

信用卡透支利率取消上下限

对你我影响几何?

近日,中国人民银行发文取消了信用卡透支利率上限和下限管理,引起消费者关注。信用卡透支利率“松绑”将对你我生活有何影响?又将给信用卡行业带来哪些变化?

信用卡透支利率全面“松绑”

央行近日发布通知称,自2021年1月1日起,取消信用卡透支利率上限和下限管理。这意味着,从今年开始,信用卡透支利率可由发卡机构与持卡人自主协商确定。

至此,不少常使用信用卡“买买买”的消费者才关注到,信用卡透支利率原来还有上下限。

其实,相关改革早已开始。早年,各家银行信用卡的透支利率还都采用固定利率——日利率万分之五。2016年,央行发布通知,自2017年1月1日起,对信用卡透支利率实行上限和下限管理,上限为日利率万分之五,下限为日利率万分之五的0.7倍,这一区间相当于年化利率12.6%至18%。

时隔4年,信用卡透支利率管理全面“松绑”,是何考虑?

“为深入推进利率市场化改革”——

央行的通知只有这短短一句话解释,但背后有深意。

近年来,信用卡市场日益发展,风险管理体系逐渐完善,推进信用卡利率市场化的条件已基本成熟。加之,当前新发放和存量贷款的定价基准转换已经顺利完成,进一步推动信用卡市场的利率改革已是水到渠成。

优质客户或将获得更多优惠

利率下限放开,信用卡的透支利率会大幅下降吗?

业内人士指出,透支利率市场化定价后,银行需要根据资金成本、信贷资源、市场策略、风险偏好等进行合理定价,调整透支利率。

“目前,不少银行的信用卡透支利率都采用的是上限,也就是万分之五,一些中小银行有优惠打折,但很少有用足下限的。”招联金融首席研究员董希淼表示,下限放开并不意味着透支利率会很快跌破原来的下限。但未来信用卡透支利率将更加差异化,透支频率和金额高、信用良好的客户,或将获得更优惠的透支利率。

在他看来,放开上下限之后,预计央行仍将通过自律机制等方式,引导银行保

持良好的竞争秩序,银行也不会打无底线的“价格战”。

值得注意的是,透支利率和分期费用不是一回事。

“刚用信用卡分期购买了一台电脑,政策就调整了,我是不是亏了?”北京市民王女士心存疑问。

对此,专家表示,此次调整的是信用卡透支利率,和分期手续费不同,不会对分期还款产生影响。目前信用卡免息还款期大都是五六十天,免息期后持卡人无法全额还款,才会产生利息。分期手续费则是根据分期期数收取固定比率的手续费。

此外,通知还规定,披露信用卡透支利率时应以明显方式展示年化利率,不得仅展示日利率、日还款额等。

一名国有大行信用卡中心人士表示,日利率万分之五看似不多,但折算成年化利率达18%,并不便宜。“按照监管要求,发卡机构要充分披露信用卡透支利率并及时更新,确保持卡人充分知悉并确认接受,有利于维护持卡人合法权益。”

持卡人应理性借贷消费

当前,我国消费金融市场参与机构众

多,发展迅猛,花呗、京东白条等互联网消费金融产品持续发力,银行信用卡面临的挑战不言而喻。

央行数据显示,截至2020年三季度末,我国信用卡和借贷合一卡在用发卡数量共计7.66亿张,环比增长1.29%。银行信用卡授信总额为18.59万亿元,环比增长3.80%。

业内人士指出,取消信用卡透支利率上下限管理,将有利于发卡机构自主决策,为持卡人提供个性化服务,在与其他消费金融机构,尤其是互联网金融平台竞争中增强吸引力。

“政策调整并非针对互联网消费金融产品,但确实会通过调整利率水平,对消费金融市场产生影响。”董希淼表示,此前花呗等互联网消费金融产品下调了部分年轻用户的信用额度,信用卡机构灵活的定价策略将有益于增强信用卡对年轻客户群体的吸引力。

不过,专家提醒,尽管发卡机构将发力拓展客群,针对部分优质客户推出优惠利率,但持卡人应充分分析自身还款能力,理性借贷消费。

(据新华社北京1月12日电)

异地赔付快又好 贴心服务赢赞誉

本报讯1月4日,客户尚先生通过快递将一面写有“理赔迅速 服务热情”字样的锦旗送到中国人寿舞钢支公司,对工作人员负责、热心、专业的服务表示赞赏。

尚先生是濮阳市人,2019年11月在中国人寿舞钢支公司投保了一份医疗保险。2020年10月8日,他因“状动脉粥样硬化性心脏病、急性前间壁心肌梗死”在濮阳市人民医院住院治疗,花费医疗费近13万元。2020年11月25日,尚先生出院后申请理赔。该公司理赔人员第一时间向客户致以慰问,并告知有关注意事项。

随后,理赔人员通过微信与客户保持沟通,在协助客户收集理赔资料的同时,委托濮阳公司帮助核查案情。2020年11月30日,该案结案,赔付保险金3万余元。(范廷杰文/图)



尚先生对案件处理非常满意,送上锦旗表谢意

卫东农商银行 “开门红”首战告捷

自首季“开门红”活动开展以来,卫东农商银行上下齐心,全面开展营销活动,首战捷报频传,取得可喜业绩。截至2021年1月11日,该行各项存款较考核期增长286亿元,较年初增长161亿元,交出今年第一份答卷。

抓营销,抢市场。该行利用网点多、覆盖广、本土化的优势,以引进来、走出去的方式营销。该行以乡村、社区、街道为主战场,客户经理逐户走访精准营销,前台人员优质服务厅堂营销,详细介绍各项产品和业务,全面发动宣传攻势。同时,该行强化信贷联动营销,以“党建共创·普惠金融”活动为抓手,勤跑市场、勤跑客户,深入辖区工商个体户、专业市场及小微企业,以贷款吸引存款,以存款资源促贷款。另外,该行在综合营销中为客户提供存贷汇及电子银行等综合金融服务,由“单一营销”向“多元营销”转变。

抓重点、浓氛围。该行及早动员部署,先后召开碰头会、研讨会及首季“开门红”动员誓师大会,研究讨论工作目标和措施,明确目标任务,压实工作责任。同时,该行抓住工作重心,认真对照“开门红”考核中各项指标,重点围绕资金组织、贷款投放、网络金融拓展等三个方面开展联动营销、交叉营销。该行员工走上街道、深入集市、走访社区,为客户送春联、送福袋,传递新年祝福,让客户充分感受到该行的温度。该行针对“开门红”加大了宣传,利用报纸、微信朋友圈、LED屏、宣传折页等进行宣传造势,让朋友圈的每位好友都变成潜在客户,把誓夺“开门红”的“斗志”转化为节节攀升的“数字”。

抓考核,强激励。该行进一步完善员工绩效考核办法,加大二次考核力度,按劳取酬,打破大锅饭、平均主义,激发和调动了每位员工的积极性与主动性。领导班子及包片人员深入一线帮助网点开展工作,深度参与支行网点营销宣传、重要客户洽谈,帮助基层解决实际问题。(马腾飞 周文娟)

产品丰富 服务提升

银行鏖战“开门红”

(上接B1版)

贵金属悄然受宠

每逢年节,买点黄金压压岁也是一些家庭的选择。一些银行每年都会推出贺岁黄金,包括金币、金钞、金条、金砖等。这类产品不仅具备黄金的投资保值属性,而且兼具文化收藏属性。

如农行平顶山分行推出的贵金属贺岁新品,传承东方生肖文化,以福牛为灵感,汲取传统祥云、铜钱、元宝、鱼、福字等吉祥元素。产品“生肖和合福牛转运”“牛转乾坤”“五牛图”“创富牛”,将传统文化与现代设计巧妙融合,形式新颖、工艺精湛、寓意深远,满足客户收藏、礼赠、投资需求。

另外,“开门红”产品还有基金定投等银行的常规产品,市民可以

登录手机银行或到银行网点咨询。

“开门红”活动多

为何推荐市民在银行“开门红”期间购买金融产品?农行平顶山分行专业人士告诉记者,该行为冲刺“开门红”,推出了“春天行动”。这是年末岁初旺季营销的重要时机,市场资金流动充足,居民消费需求旺盛。银行策划了一系列营销方案,推出了理财、保险、基金、贵金属等丰富多样的金融产品,以满足不同层次客户的需求。如农行掌上银行推出了首次签约电子社保卡、医保电子凭证激活、无卡取现送好礼以及新客三重礼话费抽不停等活动。

同时,决战“开门红”期间,金融产品相对质量更好,收益更高。由于“开门红”期间几乎所有金融产品都

在银行舞台上竞技,因而也是各类产品互相比拼的战场。同样是代理保险,保障功能更强的产品就会更受消费者的欢迎。同样是基金产品,过往投资回报更高的基金经理所管理的产品也一定会更受关注。同样是贵金属产品,有品牌效应、有收藏价值的可能就不用担心没客户购买。

如新华区农信联社大额存单利率较央行基准利率上浮55%,以3年期为例,年化基准利率高达4.2625%,不仅高于普通定期存款,也跑赢我市多家金融机构大额存单利率。

另外,“开门红”期间,各家银行配套服务也好。“数据、技术、设备、客服、运营、产品、销售、财务、物流配送等,所有条线人员服务于客户。”一位业内人士告诉记者,这样的服务相信会让市民满意。