

获客难留客难 信用卡的“中年危机”

用户增长红利消失

“我认为从去年甚至前年开始,银行信用卡业务就不是靠规模去扩张了。”4月29日,多位银行信用卡从业人士在接受北京商报记者采访时直言,当下信用卡展业普遍遭遇获客难、技术难等痛点。

“2015-2018年是信用卡一个非常明显的规模扩张期,各家银行发卡都很猛,但是也埋下了一些隐患。”一位股份制银行信用卡人士回忆称;从2019年开始,银行就意识到这个问题,加上P2P爆雷加速了风险向信用卡传导,共债人群增多,监管趋严,种种因素综合之下,都指向规模扩张要收缩。

压降规模成为趋势,伴随而来的也是新客户和存量客户的留存难题,在客户拓展方面,银行“放不下”的依旧是摆摊和“扫楼”两大方式。

“老路子也行不通了。”一位城商行信用卡人士向北京商报记者直言,现在信用卡展业的难点在于很多客户都有几张卡,对信用卡的额度需求越来越小,而现在很多信用卡的权益都显得很“鸡肋”,触动了客户的心。同时,客户已经对摆摊和“扫楼”式推销产生反感,不再因为礼品而办理信用卡。

拥有“零”信用卡的人越来越少,精细化运营迫在眉睫。在采访过程中,一位信用卡中心人士向北京商报记者测算了一组数据,从人口数量来看,虽说用全国人口去平均,人均信用卡可能还不到1张,但实际上信用卡客群还主要集中在二线城市,以学历客群为主,再去掉一老一少,真正发卡的人群很稀少。现在摆摊、“扫楼”竞争越来越激烈,这种方式也越来越难发卡了。

旧方式行不通,就要“两条腿”走路。当前,大多数银行已通过建立“组合拳”方式拓展场景。一位股份制银行信用卡人士介绍称,

4月28日,北京银保监局批准邮储银行信用卡中心开业。至此,六大国有银行均已设立信用卡中心。但信用卡市场已经告别了高速增长,进入了存量竞争阶段。“用户增长红利消失”“规模扩张道路不再适用”,年报披露季勾勒出当前上市银行信用卡业务的生存现状,2020年多家银行累计发卡数量出现放缓,更有银行新增信用卡发卡量出现“腰斩”。

现在在推荐当中,会引入信用卡营销概念,在前期先和客户初步接触、沟通,建立一种初步的信任,然后在现有的储蓄卡“套餐”之外再进行“加餐”,同时植入信用卡营销模式。

除此之外,“无接触”概念催生的线上变化,也使得信用卡展业省时不少,但上述股份制银行人士也同时担忧银行信用卡能否突破线上办卡的痛点。从技术层面来讲,大银行都已经有了比较成熟的风控技术去做全流程线上发卡,但根据目前的监管要求还是要做到线下“三亲”,如果这个突破不了,很难深入到场景中跟互联网金融产品去竞争。”

谈及当下信用卡展业难点,金融行业资深分析师王蓬博在接受北京商报记者采访时表示,主要还是实际应用场景过少,相关市场类信用卡产品也比较多,形式趋于多样化。

多家银行发卡量增速下滑

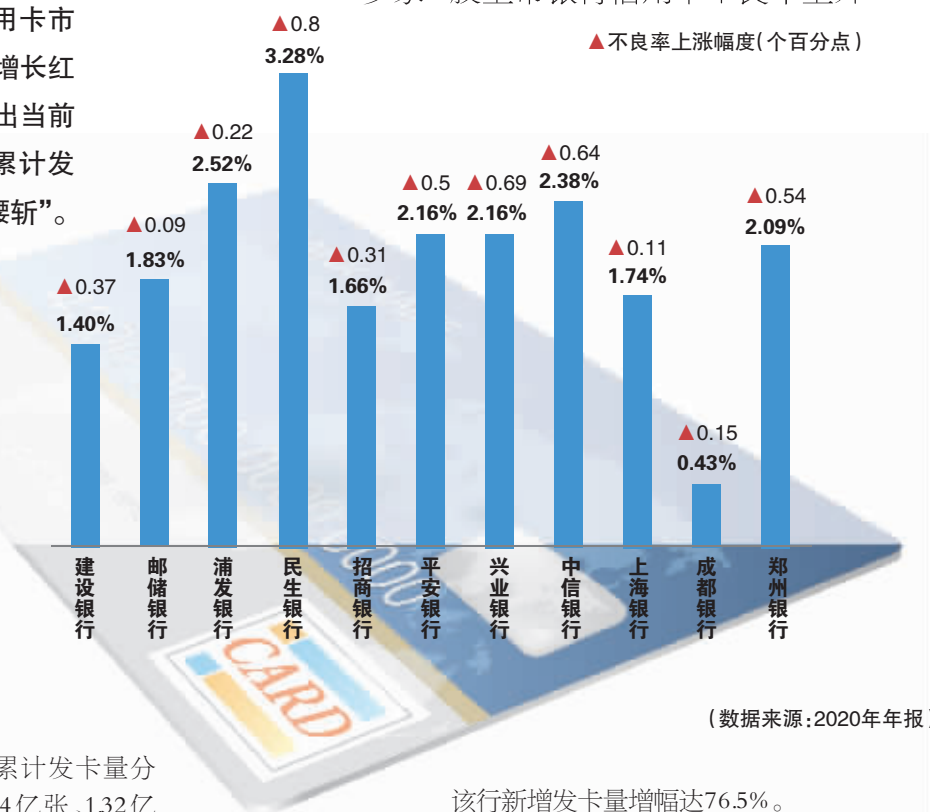
从年报数据来看,随着信用卡市场相对饱和度越来越高,累计发卡量和新增发卡量增速正逐渐下滑。

在具体发卡数量方面,工商银行仍位居首位,截至2020年末,累计发卡量达到1.6亿张,较2019年末小幅上升,同比增长0.62%,但在2019年,该行信用卡累计发卡量为1.59亿张,同比2018年增长5.29%。

建设银行、中国银行、农业银行截至2020

多家A股上市银行信用卡不良率上升

▲不良率上涨幅度(个百分点)



年末的累计发卡量分别为1.44亿张、1.32亿张、1.3亿张,同比2019年末分别增长8.27%、5.44%、8.33%;但增速均较2019年出现下滑,2019年这一指标分别为9.91%、12.92%、16.5%。

股份制银行和城商行主要表现为新增发卡量增速的下滑,从已经披露新增发卡量数据的银行来看,浙商银行、民生银行、平安银行、兴业银行、光大银行新增发卡量均出现下滑。截至2020年末,这5家股份制银行新增发卡量分别为13.11万张、421.53万张、1014.97万张、469.54万张、837.71万张,同比分别下滑27.69%、46.7%、29.02%、49.05%、27.15%。

相较股份制银行来说,城商行下滑幅度更大,例如,江阴银行截至2020年末新增发卡量为1.6万张,同比下滑60.98%,但在2019年,

该行新增发卡量增幅达76.5%。

对新增发卡量下滑幅度较大的原因,北京商报记者从江阴银行方面了解到,主要是始于该行2019年大力发展的ETC信用卡业务,所以2019年涨幅较高。

谈及A股上市银行信用卡累计发卡量和新增发卡量变化,零壹研究院院长于百程分析称,在产品层面,互联网旗舰信贷产品的出现,与银行信用卡业务形成竞争,提升了增长难度。在宏观经济层面,经济增速的放缓,用户的消费力及还款能力下降,影响了信用卡业务的发展。

“未来预计会保持一个稳定下降的态势,但不会降低得太快。主要原因还是目前来看用户的规模到达天花板,新增速度自然下降,同时使用频率又相对较低。”王蓬博说道。

打造场景闭环

展业困难本就让银行“头疼不已”,不良率的攀升也成为银行信用卡业务发展的隐忧。

国有大行中,中国银行未披露不良率相关数据,农业银行、工商银行、交通银行3家银行信用卡不良率出现下降,截至2020年末的信用卡不良率分别为1.55%、1.89%、2.27%,同比2019年末分别下降0.02个、0.32个、0.11个百分点。建设银行和邮储银行信用卡不良率出现上行,截至2020年末,这2家银行信用卡不良率分别为1.4%、1.83%,同比上年分别上涨0.37个、0.09个百分点。

股份制银行中,浦发银行、民生银行、招商银行、平安银行、兴业银行、中信银行截至2020年末不良率分别为2.52%、3.28%、1.66%、2.16%、2.16%、2.38%,同比2019年末分别上涨0.22个、0.8个、0.31个、0.50个、0.69个、0.64个百分点。

“2020年,信用卡业务进一步受到疫情影响,增长受限,坏账上升。特别是后者,银行将会投入主要的精力进行资产质量管理。”于百程解释称,近几年在客群层面,信用卡人群与网络借贷人群出现交叉,多头借贷和借款人质量下降,使得信用卡的风险管理难度增加,逾期出现抬头。在信用卡的数字化替代产品越来越多的背景下,信用卡的高增长阶段已经过去。

高增长时代不再,在严监管、行业风险倒逼压力之下,银行信用卡业务如何破局?王蓬博指出:“还是要多和流量平台合作,包括银行也要打造自己的场景闭环”。

一位股份制银行人士认为,银行未来应该找到客户高频使用信用卡支付的场景,然后根据此类场景进行扩展,把使用信用卡作为是最便捷、最优惠的使用方式,更多地从支付场景绑定客户。

北京商报记者 孟凡霞 宋亦桐



热烈祝贺 佳禾食品工业股份有限公司 首次公开发行A股成功上市

股票简称: 佳禾食品

股票代码: 605300

保荐机构(主承销商): 东吴证券

中介服务机构: 北京国枫律师事务所 天衡会计师事务所