

本报记者 李冰

作为银行零售业务的重要组成部分，信用卡业务一直是各家银行陈兵鏖战的重地。在依靠跑马圈地实现多年增长后，如今银行信用卡已进入必须精耕细作的“存量竞争”。

《证券日报》记者梳理国有六大行2022年年报注意到，截至2022年末，工商银行、建设银行、中国银行位列国有六大行信用卡累计发卡量前三。

具体来看，截至2022年末，工商银行信用卡累计发卡量为1.65亿张，在国有六大行的累计发卡量中居于首位；建设银行的信用卡累计发卡量为1.40亿张、1.38亿张。

其余国有大行中，农业银行未披露累计发卡量规模，交通银行、邮储银行分别披露了在册卡数量、结存卡数量。截至2022年末，交通银行境内行信用卡在册卡量7450.83万张，较上年末增加23.95万张；邮储银行信用卡新增发卡636.17万张，结存卡量为4282.33万张。综合来看，六大行信用卡发行呈现平稳发展、注重存量经营的态势。

数据显示，六大行信用卡2022年消费额合计超13万亿元。其中，农业银行信用卡去年消费额近2.2万亿元；工商银行信用卡消费额为2.29万亿元；建设银行信用卡消费额为2.92万亿元；中国银行信用卡消费额为1.47万亿元；邮储银行信用卡消费额为1.16万亿元，同比增长3.21%；交通银行信用卡消费额为3.06万亿元，同比增长1.44%。

“当前，信用卡已经进入存量争夺阶段。这一现状已推动银行从追求发卡规模，转变为在存量持卡客户中精耕细作。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林对《证券日报》记者表示。

信用卡业务作为零售银行战略的重要抓手，多家银行将信用卡App作为获客活客的重要平台。并持续完善信用卡业务体制机制，提升场景经营和精细化管理水平，加快流程优化和数字化赋能。

建设银行表示，信用卡聚焦数字化经营，赋能业务新发展。完成数字信用卡功能全流程再造，全面实现线上线下多渠道数字化获客。工商银行则构建信用卡全连接营销服务体系，打通行内各营销资源、营销渠道、营销节点之间的数据传导，实现信用卡产品的数字化营销和智能化服务。邮储银行持续完善信用卡业务体制机制，着力提升场景经营和精细化管理水平，加快流程优化和数字化赋能，推动信用卡业务规模合理增长和发展质量逐步提升。

此外，不少银行加强与外部平台、商家的合作，拓展消费场景。比如，中国银行表示，深化与主流支付机构合作，聚焦餐饮、便利等与居民日常生活紧密相关的行业，助力经济复苏。