浅析我国信用卡市场存在的问题

西北大学经济管理学院　曾观群　师　萍

【摘要】我国的信用卡市场经历了二十多年的发展,在市场规模、网络建设、配套服务等方面取得了一定成绩,但仍存在很多问题。本文从发卡行、持卡人和特约商户三个方面,就信用卡市场存在的问题进行阐述,并提出了几点建议。

【关键词】信用卡　发卡行　持卡人　特约商户

信用卡是一种先进的支付手段和信贷工具，它是随着市场经济的发展而逐步发展起来的。截至2005年年底,我国信用卡市场已初具规模,相对于国外发达的信用卡市场以及我国比较发达的借记卡市场来说,我国信用卡市场还有巨大的发展空间和潜力。到2006年年底,我国的金融市场将按照WTO协议的规定全面对外开放。现在已有不少外资银行陆续与国内银行合作发行信用卡,我国银行也要抓住这个机遇快速发展，以迎接外资银行即将全面进入我国市场的巨大挑战。

一、我国信用卡市场存在的问题

信用卡市场涉及多方利益主体，其中主要包括发卡行、持卡人和特约商户。发卡行和持卡人组成信用卡的发行市场,持卡人和特约商户组成信用卡的消费市场。只有这三者之间协调有序,信用卡市场才能健康发展。然而从我国目前的情况来看,三者都不同程度地存在一些问题。

1.发卡行存在的问题。①过分注重发卡数量,导致信用卡质量不高。我国银行信用卡的发卡量在1990年约为30万张,至2004年年底已增至3 000多万张。众多的发卡机构注重的只是数量上的竞争,各大银行通过各种各样的手段吸引客户办理本行信用卡,但此举并未带动相应的刷卡消费,出现了很多“死卡”、“睡眠卡”。②信用卡配套服务不到位。我国信用卡业务的相关设备并不完善,ATM和POS终端不够,特约商户数量不足,使得信用卡市场规模较小,直接影响了持卡人的用卡积极性,也制约了整个信用卡市场的发展。此外,信用卡品种较为单一,显示客户尊贵地位的增值特色服务还有待改进。③缺乏品牌理念,缺少具有竞争力的国内自有品牌。我国最初发行信用卡几乎是对外全面归顺，各银行纷纷加入Master Card、VISA等信用卡国际组织,成为其“特许发行商”,自有品牌已处于从属地位。虽然现在各银行已开始发展自有品牌,但仍处于杂乱无章的状态,尚未形成具有竞争力的品牌。

2.持卡人存在的问题。①消费观念保守,对信用卡的使用不积极。我国长期以来形成的勤俭节约、量入为出的消费观念根深蒂固,对于大部分人来说,超前消费的观念尚不被接受。使用信用卡先消费后还款的方式还未普及,这成为制约我国信用卡市场快速发展的一大障碍。②信用观念缺失,信用状况不佳。由于我国社会信用体系还未完全建立,对失信行为缺少相应的惩罚机制，持卡人失信行为带来的收入远远高于其成本,因而屡屡出现恶意透支行为,失信现象严重,导致银行不敢轻易授信。

3.特约商户存在的问题。①特约商户数量不足,没有形成显著的网络效应。网络效应是指消费者消费某种产品时所获得的满足感会随着购买这种产品的其他消费者的增加而不断增加，也就是说该产品的新用户可以为老用户带来正的外部收益。在信用卡市场的网络效应中,持有某种信用卡的消费者越多,愿意接受该种信用卡的特约单位也越多,反过来会吸引更多的人办理该种信用卡。我国信用卡特约商户市场虽已具备一定规模，但是远不能满足迅速扩大的持卡人群体的用卡需求。②信用卡服务水平有待提高。一些大中型特约商户出于种种原因,只允许少部分收银窗口受理信用卡,为持卡人用卡带来诸多不便;一些特约商户还存在推托刁难、操作不熟练等行为,操作技能有待提高;POS终端不足,部分大型商户因线路、内部管理以及各银行间竞争等诸多因素，对安装和使用POS不积极,影响了信用卡受理环境的改善。

除了上述几方面的问题外，我国还存在一个特殊现象——银联的自然垄断,这是导致银商之争、商户罢刷的根本原因。中国银联是我国境内惟一的收单机构和清算机构,在市场上处于完全垄断地位,拥有相当大的定价权力。持卡人刷卡后，特约商户需根据持卡人消费金额的一定比例向银行支付手续费,这个比例就是所谓的商户回佣率。手续费由交换费、银联网络服务费和收单服务费三个部分构成,其中,交换费和银联网络服务费一般由银联设定,具有一定刚性。银联必然基于自身利益来制定费率,然而由于这种垄断定价过高,致使特约商户拒刷罢刷。这种结果对发卡行、持卡人和特约商户都非常不利,严重阻碍了信用卡市场的发展。

二、我国信用卡市场的治理对策

针对我国信用卡市场存在的上述问题,笔者借鉴国外的先进经验,提出以下治理对策:

1.从发卡行方面来看。①实现信用卡市场竞争从量的竞争向质的竞争转变。发卡行的实际市场地位和收益是由信用卡的发卡数量和发卡质量共同决定的。衡量信用卡发卡质量的指标主要有客户直接持卡消费额和信贷余额。这是因为银

住房公积金信贷风险及其防范

西安住房公积金管理中心　杨　磊

【摘要】住房公积金管理是建设和谐社会必须关注的重要问题。为了更好地发挥住房公积金的作用,本文提出了完善委托贷款管理机制、建立贷款风险管理系统等措施,以有效防范住房公积金信贷风险。

【关键词】住房公积金　信贷风险　逻辑　风险防范

住房公积金贷款在我国大多数城市已成为职工个人住房贷款的首选品种。据有关统计资料显示,目前我国累计归集住房公积金 4 766 亿元,累计发放住房公积金个人贷款 1 889 亿元,个人贷款余额 1 278 亿元。当前存在的问题是,一方面大量在岗职工没有建立住房公积金个人账户,另一方面已建住房公积金大量没有贷出。因此,加强住房公积金归集和贷款发放,防范住房公积金信贷风险,就显得十分必要。

一、住房公积金信贷风险

从我国个人住房公积金贷款的发展过程来看,个人住房公积金贷款既有与商业性个人住房贷款相同的共性风险,又有其自身独具的特殊风险。

1.住房公积金制度本身引起的贷款风险。国务院颁布的《住房公积金管理条例》规定,住房公积金管理中心(以下简称"中心")不能办理金融业务,应当委托住房公积金管理委员会指定的银行办理住房公积金贷款业务。由于这项贷款的委托方与受托方是两个不同的利益主体, 因此难以解决双方因不同利益驱使而在运作过程中产生的目标和利益冲突。另外,由于银行不承担个人住房公积金贷款风险,银行的贷款回收动力不足。而中心因不直接面对借款人,受托银行又与其信息交流不够,在监督管理还款方面处于被动地位。

2.住房公积金相关政策引起的贷款风险。一方面,住房公积金的政策性特征决定了其服务对象主要是广大的中、低收入者,其中相当一部分职工收入不稳定、偿债能力不强,影响了贷款的安全性。另一方面,个人住房公积金作为一种"强制储蓄、低进低出、封闭运作"的政策性资金,在发放贷款时实行固定利率,又由于个人住房公积金贷款的期限较长(最长可达 30 年),在贷款的期限内,社会经济状况和金融市场会发生很多变化,由此也容易产生贷款风险。

行通过发行信用卡取得的收入主要由年费收入、刷卡手续费收入和透支利息收入三个部分构成。其中:年费收入取决于发卡数量;特约商户缴纳的刷卡手续费收入取决于客户直接持卡消费额;透支利息收入则取决于信贷余额。所以,目前信用卡市场竞争不再是单纯发卡数量上的竞争,而是通过提供增值服务、个性化服务,吸引和保持高端客户,以质量求发展。②完善信用卡服务,塑造信用卡品牌形象。只有通过改进设备、完善网络等配套服务,才能吸引更多客户。对于各发卡行来说,进行有效的品牌定位,塑造品牌形象,打破各家信用卡品牌日趋同质化的局面从而取得长远发展,已经成为当务之急。

2.从持卡人方面来看。①逐步转变传统的消费观念。要促使我国信用卡市场的快速发展, 必须扭转我们的消费观念,但又不能操之过急,应随着国民经济的发展逐步转变我们的消费观念。②建立社会信用体系和失信惩罚机制。要建立健全跨地区、跨行业、中立的个人信用评估和征信机构,降低银行风险评估的难度和风险管理成本。在全社会强化信用意识、加快信用制度建设是一个重大而迫切的问题,其中个人征信系统的建设更是重中之重。

3.从特约商户方面来看。①全面、合理地发展高质量特约商户。首先,要转变特约商户的用卡观念,使其充分意识到受理信用卡的意义所在。其次,特约商户的设置要合理,数量要多,要适度发展各大、中、小型经营单位,以扩大其知名度,逐步形成一个庞大的信用卡消费服务网络; 特约商户的类型要多,既要发展高档的酒店、宾馆、精品店、电器店,也要发展人们日常光顾的服装店、食品店、日用品超市,以满足人们各个层次的消费需求。同时,特约商户布局要合理,既要在市区中心大力发展,也要考虑在城郊乡镇合理设置。②提高特约商户的信用卡业务经办人员的业务素质,改善信用卡的用卡环境。要建立一支有较高的文化素质、熟悉信用卡业务、有较强的受卡意识、操作熟练、主动、热情的业务经办人员队伍,使持卡人有持卡优越感,充分享受到一流的信用卡服务,完善持卡人的用卡环境。

主要参考文献

①胥莉,陈宏民,吕艳.从银商之争看我国银行卡产业的垄断与竞争.经济理论与经济管理,2004;10

②李航.我国信用卡市场发展存在的问题及对策.燕山大学学报.2004;2

③张礼.加快我国信用卡市场发展的思考.科技情报开发与经济,2004;11

④潘春玲. 浅谈信用卡在我国的发展情况. 财政金融,2004;1