

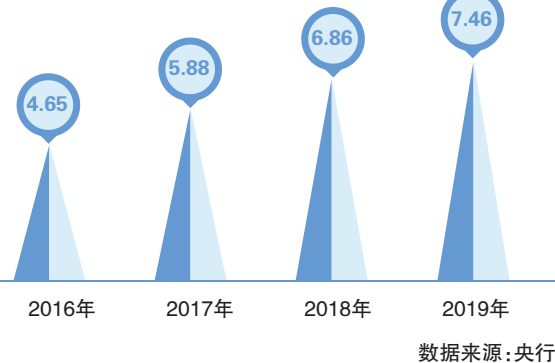
# B端C端齐发力 银行求解信用卡存量困境

“信用卡冲卡量”“大量批卡，最高20万元”“现在只需要带上身份证就可以办理最低3万额度的信用卡，赶快来吧、免年费！”3月19日，北京商报记者注意到，在新冠肺炎疫情疫情影响下，线下信用卡展业和交易量近乎停滞，各家银行均开启了花样“自救”。在线上瞄准C端加大推广量持续获客，线下则在合作方向上考虑全行业务，借助优质资源帮扶B端商户。经历了几年的高速增长，信用卡业务已进入存量竞争时代，在实体经济下行压力和疫情“冲击波”的影响下，分析人士认为，未来商业银行将会面临经济冲击带来的不良率提升问题，应提高预判能力，做好应对措施。



2016-2019年信用卡和借贷合一卡在用发卡数量

(单位:亿张)



## “转战”线上抢占C端用户

一季度原本是各行各业喜迎开门红的好时机，但在疫情的影响下，这样的期待沦为泡影。远在湖北荆州隔离的柳林(化名)已经在家宅了两个月；小区都封了，快递也进不来，强忍住一切不必要的网购，两个月信用卡好像才花了200元，主要还是交电费。”

疫情之下，用户的“佛系”消费让银行信用卡业务遭到冲击，银行也开启了新一轮“自救”，在各大短视频平台建立账号，进行信用卡的推荐和展示，通过线上方式弥补线下交易的困难。例如，中国银行、光大银行、中信银行等银行视频的主角基本都是银行的工作人员，不少客户经理通过短视频来建立自己的个人品牌，粉丝量从几千到几十万不等。

原本主要依托线下渠道销售的中小银行，也开始拥抱互联网主动加强线上运营能力。东莞农商行的一位信用卡金牌销售，在疫情期间，他通过制作信用卡主题系列情景剧的方式将该行信用卡推广业务做得风生水起，很多用户就是通过社交媒体

看到他极具个人特点的短视频而接受了他的信用卡服务。

这样的新生代营销方式也将成为银行信用卡推广业务未来发力的重点。信用卡市场资深人士董峥表示，短视频为信用卡营销开辟了一个新的渠道，从中看到了发卡银行在信用卡业务的理念上有了大胆的创新和与时俱进的意识。但是利用短视频做信用卡营销，就要考虑到要用什么内容、方式来吸引用户，需要深入研究和揣摩卡友心理，以及自身定位。如果仅仅是把办卡、用卡的流程、内容简单地让员工在视频中正襟危坐地朗读，这与真正的内容视频化创作相去甚远。

## 预售行动拉拢B端商户

疫情以来，批发零售、住宿餐饮、物流运输无疑是受影响最严重的行业，大量商户无法正常营业，一些已经开业的商户，也开始转战线上，压缩经营规模。银行也在这场“战疫”中进行了新的尝试，开发B端商户资源。

“逾越者联盟”是招商银行信用卡App推出的一次全新尝试，其核心目的就是助力餐

饮、汽车、电商、电影等各个领域的10万多个合作伙伴尽快复苏。招商银行信用卡相关负责人在接受北京商报记者采访时表示，在疫情的特殊背景下，为了真正助力餐饮合作伙伴恢复信心和业绩，招商银行信用卡提出一种新型商业模式：对商户端实现“预售+引流+补贴+复购”循环模式，对用户端实现“便捷+实惠”良性模式。具体来说就是，采用预售模式提前为商户锁定交易，实现引流；同时给予用户一定的补贴，从而带动复购。

广发信用卡也联合众多品牌餐饮商户发起“工作餐安心送”计划，提供从餐厅厨房直达办公室的送餐服务，连接商家和企业单位，解决彼此需求，共抗疫情，旨在帮助解决复工企业的吃饭难题，同时又帮助餐饮商户渡过难关，减少损失。据了解，目前该计划已在上海、广州率先落地，也已在北京地区展开。

一位国有大行信用卡从业人士告诉北京商报记者，事实上，信用卡业务从发展开始就有广泛合作的B端商户，但主要拓展的还是C端用户渠道，现在用户对信用卡需求几乎饱和，在C端红利渐退之后，服务于B端商户也成为银行发力的新方向。

麻袋研究院高级研究员苏筱芮向北京商报记者表示，这种B端的业务切入，一方面能够吸引到C端用户，通过性价比比较高的预售方式快速发展业务；而另一方面，则可以通过聚拢餐饮行业资源，为餐饮的复工复产、重焕生机提供有利契机，是一种双赢举措。

## 存量竞争时代银行压力倍增

信用卡业务在经过近几年的高速增长后已进入存量竞争时代，想要脱颖而出唯有推陈出新迎合用户和市场的需求。事实上，在实体经济压力和金融强监管政策下，2019年商业银行就开始主动调整策略，对信用卡的展业不再那么激进。2019年上市银行中报披露之时，个别银行就曾出现新增发卡量减速、在卡数出现负增长等罕见情形，而这样的现象在2019年四季度已经演变成行业整体趋势。

根据央行最新发布的《2019年第四季度暨年度支付体系运行总体情况》数据，2019年四季度，全国借记卡新发卡2.22亿张，环比下降4.26%；信用卡和借贷合一卡新发卡0.45亿

张，环比下降15.95%。从2019年全年来看，信用卡和借贷合一卡在用发卡数量共计7.46亿张，同比增长8.78%，这一增速较2018年的16.73%已然大幅下滑。

“信用卡发卡量骤降主要还是贷后端延伸到了贷前。”在苏筱芮看来，2019年下半年以来，贷后环境较为严峻，一来由于大环境原因，申请人资质有所下滑，二来第三方催收机构受严格规范，逾期率逐步上升，银行受此影响主动收缩。

不过，彼时部分银行发卡降速大多是出于主动调整的策略，在经营方向更加注重精细化管理风险，获取优质客户，提高服务品质。然而，在今年一季度疫情影响之下，银行则是被动接受冲击。一位国有大行信用卡从业人士告诉北京商报记者，在现在的情况下，银行肯定要根据实际情况下调新增发卡的目标。疫情冲击带来的信用卡发卡减少是永久性的，即使疫情结束，也不会出现较大规模的反弹。

疫情“冲击波”也让业内认为2020年一季度信用卡市场表现不容乐观，邮储银行高级经济师卜振直言，受疫情影响，年初以来的发卡量会出现明显下滑。除了面签环节导致的发卡量下降压力，商业银行未来还将面临部分持卡人还款能力下降而引发的不良率提升的问题，商业银行要提高预判能力，做好应对措施。此外，线上支付融资手段的发展也会冲击传统信用卡业务的发展，商业银行要面向市场，紧盯同业，不断调整业务模式。

苏筱芮预计，新增发卡量还会进一步下滑，尤其是疫情期间，贷前无法线下展业，贷后催收端工作困难，再加上大量申请延期还款的客户，银行势必会在贷前收缩战线。

北京商报记者 孟凡霞 宋亦桐

## 职业投诉人“碰瓷”支付机构 监管拟重拳出击

针对支付机构的恶意投诉已引起监管注意。3月19日，央行上海总部披露，上海市公安局破获一个职业投诉人犯罪团伙，该团伙主要以资金受损人名义“维权”，通过拉横幅、喊口号或反复投诉等不正当方式非法牟利。北京商报记者多方采访了解到，对于这类恶意投诉的“碰瓷”行为，多家支付机构深受其害，对方一味要求支付公司赔偿其投资损失，或夸大其词反复投诉、损害支付公司声誉等。一接近监管人士告诉记者，针对这类投诉应加以识别，有效投诉及时处理，而对恶意投诉行为也将加大力度打击。

### 涉案超464万元

根据央行上海总部发布的消息，该团伙是一个以牟利为目的、组织分工明确、专门针对支付机构的敲诈勒索犯罪团伙。2019年9月以来，该团伙以资金受损人名义“维权”，采取至相关支付机构办公场所聚众、拉横幅、喊口号，及向央行投诉、举报、信访等方式，向上海市及外省市多家支付机构施压，要求支付机构赔付资金损失。部分支付机构迫于压力退回款项后，再由该团伙按事先约定比例将款项私分。

此外，该团伙还涉嫌组织网络赌博、为赌博提供条件、侵犯公民个人信息等其他违法犯罪行为。2019年12月3日，公安局专案组集中收网，将该犯罪团伙主要成员谢某璐、张某等12人抓获，当场缴获大量电子设备、银行卡、横幅条等作案工具，扣押涉案资金464万余元。

据调查，恶意投诉主要存在以下特征：一是多名投诉人使用同一手机号码进行投诉，且使用的投诉人姓名均不同；二是投诉人反映的投诉事项经核实后均为虚假投诉；三是投诉人所留手机号码为空号或号主本人称未进行过投诉等；四是投诉对象集中在上海市某几家支付机构；五是多个号码频繁进行投诉，其中一个号码一周来电高达104次。

### 职业投诉人有“套路”

谈到职业投诉人针对支付机构的恶意投诉，一家支付机构相关负责人向北京商报记者透露：这类投诉一般都是用户在不同的网上平台进行投资，支付方式均为主动支付，但出现较大“亏损”后，就开始反复找到我公司要求赔付其“损失”，遭到拒绝后，就千方百计通过各种途径向央行和媒体举报”。该负责人称，这一类投诉人群，均具有两个特征，一是不报警，一味要求支付公司赔偿其投资损失；第二则是夸大其词反复投诉，损害支付公司声誉。

此外，另一类“钓鱼式”敲诈也让部分小型支付机构更为头疼。一资深业内人士向北京商报记者透露，目前还有恶意投诉团伙通过自身设置网络赌博、棋牌博彩等类似网站，然后以高价接入支付通道，等过一段时间之后再发起恶意投诉。目前，也不乏小型支付机构夹缝求生，接入了这一类违规业务，而这一要害正好被恶意投诉团伙所掌握，很多时候机构只能认栽给钱，花钱买个“平安”。

“一旦这个口子开了以后，就会形成很不好示范效应，久而久之，就会有更多恶意投诉团伙觉得有利可图，并蜂拥进入。”多方人士告诉北京商报记者，这一恶意投诉本质上是一种敲诈勒索行为，已经形成了一个灰色的产业链条。一方面，支付机构为应付少数恶意投诉人的反复投诉，影响其正常运

营；另一方面，为保护自身权益，支付机构被迫加大了投诉流程的复杂性，但这也大大增加了正常消费者的维权难度。

## 监管将加强线索研判

恶意投诉已成为阻碍行业发展的毒瘤。在麻袋研究院高级研究员苏筱芮看来，判断是否为恶意投诉，一要真实性，需核实消费者的身份是否真实、提交的材料是否真实、发起投诉的意愿是否真实等；二是团体性，犯罪分子要实施犯罪，势必会在短期内聚集受损人以壮大规模，如发现短期内有密集的、行为特征非常类似的投诉，则需要保持高度警惕。

易观金融行业资深分析师王蓬博也提到，恶意投诉一直都存在，特别是某些平台还以此要挟行业机构，从而赚取利益。支付机构在接到消费者投诉后，应对其投诉进行有效识别，如是否是消费者亲身经历的支付行为，是否对消费者真正造成了损害，消费者自身是否有过不当消费行为等。不应以投诉量来判断支付机构是否更加合规，而是要以真实投诉率为基础，作出判断。

值得关注的是，针对恶意投诉行为，监管方也开始警惕。一接近监管人士告诉北京商报记者，自2019年以来，其收到的有关支付机构的投诉激增，不少涉及到第三方支付机构违规为非法业务提供支付通道，在他看来，针对这类投诉应加以识别，对于有效投诉及时处理，而对恶意投诉行为也将加大力度打击。

同时，央行上海总部也明确，将加大支付、法律、消保等部门间的协调，加强对相关线索和材料的研判分析，继续做好对投诉和举报实施分类处理等工作，积极配合公安部门加大对职业投诉人等违法犯罪行为的打击力度。在面临合法权益遭受侵害时，消费者应理性维权，以合法合理的途径向监管部门反映诉求，切不可通过缠诉、重复恶意投诉等非理性维权方式反映诉求，保护自身和他人合法权益。”央行上海总部有关负责人表示。北京商报记者 孟凡霞 刘四红

## 液化石油气期货及期权将同步上市 期货合约3月30日挂牌交易

北京商报讯(记者 孟凡霞 刘宇阳)我国液化石油气期货及期权交易即将正式开展。3月19日，证监会发布公告指出，同意大连商品交易所(以下简称“大商所”)开展液化石油气期货及期权交易，相关期货合约的正式交易时间为3月30日。在业内人士看来，当前市场环境下，液化石油气期货及期权交易的开展，有助于建立以人民币计价的液化石油气定价权。

3月19日晚间，证监会发布公告表示，大商所报送的《关于在大连商品交易所上市液化石油气期货及期权的请示》收悉。根据《期货交易管理条例》和《期货交易所管理办法》有关规定，现同意大商所组织开展液化石油气期货及期权交易。对于正式挂牌交易的时间安排，证监会指出，液化石油气期货合约正式挂牌交易时间为2020年3月30日，液化石油气期权合约正式挂牌交易时间为相应期货合约有成交的下一个交易日。

中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英表示，液化石油气期货和期权的上市，进一步丰富了以原油为基础的二次化工产业链品种，使我国化工能源体系的期货和期权交易品种更加完善，也有利于整个石化产业进行全品种的套期保值，来管理企业的供应链成本等。同时，目前来看，无论在工业还是在民用方面，液化石油气基本上是我国唯一的清洁能源，而且在全市场的占比越来越大。因此，上市相关的期货和期权品种，有望对工业和民用液化气的成本进行很好的管理，有助于稳定国家的经济秩序。

证监会也在公告中提及，液化石油气是重要的清洁能源和化工原料。我国是全球最大的液化石油气进口国和消费国，开展相关期货及期权交易，将为产业企业提供公开、连续、透明的价格信号和有效的风险管理工具，有助于促进相关企业稳定经营，推动液化石油气行业平稳健康发展。

据了解，3月9日，大商所还曾就液化石油气的期货合约、期权合约、结算管理办法、

### 大连商品交易所 液化石油气期货合约 (征求意见稿)

交易品种	液化石油气
交易单位	20吨/手
报价单位	元(人民币)/吨
最小变动价位	1元/吨
涨跌停板幅度	上一交易日结算价的4%
合约月份	1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12月
交易时间	每周一至周五上午9:00-11:30、下午13:30-15:00，以及交易所规定的其他时间
最低交易保证金	合约价值的5%
交易代码	PG

业务细则等进行公开意见的征求。根据征求意见稿数据显示，液化石油气期货合约20吨/手，涨跌停板幅度为上一交易日结算价的4%，最小变动价位为1元/吨，最低交易保证金为合约价值的5%。

事实上，在业内人士看来，当前市场环境下，液化石油气期货及期权交易的开展，有助于建立以人民币计价的液化石油气定价权。据Wind数据显示，截至目前，NYMEX原油在22.7美元/桶附近震荡，年初至今跌幅已超过62%。同期，布伦特原油也在27.5美元/桶左右，开年以来，跌幅超过58%。

王红英坦言，我国属于能源进口国，在当前原油价格比较低的情况下，发展以人民币计价的液化石油气品种，有利于争夺定价权。若未来人民币能够实现国际化，像美元一样成为定价的资产货币，就可以在全世界建立人民币的资产定价体系，有望使得国家经济运行的成本大幅降低。