权益在集体瘦身，省下来的预算转到了分期贴息上——这是成本结构和收益锚点的重构，不只是营销动作。

信用卡行业专家葛亮也认为，各家银行借由信用卡贴息政策，目标指向的是做大银行生息资产。他向记者表示，银行信用卡业务已进入存量精耕细作时代，营销策略从传统获客转向客户价值经营。在场景方面，一是通过贴息政策支持客户传统的账单分期业务，稳住信用卡循环资产基本盘；二是贴息资源大量投放在低频大额消费场景，如汽车消费、跨境消费、家装等。

王润石指出，大额消费的场景天然适配分期。3C、家电家居、汽车、装修、旅游，客单价高、决策周期长、对月供敏感，这几类场景是分期最舒服的土壤。

从行业层面来看，上述银行信用卡中心相关人士指出，过去分期优惠主要绑定3C数码及其他特定商品场景，今年在贴息政策支持下，优惠覆盖面扩展到大额账单分期之类的购后场景，银行的资源投放也从单一电商场景，向出行、航旅、本地生活等多元消费领域拓展，分期正成为大促期间承接居民大额消费需求的重要工具。与此同时，贴息红利与银行内权益叠加的“组合拳”模式，也是各大银行今年“双11”促消费的一大特点。

“低频大额消费场景的贴息政策效果显现：一是传统账单分期业务，贴息政策未有明显的提升效果，因为培养客户账单分期习惯仅靠1%左右贴息很难，但对留住存量客户降低流失率有显著；二是低频大额消费场景转化提升明显，往年这类场景，消费者大多全款，分期渗透率普遍偏低，今年‘国家贴息+银行免息/分期满减’多范围展示，促使客户决策阻力下降。”葛亮说。



郭婵媛/制图

“大额分期是零售资产里少有的还在增长的品种。个人住房贷款在缩，消费贷在整改，信用卡分期是少数还有空间的资产。”王润石说。

从行业整体观察，上述银行信用卡中心相关人士认为，这轮大促呈现出两个值得关注的变化：其一，客户的分期决策更加“算得清账”，贴息降低了实际资金成本，免息、满减、积分抵扣等多种权益可叠加比较，客户对综合资金成本更加敏感，这促使银行把权益设计得更透明、更直接；其二，政策红利与市场让利形成组合效应，对提振居民大宗、耐用品分期消费意愿起到了正向拉动作用，有利于释放合理信贷需求，助力促消费政策落地见效。

信用卡角色生变

信用卡和消费贷的边界会越来越模糊，未来大概率是“一个账户、多种额度、按场景定价”。

“贴息政策加持下的大促活动，为银行提供了一轮大规模、真实场景下的客户行为样本。”上述银行信用卡中心相关人士向记者分析称，特别是在持卡人付息场景中，客户对贴息的响应程度能够帮助银行更准确地识别客户的真实分期需求和价格敏感度，为后续分层定价和权益配置提供参考。同时，贴息政策对于消费的真实性、资金用途可识别性均有要求，套现、退款、逾期等不予贴息，这也是判断客户质量的重要维度，可以与银行风控体系形成良性互动。

记者从中信银行信用卡方面了解到，从目前“双11”活动数据来看，客户的中长周期分期占比及笔均分期金额均呈上升趋势。围绕政策开展的“财政贴息+商户优惠+银行服务”三方联动链路，后续可延伸到更多元的消费场景中，服务更广泛的消费需求。

在王润石看来，对信用卡业务而言，今年“双11”本质上是一次压力测试，测出来三条长期结论：第一，主打分期是对的，但分期要从“产品”变成“能力”。分期不是一个按钮，是把客户的消费决策从“总价”翻译成“月供”的能力。这个能力得长在场景里，长在商户关系里。第二，风控必须往前移。账单分期的风险比3C分期高，因为用途混杂、没有场景前置。贴息又会催生套利动机，会冒出一批假消费。风控如果还停在贷后核验，规模做得越大越危险，得往贷前识别、贷中监测移，尤其是商户端和资金流向。第三，深入场景是唯一越不过的“护城河”。贴息会退坡，满减会停，预算会砍，但汽车经销商、家装公司、家电卖场、旅行社这些商户关系不会消失。谁把场景做深了，政策退了还能靠关系活；谁只做补贴，政策一退就归零。

不过，信用卡行业专家董峥也提示称，大促期间的活动声量与实际效果之间，仍有不小的距离。他向记者表示，现在银行做活动往往是“盲猜”，银行往往并不掌握用户的消费轨迹，也缺少精力去研究“用户到底会在什么场景里用卡”。

董峥认为，问题的核心在于没有厘清“因为消费而用卡”还是“因为用卡而消费”。“稍微理性一点的消费者，还是以消费来决定用哪张卡，卡是为消费服务的。没有人会因为某个卡有优惠就去创造一笔消费，关键是让用户平时就能想到你、用到你。如果平时都想不起你，大促那天也不会想起你。”

董峥指出，信用卡应融入用户的消费轨迹，而不是等用户来找。“比如做留学生卡，银行老是盯着学生在境外消费的百分之一返现，但真正该盯的是爹妈——换汇有没有优惠、汇款收不收费、存款有没有权益。把爹妈服务好了，孩子在外面自然就用这张卡。”

“今年‘双11’最大的启示，是信用卡的角色变了，不只是‘分期好用’。过去信用卡赚的是商户回佣和透支利息，现在赚的是分期息费，它正在从一个支付工具变成消费信贷的入口。这个转变完成之后，信用卡和消费贷的边界会越来越模糊，未来大概率是‘一个账户、多种额度、按场景定价’。”王润石说。

一线调研

破解“科创幼苗”融资难 国有大行构建创新授信模式

中经记者 杨井鑫 北京报道

一家刚刚起步的企业，没有资产、没有收入，很难想象银行会上门给予一笔300万元的贷款，而这却是发生在南京生物医药谷真实的一幕。

在传统银行授信模式中，抵押资产、历史业绩、财务数据都是备受看重的关键指标。然而，大多数科技企业在起步时属于轻资产企业，缺乏过往业绩，更不用说财务数据了，这成为银行破解科创企业融资难的一道难关。

对此，中国银行（601988.SH）江苏省分行跳出传统授信思维，根据科技企业在创业初期的实际情况，为企业量身打造了一套专属授信方案，而这也成为金融服务科创起步阶段的一个样本。

一笔300万元贷款

2025年年初，凯乐生物有限公司（以下简称“凯乐生物”）入驻南京生物医药谷仅一周时间，就拿到了中国银行一笔300万元的贷款，这在该企业总经理高建刚看来是一笔“救命钱”。

“企业到医药产业园的时间很短，装修、设备、人员都需要资金，确实面临资金紧张的问题。中国银行上门服务给了300万元的贷款，解了企业的燃眉之急。”高建刚表示。

按照他的说法，当时企业没有资产、没有销售业绩，甚至团队也不齐，能在银行拿到这样一笔资金是他当时根本没有预料到的。

高建刚表示，在300万元银行贷款的加持下，企业在2025年迅速搭建了团队，部分产品在2025年5月就陆续上市，实现了800多万元的营收。2026年，贷款到期后再次续贷，企业的订单大幅增加，营业收入预计能够突破1500万元。

资料显示，凯乐生物是南京生物医药谷转移转化中心签约入驻的科技型中小企业，专注流式细胞分析仪自主研发、生产与销售，瞄准生命科学仪器国产替代赛道，核心技术源自高校获奖科研成果，具备流式设备整机全链条自研能力。

谈及当时创业经历，高建刚感受颇深。“在落脚南京之前，我已经在无锡做了三五年的研发，投资这个项目的时间很长，资金也花费了两三千万元。前期的投资都是团队个人自筹资金，将技术开发、实验和优化都做完了。”

“从无锡转战南京主要是实现技术转化，通过建工厂、购置设备，将技术转变为产品，再将产品量产。”高建刚表示，企业在这段起步的关键阶段需要的资金量不小。

据他介绍，流式细胞仪属于高端医疗器械，研发投入高，设备试制、注册取证周期漫长，企业的大量资金都投向研发设备采购、样机迭代、人才引进、临床注册申报等方面。

“到南京落脚是从零做起，当时连张像样的桌子都没有。没有银行的贷款支持，企业的起步会更艰难。短短一年时间，企业又陆续投入了2000多万元。如今，企业订单翻倍增长，新产品在市场上也有了不错的反响。”高建刚表示。

中国银行江苏省分行普惠金融事业部总经理岑朝武表示，凯乐生物在南京生物医药谷产业园落地之后，扩充了研发团队，建起了本地化生产调试基地，扩大了企业产品交付能力。但是，产业化推进过程中，前期持续高额研发消耗让企业面临较大的流动资金缺口。中国银行为企业提供了足额资金支撑设备采购、原材料备货、市场拓展等经营活动，保障技术成果顺利从实验室走向市场实现产业化落地。

从“看过去”到“看未来”

为什么中国银行会给一家看起来“一无所有”的企业授信300万元？其中的风控逻辑又是怎样的？

据了解，2025年4月1日，中国银行江苏省分行普惠金融事业部与南京高新技术开发区支行组建联合走访团队，与企业面对面沟通了企业经营现状、技术研发进展、产业化规划以及资金诉求，正式开启了银企合作对接。

岑朝武表示，在项目授信落地阶段，分行遇到了多重现实阻碍，集中体现在生物医药企业初创期的融资痛点。

“企业主体经营时间短，财务指标达不到传统授信准入门槛。当时，凯乐生物南京公司刚刚设立，没有稳定营业收入，单纯依靠企业自身经营数据，难以获得银行授信支持。同时，企业属于轻资产科创模式，缺少传统抵押物。企业的核心价值体现在专利技术、研发团队、样机产品，没有土地、厂房等不动产。此外，行业属性也带来了风险识别的挑战。高端医疗器械行业研发、注册周期长，技术转化存在不确定性，传统风控手段难以评估风险。”岑朝武指出。

他表示，针对凯乐生物的实际困境，中国银行江苏省分行跳出传统信贷思维框架，从政策利用、评价模型、风险分担三个维度进行了服务创新，为企业量身打造专属授信方案。“没有抵押资产，就看团队实力；没有历史业绩，就看未来发展潜力；没有财务数据，就看技术价值。”

中国银行南京江北新区分行副行长宦仕宪表示，银行创新构建了多为授信评估模型，实现从“看财务报表”向“看技术潜力”的转变。打破了授信对历史财务数据的过度依赖，建立“技术价值+园区鉴评+订单潜力”三位一体的科创评价体系，将企业专利数量质量、核心研发团队背景、样机技术参数、意向订单储备、高校产学研转化背景纳入授信决策核心要素，不再片面苛求短期营收利润，综合评判企业技术实力与成长空间。

“科技型小微企业最大的优势就是科技创新。银行在科技价值评估方面会借助‘外脑’，邀请科研院所或者一些第三方私募机构做技术创新价值评估。”宦仕宪表示。

实际上，像凯乐生物一样遭遇初创期融资难的企业并不少。宦仕宪表示，南京生物医药谷产业园属于南京江北新区重点打造的战略性新兴产业，集聚了上千家生命健康企业。大量医疗器械、创新药初创企业在此孵化成长，是培育新质生产力的重要阵地。该类企业普遍具有技术壁垒高、发展潜力大的特征，但是行业研发周期长、回报慢，尤其是初创阶段普遍存在轻资产、抵押不足，财务报表尚未体现盈利的共性问题，传统信贷模式难以适配企业的发展实际，凯乐生物的成功授信也为银行服务生物医药初创科技企业积累了宝贵经验。

“服务科创企业，要转变传统风控思维，重技术、重潜力，看见报表背后的科创价值。”宦仕宪认为，金融服务科创要“投早投小”。很多科创企业最艰难的就是初创起步阶段，也是最需要金融“雪中送炭”的阶段。银行要把金融资源前置到成果转化早期，陪伴“科创幼苗”共同成长。