



(图源/视觉中国)

喧闹之后，留存几何？

在国贸CBD热热闹闹地促销了五天，据“拉新联盟”的成员介绍，共有上百人办理了多张信用卡。

为了顺利开新卡，在宣传中，销售人员都会告诉客户可以随时注销。“不用担心办卡数量太多，像宁波和平安的虚拟信用卡，如果你三个月不使用，会自动注销的。”

这就导致在信用卡在促销活动中，基层员工为了完成销售任务，参与者为了获得更多礼品，没有人在乎这张信用卡是否真能产生消费，带动银行业绩。

这也不难想象为何市场会有上亿张信用卡处于“睡眠”状态了。

信用卡资深研究人士董峥表示，大量的睡眠卡的确是现在各家发卡银行所面临的主要问题。而且，2022年三季度末，信用卡逾期半年未偿信贷总额943.56亿元。面对巨额“坏账”和大量睡眠卡，难道银行在“拉新”之时没有顾虑吗？

上述平安银行的工作人员告诉市界，“在这种活动中办卡的客户，会存在一定的转化率，而本身开卡成本是比较低的，像举办促销活动的开卡礼也是经过银行转化率精算的，他们会给出相应的成本，在这个过程中，银行可能会赔钱，但在客户开卡并激活之后，会再设置另一个比较诱人的奖励，需要客户刷够多少钱才能获得，也是从这个时候开始，银行就能开始盈利。”

然而，在市场竞争加剧的背景下，银行的获客方式、营销手段都发生了变化，获客成本持续上升。

银联数据在《报告》中指出，随着各家银行开卡送礼、优惠营销花样百出，新户的营销费用也直线提高，即便不计算后续的运营和维护费用，相比过去，每张信用卡平均获客成本也逐步上升，而获得一个有交易的信用卡新户的成本更高。

2022年7月7日，央行发布《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》，对各行睡眠卡作出了不得高于流通卡量20%的比例，并在一定期限内进行切实可行的削减，未来银保监会还将动态调降长期睡眠信用卡比例限制标准。与此同时，监管层对银行过度追求规模，重视发卡拉新、轻视存量用户的现象提出整改要求。

“‘七七新政’的出台，不仅暴露了银行“重拉新、轻留存”的问题，同时也证明银行过去以规模增长带动业务发展的模式已经与市场不相适应了。”董峥认为，在此情形下，信用卡业务亟待从靠增量发展的粗放式经营模式，向细分客群的精细化经营模式转变。

而且市界注意到，信用卡业务虽是我国消费金融“主力军”，除了存在坏账和睡眠卡的问题，消费者投诉也是“重灾区”。

以中国银行为例，2022年，该行共受理18.2万件投诉。从消费者投诉业务类别来看，信用卡业务投诉占比最高，为47.2%。此外，2023年开年，中国银行福建省分行还因信用卡增额业务审查审批不尽职吃到罚单，被福建银保监局处以50万元罚款。

在黑猫投诉平台上，市界搜索“信用卡”，共出现200796条结果。内容包含信用卡恶意泄露个人隐私、信用卡注销困难、提前结束分期不给处理等。

董峥表示，信用卡获客只是前提条件，并不能为银行带来任何实质性的效益，唯有让持卡用户把卡“刷”起来才是为发卡银行带来效益的途径。

如今，随着“七七新政”倒逼银行转变经营思想，未来如何提供好信用卡服务，

留住用户完成转化，都是等待银行解答的新课题。