

受宏观经济和金融监管趋严的影响，银行业利润增幅趋缓、息差收窄，向零售业务转型，打造轻型银行和价值银行，成为众多银行的战略选择，“得零售者得天下”获得业界共识。

其中，信用卡业务成为银行零售转型的重要突破口。近日，由银行业协会发布的《中国银行卡产业发展蓝皮书（2019）》（以下简称“蓝皮书”）数据显示，2018年信用卡的交易金额达到了38.2万亿元，其增速24.9%是5年来的最高水平。

业内人士认为，随着我国经济进入高质量发展阶段以及消费升级推进，信用卡业务仍存在巨大的市场空间，银行应充分挖掘市场需求，借助金融科技，为客户提供更好的体验。

### 信用卡发卡量和交易金额猛增

在消费升级大浪潮驱动下，消费金融正在成为助力美好生活需要的重要利器，信用卡业务也在这样的背景下进入快速繁荣时期。

2018年，商业银行信用卡扩张进一步提速，交易额、活卡率以及人均持卡量等方面的增速均处于5年来的最高水平。蓝皮书数据显示，2018年国内银行卡的发卡量为78.3亿张，较上一年增长11.4%。但是信用卡发卡量9.7亿张，同比增速为22.8%。信用卡活卡率达到了73.2%，人均持卡量0.7张，两项指标均处于历史高位。

银行卡专业委员会主任、光大银行副行长武健表示，2018年，银行卡产业继续平稳向好，整体风险平稳可控，累计发卡和交易规模持续增长；受理环境不断优化，境外受理国家和地区持续增加；支付更加活跃便捷，对消费的支持和拉动作用日益主动、全面。

这一趋势在上市银行年报中也有所体现。数据显示，招商银行2018年的信用卡交易额同比增长27.74%，平安银行则大幅增长76.1%。截至2018年年底，招商银行信用卡流通卡数8430.44万张，同比增长34.98%，流通户数5802.93万户，同比增长23.61%；浦发银行累计发卡5650.54万张，同比增长37.26%，流通卡数3750.36万张，同比增长39.5%；平安银行同期流通卡量达5152万张，同比增长34.4%。

值得关注的是，当前，我国人均持有信用卡数量与发达国家相比仍然较低。有数据显示，2007年美国人均持信用卡4张，超过14%的人持卡10张以上，金融危机过后，美国人均持卡数字持续下降，截至2016年年底，美国人均持有信用卡仍高达2.9张。而与我国消费习惯比较接近的日本、韩国，信用卡人均持有量也都超过两张。有专家预计，随着百行征信等机构的出现，我国信用卡发卡规模和人均持有量仍有较大增长空间。

## 消费金融市场潜力巨大

大量增加的信用卡发卡量，带来了透支和信用卡贷款的增长。蓝皮书数据显示，截至2018年年末，信用卡未偿余额6.85万亿元，同比增长23.2%。

年报数据显示，截至2018年年底，招商银行信用卡贷款余额5755元，同比增加约841元，增幅为17%；平安银行此类贷款余额4732.95亿元，同比大幅增长55.9%。中信银行、浦发银行2018年的信用卡交易额也分别达到2.08万亿元、1.8万亿元，贷款余额4420.46亿元、4333.29亿元，同比增长32.63%、3.65%。

《金融时报》记者注意到，各家银行积极发掘信用卡盈利空间，除了常规的信用卡贷款业务，还推出了各种分期产品和延期还款产品，解决用户的短期资金周转问题。这些产品一方面巩固了银行信用卡的竞争力；另一方面也成为信用卡的重要增收手段。根据银联公布的数据，2018年银联数据客户的信用卡分期收入占比36.7%，超越占比30%的利息收入，成为信用卡业务的第一大收入来源。

平安银行董事长谢永林曾公开表示，该行零售金融的“尖兵”是信用卡、消费金融和汽车金融三大业务。他认为，零售金融核心业务增长，包括信用卡的贷款余额增长、新E代余额增长等，尤其是信用卡。

分析人士认为，随着征信体系的完善和消费需求的持续增长，我国消费金融将迎来发展机遇期，而银行信用卡及消费金融公司等金融持牌机构无疑将成为消费金融的主力。

银行卡委员会专职副主任金淑英表示，我国消费金融市场释放出巨大的发展潜力，市场规范度不断提升、金融科技蓬勃发展、支付市场加大开放，为银行卡产业发展提供了再续黄金10年的重要机遇期。未来，一是要强化合规意识，坚守合规经营底线，加强行业自律；二是要坚持风险管理文化理念，构建智能化风控体系，严控业务经营风险；三是要聚焦普惠，服务民生，支持实体经济发展。

## 零售业务核心在于用户体验

随着互联网、云计算、生物识别等技术的快速发展与运用，客户的金融消费习惯和交易习惯正在发生转变。对于银行来说，建立智能化、差异化的客户服务模式，持续提升客户体验，成为零售业务转型发展的核心。

以信用卡业务为例，“传统信用卡只是作为单一的支付工具来使用，以前我们更多的是围绕如何提升支付效率来做文章。到了互联网的时代，信用卡不仅仅局限于一个支付的工具，而是将消费场景、支付、商品服务等多元因素联系在一起，成为一

个消费的枢纽。”平安银行信用卡中心副总裁蒋永军认为，未来信用卡依托科技的发展会将极致的金融服务体验嵌入其中，围绕人的金融需求，定制一站式解决方案，成为一对一的个人金融管家。

《金融时报》记者在采访中了解到，借助“金融科技”优化用户体验已成为趋势。在线下，一方面，银行纷纷设立以客户体验为中心的零售门店式物理网点，强化场景化设计，在非营业时间持续为社区居民提供金融服务，举办多种多样的社区活动增加客户黏性；另一方面，银行也在加速已有传统营业网点的智能化升级，智能投顾、自助贷款、刷脸取款等各种新型智能设备纷至沓来，节约用户办业务的等待时间。

而在线上，多家银行则推出APP、微信银行、直销银行等互联网产品，满足用户日常的转账、消费、理财、贷款、结算等刚性需求，同时，利用大数据、人工智能、生物识别、区块链等技术提升营销的人性化。

“银行发展零售业务要考虑线上与线下的结合，尤其是与场景的结合。需要根据客户行为习惯的变化，发挥银行在线下既有优势的同时，结合线上的习惯，创造更好的环境。未来的趋势是要让零售客户获得一站式、全方位、快捷的服务。”业内专家表示。

本文源自金融时报

更多精彩资讯，请来金融界网站([www.jrj.com.cn](http://www.jrj.com.cn))