

# 多家银行宣布调整部分产品 联名信用卡为何要“瘦身”

购物返现、旅行保险、航程积分、住宿升级……对很多人来说,商业银行发行的联名信用卡一直是钱包里的“必备项”,能够享受到很多独特优惠。不过,近期,交通银行、中信银行等多家商业银行宣布停发部分联名信用卡并进一步调整和优化相关业务,引发消费者关注。那么,消费者看重联名信用卡的哪些优点?银行为啥要给联名信用卡“瘦身”?联名信用卡如何更好地服务消费新需求?



## 金融万象

### A 用户

#### 看重“专属服务”“文化IP”

“我经常去Costco购物,银行与Costco合作发行的联名信用卡我基本随时带在身边。时间长了,即便是其他场合,我在付款时也会下意识地先掏出这张卡。”从加拿大多伦多留学回国的金纱说。

联名信用卡是什么?与普通信用卡相比有哪些特点?据招联金融首席研究员董希淼介绍,联名信用卡是由商业银行与第三方机构合作发行、可享受合作方相关特定优惠或奖励(比如积分奖励、里程累积、购物折扣等)的信用卡。相比普通信用卡,联名信用卡往往附着独特的消费场景和文化符号,能够更好地满足消费者个性化需求。

有人看重联名信用卡的“专属服务”。家住湖南长沙的骆淼喜欢观看综艺节目、通过超前点播追剧,是芒果TV的忠实粉丝。她有一张招商银行和芒果TV推出的联名信用卡,消费达标即可免费领取价值248元的芒果TV会员年卡。同时,还有机会享受专属会员定制节目片花,参加活动抽取专属综艺入场券,在专属报名通道报名参加芒果TV综艺的现场录制等。“这样的组合消费让我感觉很实惠。”骆淼说。

有人喜欢联名信用卡附带的“文化IP”。“我办信用卡一般都优先选联名的,因为独特嘛!我去巴黎观看奥运会,就特意办了民生银行的奥运联名卡。这个卡面上印有奥运会吉祥物,卡面整体设计很精美,在奥运会期间消费还有特别优惠,让我感受到浓浓的奥运氛围。这张卡算是我观看奥运会的一个特别纪念。”在北京从事导演工作的陶俊说。

如今,个性化特征鲜明的联名信用卡,却迎来了一波“瘦身潮”。

交通银行太平洋信用卡中心公告称,因信用卡产品策略调整,王者荣耀职业联赛主题信用卡系列产品之王者荣耀KPL之梦泪韩信卡、王者荣耀KPL之李清李信卡等将于2024年8月31日起停止发行。不过,交通银行在公告中也表示,停发后现有产品在卡片有效期内仍可正常使用,相关功能保持不变。

中信银行信用卡中心在公告中称,为提升客户服务质量,结合目前消费者需求及市场情况,该行将停止发行中信银行庞大旅游普卡、中信银行运通EMV卡等12款产品。同时,中信银行也给出了调整后的安排:“相关产品停发后,如原卡片需挂失补卡、升级或降级换卡、到期续卡或换卡,我行将根据原卡片卡组织归属为持卡客户换发对应卡组织标准信用卡。”

### B 银行

#### 从快速发展转向“精耕细作”

既然消费者有现实需求,为何银行还要为联名信用卡“瘦身”?业内人士表示,前些年联名信用卡较为火热,但快速增长之后面临同质化发展瓶颈,一些联名信用卡的IP热度也有所降低,这就需要银行及时从快速发展转向“精耕细作”。

“银行调整相关产品背后,是联名信用卡提高发展质量和服务水平的现实需要。对商业银行来说,联名信用卡业务的机遇与挑战并存,需要加快转变理念、及时优化产品结构,为持卡人提供息费合理、额度适中、特色鲜明、与时俱进的联名信用卡产品,更好地助力消费需求释放。”董希淼说。

事实上,不少银行已在联名信用卡的“精耕细作”上发力。

紧跟热点消费场景。近年来,山姆会员店以其显著的价格优势、丰富的商品种类、独特的购物体验获得越来越多消费者青睐。8月1日,中国民生银行与沃尔玛旗下山姆会员商店共同打造的民生山姆联名信用卡正式上线。消费者使用民生山姆联名信用卡在山姆会员商店或山姆官方App消费,除了可以获得山姆会员店的返利外,还可以再享一笔额外的“回馈金”,累计每月最高可返800元。用户在云闪付、微信、支付宝等渠道使用民生山姆联名信用卡进行线上消费时,也可以获得一定的“回馈金”。

“我们适应消费需求的深刻变化,在服务客户衣、食、住、行、娱等消费领域加大资源投入,创新产品研发和服务。特别是在选择合作伙伴时,我们十分看重共同的价值观和愿景、相互认同的企业文化、互有支撑的业务特色。接下来,我们将持续围绕生活消费优质场景做文章。”中国民生银行信用卡业务相关负责人说。

持续推出特色活动。今年以来,中国建设银行面向龙卡bilibili信用卡用户推出了一系列特色优惠活动,比如新客户参与活动有机会领取bilibili大会员年卡或季卡一份、单笔消费满2000元可领取bilibili大会员月卡一份等,用户反响良好。

据中国建设银行信用卡中心相关负责人介绍,伴随信用卡客户年轻化的趋势,建设银行先后与bilibili、美团等互联网平台合作发行联名信用卡。以龙卡bilibili信用卡为例,该产品同卡号虚实同享,申、绑、用一体化,涵盖消费达标赠bilibili年度大会员、无界卡数字生活礼遇等权益。同时,使用《三体》动画等热门IP主题不断迭代卡面。“建设银行始终将联名信用卡的创新升级作为一项常态化工作开展。2019年以来,我们已陆续调退85款联名信用卡产品,今年就已压减了8款联名信用卡产品。同时,我们结合客户属性、机构特点等情况,积极打造更具针对性、更富竞争力的联名信用卡。”该负责人说。

### C 分析

#### 联名信用卡还“香”吗?

中国人民银行数据显示,截至今年一季度末,全国共开立银行卡98.23亿张,环比增长0.37%;人均持有信用卡和借贷合一卡0.54张;银行卡卡均授信额度2.99万元,授信使用率837.51%。专家认为,短期看,如果联名信用卡的发行成本较高而持卡人的活跃度不足,商业银行可能会考虑停发来控制成本。长期看,联名信用卡进入产品设计和营销模式的“精细化运营阶段”,意味着此类产品在不断更新的消费场景中有望获得更大施展空间。

多家银行的信用卡中心网站显示,尽管近期银行停发了一批联名信用卡,但与最新消费场景紧密贴合的联名信用卡依然占据显眼位置。比如,工商银行北京环球度假区联名卡、交通银行京东PLUS联名信用卡、招商银行抖音联名卡、兴业银行淘宝网联名信用卡、中信银行中国联合航空联名卡等。

那么,商家又是如何看待与银行携手打造联名信用卡这件事呢?

京东PLUS会员业务相关负责人说,京东PLUS会员与中国银行、中国农业银行等多家银行合作推出的联名信用卡在功能和优势上体现出多种专属优惠,包括在京东平台上的专属折扣、满减活动等。不仅如此,这些联名信用卡还涵盖了多种生活场景的权益,持卡用户可以享受京东PLUS会员专属客服、无限免邮、免费退换货等优先服务,确保在购物过程中享受优质的服务体验。

“快速发展阶段过后,联名信用卡进入了一个存量竞争的新阶段。我们将继续优化和提升联名信用卡的服务,通过大数据深入了解用户需求,提供京东PLUS联名信用卡的个性化权益和服务水平。比如,根据用户的消费习惯和偏好,推出定制化的优惠活动;拓展与食、住、行、游、教、娱等多领域机构的合作,丰富应用场景;升级会员权益,增加线上线下特色活动、提升购赠权益,扩大会员价商品范围等。这些举措都是为了确保用户在使用京东PLUS会员联名信用卡时享受更多便利和实惠,最终实现多赢。”该负责人说。

多位消费者表示,期待这类产品能够给自己带来更多惊喜。“联名信用卡‘瘦身’是件好事,有利于商家提供更精致的服务,同时降低消费者挑选成本。如果遇到更优惠且适合自己的联名信用卡,我会考虑办理。”广州市民潘余威说。

据《人民日报》海外版