

多家银行减免信用卡持卡人费用

当期末还金额少于100元时视同全额还款

近日,信用卡行业的用卡服务迎来了新变化。10月30日,六大行集体发布公告,宣布在已有政策基础上,进一步推出惠企利民措施,加大减费让利力度,提升服务质效。目前,已有部分银行调整了信用卡相关服务,包括完善信用卡容差服务机制、建立信用卡普卡和金卡年费补刷机制等。

11月13日,记者注意到,中国银行发布公告,再次对信用卡服务进行减费让利,其中包括转账转出手续费、信用卡换卡、补发卡手续费等多项费用的限时减免。

从行业来看,目前存续卡量已经出现了负增长,多家银行信用卡消费额也出现不同程度下降,行业进入精耕细作时代,未来如何深耕存量将是一大挑战。

多家银行容差金额升至100元

记者注意到,10月30日,中国银行便公告称综合提升信用卡服务质效,将在11月底前提升容差服务限额至100元。

事实上,除中国银行,近日已有部分国内银行公告称调整信用卡服务,就包括建立信用卡容时、容差服务机制。多家银行称,在提供3天还款宽期限的基础上,进一步完善信用卡容差服务机制。而所谓的“容差服务”,便是指如持卡人当期发生不足额还款,且在到期还款日后账户中未清偿部分小于或等于一定金额时,应当视同持卡人全额还款。

记者注意到,工商银行、建设银行也于10月30日发布公告称,自2023年10月31日起,如持卡人当期末全额还款,且未归还部分小于100元(或等值外币)时,视同持卡人正常全额还款。

随后部分股份制银行也进行了跟进,如11月3日,平安银行发布关于信用卡还款容差调整的公告,称自今年12月21日起,该行信用卡还款容差由30元(含人民币30元或美金6元)调整至100元(含人民币100元或美金20元),且该服务无需主动申请。

调整信用卡服务价格

近日,中国银行发布《关于我行信用卡2024年部分服务收费减免的公告》,对部分信用卡服务费进行减免。减免项目包括中银系列产品持卡人使用自有资金进行柜台取现手续费、转账转出手续费、信用卡补发卡/损坏卡/提前换卡的服务费等,共计11项。中国银行表示,本次部分费用减免为阶段性费用优惠,时间为2024年1月1日至12月31日。

据悉,今年10月,中国银行业协会发布《关于调整银行部分服务价格提升服务质效的倡议书》(以下简称《倡议书》),以进一步引导银行业支持实体经济发展,提升人民群众金融消费体验。其中包括鼓励各信用卡发卡行,适时调整服务价格,为消费者提供更加灵活的金融服务供给。

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮表示,《倡议书》为银行减费提供

了更加具体的参考方向,同时也存在一定的灵活调整空间,能够方便银行机构根据自身的具体业务情况“因地制宜”。

值得注意的是,在提升信用卡服务质效方面,目前部分银行尚未跟进调整。苏筱芮指出,银行暂未行动可能有多方面因素,比如有的机构此前已经存在容时、容差等服务机制,是否有必要更新仍在探讨当中,再比如全盘提升质效将牵扯从产品到运营到风控的各个环节,需要跨部门协调,难以在短期内一蹴而就。

提升用户的体验与黏性是信用卡业务的核心竞争力

信用卡作为联通客户、商户、银行的重要支付方式,是商业银行零售业务中的“尖刀”部队,目前已经度过粗放发展时期,步入精细化发展阶段。

而据岭南金融研究院数据,信用卡行业经历了2014—2017年高速增长时期。2018年之后规模增长趋缓,进入存量经营时期。其发布的《2021年中国区域性银行信用卡业务研究报告》显示,截至2020年,信用卡行业整体余额规模为7.9万亿元,授信使用率下降。

目前我国信用卡市场增长放缓、竞争加剧。从卡量来看,央行今年发布的《2023年第二季度支付体系运行总体情况》显示,截至2023年第二季度末,信用卡和借贷合一卡在用发卡数量7.86亿张,相较去年同期减少2100万张。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示,信用卡数量回落主要受几

方面因素影响。大的背景是我国银行信用卡业务整体逐步进入存量竞争时代;此外,近年来国内规范信用卡市场发展,部分机构清理“睡眠卡”、加强信用卡资金使用规范,近年来我国信用卡消费服务需求处于复苏阶段等均对信用卡数量造成影响。

周茂华指出,银行传统营销获客成本在上升,银行如何提升信用卡用户的体验与黏性,是未来信用卡业务的核心竞争力。

为了满足消费者需求、提升信用卡服务质量,记者注意到,今年以来的银行信用卡活动多有跨界、紧跟热点潮流等方面的创新。多家银行信用卡通过积分兑换、折扣、定制礼品等活动进一步激活客户。此外,也有银行独家冠名演唱会等,实现跨界创新的金融服务。

“目前,信用卡行业发展从过去跑马圈地的高速发展阶段进入高质量发展阶段。”苏筱芮指出,一方面,银行需要洞察用户需求,从全局出发去审视用户的完整经历,挖掘用户体验需求,从中打造差异化竞争优势;另一方面,银行需要提升用户流量,挖掘用户价值。

而从用户旅程的角度看,提升用户流量,需改善整体用户体验,让用户对旅程的整体满意度提升。“无论线上还是线下,无论前端还是后台,只有真正把服务渗透到各个场景中,用户获得不断升级的体验,才能获取更多的用户流量。”苏筱芮指出。

据《每日经济新闻》

重品质、重融合、重场景,山东——

“以文促旅”“以旅彰文”推动旅游业进发新动能

新华社记者 袁敏

山东淄博,夜晚的周村古商城灯火一片。古色古香的老式建筑、身着古装沿街叫卖的“店小二”、热闹壮观的舞狮表演给这里增添了独特气息。今年1月至10月,周村古商城景区共接待游客401万人次,比2019年同期增长40%。

今年以来,山东旅游市场强势复苏。前三季度全省接待国内游客6.01亿人次,实现国内旅游收入7309.77亿元,分别同比增长47.01%和50.09%。山东结合游客消费需求,推动文旅产业向着重品质、重融合、重场景的方向转型升级,进一步擦亮“好客山东”金字招牌。

品质提升行动推动传统景区焕新

华灯初上,泰安东平县的大宋不夜城,流光溢彩的灯火、琳琅满目的美食,再配以打铁花、斗花车、舞乐琵琶等实景演出和体验项目,为游客带来一场奇妙的“穿越”之旅。今年1月7日开园以来,该景点共接待游客271.71万人次。

“这里之前是一座静态的水浒影视城,面积大但业态少,景区利用率低。”东平湖文旅集团党委书记谢兴庆介绍,

去年,集团投资1.2亿元,融合运河文化、黄河文化对这里进行优化开发,建成“吃中有游、游中有购、购中有娱、娱中有秀”的大宋不夜城,让老景区焕发新生。

山东现有A级旅游景区1205个,居全国前列。近年来,山东部署实施景区品质提升行动,为文旅深度融合高质量发展注入动能。菏泽郓城的水浒好汉城主打“水浒文化”旅游,形成武术修学区、水浒古城核心游览区、水浒文旅商业区、水浒演艺区、体育产业五大功能区。山东郓城水浒旅游发展有限公司总经理樊奇陇说,经过持续开发升级,如今这里已获评国家4A级旅游景区,年接待游客量超百万人次。

山东省文化和旅游厅党组书记、厅长王磊说,山东将继续实施景区焕新工程、高端旅游度假区培育工程、新业态提升工程等工程,迭代升级旅游产品和供给模式。

融合发展丰富文旅内涵

在淄博齐盛湖公园的海岱楼,定期推出的“追光海岱楼·奇妙淄博夜”系列活动给观众留下了深刻印象。古典舞蹈、陶瓷彩绘、诗歌朗诵、舞台剧、丝滑秀、交响乐……今年4月起,这里的一系列演出让游客沉浸式感受淄博这座文

化名城的厚重底蕴和蓬勃生机。

今年春季,山东省委、省政府印发《关于促进文旅深度融合推动旅游业高质量发展的意见》,山东省文化和旅游厅推出“2023年山东省文旅提质赋能计划”,对景区打造常态化演艺项目提出了具体要求,聚力打造优秀传统文化创新发展示范地、全国红色文化传承地、国际著名休闲度假黄金海岸等6张综合性、标志性亮丽名片。

在曲阜,从“老三孔”晨钟开城仪式、暮鼓关城仪式、祭孔展演,到“新三孔”汉服游园、大型演出《金声玉振》、灯火闪耀的尼山夜游季,演艺活动让儒家传统文化有了新的载体;

在菏泽,牡丹文化沉浸游园体验秀将牡丹的源起传承和黄河文化融入演出,结合音乐、戏剧、舞蹈、戏曲等表现形式,营造文化游园体验;

在青岛,今年新推出的戏剧市集、沉浸式戏剧体验周,将剧院与市集、餐饮、表演融为一体,吸引众多游客前往。

以文促旅、以旅彰文。“演出+旅行+地域文化”的搭配,成为齐鲁大地文旅融合的消费新风尚。

细致服务让“流量”变“留量”

淄博烧烤今年“现象式”走红,给北

京京和文旅发展研究院院长范周留下了深刻印象:“淄博烧烤拼的不是牛肉和羊肉,拼的是背后的城市管理和服务。”

为将网络“流量”变成文旅“留量”,淄博市从基础设施完善、服务质量优化、旅游业态创新等6个方面开展景区品质提升行动,潭溪山旅游度假区、马踏湖国家湿地公园、颜神古镇、天鹅湖国际慢城等一大批景区乘势而上,成功出圈。

近年来,山东各地从细处入手开发休闲旅游产品,为游客提供更优质的基础设施和周到的服务。

今年9月下旬通车的济青中线,10个服务区采用10个共建“一带一路”国家特有的建筑风格,并引入这些国家的特色商品和30余种风味美食,高速公路服务区成了“网红打卡地”。

住宿是文旅产业的关键一环。济南今年5月出台政策,将连续5年每年拿出2000万元推动旅游住宿业提质升级;青岛也宣布出台相关政策,对酒店、民宿加大支持力度。政策激励下,越来越多品牌酒店落子山东,全天餐饮定制、儿童托管、路线规划、机场接送等服务更加精细,满足游客个性化需求。

新华社济南11月12日电