

银行·玩转信用卡

部分银行信用卡分期自称理财 五折促销费率仍远高于按揭贷利率

■本报记者 张 歆

如果你还在愤怒于房贷利率上浮 10%后“居然超过了 5.3%”，那么你真的冤枉按揭贷了。最闷声发大财的显然并不是上述“明码实价”的产品，而是银行最接地气的信用卡分期。

据《证券日报》记者测算，部分银行信用卡分期手续费费率逾 45 倍于活期存款利率，11 倍于一年期存款基准利率；甚至接近 4 倍于一年期贷款基准利率。即便是部分银行推出了五折促销，优惠后的费率依旧仍旧 1.33 倍于主流的按揭贷利率。

分期被包装为理财

对于信用卡分期付款，多数信用卡用户并不陌生，主要包括现金分期、账单分期、汽车分期和单笔消费分期等。其中，先拿钱后消费的现金分期业务更是赚足了眼球。

事实上，《证券日报》记者以及身边的亲友都频频接到银行关于信用卡分期业务的推介。如今临近年底，相关推介频次更是有所增加。

值得一提的是，《证券日报》记者注意到，多家银行官网的信用卡频道将“理财”和“分期”捆绑在同一个栏目里，甚至是直接表述为“账单分期助您理财”。

然而，点击进入页面后，从官网对于分期业务优势的各种描述（例如，申请便捷、期数灵活、金额自选、还款轻松、自由消费）来看，该项业务与理财的关联度并不大。

真实费率最高逼近 18%

在多家银行的官网上，分期业务出现在首页或信用卡频道的首页上。虽然规模与对公贷款动辄数亿元的规模无法相提并论，但分期业务却是银行最接近所谓“暴利”的业务之一，对于银行来说，其性价比相当高。

以一笔总额为 12000 元的信用卡账单分期业务为例，根据分期的时限不同，银行收取费率不等的手续费。《证券日报》记者昨日登陆某股份制银行官网，按照其计算器测算，如果是选择按照 3 个月进行分期，手续费为 324 元；12 个月进行分期，手续费为 1066 元；24 个月分期的手续费为 2189 元。表面上来看，上述收费标准年化费率在 8.8%—11%之间，但实际上，银行的收益率远不止于此。

按照银行的说法，用户分期付款的手续费是按照期初用户分期总金额乘以一定的费率系数来计算，并不是按照每月剩余的贷款额度来计算。但是，仍以上述贷款 12000 元为例，显然持卡人并不是一直使用着 12000 元的贷款额度，而是逐月递减，以 12 个月分期的资



金占用均值来测算，月均的资金占用约为 6500 元。也就是说，手续费总额对比真实的资金占用总额后，分期费率将上升至 16.4%。

此外，如果是现金分期，则银行的手续费还要更高一些，同样是 12 个月的分期，其表面费率达到了 9.58%，真实费率则为 17.67%。

五折费率仍高于按揭贷

或许是对于分期业务的利润心

知肚明，也或许是临近年底冲刺业绩，部分银行近期对分期费率进行打折或对大额分期进行奖励。

“分期无压力，还款更轻松！您尾号 **** 的信用卡本月账单可申请分 12 期，月费率低至 0.32%”，家住北京市朝阳区的小陈近期收到银行提示，银行将分期费率降至不足五折。然而，金融专业出身的小陈分析发现，即便是按照优惠后的分率计算，其分期的真实成本也接近 7.1%，约 1.33 倍于按揭贷利率。

银行信用卡与羊毛党持续角力： 持卡人权益将与资产规模挂钩

■本报记者 毛宇舟

如何服务好信用卡客户与如何避免专业羊毛党的“薅羊毛”行为，一直是银行信用卡中心最头疼的难题，尤其是在积分实物兑换事宜中，由于礼品有限，很多抢手商品经常被一抢而空，真正的持卡人很难换到心仪的商品。

近日，有商业银行发布公告，在新的积分规则中，许多权益与客户的资产直接挂钩。某股份制银行信用卡中心人士对《证券日报》记者表示，近两年来银行发卡量增加比较迅猛，但是在信用卡年费门槛上，为了争夺客户，各家银行都较为灵活，刷卡免年费或者积分可以兑换年费，因此造成了一些信用卡的门槛和提供的服务

不相匹配，出现了羊毛党薅权益羊毛的现象，未来权益与客户资产挂钩是趋势，银行将对客户进行分层，从而提供有针对性的服务。

积分贬值频现

根据记者统计，2018 年，各家银行信用卡中心调整最多的是积分兑换权益服务。

一家大型股份制银行在今年 4 月份就做出调整，兑换里程改为按户计算，每自然年上限一共 5 万积分或里程，此前部分高端卡篇每年合计能换 45 万酒店积分或里程。

另一家股份制银行则在今年 7 月份公告，持卡人名下同一航空公司不同层级的航空联名卡在单一自然

年度内自动兑换航空公司常旅客会员里程（积分）的信用卡积分总额上限由 120 万积分调整为 60 万积分。一家城商行 9 月份披露的公告显示，持卡人所兑换里程中，5000 公里（含）内，每 500 公里须使用 9000 积分兑换，超出 5000 公里的部分，每 500 公里须使用 25000 积分兑换，每客户每自然年最高兑换限额为 50000 公里里程。

某国有大行的里程兑换调整也将于 2019 年 1 月 1 日生效，在调整前，普通卡和金卡的兑换比例是 20：1，调整后则为 30：1。

一名持卡人告诉《证券日报》记者，由于兑换机票不受必须是本人的限制，因此是各大黄牛党“薅羊毛”最狠的权益项目，积分兑换里程变现均

价大概是 1000 元一万公里里程，而买里程兑换机票要比直接购买机票便宜一半左右。

权益挂钩资产

近两年来，信用卡新增发卡量十分惊人，上市银行中报显示，工商银行和招商银行上半年的新增信用卡发卡数量都超过了 1000 万张，其中招商银行新增信用卡发卡数 1421 万张居首位，工商银行新增发卡数量 1300 万张排名次席。

建设银行、平安银行、农业银行、中信银行、光大银行、交通银行的新增信用卡发卡数量也都超过了 600 万张，分别为 849 万张、917.98 万张、852 万张、863.27 万张、604.6 万张和

640 万张。

在庞大的新增发卡量背后，如何服务好客户成为了信用卡中心的难题。

近日某股份制银行发布公告，明确了权益与资产挂钩。公告显示，资产达标持卡人可享受更高里程兑换上限。

也就是说，在银行的权益体系中，从客户资产层面对持卡人进行划分，从而提高权益服务水平。某股份制银行信用卡中心人士对记者表示，为高净值客户提供更为优质的服务，按照贡献度对客户进行分层服务，这个思路渗透到权益的设计中是主流方向，毕竟现在白金卡、普卡的界限越来越模糊，白金卡的门槛越来越低，用卡来区分服务对象的时代已然过去。

三峡银行 IPO 更换保荐机构 重庆三家法人银行均冲刺 A 股上市

■本报记者 吕 东

在接受上市辅导逾两年时间后，为了冲击重庆本地第三家上市银行而努力的重庆三峡银行更换了保荐机构。最新信息显示，该行上市辅导机构已从招商证券换成中国银河证券。

保荐机构 变为中国银河证券

重庆证监局网站日前发布的信息显示，重庆三峡银行已与招商证券协商后已解除了上市辅导协议，并与中国银河证券签订上市辅导协议，保荐机构发生变更，而这距该行接受上市辅导已过去两年时间。

早在 2016 年 11 月份，在重庆证监局网站上披露的重庆三峡银行股份有限公司辅导备案信息公示》中就曾指

明，重庆三峡银行已与保荐机构签订辅导协议，拟公开发行股票并上市。并于当年 11 月 22 日在重庆证监局办理了辅导备案登记，辅导机构为招商证券。至此，该行正式踏上 A 股 IPO 之路。

据了解，三峡银行成立于 1998 年，作为重庆市市属国有重点企业，该行一直在积极筹备上市计划，并取得了一系列进展。自 2016 年开始接受 IPO 辅导后，至 2017 年，三峡银行又进入了重庆市 2017 年第二批拟上市重点培育企业名单。今年 9 月，重庆市国资委党委书记、主任胡际权到该行调研时表示，要把实现银行上市作为三峡银行高质量发展的目标之一，加快推进上市工作。

三峡银行 2017 年年报显示，截至去年年末，该行资产总额为 2023.61 亿元，较去年年初增长 11.49%，增速较往年有所放缓。去年，该行实现营业收入

39.19 亿元，实现净利润 18.12 亿元，分别较上年同期下降 8.14%和 8.71%。

资产质量方面，在宏观经济下行背景下，三峡银行去年的不良贷款率有所上升。该行截至去年年末的不良率为 1.4%，较去年年初上升了 0.47 个百分点，但仍处于行业较低水平。为控制和化解不良贷款，三峡银行综合运用批量转让、贷款重组、核销等手段，根据不同贷款品种、不同担保方式等进行信用风险分类处理。2017 年，三峡银行共清收转化不良资产合计 2.7 亿元。2017 年及 2018 年上半年，该行共发行 40 亿元二级资本债券，较大程度上缓解了资本消耗的影响，资本充足率明显上升。但该行一级资本充足率以及核心一级资本充足率仍面临一定的补充压力，而对于未上市银行来说，若要对于核心一级资本进行有效补充，IPO 无疑是最佳渠道。

重庆 3 家法人银行 均有 A 股上市计划

目前，3 家重庆本地 3 家法人银行中均瞄准 A 股市场。其中，重庆银行、重庆农商行早已实现 H 股上市并全力冲击 A 股 IPO。

重庆市是我国四大直辖市之一，也是长江上游地区的经济中心和金融中心，当地共有包括重庆银行、重庆农商行以及三峡银行在内的 3 家本土银行金融机构。2010 年 12 月 16 日，重庆农商行就已在港成功上市，该行也就此成为全国首家上市农商行及首家境外上市地方银行，目前重庆农商行在 A 股 IPO 的排队审核状态为“预先披露更新”。重庆银行于 2013 年 11 月份同样登陆港股市场，目前该行在 A 股 IPO 的排队审核状态为“已反馈”，这两家银

行均选择在上交所上市，上市辅导机构分别为中金公司和招商证券。

作为重庆的一家本土银行，三峡银行此前的前十大股东绝大多数为重庆当地企业。截至去年年末，重庆三峡银行第一大股东为重庆国际信托，持有该行 14.05 亿股股份，持股比例为 29%，遥遥领先于其他股东。此外，该行前十大股东中还有重庆银行的身影，其持有三峡银行股份比例为 4.97%。今年 9 月下旬，重庆三峡银行第二大股东还发生过一次变更，该行原第二大股东佳宝控股集团有限公司将所持该行 9.94%的股份转让给精工控股集团（浙江）投资有限公司，后者成为第二大股东。需要指出的是，由于此次股权转让让方佳宝控股为精工投资的全资子公司，这也意味着，此次转让顺利完成，精工投资对三峡银行将由间接持股变为直接持股。

黄金制品年末大卖：银行主推“生肖”概念

■本报记者 刘 萌

每逢年末岁尾，黄金制品便走俏，成为市场关注的焦点。不少消费者都喜欢买黄金得个好彩头，或给长辈、晚辈送黄金饰品。

在传统销售旺季，商业银行也来分一杯羹，开启了年末促销。由于“猪”与“诸”谐音，多个银行打出“生肖概念”，理财经理推销时纷纷表示，猪年生肖金寓意有“诸”事大吉。

银行主打“生肖”概念

“我行年末贵金属优惠活动力度很大，贺岁金限时优惠，还有买赠活动，需要帮您预留吗？”

“金猪纳福生肖金碗、金猪贺岁金章、金猪贺岁金条、金猪贺岁五帝送财金钱等生肖金均有销售，需要的客户电话、微信预约或直接来网点购买均可。”

近日，有市民朋友对《证券日报》记者表示：“有不少在银行工作的朋友都发来通知——猪年生肖纪念金饰已经可以预购了。”

在某股份制银行网点，理财经理介绍道：“目前主推的产品多为‘猪年’概念，以喜迎 2019 乙亥（猪）年为主题。

事实上，《证券日报》记者在上周末走访时发现，多家银行都主打“生肖”概念。

在另一家股份制银行网点，理财

经理表示：“今年是我行发行生肖贺岁金的第五年。猪年贺岁金将从 2019 年 1 月 5 日开始领取，目前已经开始征订。”

在另一家股份制银行，理财经理则推荐了一款“猪立业存钱罐”，他表示：“‘存钱罐’将‘福禄寿喜财’与黄金相结合，是兼具创意与实用性的贺岁之选，送给小朋友也很合适。最近有不少客户预定购买。”

还有部分银行针对购买“生肖金”的客户推出了买赠活动。

除此之外，目前多家银行代销的贵金属产品是与世界知名 IP（如迪士尼、梦工厂、施华洛世奇等）合作设计制作。某国有大行理财经理表示：“之前我行代销的一款迪士尼设计的产品

销量不错，猪年贺岁产品也有不少类似产品，主要是为了吸引年轻消费群体购买。”

另有银行理财经理表示：“猪年生肖金的促销还带动了其他黄金制品的销售，除了客户经理推荐外，还有不少客户主动来询问详细活动。”

黄金卖场借“双十二”促销

当年末促销撞上“双十二”，近期各黄金卖场的价格比较“美丽”。

《证券日报》记者走访北京地区部分大型商场以及知名金店发现，临近年末，黄金饰品迎来了销售的高峰期。

记者注意到，各商场和金店对于

足金的产品纷纷推出不同力度的优惠活动，每克优惠 20 元到 50 元不等。多个品牌打出的宣传广告为“双十二促销”。

与此同时，本报记者还发现，前来咨询和购买的顾客主要是选择黄金饰品，尤其是猪年生肖系列的黄金饰品成为黄金销售的畅销品。

某品牌销售告诉《证券日报》记者：“不少顾客无需专柜人员推荐，便主动询价、选货、付款，交易很快就达成。”

“从销售反馈来看，设计感强、小克重的黄金饰品很受年轻人的追捧。比如 3D 生肖等卡通造型，或者是简约大气的几何图形设计，都卖得不错。”某知名品牌的销售人员对《证券日报》记者介绍称。

渣打中国在线开立 二三类户功能上线

本报讯 12 月 10 日，渣打银行（中国）有限公司（“渣打中国”）宣布，全面实现手机 APP 和网银平台人民币存款账户（II、III 类）远程开户功能，并开放二类户客户在线申领虚拟借记卡、开通第三方支付功能，绑定支付宝快捷支付和微信快捷支付，以及在线购买代销保险产品。渣打中国由此成为国内首家全面实现上述功能的国际性外资银行，实现了移动端客户体验从开户到支付的完整“闭环”。

中国个人金融市场已经成为全球最“移动化”的金融市场之一。渣打中国个人金融部董事总经理朱亚明表示：“中国监管机构近期在金融开放领域公布了许多新的政策，为外资机构深化在华业务创造了新的机遇。我们结合央行个人银行账户分类管理的规定，通过大力投资数字服务，从移动端更快速的切入市场，为个人客户实现便利、高效的金融服务体验，更充分地发挥外资银行基于其国际网络和经验在个人金融领域的产品和服务优势。”

此外，渣打中国也成为了首批接入非银行支付机构网络支付清算平台（网联平台）的外资银行，从而进一步保护客户的支付安全。

目前，渣打银行在中国的近 30 个城市拥有 100 个网点，是分支网络最广泛的外资行之一。在线开立人民币存款账户（II、III 类）等移动银行服务的上线，标志着包括渣打银行在内的外资银行，可以超越实体银行的地理限制，有效扩大服务范围，充分发挥金融专长，为中国客户提供更多金融选择与服务。（彼 雪）

（上接 B1 版）

值得一提的是，《证券日报》记者走访多家银行网点发现，信托产品的销售非常走俏，多个产品在募集期首日就售完了额度。某国有大行理财经理告诉本报记者：“收益率较高的信托产品非常难抢，即便是我们网点的理财经理帮也没有帮助预约客户抢购成功。”

理财经理推资管计划 挽留资金度过“空窗期”

《证券日报》记者走访过程中发现，部分本月没有代销信托产品计划的银行推出了期限不等的资管计划以期留住客户。

在某国有大行网点，虽然没有信托产品可买，理财经理仍然热情推荐了几款证券公司的资管计划。该理财经理表示，“这些资管计划产品风险情况和信托产品差不多，收益率比信托产品低一些，但是期限较短，100 万元起购，半年期产品的预期年化收益率在 4.5%左右，一年期产品的预期年化收益率在 4.9%左右。”

在另一家国有大行网点，理财经理表示：“我行 12 月份没有信托产品销售计划，下一期信托产品预计在春节后发行。建议您在配置期限短的资管计划，投资期限 3 个月，起购金额为 100 万元，年化预期收益率在 5%左右。”

欢迎关注
金融 1 号院



微信精彩内容

●年底“大片”看过来！乙二醇期货上市阵容强大，现场视觉感“爆棚”

欢迎关注
芬客你好



微信精彩内容

●【区块链每日“恋”上你】肖风：Token 受证券法约束，任何想脱离中心化监管机制，以期绕过监管部门的行为肯定是犯罪

欢迎关注
证券日报 e 保险



微信精彩内容

●众安保险王康：信用保证险打破消费金融资金端与资产端不对称