

金融助力提振消费扩内需

□ 本报记者 勾明扬

金陶然论金

信用卡优化服务促消费



正视困境谋突破

近期召开的中央经济工作会议明确提出,明年要大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求。

信用卡作为集消费信贷和支付于一体的金融产品,广泛服务于各类消费场景,是促进消费、惠及民生的重要工具之一。但近年来,信用卡数量及交易金额的减少成为众多银行需要面临的现实问题。业内人士认为,在行业发展新阶段,信用卡业务需要从追求数量的增长,切换为追求质量的发展,通过精细化经营不断挖掘并释放消费潜力。

中国人民银行近期发布的《2024年第二季度支付体系运行总体情况》显示,截至二季度末,全国信用卡和借贷合一卡7.49亿张,环比下降1.53%。人均持有信用卡和借贷合一卡0.53张;银行信用卡授信总额为22.74万亿元,环比下降0.07%。可以看出,在信用卡数量减少的同时,信用卡交易量出现下滑也体现出信用卡“办了不用”的现状。

同时,信用卡行业近年来资产质量压力等深层次矛盾逐步显现,信用风险不断凸显。中国人民银行数据显示,截至今年二季度末,信用卡逾期半年未偿信贷总额1053.29亿元,环比下降3.96%。占信用卡应偿信贷余额的1.24%。为了防范风险,金融监管愈加严格,对信用卡业务提出“审慎稳健”监管要求的《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》也已进入全面实施阶段。

为此,多家银行纷纷提高了信用卡的申领门槛和收费政策,虽然这些举措有助于防范信用卡风险,但也引起了许多用户的不满。近年来,多家银行都发布过信用卡权益调整的公告,调整基本以缩减为主。除了权益的大幅缩水外,积分规则的调整也令不少用户感到失望。资深信用卡专家董峰表示,在早期信用卡发展的增量阶段,银行基本采取高权益、高权益、高权益的模式去吸引用户,争取扩大利息与非利息收入。但是,现在的问题在于信用卡市场相对饱和,增量难以开拓,竞争激烈导致获客成本不断提升。“不少信用卡是用户在一时冲动下办的,后续基本不会再使用,因此银行难以获得足够的收益来覆盖信用卡获客和运营成本。在这种情况下,市场收缩成为必然,包括权益缩水、产品停发。”董峰说。

随着微信、支付宝等第三方支付的广泛应用,在小额支付场景下,权益频频缩水的信用卡也不再是用户的第一选择。信用卡获客并非最终目的,更重要的是如何留住用户,让权益更贴近用户真实需求是信用卡当下的发展方向。各家银行正在积极作出改变,例如,中国建设银行在削减机场贵宾厅权益的同时,也针对全球智尊信用卡等4款卡片新增了大众健身游泳、室内滑冰等权益。

“不同银行的信用卡发展策略是不同的,有些银行比较重视,设立了专门的信用卡部门,但有些中小银行不发行信用卡。”招联首席研究员董希淼表示,信用卡业务前期投入比较大,因此发展规模的大小,要根据银行自身定位量力而行。

业内人士表示,当前我国经济长期向好的基本面没有变,消费提振、卡基支付新政策不断出台,新消费、新产业、新业态加速兴起,信用卡业务与居民生活消费场景深度融合,仍存在较好的发展机遇和较大的发展空间。

精细经营惠民生

中央经济工作会议提出,加力扩围实施“两新”政策,创新多元化消费场景,扩大服务消费,促进文化旅游业发展。

记者了解到,为落实中央经济工作会议相关要求,中国工商银行推出“工银商户惠生活——销售有助力、消费享优惠”系列活动,紧跟居民消费热点,以行业联动方式开展接方式促销,覆盖百货商超、旅游娱乐、餐饮酒店等超万家热门消费商户,通过“真诚让利”,惠及亿万百姓生活,为社会消费增动力、添活力。

对美好生活的追求也在驱动着品质消费,在日常生活领域,家电、汽车等商品换新需求日益旺盛。“看到琳琅满目的优惠活动后,确实有些心动。而且家里那辆车已经开了将近20年了,趁着有优惠正好打算换辆新车。”北京市民王君说。

据悉,中国农业银行信用卡积极服务消费品“以旧换新”行动,围绕购车、住房装修等大宗消费,与全国各地优质厂商、经销商开展战略合作。开展以旧换新“分期购车礼”“家

装分期满减返百”等优惠活动,通过商户贴息、费率优惠、商圈建设等方式降低客户成本,高效便捷满足客户购车、家装融资需求,助力客户改善生活水平。

在助力文旅发展方面,农业银行与文化和旅游部合作,深度参与2024年“百城百区”金融支持文化和旅游消费行动计划。以信用卡为载体,针对热门旅游城市,推出“尔滨有冰雪”“谷雨品春茶”“成都游世园”“大美边疆游”等系列活动,对景区及周边餐饮、交通出行提供消费返现等优惠措施,有效激发人民群众文旅消费意愿。

各家银行也在持续优化支付服务,提升支付便利性。例如,工商银行在线下刷卡方面,推动重点场景外卡受理环境加速扩容,受理商户总量及资金承接规模均实现倍数增长。针对贸易新业态下“小额、海量、电子化”的交易特点,打造服务新模式,同业首家上线跨境电商外卡收单业务,为外卡持卡人线上购买产品及服务提供支付便利。

中国民生银行副行长张俊潼表示,把促消费和惠民生有机结合,是当前金融业肩负的重要使命。为了给消费者提供更为丰富、便捷的消费体验,各金融机构正不断探索迎合市场需求的新产品。民生银行信用卡中心针对不同年龄层及特定需求的客户群体,推出了多款特色鲜明的信用卡产品。无论是追求颜值与境外畅游体验的消费者,还是热衷于百货购物、寻求年轻专属标签或出行优选服务的用户,都能找到适合自己的信用卡产品。

深挖消费新潜力

随着全球经济与贸易的复苏以及中国市场持续深化开放,企业商务活动愈加频繁。业内人士分析,差旅市场的营收在未来几年仍将保持强劲的增长势头和巨大潜力。信用卡作为一种专为商务使用而设计的信用卡,在商务差旅、会议招待、代扣代付等日常商务活动场景中,为企业提

供了更加便捷、高效的支付解决方案。

传统的费用支付与报销流程较为繁琐,包含诸多审批环节,票据整理以及财务核对等工作内容。商务卡突破了这种传统模式的限制,企业通过商务卡能够直接开展费用的支付与管理工作。这一改变并非仅仅局限于支付方式的变化,更为关键的是,它极大地提升了企业的运营效率,助力企业降低成本、增加效益。

中国农业银行信用卡中心相关负责人介绍,从业务拓展的视角来看,商务卡用户是农业银行信用卡的一个重要客群,有助于进一步加深与企业客户的合作关系。以商务卡为突破口,能够进一步向企业及其员工提供更加丰富多样的金融产品与服务,达成多元化业务的协同发展,构建一个涵盖B端企业和C端个人的全面金融服务生态系统,进而在金融市场中筑牢客户基础,增强市场竞争力。

当前,农业银行信用卡已为超过600万商务卡客户提供服务。“我们将持续优化商务卡的功能与服务,并加大对中小微企业的服务力度,拓展更多来自不同行业、不同规模的企业客户,从而更广泛地满足企业商务支付需求。”上述负责人表示,在权益方面,将匹配更多契合商务场景的增值服务;在财务管理方面,将构建一体化差旅服务平台,为企业提供更加精确的费用控制、费用分析等服务。

信用卡行业依托消费而生,更要主动顺应消费的新发展、新特点、新趋势。董峰认为,在存量经营时代,信用卡产业要回归“围绕客户”的初心,更加注重服务品质,以增强客户黏性。

董希淼表示,信用卡业务机遇与挑战并存,各银行应坚持差异化发展,探索客群差异化定位,明确客户差异化准入标准,探索推出服务乡村振兴、新市民等专属信用卡。并且要用好金融科技,鉴于线上信用卡业务或将成为信用卡发展“第二曲线”,应加大和深化金融科技应用,加快信用卡数字化转型和线上信用卡产品创新,为消费者提供更好的金融服务。

完善消费金融风险监管体系

近日,国家金融监督管理总局发布《消费金融公司监管评级办法》(以下简称《评级办法》)。金融监管总局有关负责人就《评级办法》答记者问时表示,随着经济金融形势和消费金融公司行业的发展变化,原评级办法已不能满足行业高质量发展和强化监管的需要。同时,新修订的《消费金融公司管理办法》(国家金融监督管理总局令2024年第4号)已于2024年4月正式施行,《评级办法》相关内容也需要进行相应调整,保持监管要求的一致性。

记者梳理发现,此次《评级办法》主要修订内容体现在三方面。

首先,合理调整评级要素。比如,增加“合作机构管理”“消费者权益保护”两个评级要素,更加注重消费者权益保护工作评价。同时,设置“公司治理、资本管理、风险管理、合作机构管理、专业服务质量、消费者权益保护、信息科技管理”7个评级维度,分别赋予15%、15%、25%、10%、10%、15%、10%的分值权重,提高评级颗粒度。

其次,优化监管评级级次设置。将监管评级结果从优到劣划分为1级至5级和S级,其中2级和3级细分为A、B两个档次,评级结果数值越大表明风险程度越高。新增5级,即对处于重组、被接管、实施市场退出等的消费金融公司,经认定后可直接列为S级。

最后,明确分类监管原则与措施也是《评级办法》的亮点之一,监管评级结果将作为监管部门制定及调整监管规划、配置监管资源、采取监管措施的主要依据。素喜智研高级研究员苏筱芮表示,《评级办法》将评级结果与“配置监管资源、采取监

消费金融公司努力提升监管评级得分,从而获取更优的配套资源,也有助于其在消费金融领域树立良好的市场声誉。

近年来,在一系列金融监管政策的指引下,消费金融公司响应监管号召,坚守专业化消费信贷功能定位,不断提升公司治理水平,优化消费金融服务。多家消费金融公司一方面多渠道融资,加快向市场提供充足的信贷资源;另一方面依托数字化手段推进业务创新,满足用户多场景的高频信

息需求。

随着消费市场逐步回暖,消费金融行业面临更多发展机遇。海尔消费金融有关负责人表示,消费金融公司借助人工智能、大数据等技术,强化公司风险控制,提升金融服务质效。海尔消费金融通过科技手段将金融服务嵌入医美、教育、家电等场景,并实现全流程线上化商户运营、自动化审批决策和放款,对拉动消费起到明显的促进作用。截至目前,海尔消费金融医美、教育、家电场景已签约1.1万多家合作商户,累计为300万场景用户提供资金支持。

业内人士表示,随着消费金融市场的逐步扩展,风险管理显得尤为重要。中国银行研究院研究员叶银丹认为,如果没有有效的风控体系,增加信贷可能会导致违约和信用风险的上升。此次《评级办法》明晰监管思路,强化消费金融公司治理、风险管理、消费者权益保护等监管要求,有助于推动消费金融公司合规发展、顺利展业。随着《评级办法》的修订发布实施,消费金融公司要持续完善风险监管体系,发挥特色优势,更好地服务实体经济。

织密银发群体意外安全保障网

本报记者 武亚东



“保险是儿媳给我买的,原以为是孩子乱花钱,没想到真帮我省了不少钱。”山东省临沂市蒙阴县宋家庄村77岁的宋学芬老人,慈爱地拍着儿媳夏青的手,向记者分享了银龄安康保险的理赔经历。

不久前,宋学芬在家中洗澡时不慎摔倒,胸部第12椎体骨折。在住院住院治疗6天后,医疗费用共计2771元,医保报了1000元左右。因为投保了银龄安康保险,中国人寿的服务人员在接到报案后快速办理理赔手续,最终报销了1109元,仅用不到一天时间,理赔款便到账。夏青说:“有保险兜着,心里踏实多了。”

今年,国家金融监督管理总局印发的《关于推进普惠保险高质量发展的指导意见》明确提出,要大力发展适合老年人保障需求和支付能力的意外伤害保险和健康保险产品,合理扩大对既往症和慢性病人群的保障,着力满足高龄老年人保障需求。记者在采访中了解到,“银龄安康工程”是由政府主导的惠老工程,旨在提高老年人抗风险能力,减轻个人、家庭和政府老年意外伤害方面的经济

负担。

山东省临沂市蒙阴县自2009年启动“银龄安康工程”以来,累计参保人次超过80.5万,为当地老人提供了615.02亿元的风险保障,累计赔付金额超过4401万元。山东省临沂市蒙阴县民政局副局长徐西亮说:“这项工程对我们当地的基本医疗保险是有力补充。它不仅为老年人提供额外保障,也进一步完善了社会养老保障体系。”

徐西亮介绍,蒙阴县“银龄安康工程”从最初参保人数不到5000人,到去年增长至7.8万人,增长了14倍;赔付金额从最初的20.6万元攀升至622.9万元,累计赔付金额超过4400万元。从最初由政府推动为主到如今群众自发投保,充分体现了“银龄安康工程”顺应人口老龄化趋势,为老年人的身体健康提供了有力保障。

在山东省,“银龄安康工程”覆盖范围持续扩大。自2008年开展试点以来,山东全省累计参保人数已超过1.04亿,提供风险保障金额超过3.1万亿元,累计赔付金额超过23亿元。这一数据不仅

随着人工智能技术的飞速发展,大模型已经成为全球关注的焦点。尤其在金融领域,大模型的发展呈现迅猛增长趋势,短短两年时间,从百亿级参数已经成长到了千亿级参数,引发人们的高度关注。

金融业因其具有大规模、高质量的数据资源和多维度、多元化的应用场景,一直以来被视为大模型应用的最优行业之一。根据中国移动上海产业研究院发布的报告,金融领域的AI大模型渗透率已突破50%,这一数据在各行业中居首位。2023年,国内参数在10亿规模以上的大模型数量实现了“破百”,达到116个,其中金融行业大模型就有18个。

然而,有不少人提出了疑问:金融大模型是否有必要追求极致的大规模,追求以“大”为优?如果当下的大模型已经能够胜任目前的任务,未来是否还有必要继续投入大量资金去研发更大规模的模型?

对于多数中小金融机构而言,当下最为紧迫的考量是平衡大模型的投入产出比。尽管大模型被许多金融机构宣传为能够降本增效的工具,但想要达到理想的效果,前提是要达到一定程度的规模化应用。如果没有足够的规模化应用进而实现收益,那么对大模型的资金投入很快就会后继乏力,中小金融机构也就缺乏进一步扩大模型参数规模的动力。在这种情况下,“小而精”的金融大模型是中小金融机构更为合理的选择。通过“喂”给AI垂直领域的相关数据,让AI做到“术业有专攻”,中小金融机构可以节省出资金更加灵活地应对金融市场的变化。

对于很多大型金融机构来说,目前仍然存在很强的驱动力进一步扩大大模型使用。大模型的规模扩大确实会带来一些显著的优势。随着参数规模和数据规模的显著增长,千亿级大模型表现出更强的通用性和全面性,可以在更加多元的金融业务场景中完成任务。金融业是对精准性、时效性要求极高的行业,行业特点推动很多大型金融机构不断提升大模型的参数规模,以应对瞬息万变的金融市场。此外,一些大型金融机构出于同行竞争的考虑,将扩大模型参数规模视为提升品牌影响力的重要举措,以此展现自身的金融科技实力,在市场竞争中更好地脱颖而出。

总体来看,金融大模型的研发与应用应当基于各家金融机构的实际情况量力而行,避免盲目跟风,一味追求参数规模的扩张。在实际应用中,过于庞大的模型可能难以在有限的计算设备上部署和训练,从而限制了其在金融应用场景中的发挥。此外,在AI快速迭代的道路上,如果盲目追求参数规模,可能会带来不必要的成本投入和资源浪费。

从行业的长远发展来看,大小模型之间的有机搭配与协同作业,有望成为金融领域未来一段时间的常态。大模型与小模型相互补充,共同发挥各自的长处。在处理广泛合规、应对复杂任务方面,选用更有优势的大模型;在诸如合规等精细化的特定领域,选用更具有针对性的小模型。金融机构通过采用灵活应变、协同优化的策略,让大模型为金融领域带来更加高效和精准的服务,从而推动整个行业向更高层次迈进。

本版编辑 陈果静 美编 王子莹