

2021年信用卡行业发展报告



信用卡的本质是可循环使用的小额消费授信，具有一定的普惠金融属性。在疫情造成居民现金流紧张的情况下，信用卡较好地支持了人们的日常现金应急需求，对稳定消费、保障内循环起到了至关重要的作用，关键时刻承担了服务大众、服务实体经济的角色。

2021年以来，随着疫情后的消费复苏、国内经济逐渐回暖、央行取消信用卡透支利率上下限管理等政策出台，信用卡行业的各项指标不断提升，如今已经成为我国居民使用最广泛的非现金支付工具。

央行数据显示，自2015年至2021年二季度，我国发卡量、信贷规模等指标均呈现正向增长趋势。与此同时，根据上市银行披露的2021年半年报数据，全国性银行的整体发卡规模、交易数额等指标均有所提升，此外，大部分银行的不良率整体控制较好，且处于下降趋势。

后疫情时代，各大银行抢滩移动端，信用卡逐渐从“卡片”演进到“App”，成为银行数字化转型的一大重要抓手，也从侧面反映了各行信用卡金融科技的真实实力。根据新浪金融评测室的评测研究结果，信用卡App的重视程度、投入力度逐步提升，用户体验、功能服务也日趋完善，但各家发展水平参差不齐。如何与用户需求同向、与科技脉动同频？如何发挥独特优势、抓住未来增长点？这些问题值得深思。

近年来，信用卡诈骗、借款合同诈骗、票据造假等金融风险频频出现，对银行的公众形象产生负面影响，引发声誉风险危机。2021第二季度银行业消费投诉较2020年第二季度同比增长25.5%，涉及信用卡业务投诉46273件，同比增长37.2%，占投诉总量的54.8%，可见信用卡业务在稳步发展的同时，仍是消费者投诉的“重灾区”。

在数字化时代，银行卡的数字化营销热度有增无减。通过农业银行、招商银行、光大银行与社交媒体平台的合作案例，可以看出信用卡通过数字平台来获取流量和提升用户使用热度，在将来仍然是一个不断强化的趋势。

一、2021年信用卡行业发展情况

2021年以来，随着疫情后的消费复苏、国内经济逐渐回暖、央行取消信用卡透支利率上下限管理等政策出台，信用卡行业的各项指标不断提升，如今已经成为我国居民使用最广泛的非现金支付工具。

与传统银行卡不同的是，信用卡只要有额度即可以使用，但借记卡则需要存款才能使用，因此，信用卡也在一定程度上缓解了现代人们的经济压力，有效促进资金健康地循环流动。

据央行数据显示，自2015年至2021年二季度以来，我国发卡量、信贷规模等指标均呈现正面增长趋势。与此同时，随着上市银行半年报披露完毕，上半年银行

信用卡业绩也悉数亮相。据银行披露的上半年年报数据显示，全国性银行的整体发卡规模、交易数额等指标均有所提升，此外，大部分银行的不良率整体控制较好，且处于下降趋势。

本章将基于我国信用卡行业、全国性银行的发卡量、透支情况、交易与收入、风险情况四方面，分析不同银行在信用卡业务方面的不同发展情况，选取的银行总样本为六家国有大行以及十二家股份制银行。

1、信用卡发卡量

总体而言，自2015年至2021年二季度以来，我国信用卡发卡量呈现上涨趋势，但增速处于上下波动状态。与此同时，通过对比全国性银行上半年的卡量规模可以看出，工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、招商银行的发卡量已经达到亿级，其中，农业银行新增发卡量位居第一。

1.1 历年发卡情况总括

近年来国内信用卡市场发展迅速，据央行披露的2015年至2021年二季度数据来看，全国信用卡和借贷合一卡总体发卡量呈现上升趋势，2015年的发卡量为4.32亿张，2021年上半年已经达到7.9亿张。

但与此同时，全国信用卡和借贷合一卡的增速却呈现上下波动特征，相比增速高峰点（2017年），2018年同比下降了近十个百分点至16.73%，直到2020年也依旧呈现下降趋势。

此外，从2015年至2021年二季度以来，人均持有信用卡和借贷合一卡量也在持续攀升，截至2021年第二季度末，人均持卡量达到0.56张，相较2015年提高了近一倍。

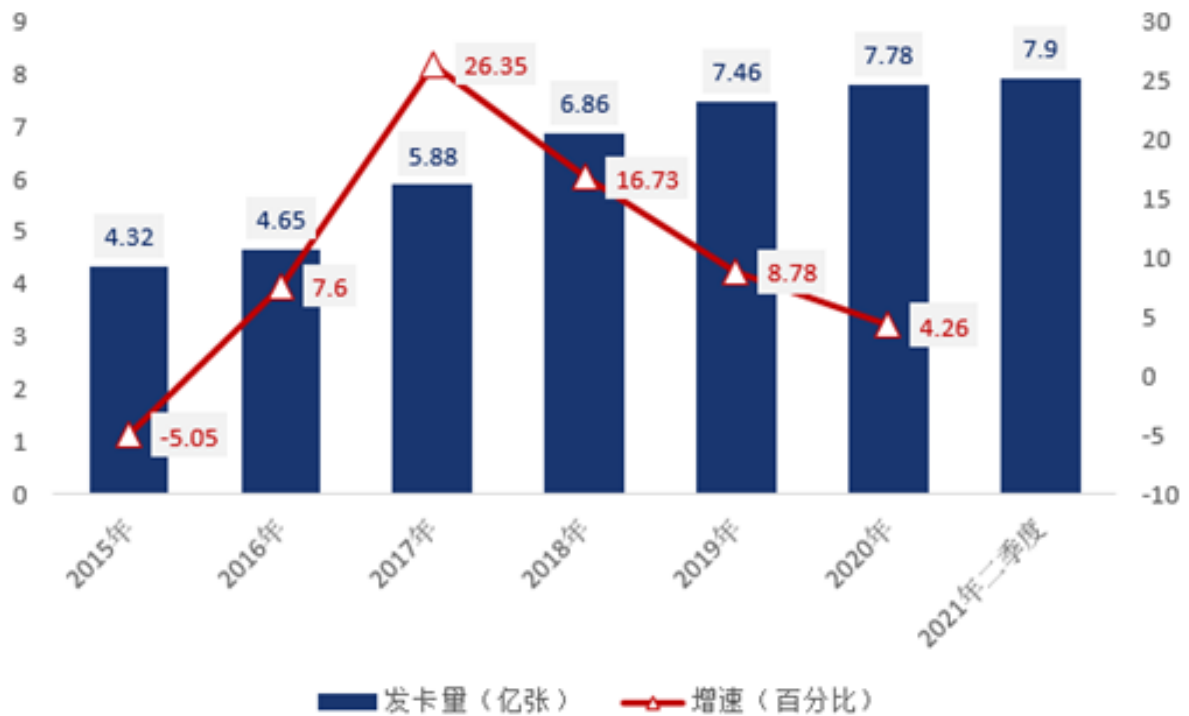


图 1 2015 年至 2021 年二季度全国信用卡和借贷合一卡发卡情况
(数据来源: 中国人民银行)

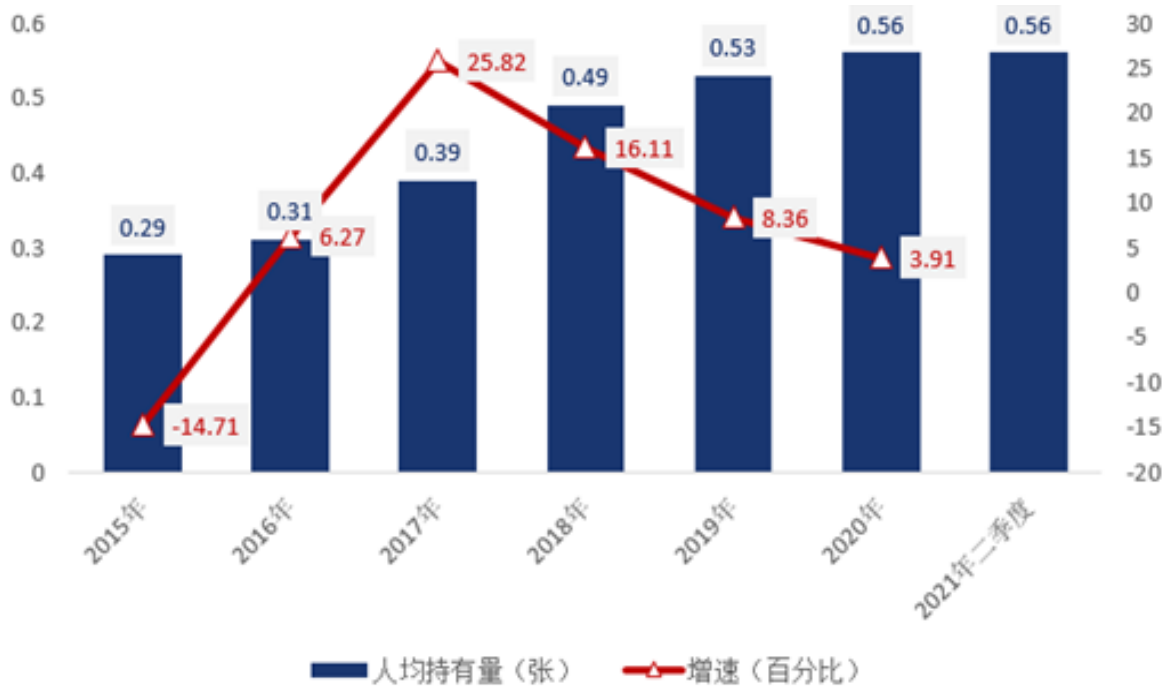


图 2 2015 年至 2021 年二季度全国人均持有信用卡和借贷合一卡情况
(数据来源: 中国人民银行)

1.2 全国性银行信用卡发卡情况

从全国性银行披露的 2021 年中报来看，截至 2021 年 6 月末，信用卡累计发卡量达到亿级的包括工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、招商银行，分别为 1.63 亿张、1.46 亿张、1.4 亿张、1.33 亿张、1.02 亿张。

此外，发卡量前十名中还包括中信银行、光大银行、交通银行、平安银行、民生银行，发卡量分别为 9683.18 万张、8390.25 万张、7377 万张、6652.74 万张、6263.12 万张。由此可以看出，国有大行依然占据信用卡发行量的霸主地位。

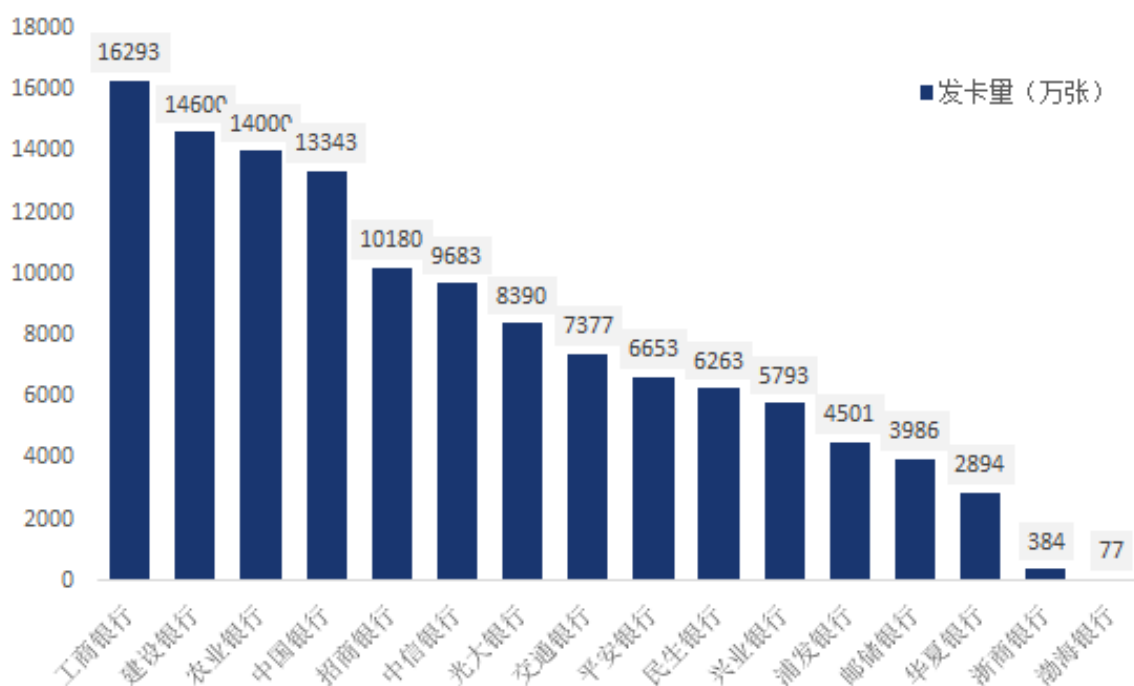


图 3 2021 年上半年末全国性银行信用卡卡量
(数据来源：银行年报)

新增信用卡数量方面，农业银行上半年新增发卡量达千万张，邮储银行、工商银行、中信银行、华夏银行、兴业银行等新增卡量都突破了百万张。（如下图所示）

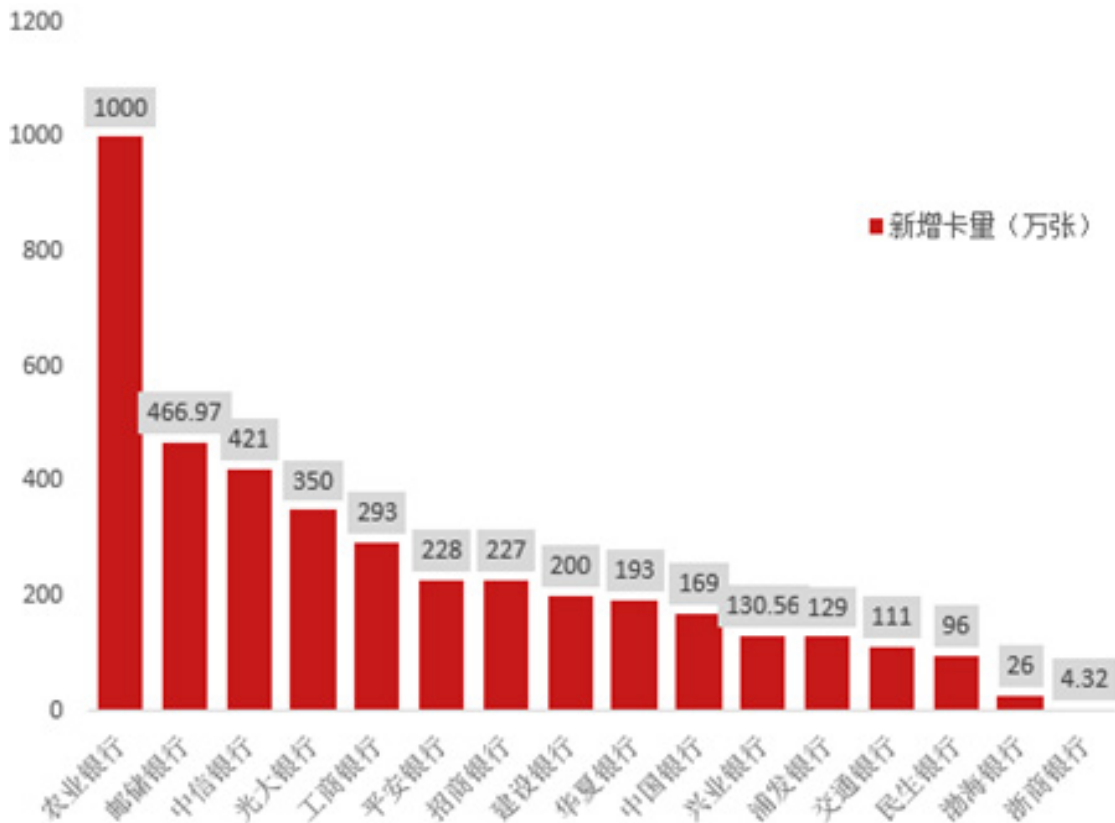


图 4 2021 年上半年末全国性银行新增信用卡数量
(数据来源：银行年报)

卡户方面，根据部分上市银行披露的半年报数据来看，截至 2021 年上半年，建设银行信用卡累计客户达 1.05 亿户，招商银行流通户数 0.68 亿户，民生银行信用卡客户数为 0.44 亿户，华夏银行为 0.16 亿户。

2、信用卡透支

总体而言，自 2015 年至 2021 年二季度，我国信用卡授信总额表现为持续上涨模式，但增速于 2018 年起出现下滑状态。此外，银行卡在授信使用率方面呈现出增长态势。另外，相比而言，国有大行注重信用卡发卡量规模，而股份制银行则更侧重信用卡透支规模。

2.1 历年授信情况总括

根据央行提供的 2015 年至 2021 年二季度数据来看，我国银行卡授信总额（指信用卡和借贷合一卡的授信总额之和）总体呈现上涨的走势。截至 2021 年二季度末，我国银行卡授信总额为 20.23 万亿元，相较去年全年增长了 1.27 万亿元，环比增长 3.01%。但相对来说，增长幅度呈现下降趋势，至 2020 年我国银行卡授信总额增幅为 9.18%。值得注意的是，该指标增长幅度在 2017 年达到顶峰，达 36.58%。



图 5 2015 年至 2021 年二季度我国银行卡授信总额情况
(数据来源：中国人民银行)

与此同时，2015 年至 2021 年二季度，我国银行卡应偿信贷余额也在持续上涨，截至 2021 年二季度末，银行卡应偿信贷余额为 8.18 万亿元，相较于 2015 年，涨了 5.09 万亿元。但增速有所放缓，2020 年增长幅度为 4.26%。

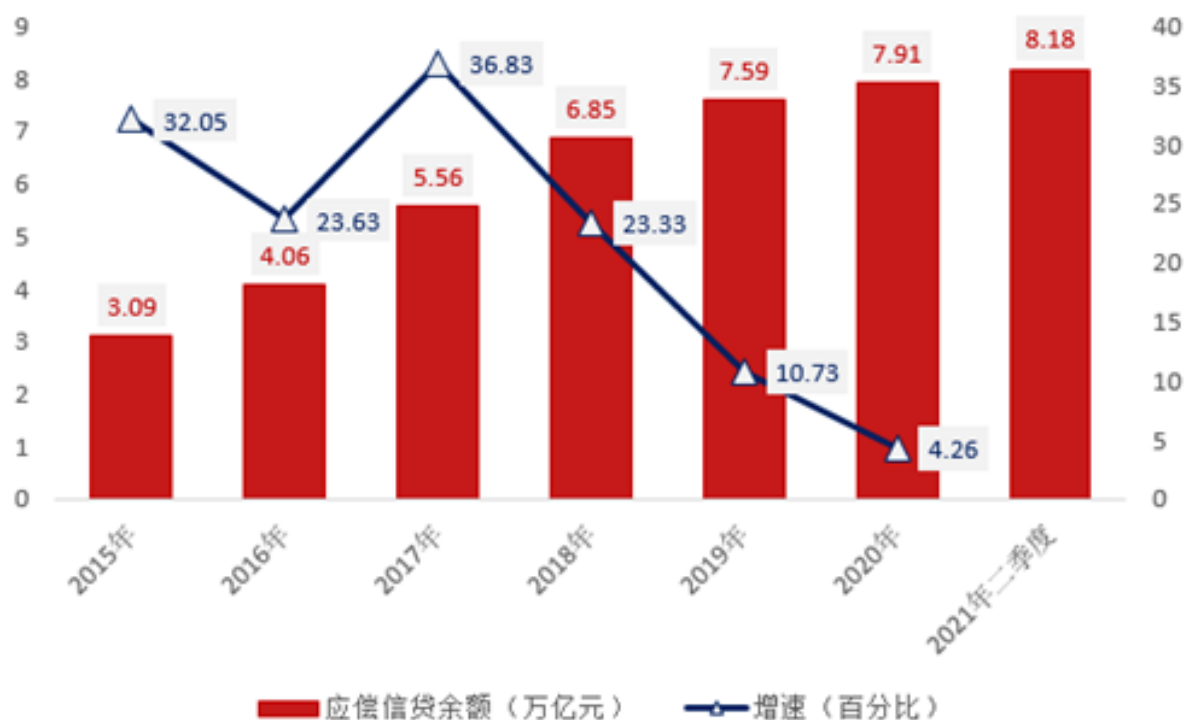


图6 2015年至2021年二季度我国银行卡应偿信贷余额情况
(数据来源: 中国人民银行)

随着持卡人近年来对信用卡的需求增长, 银行卡在授信使用率(银行卡应偿信贷余额与银行卡授信总额之比)方面呈现出增长态势, 2017年我国银行卡授信使用率为44.54%, 并到达至巅峰数值。自2018年起, 我国银行卡授信使用率逐年下降, 至2021年二季度已降至40.43%。

此外, 2015年至2021年二季度, 我国银行卡卡均授信额度不断增长, 央行数据显示, 2021年二季度银行卡卡均授信额度2.56万元, 相较2015年增长了0.77万元。



图7 2015年至2021年二季度我国银行卡卡均授信额度及授信使用率
(数据来源: 中国人民银行)

2.2 全国性银行信用卡透支情况

结合目前全国性银行披露的上半年数据来看, 农业银行的信用卡透支余额为6166.02亿元, 增速居首位达13.6%; 邮储银行及招商银行的增速在上半年都超过了6%, 其中, 邮储银行的透支规模达到1554亿元, 招商银行的透支规模达到7969.85亿元; 此外, 工商银行、兴业银行、中信银行、平安银行等较年初都有增长。值得注意的是, 交通银行、光大银行、浦发银行、民生银行等信用卡透支余额出现了下降的趋势。

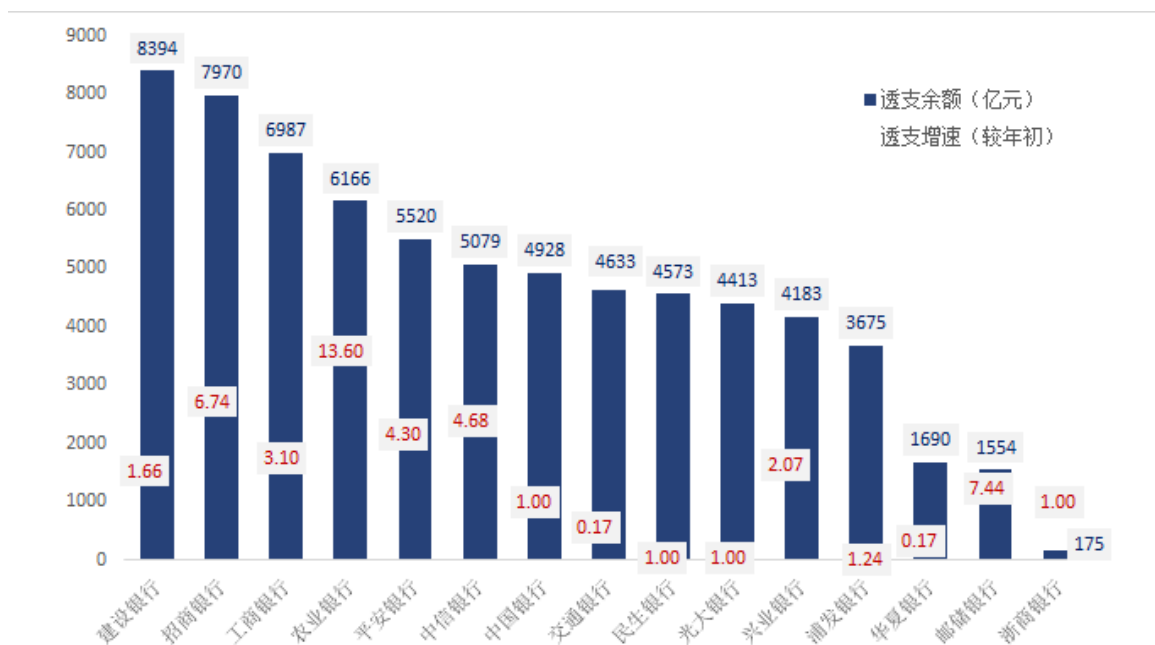


图 8 2021 年上半年末全国性银行信用卡透支情况
(数据来源: 银行年报)

将上市银行信用卡透支余额与发卡量相结合后可以看出, 国有大行更注重信用卡发卡量的规模, 而股份制银行则更多的侧重于信用卡透支的规模。比如, 中国银行 2021 年上半年的发卡量达到 1.33 亿张, 在全国性银行中排名第四, 相对而言, 该行信用卡透支规模仅为 4928.24 亿元, 排名适中。

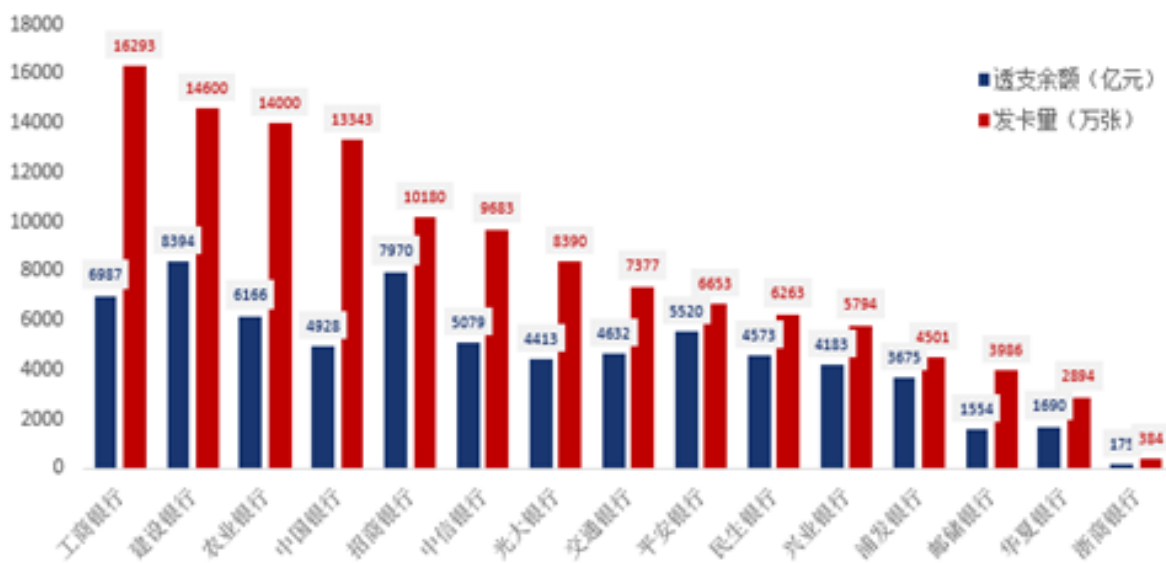


图 9 2021 年上半年末全国性银行信用卡透支与卡量对比
(数据来源: 银行年报)

3、信用卡交易与收入

总体而言，从交易方面看，招商银行在上半年全国性银行信用卡交易额中排名最高，其次是平安银行。此外，从收入方面看，招商银行上半年的业务收入位居部分已披露数据的银行之首。值得注意的是，从招商银行披露的数据看，非利息收入的增长在近年来逐渐成为一种趋势。

3.1 全国性银行交易情况

银行信用卡交易额在一定程度上反映了信用卡规模与用户规模情况，由下图披露的数据可以看出，招商银行信用卡交易额以 22768 亿元的数据位列首位；其次是平安银行，交易额为 18129 亿元；建设银行和交通银行紧随其后，交易额分别为 15000 亿元和 14516 亿元。

此外，从信用卡交易额的增长率情况来看，农业银行排名最高，同比增长了 31%，邮储银行和兴业银行紧随其后，交易额同比增长皆超过 17%；中信银行、平安银行、招商银行的增长率也都超过 10%。值得注意的是，从上述所列的信用卡发卡量来看，以上银行也在业内中的排名靠前。

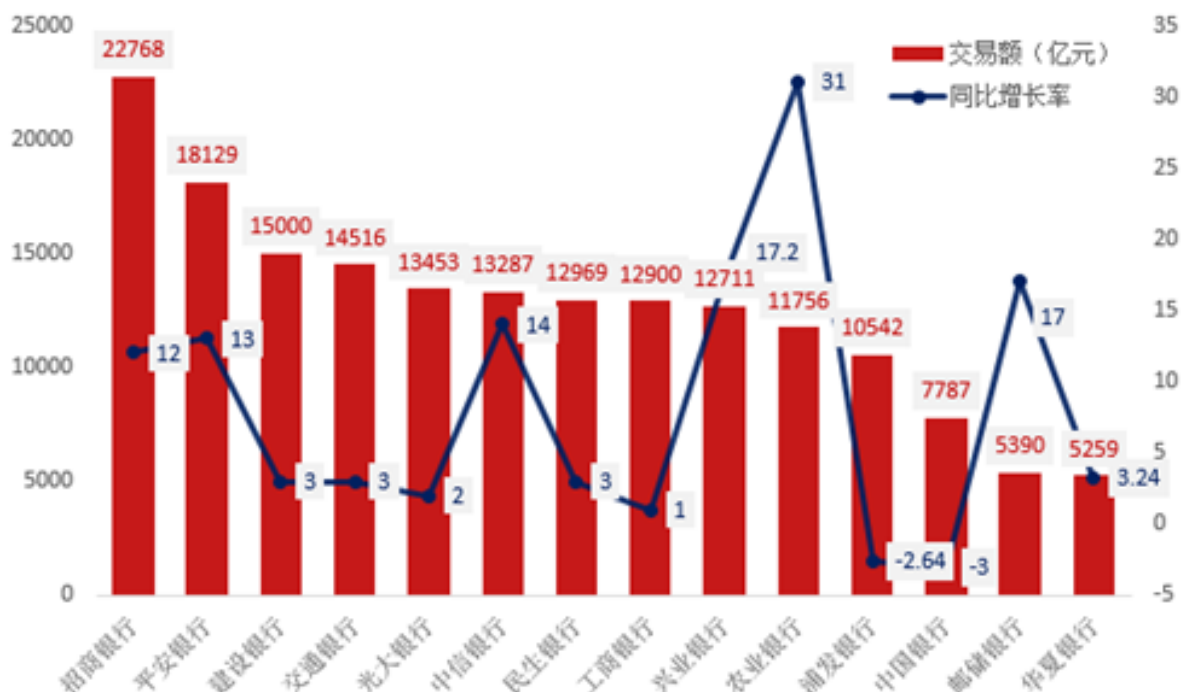


图 10 2021 年上半年末全国性银行信用卡交易情况
(数据来源：银行年报)

3.2 全国性银行收入情况

从部分银行披露的信用卡业务收入方面来看，招商银行上半年的信用卡业务收入达 416.62 亿元，邮储银行是首次公开相关数据，上半年信用卡业务收入近 61.79 亿元；中信银行和光大银行的业务收入分别为 285 亿元、225 亿元，都超过了 200 亿元。

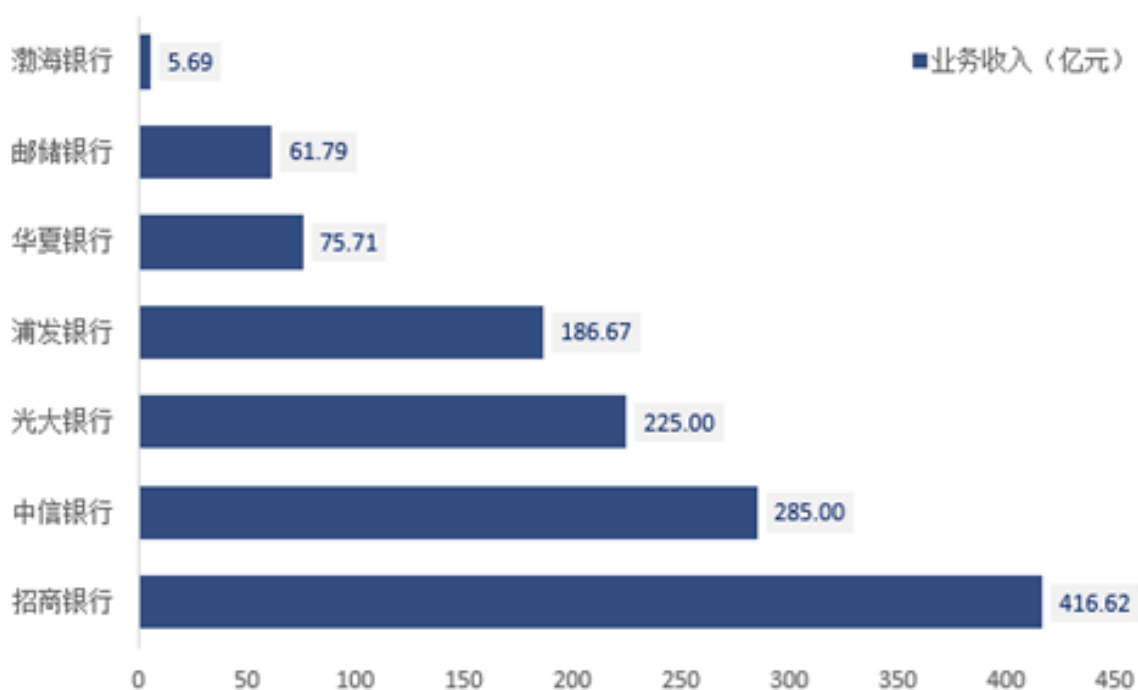


图 11 2021 年上半年末部分全国性银行业务收入情况
(数据来源：银行年报)

银行信用卡业务收入包括利息收入和非利息收入，目前利息收入是该业务的主要来源。根据招商银行发布的 2021 年半年报显示，该行实现信用卡利息收入 284.25 亿元，同比增长 0.17%。

公开资料显示，国内银行非利息收入主要来自于信用卡业务和结算业务，该收入主要包括存款账户的服务费用、商户回佣等。根据招商银行发布的 2021 年半年报来看，该行实现信用卡非利息收入 132.37 亿元，同比增长 5.09%。值得注意的是，除 2020 年以外，招商银行信用卡非利息收入增速自 2017 年以来，始终保持高于利息增速的水平，非利息收入的增长在近年来逐渐成为一种趋势。

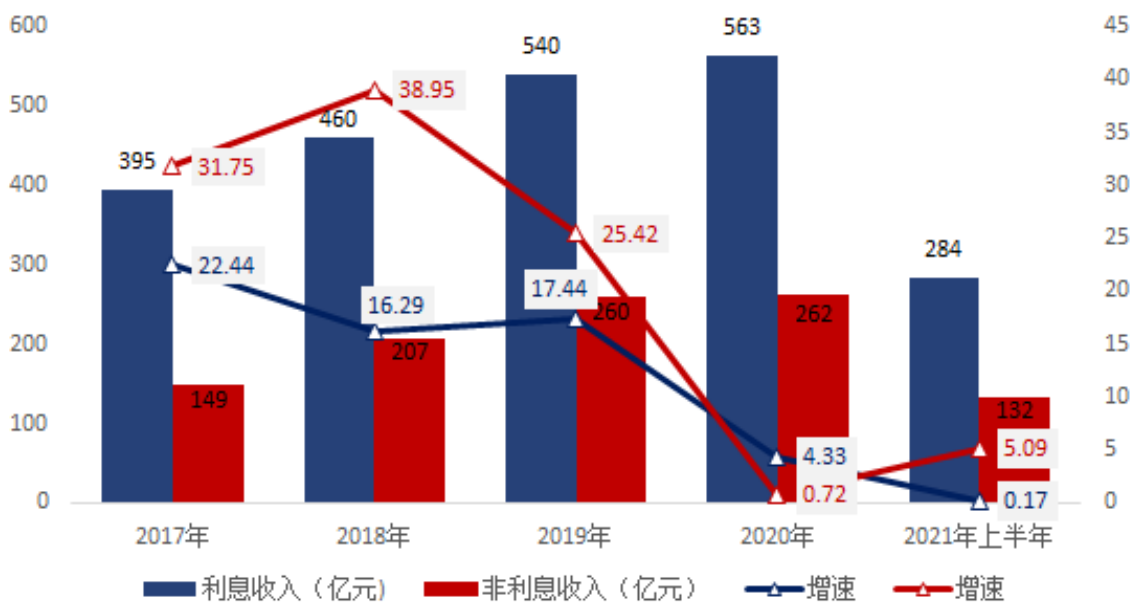


图 12 招商银行 2017 年至 2021 年上半年利息收入和非利息收入及增幅情况
(数据来源: 招商银行年报)

4、信用卡风险

总体而言,自 2015 年至 2021 年二季度以来,我国信用卡逾期半年未偿信贷总额呈现上下波动态势,到 2020 年数据有所提升。与此同时,据全国性银行披露的半年报来看,多数银行信用卡业务的资产质量在逐渐向好,不良率与不良余额实现双降。

4.1 历年不良情况总括

2021 年以来,随着国内经济的持续复苏,我国商业银行整体风险情况得到改善。根据银保监会发布的《银保监会发布 2021 年二季度银行业保险业主要监管指标数据》显示,2021 年二季度末,商业银行不良贷款率 1.76%,较上季末下降 0.05 个百分点。

具体到信用卡领域,2015 年至 2021 年二季度信用卡逾期半年未偿信贷总额总体呈现上下波动特征。其中,2015 年至 2018 年总体呈现增长趋势,2019 年下降至 742.66 亿元,占信用卡应偿信贷余额的 0.98%。而到了 2020 年该金额已提升至 838.64 亿元,达到近六年的峰值,占信用卡应偿信贷余额的 1.06%。

最新披露的《2021 年第二季度支付体系运行总体情况》显示,截至二季度末,银行卡授信总额为 20.23 万亿元,环比增长 3.01%;银行卡应偿信贷余额为 8.18 万亿元,环比增长 2.36%。银行卡卡均授信额度 2.56 万元,授信使用率为 40.43%。

信用卡逾期半年未偿信贷总额 10818.04 亿元，环比下降 8.31%，占信用卡应偿信贷余额的 1.00%。



图 13 2015 年至 2021 年二季度我国信用卡逾期半年未偿信贷总额及信用卡应偿信贷余额比重（数据来源：中国人民银行）

4.2 全国性银行信用卡风险情况

据全国性银行披露的 2021 上半年报告显示，多数银行信用卡业务的资产质量都在逐渐向好，不良率与不良余额都实现了双降。从图 14、15 显示的数据来看，农业银行信用卡不良贷款余额为 67.93 亿元，同比降幅最高，为 16.4%。此外，工商银行、中国银行、建设银行、交通银行、平安银行都实现了“双降”。



图 14 2021 年上半年末全国性银行信用卡不良贷款余额及增速
(数据来源：银行年报)



图 15 2021 年上半年末全国性银行信用卡不良贷款率及增速
(数据来源：银行年报)

在多数上市银行实现不良率与不良余额双降的同时，部分银行业对逾期贷款采取审慎分类标准。据招商银行半年报披露，该行不良贷款与逾期90天以上贷款的比值为1.32；据中信银行半年报显示，该行将信用卡逾期60天以上贷款划分为不良。

从多家银行披露的半年报来看，信用卡不良高发态势明显好转，这与银行严控新增不良有关。据招商银行半年报显示，该行信用卡新生成不良贷款141.50亿元，同比减少17.48亿元。从地区看，中部地区不良贷款生成额同比增加但不良贷款生成率同比下降，其他地区不良生成均实现额率双降。此外，中信银行第二季度月均新发生不良较第一季度回落29.24%，截至报告期末，信用卡不良率较1月末高点下降0.59个百分点，关注贷款、逾期贷款分别较年初下降36.54亿元和28.39亿元。

二、2021年信用卡App发展情况

后疫情时代，各大银行抢滩线上移动端，银行App已成为“兵家必争之地”。在手机银行App之外，信用卡也逐渐从“卡片”演进到“App”，成为银行数字化转型的一大重要抓手。

自2020年以来，新浪金融评测室根据行业发展大势，连续2年推出银行信用卡App评测，获得了业界的广泛认可。每一年，新浪金融评测室都坚持专业客观的评测标准、秉持公正公平的评测原则，对银行信用卡App进行全方位多角度的严格评测。

2021年，新浪金融评测室在第一届评测的基础上，综合用户体验、功能服务、性能安全、发展创新4大维度，细化210余项评分指标，对13家银行的信用卡App进行全扫描。

本章以《2021年信用卡App评测报告》为基础，从用户体验、功能服务、性能安全、发展创新四大维度分析了信用卡App发展情况，从侧面反映了信用卡行业的金融科技发展现状。

2.1 总分及用户体验

2021年，新浪金融评测室针对13家银行的单独信用卡App进行了评测，包括工商银行工银e生活、中国银行缤纷生活、交通银行买单吧、邮储银行邮储信用卡，以及兴业银行好兴动、华夏银行华彩生活、招商银行掌上生活、广发银行发现精彩、浦发银行浦大喜奔、民生银行全民生活、中信银行动卡空间、光大银行阳光惠生活、北京银行京彩生活。

13家银行信用卡App“评测成绩”平均分为77.36分，招商银行掌上生活、交通银行买单吧、浦发银行浦大喜奔、中信银行动卡空间、民生银行全民生活、广发银行发现精彩的得分高于平均分。其中，招商银行是唯一一家得分超过90分的银行。



2021信用卡APP评测成绩单

新浪金融评测室综合用户体验、功能服务、性能安全、创新发展4大维度，210余项细分指标对13家银行的信用卡APP进行全扫描。

用户体验	功能服务	性能安全	创新发展
40分	35分	15分	10分

得分高于88分 🏆



招商银行
掌上生活
v8.5.3



交通银行
买单吧
v5.0.0



浦发银行
浦发惠弄
v7.0.1

得分高于78分 🥈



中信银行
动卡空间
v 7.1.7



民生银行
全民生活
v 8.0.0



广发银行
发现精彩
v 5.8.0

得分高于68分 🥉



光大银行
好兴办
v 2.2.0



工商银行
工银+生活
v4.0.0



北京银行
掌上京彩
v6.0.0



邮储银行
邮储信用卡
v3.0.2



中国银行
缤纷生活
v5.1.0



光大银行
阳光惠生活
v5.2.5

得分低于68分 📉



华夏银行
华彩生活
v3.1.02

千里之行，始于足下；驷马十驾，功在不舍。2021年是新浪金融评测室成立的第八个年头，八年来我们参与并见证了银行APP发展的每一步！未来，我们将继续秉持初心，坚持专业客观的评测标准，秉持公正公平的评测原则，推动银行APP持续向前发展，在奔涌向前的数字浪潮中乘风破浪！



扫码查看报告

从总成绩来看，相比去年，13家银行中有8家银行成绩进步，从侧面印证了各个银行对信用卡App重视度的提升。其中，进步较大的3家为邮储银行邮储信用卡、北京银行京彩生活、中国银行缤纷生活。

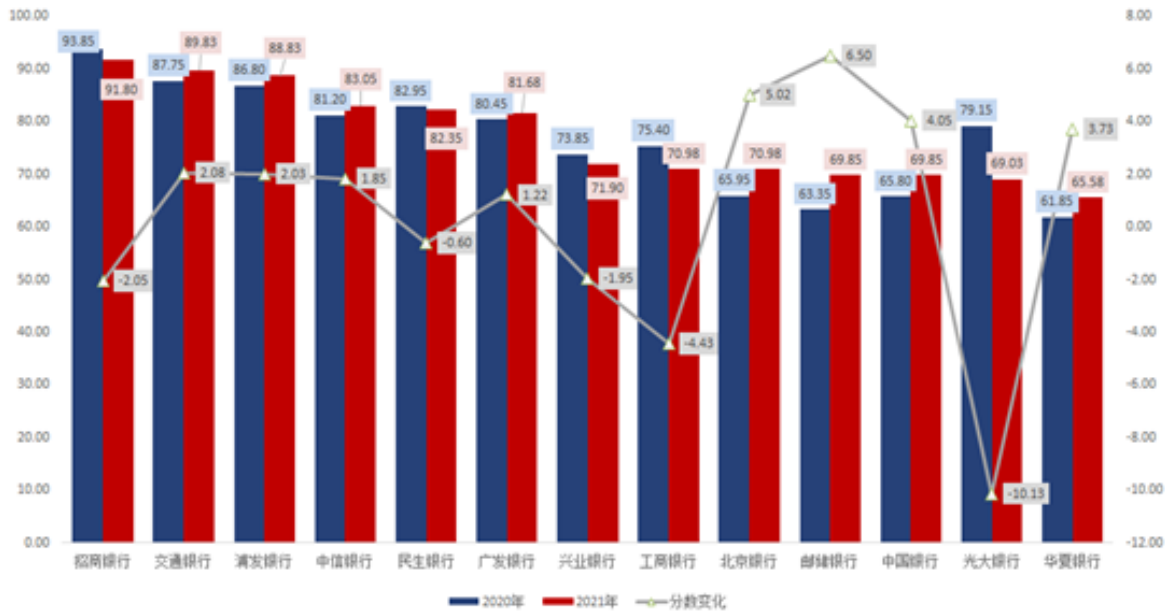


图 16 2020年-2021年13家银行信用卡App评测成绩
(数据来源：新浪金融评测室)

从排名来看，相比去年，13家银行中有5家银行排名提升，6家银行排名不变。其中，排名提升较快的银行有邮储银行邮储信用卡、兴业银行好兴动、北京银行京彩生活、中信银行动卡空间、中国银行缤纷生活。

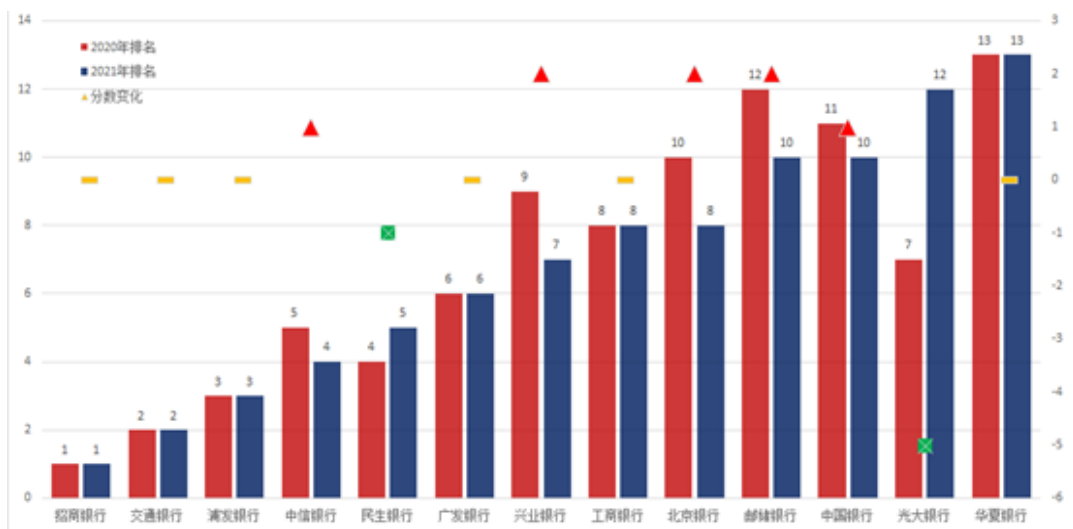


图 17 2020年-2021年13家银行信用卡App评测排名
(数据来源：新浪金融评测室)

* 工商银行与北京银行2021年排名并列第8、邮政银行与中国银行2021年排名并列第10

2.1.1 用户体验

2021年，新浪金融评测室根据行业发展的新趋势，与业内专家深入探讨、反复推敲，制定了信用卡App评测标准，重点考察了用户体验、功能服务、性能安全、发展创新四大维度，并引入了第三方技术机构给予数据支持，力求专业、客观和公正。其中，“用户体验”满分40分（占比40%），涵盖了注册、登录、注销等多个用户旅程，也囊括了搜索、客服、消息等多个互动体验，并重点关注了界面体验、便捷服务、遇阻处理等多个方面，总计考察了70个得分点。

从评测成绩来看，13家银行信用卡App“用户体验”平均分为29.88分，有6家银行得分高于平均分，前3名分别为招商银行掌上生活、浦发银行浦大喜奔、交通银行买单吧。

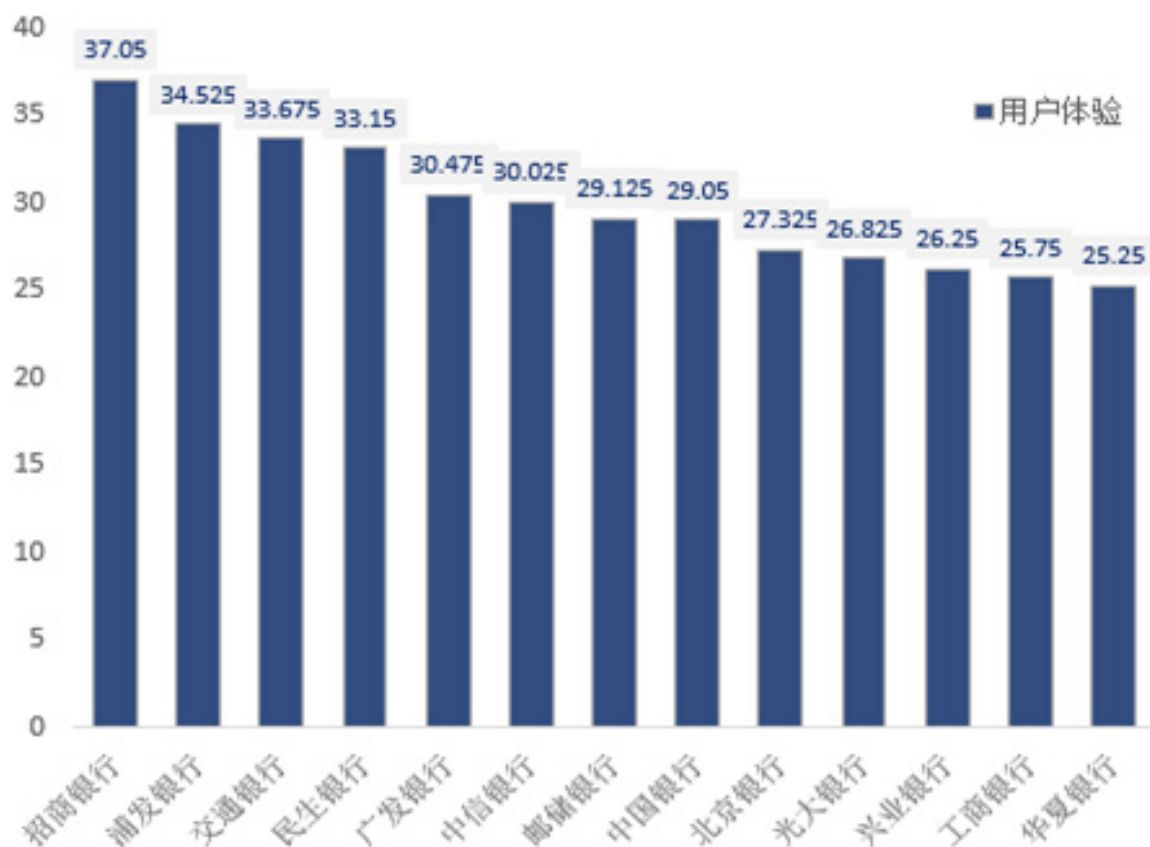


图 18 13 家银行信用卡 App 用户体验得分成绩
(数据来源：新浪金融评测室)

2.1.2 功能服务

第二大维度“功能服务”满分35分（占比35%），考察了查账、还款、分期等常用功能的完备性和便捷性，也重点关注支付服务、积分服务、权益服务的丰富度和特色度，共计考察了89个得分点。

从评测成绩来看，13家银行信用卡App“功能服务”平均分为28分，有6家银行得分高于平均分，前3名分别为交通银行买单吧、招商银行掌上生活、中信银行动卡空间。

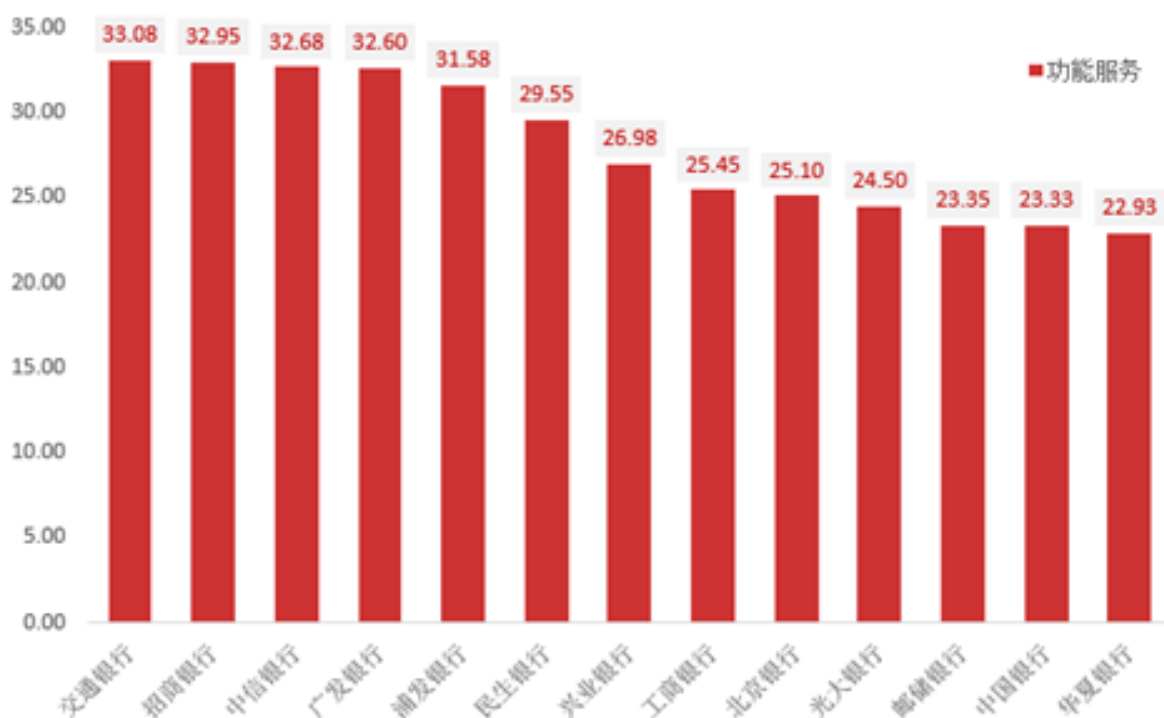


图 19 13 家银行信用卡 App 产品功能得分成绩
(数据来源：新浪金融评测室)

2.1.3 性能安全

第三大维度“性能安全”满分15分（占比15%），主要包括基本安全措施设置、隐私保护、人工风险检测和性能检测四大板块，引入技术支持单位北京智游网安科技有限公司（以下简称“爱加密”）和北京博睿宏远数据科技股份有限公司（以下简称“博睿数据”），共计考察了42个得分点。

从评测成绩来看，13家银行信用卡App“性能安全”平均分为12.45分，有7家银行得分高于平均分，前3名分别为浦发银行浦大喜奔、交通银行买单吧、光大银行阳光惠生活。

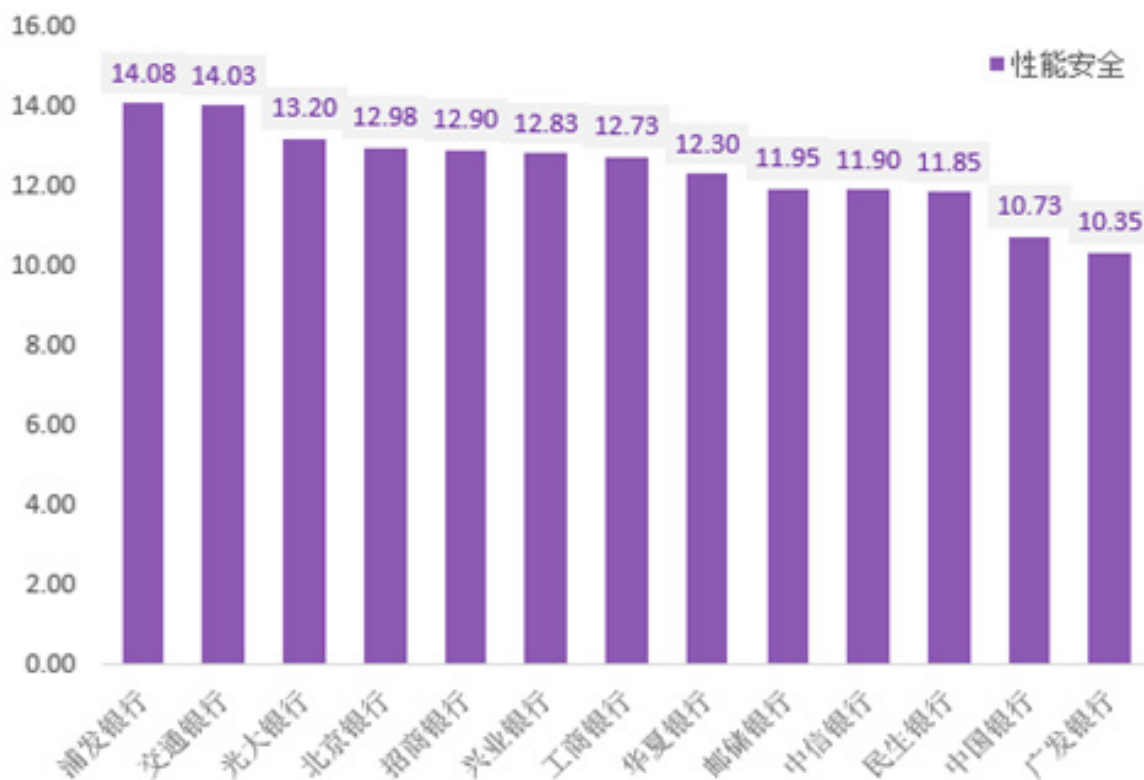


图 20 13 家银行信用卡 App 性能安全得分成绩
(数据来源: 新浪金融评测室)

2.1.4 发展创新

第四大维度“发展创新”满分 10 分(占比 10%), 主要考量了创新发面的突破, 以及本行特色度的体现、多渠道联动策略等各方面发展情况。

从评测成绩来看, 13 家银行信用卡 App “发展创新”平均分为 7.03 分, 有 7 家银行得分高于平均分, 前 3 名分别为交通银行买单吧、招商银行掌上生活、浦发银行浦大喜奔。

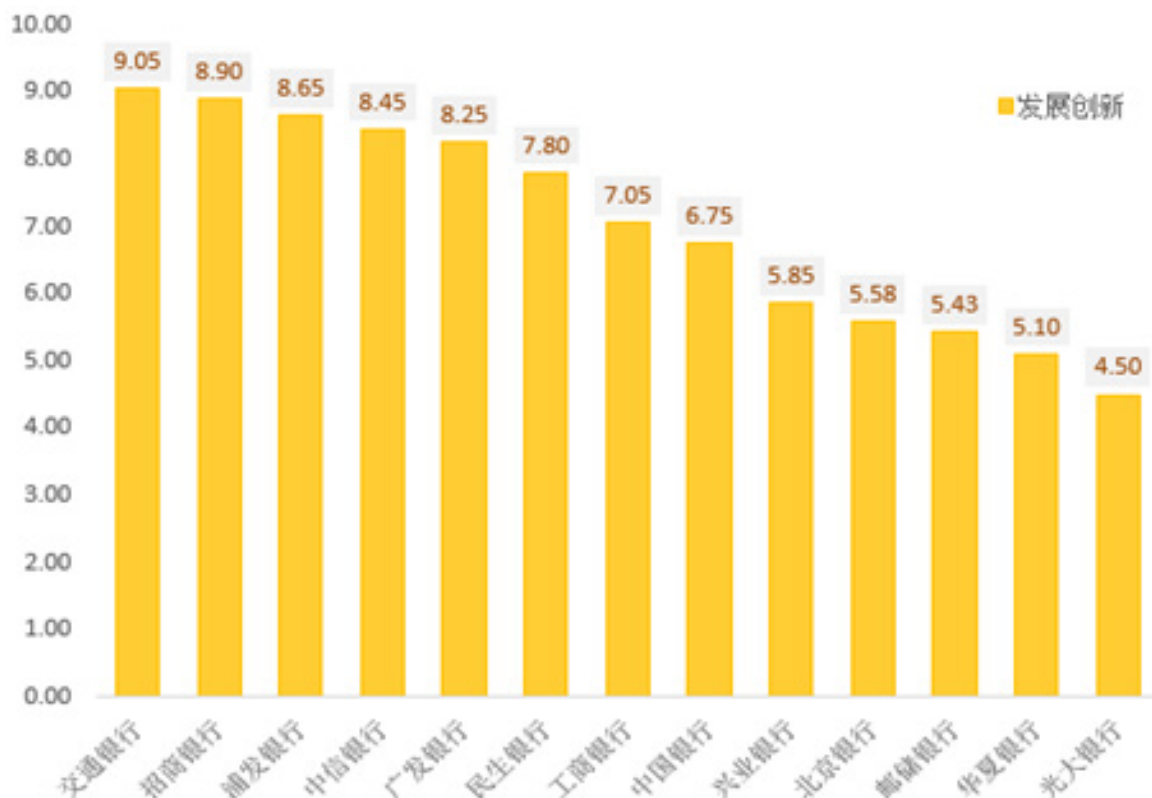


图 21 13 家银行信用卡 App 性能安全得分成绩
(数据来源：新浪金融评测室)

2.2 从性能评测看发展趋势

作为 App 的基础建设，“性能评测”也是《2021 年信用卡 App 评测报告》中“性能安全”维度的重要指标之一，并采用“博睿数据”的移动 App 性能测试平台对信用卡 App 进行性能测试。

2.2.1 性能评测介绍

根据 IDC 提供的中国智能手机市场 2020 年第四季度销量报告显示，2020 年第四季度中国智能手机的销售量排名五大品牌依然为华为、苹果、OPPO、vivo 和小米。为此，博睿数据遵循品牌市场占比，在 2021 银行信用卡 App 性能评测的设备选择上，以华为、苹果、OPPO、vivo 和小米前五大品牌为主共计选择了 93 款设备。

在评测方法上，本次性能评测利用博睿数据自主研发的脚本录制器，录制模拟用户打开信用卡 App，进行用户登录，点击访问“查账”页面和“还款”页面，模拟真实用户打开信用卡 App 并访问指定内容，将相关访问的过程数据采集后自动上

传并自动输出 App 应用测试报告，并由专家进行深入分析，帮助开发者分析并掌握 App 相关访问的兼容性、可用性和性能，优化 App 应用。

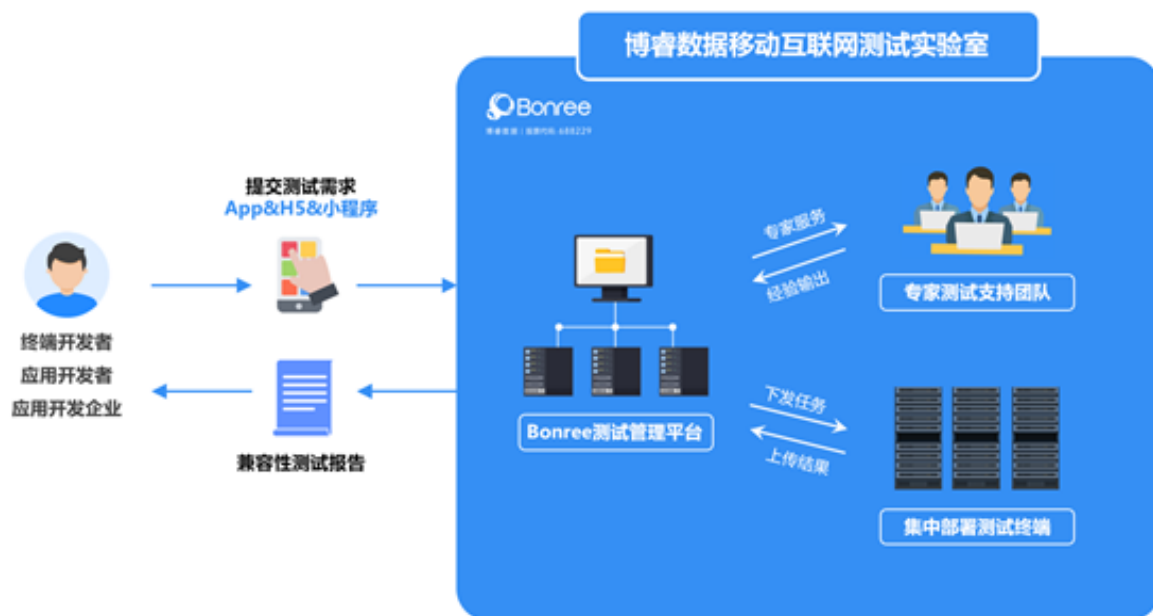


图 22 博睿数据移动 App 测试平台逻辑架构

在评测指标上，本次性能评测参考并沿用了往期评测的相关指标，并且考虑到信用卡 App 使用人群年龄上的变化以及此前在部分安卓机型上出现过电池因充电或过热引发的自燃问题，增加了重要页面响时间和电池温度两项指标，同时去掉了电量耗用这一指标。各项指标具体如下：

表 1 评测指标详细描述

指标名称	详细描述
CPU 占用率	根据预设流程，执行相应测试用例，并同步采集 CPU 利用率，测试执行完成后，取 CPU 利用率平均值，单位百分率（%）。
内存占用	根据预设流程，执行相应测试用例，并同步采集内存占用值，测试执行完成后，取内存占用平均值。此内存值为 RSS，即物理内存，单位兆字节（MB）。
总流量消耗	根据预设流程，执行相应测试用例并同步采集上行和下行流量数据值，测试执行完成后，取上行和下行流量之和，单位千字节（KB）。

启动时间	指 App 冷启动时间，即从 App 启动开始至进入首页 App 页面为止(去除广告用时)所用耗时，单位单位秒(s)。
页面响应时间	从点击页面开始记为 T1，到页面展示完全结束记为 T2，耗时计算 T2-T1，单位秒(s)。
电池温度	根据预设流程，执行相应测试用例，并同步采集电池温度，测试执行完成后，取电池温度均值(iOS 暂不支持)，单位摄氏度(°C)。

2.2.2 性能评测分析

本次性能评测，对比信用卡 App 各性能指标的行业平均水平，参与测评的 13 家银行信用卡 App 的性能表现共可以分成三个阶段水平：

表 2 银行信用卡 App 性能评测行业平均值

评测指标	iOS 系统	Android 系统
CPU 占用率 (%)	3.07	4.77
内存占用 (MB)	149.32	282.75
电池温度 (°C)	-	30.67
总流量消耗 (KB)	22766.76	48457.30
启动时间 (s)	3.22	5.00
页面响应时间 (s)	1.74	2.27

第一，只有某一项指标低于行业均值。在参与评测的信用卡 App 中，3 款信用卡 App 的某一测评指标在 iOS 和 Android 系统下均低于行业平均，或者某一系统下的某个参评指标低于行业平均水平，其他各指标均处于行业领先。这 3 款信用卡 App 分别为中国银行缤纷生活、华夏银行华彩生活、光大银行阳光惠生活。

第二，三项以内指标低于行业平均值。在参与评测的信用卡 App 中，3 款信用卡 App 的某三项以内测评指标在 iOS 和 Android 系统下均低于行业平均，其他各指标均处于行业领先，包含在单一系统下某指标低于行业平均水平的情况。这 3 款信用卡 App 分别为工商银行工银 e 生活、兴业银行好兴动和交通银行买单吧。

第三，三项以上指标低于行业平均值。在参与评测的信用卡 App 中，7 款信用卡 App 的某三项以上测评指标在 iOS 和 Android 系统下均低于行业平均，其他各指标均处于行业领先，包含在单一系统下某指标低于行业平均水平的情况。这 7 款信用卡 App 分别为中信银行动卡空间、邮储银行邮储信用卡、浦发银行浦大喜奔、北京银行掌上京彩、广发银行发现精彩、民生银行全民生活和招商银行掌上生活。

2.2.3 典型场景优化建议

综合汇总本次性能测评的结果，各参评信用卡 App 存在的问题主要存在于 CPU、内存占用高和启动时间、页面响应时间高两大方面。

（一）CPU、内存占用高

针对部分信用卡 App 的 CPU、占用率或内存占用偏高的情况，一部分是由于旧型号设备本身的性能限制，例如 iPhone6 系列和 iPhone6S 系列等老旧设备，其本身的 CPU 和内存所使用的技术在性能上已无法满足当下 Web App 或 Hybrid App 对设备硬件配置的性能需要，此类问题可以选择性对部分加载的资源进行限制以降低资源开销或采用异步处理的方式；另外一部分则是 Hybrid App 采用的 AppCan、ReactNative 和 Flutter 等框架技术对 CSS、JS 和图片资源的加载和渲染，其本身对 CPU 和内存的耗用会比 Native App 要高。这就需要对 App 中各页面本身的布局及内容加以合理设计，并合理利用多线程技术，优化并行加载和内容加载的顺序。

（二）启动时间、页面响应时间长

针对部分信用卡 App 启动时间、页面响应时间偏高的情况，在启动时间方面，建议减少不必要的 Framework 和初始化对象，尽量避免启动黑、白屏现象与时间，减少对不必要的依赖库的调用，避免加载较大或复杂的布局，减小对象的大小和复杂度；在页面响应时间方面，建议清除不必要的资源及阻塞渲染的 CSS 和 JS，通过代码拆分减少 JS 负载，优化阻塞渲染的 CSS\JS 的使用方式，控制内容大小，压缩内容的体积。

综上所述，博睿数据建议各银行采用大规模模拟脚本测试或者引入 SDK 采集数据等方式，综合分析信用卡 App 在启动、页面加载和业务操作过程中的 CPU、内存占

用情况及各种耗时情况，针对代码层做更为深入、有效的分析和优化；同时与网络流量镜像监控的网络性能数据和应用服务端的性能相结合，从用户视角出发全方位优化信用卡 App 整体的响应性能。

2.2.4 银行业发展趋势及应对策略

经过 20 多年的发展，移动银行的出现实现了银行发展模式的创新，现阶段其已经是银行产品服务的主要组成部分。特别是近几年随着去 IOE、国产化科技发展，国产化移动设备以国产芯片（麒麟、天玑等芯片）和操作系统（鸿蒙等系统）为代表发展迅速，用户端环境更加复杂。为此，各银行的技术团队采用各种技术手段，以保障移动金融业务的健康和稳定。

但是，现有技术支撑体系关注重点集中在基础架构，无法准确实时了解用户端真实体验效果，因为银行应用从代码到客户之间存在诸多环节，比如客户端环境、最后一公里、多云性能、PaaS、代码/SQL 调用等，任何一个环节出现问题带来的都是体验下降。所以在面对客户群体及需求的变化，银行的数字化转型中，提升服务的可达和用户体验需要成为新目标。

银行数字化转型，必须改变原有的数据中心以应用为中心的传统思维，其中最重要的就是从“O 视角”到“C 视角”的转变：

O 视角：企业自己的视角，以应用为中心，数据中心为基础，应用高可用为指标；

C 视角：用户端视角，以服务可达为基础，用户体验为指标，用户第一原则。

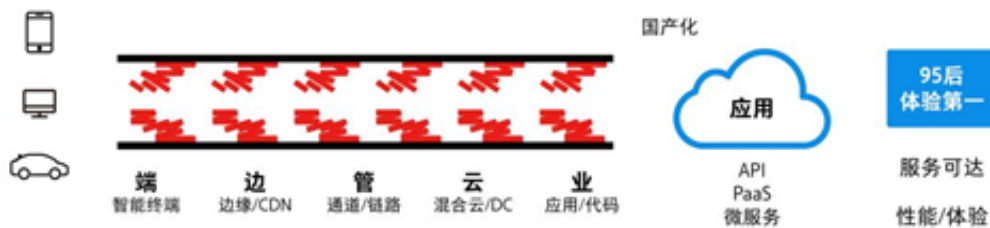


图 23 企业数字化服务可达数据链

银行业在应对数字化转型的过程中，需要建立一套以用户为中心的，将用户体验数据、网络性能数据、应用性能数据及应用可用性数据等实时流数据的 Telemetry data 整合的运营数据支撑体系，即金融科技服务可达的数据链 DNA：



图 24 银行业的数据链 DNA

其中，DEM (Digital Experience Management) ，即用户数字体验管理：包含客户端 APP 体验监控、浏览器体验监控、小程序体验监控、浏览器拨测和手机拨测等一系列技术；

NPM (Network Performance Management) ，即网络性能管理：通过探针技术、BigIP 大数据引擎、Nginx Telemetry 等技术，实现网络传输的路径发现，异常发现，故障发现；

APM (Application Performance Management) ，即应用性能管理：通过字节码注入和微服务探针，无需应用代码变更的情况下实现对代码运行效率、SQL 调用效率、PaaS API 调用逻辑追踪，以及微服务的性能监控。

研究和实践证明，数据链 DNA 可以帮助银行业发挥数据要素倍增作用，其中：

“信息整合”将用户体验数据、网络性能数据、应用性能数据、应用可用性数据等信息整合，实现统一收集、统一存储、统一管理。通过 API 调用的方式实现一次采集，各部门多次订阅消费。

“特征关联”通过大数据分析和用户标识，建立用户访问、网络传输、云服务、API 调用等各环节的关联关系，实现全栈溯源，帮助银行业信息化系统在保证稳定可靠的同时，融合现有平台、云原生平台、微服务平台的监控管理手段。

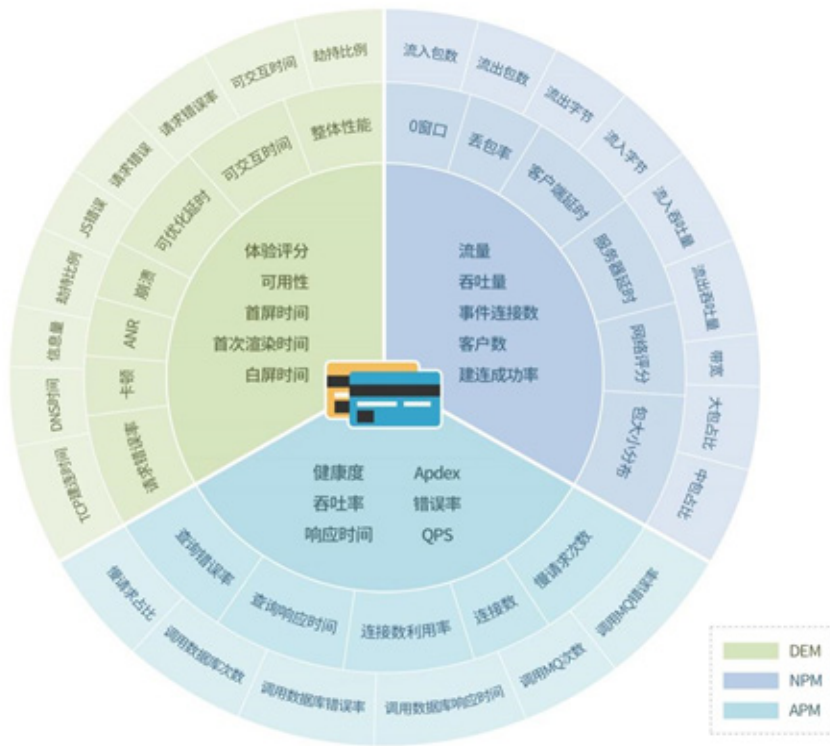


图 25 银行业服务可达数据链 DNA 指标体系

“业务洞察”用财务语言汇报 IT 信息化建设的投入产出，建立带宽、算力、存储等基础设施投资后，发现具体的用户体验 / 用户留存率 / 月活提升、API 调用效率提升以及代码运行效率提升之间的相互关联关系，为业务拓展提供直接参考。

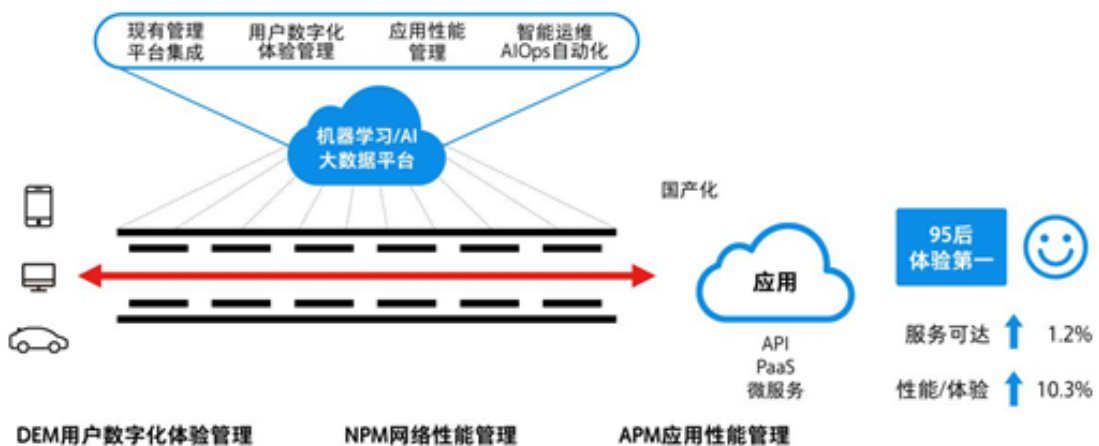


图 26 银行业服务可达数据链的 DNA

“银行业服务可达数据链的DNA”通过大数据平台打通“云—管—边—端”，并通过机器学习和人工智能实现“信息整合、特征关联、业务洞察”，帮助银行业在数字化大环境下应对“Z世代”对服务可达及应用体验的高要求，在稳定、可靠和灵活快速之间取得相对平衡，促进银行业数字化发展。

三、2021年信用卡声誉风险管理情况

声誉风险是商业银行近年来面临的主要风险之一。据公开资料显示，声誉风险是指意外事件或有关业务活动的负面宣传，不论其真假，可能对银行的无形资产造成损失的风险。

与商业银行可能面临的市场风险、操作风险等不同，声誉风险是无形的，它会直接损害银行的信誉和名声，从而对银行的市场竞争力、获客能力，甚至资产财务等方面产生严重的不良后果。此外，因为此种风险是无形的，从另一方面也对银行在监管和监测方面提出挑战。

近年来，信用卡诈骗、借款合同诈骗、票据造假等金融风险频频出现，对银行的公众形象产生负面影响，从而引发声誉风险危机，为银行在监督管理方面的要求上拉响警钟。

本章从2021年上半年银行投诉情况、黑猫投诉数据分析、微博五大舆情事件展开研讨，从不同角度分析各个银行的声誉风险管理情况，选取银行的总样本为六家国有大行以及十二家股份制银行。

3.1 2021年上半年银行业投诉情况总结

2021年9月9日，银保监会发布2021年第二季度银行业消费投诉情况通报，根据通报数据显示，第二季度银行业消费投诉较2020年第二季度同比增长25.5%，涉及信用卡业务投诉46273件，同比增长37.2%，占投诉总量的54.8%，目前该业务仍是消费者投诉的重灾区。

据银保监会发布的二季度数据显示，在涉及国有大型商业银行的投诉中，信用卡业务投诉13811件，同比增长71.8%，占国有大型商业银行投诉总量的52.0%；在涉及股份制商业银行的投诉中，信用卡业务投诉29161件，同比增长21.9%，占股份制商业银行投诉总量的83.0%；在涉及外资法人银行的投诉中，信用卡业务投诉274件，同比减少2.8%，占外资法人银行投诉总量的74.7%。

国有大型商业银行方面，交通银行、农业银行的信用卡业务投诉量位列2021年二季度国有大行的前两位，其中，交通银行3094件，同比增长16.2%，占交通银行投诉总量的83.8%；农业银行2760件，同比增长179.1%，占比为49.5%。

此外，从2021年第一季度的数据来看，工商银行、农业银行则位居前两位。其中，工商银行5503件，环比增长8.3%，占国有大型商业银行投诉总量的21.9%；农业

银行 5083 件，环比增长 7.6%，占比 20.3%。值得注意的是，虽然工商银行的投诉量在第二季度减少了近一半，但该行仍是上半年投诉量最高的银行，累计 8002 件。

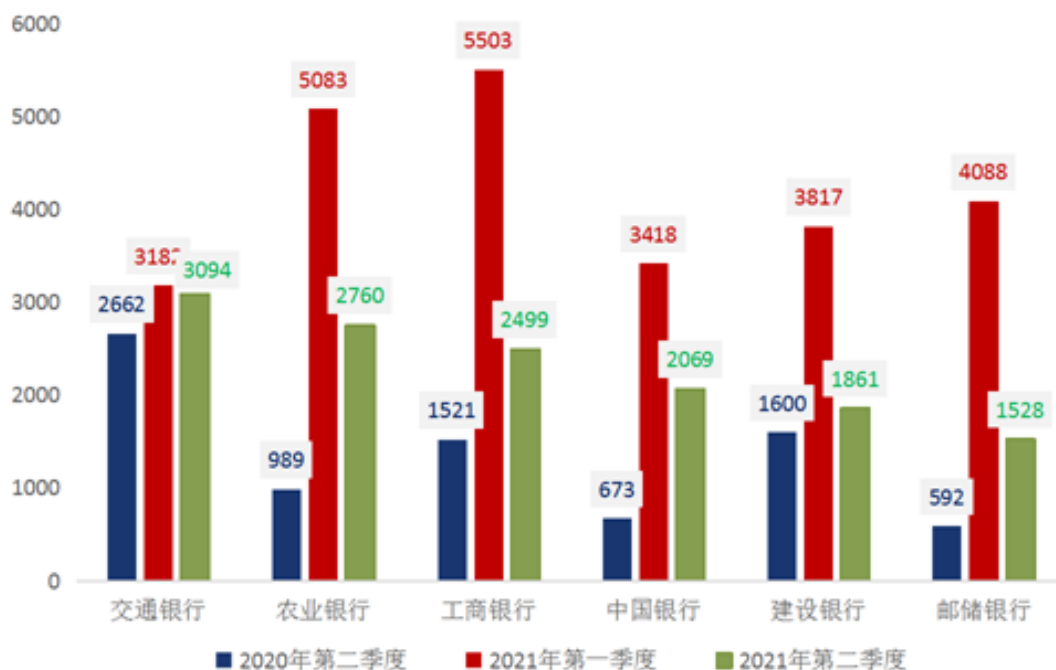


图 27 国有大型商业银行信用卡业务投诉情况（单位：件）
（数据来源：银保监会）

股份制银行方面，光大银行、中信银行、民生银行的信用卡业务投诉量位列 2021 年二季度国有大行的前三位。其中，光大银行 5769 件，同比增长 211.7%，占光大银行投诉总量的 86.0%；中信银行 4276 件，同比增长 3.6%，占比为 86.7%；民生银行 3410 件，同比增长 114.6%，占比为 85.5%。

此外，从 2021 年第一季度的数据来看，招商银行、浦发银行、中信银行的投诉量位列股份制商业银行前三位。其中，招商银行 4805 件，环比减少 11.9%，占股份制商业银行投诉总量的 14.7%；浦发银行 4280 件，环比增长 44.6%，占比 13.1%；中信银行 4225 件，环比增长 12.1%，占比 13.0%。值得注意的是，2021 年上半年，光大银行、中信银行、恒丰银行的投诉量呈现持续上涨态势，其他银行则有所下降。

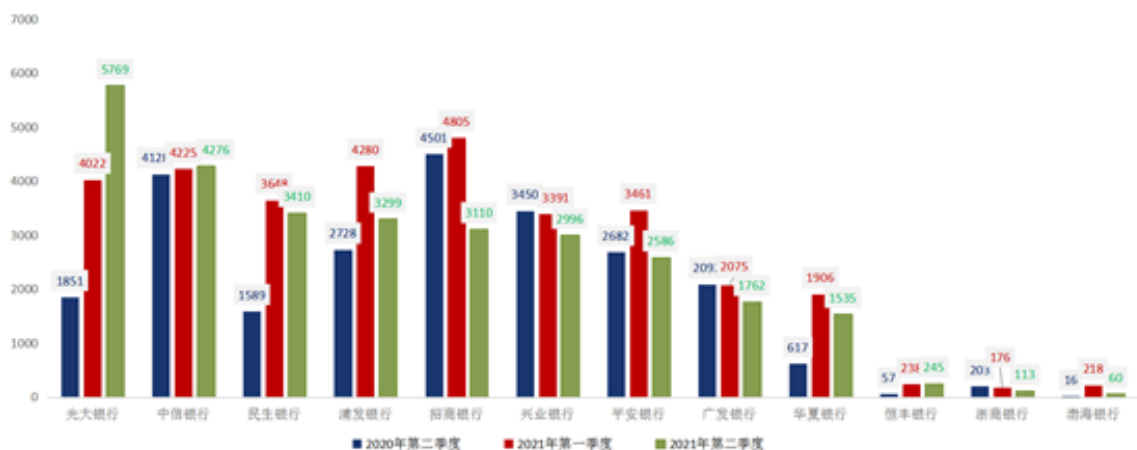


图 28 股份制商业银行信用卡业务投诉情况 (单位: 件)
(数据来源: 银保监会)

3.2 全国性银行投诉情况——基于黑猫投诉数据解析

黑猫投诉平台是新浪旗下消费者投诉平台,截至目前,通过黑猫投诉搜索关键字“银行”,可以查到 392959 条投诉结果,而“信用卡”的投诉量也高达 93157 条结果。那么,全国性银行信用卡投诉量情况又是如何?

通过黑猫投诉提供的数据显示,从 2020 年 9 月 1 日至 2021 年 8 月 31 日,全国性银行在该平台有关信用卡投诉量排名前十位分别是浦发银行、招商银行、中信银行、兴业银行、平安银行、交通银行、广发银行、光大银行、民生银行、建设银行,投诉量分别为 4268 件、3049 件、2209 件、1885 件、1850 件、1552 件、1355 件、1215 件、778 件、649 件。

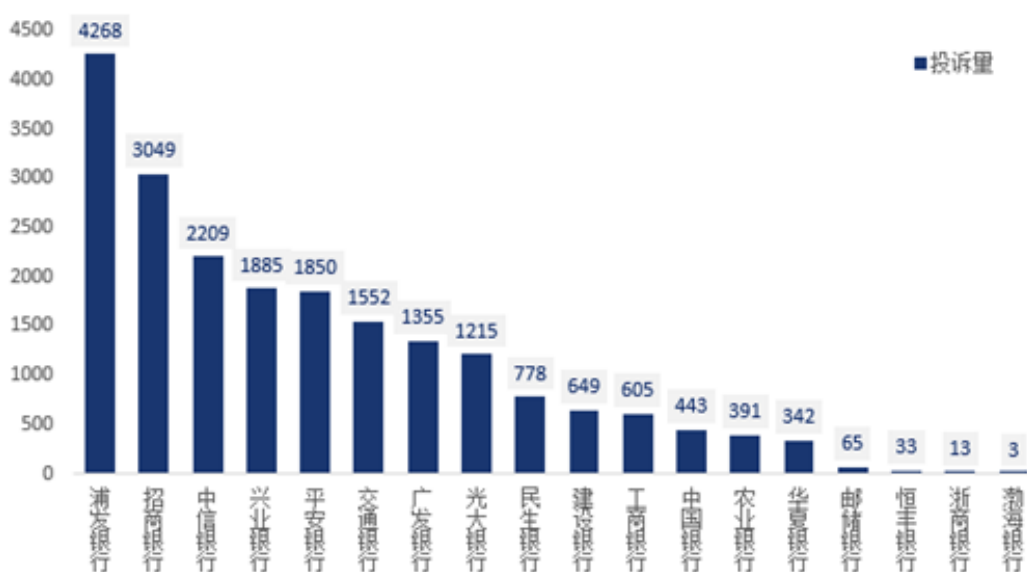


图 29 2020 年 9 月 1 日至 2021 年 8 月 31 日全国性银行在黑猫投诉的排名
(数据来源: 黑猫投诉)

此外，浦发银行同样也在 2021 年第三季度黑猫投诉平台的银行黑榜中排名第一，截至目前为止，投诉累计数量已经达到 17626 条，主要涉及贷款利息高、私自扣款、兑换话费不到账等相关问题。此外，广发银行和恒丰银行也在银行黑榜中出现，分别排在第三位和第六位。

值得注意的是，交通银行是黑猫投诉平台近一年来国有大行中投诉量排名第一的银行，投诉量达 1552 件。此外，在央行发布的 2021 年二季度银行业消费投诉情况通报中，交通银行也是国有大行中信用卡业务投诉量最高的银行，与去年同期相比同比增长 16.2%，占该行投诉总量的 83.8%。



图 30 第三季度银行投诉黑榜
(来源：黑猫投诉)

3.3 2021 年信用卡五大舆情事件——基于微博热度指数分析

随着互联网时代的快速发展、百姓维权意识的逐步增强，银行面对的舆情环境更加复杂，微博也成为一個更受关注的平台。

由微热点研究院提供的 2021 年银行信用卡舆情事件可以看出，微博网友更关注银行的监管行政处罚类罚单、信用卡纠纷等话题。此外，全国性银行依然是媒体关注的重点。

从下列信用卡五大舆情事件当中看，“中信银行风控亟待改善：年内已收近 30

张罚单 信用卡陷大量投诉”的话题讨论量最高，最受到微博网友热议。此外，“信用卡电销业务侵害消费者权益 平安银行被银保监会通报”、“中国银行信用卡发卡量增幅大幅下滑 投诉量环比增 1 倍”位列前三位。

表 3 2021 年信用卡五大舆情事件

	事件
1	中信银行风控亟待改善：年内已收近 30 张罚单 信用卡陷大量投诉
2	信用卡电销业务侵害消费者权益 平安银行被银保监会通报
3	中国银行信用卡发卡量增幅大幅下滑 投诉量环比增 1 倍
4	给人乱开信用卡惹纠纷？广发银行湛江分行被法院列为被执行人
5	浦发银行 2021 年已被处罚 17 次 信用卡业务被投诉量高达 12250 条

* 注：以下图表数据来源皆出自微热点研究院

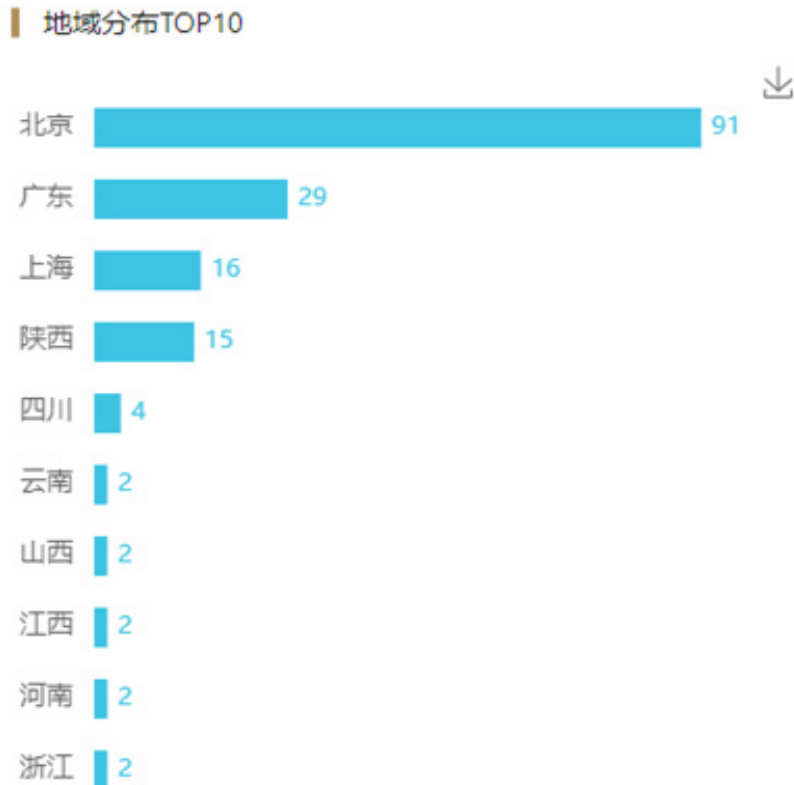
1) 中信银行风控亟待改善：年内已收近 30 张罚单信用卡陷大量投诉

事件背景：

2021 年 6 月，银保监会深圳监管局公布的行政处罚信息公开表显示，中信银行深圳分行因贷后管理不审慎被罚款 80 万元。据不完全统计，中信银行 2021 年以来已收到 29 张罚单，罚款金额总计为 4827 万元。

热点指数分析：

从事件信息量地域分布 TOP10 来看，北京、广东、上海等地区的网民对事件较为关注。陕西地区网民也给予一定关注。



2) 信用卡电销业务侵害消费者权益，平安银行被银保监会通报

事件背景：

5月11日，银保监会消费者权益保护局发布2021年第8号通报《关于平安银行电销实物产品业务侵害消费者合法权益案例的通报》，通报了平安银行与第三方合作电话销售实物产品业务侵害消费者合法权益的案例。

通报指出，自2020年以来，监管系统接收到消费者对平安银行信用卡中心电销实物产品业务的举报投诉显著上升，平安银行与第三方合作电话销售实物产品业务时，进行不实宣传、以赠品名义销售产品、未经消费者同意擅自扣划资金并进行消费分期等方面。经抽查平安银行信用卡中心60笔电销实物产品业务，其中53笔业务存在违法违规问题，占比为88.33%。

热点指数分析：

从关键词云来看，“电销”“业务”“销售”“消费者”“平安银行”成为传播热词。“误导消费者”“夸大”“消费者权益保护”“不当”“变相”“9成”等词体现出网民对上述《通报》内容较为关注，同时也有网民对平安银行受到的“处罚”较为关注。



3) 中国银行信用卡发卡量增幅大幅下滑 投诉量环比增 1 倍

事件背景：

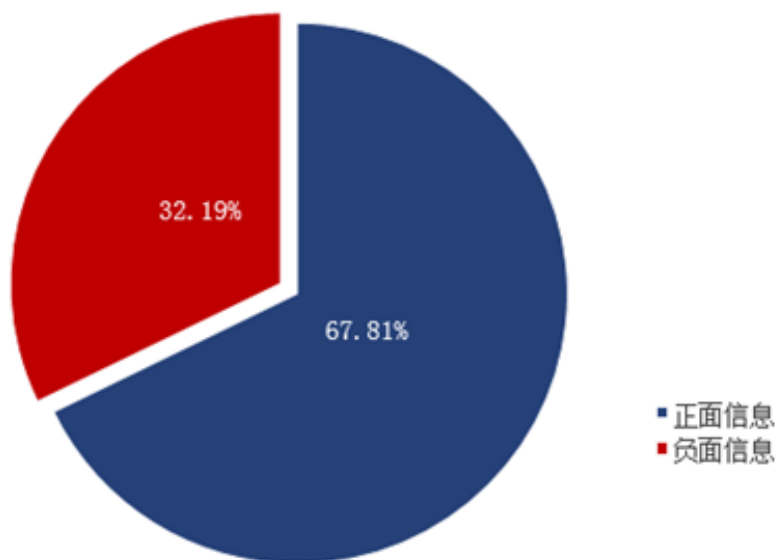
据公开资料显示，2015年至2020年上半年，中国银行近6年信用卡累计发卡量连增，但是信用卡发卡量增幅在4年的直线上升后，2018年抵达高点62.21%后收窄，直到2020年6月，降至3.71%。

此外，中国银行的信用卡投诉量也环比大增1倍，截至2021年1月11日，中国银行信用卡共存在719条投诉记录，投诉原因涉及私自扣款、暴力催收、人身威胁，客服服务态度差、不协商还款并减免利息、充值不成功、退款一直拖延不退等。

热点指数分析：

从信息属性来看，事件相关“正面信息”占比达67.81%；值得注意的是，“负面信息”占比达32.19%，侧面体现出网民对此事负面情绪较高。

“中国银行信用卡发卡量增幅大幅下滑”信息属性分布



4) 给人乱开信用卡惹纠纷？广发银行湛江分行被法院列为被执行人

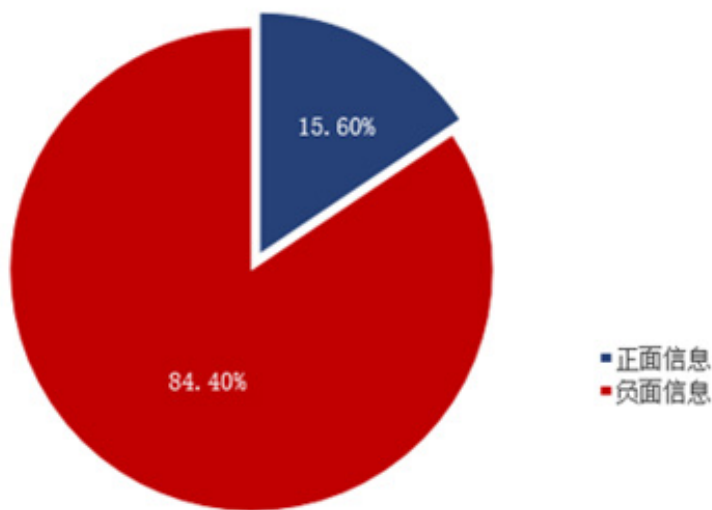
事件背景：

4月23日，中国执行信息公开网公布一则执行信息，广发银行湛江分行被法院列为被执行人，执行标的1.18万元。据媒体报道，这起执行案件，因一起和信用卡有关的纠纷而产生。广发银行湛江分行未能尽到严格谨慎的审查义务，导致信用卡被他人冒名办理并使用消费，致使当事人个人征信系统形成不良信用记录。

热点指数分析：

从信息属性来看，事件相关“正面信息”占比仅为15.60%。而“负面信息”占比高达84.40%，可见网民负面情绪高涨，对广发银行湛江分行乱开信用卡的行为感到不满。

“广发银行湛江分行被法院列为被执行人”信息属性分布



5) 浦发银行 2021 年已被处罚 17 次，信用卡业务被投诉量高达 12250 条

事件背景：

据媒体报道，2021 年浦发银行已经收到了监管多达 17 张罚单，累积被罚款金额高达 1569.2 万元；信用卡、理财业务陷大量投诉和纠纷。

据统计，在黑猫投诉平台上搜索浦发银行，有 17617 条投诉，其中信用卡的投诉量达到 16157 条。用户对浦发银行信用卡的相关投诉内容主要有：暴力催收，骚扰借款人亲属；未经用户同意擅自分期；未经用户同意擅自扣费；恶意捆绑套餐导致天价利息；浦发万用金涉嫌高利贷等。

热点指数分析：

据微热点研究院数据显示，5 月 10 日，证券之星发布“浦发银行 2021 年已被处罚 17 次”等消息后，迅速引发热议，事件信息量快速上升后下降。6 月 17 日，财观社等再次发布相关信息促使信息量上涨，形成第二次讨论波峰。

“浦发银行今年已被处罚17次”信息量走势



四、2021年信用卡数字化营销实践情况

后疫情时代，随着数字科技的日渐发展和渗透，银行信用卡服务也告别了单一发展模式，迈进了数字化的新时代。在新趋势之下，信用卡已经成为居民日常消费借贷的重要工具，但是，想要长期持久的发展必须推陈出新，迎合用户不断增长的新需求和新要求。

近年来，银行机构为了持续提升获客率，开始通过线上或线下的方式与企业、机构建立全渠道、全场景的合作，通过资源互通和创新互动，跨界引流提升获客量。

本章从农业银行、招商银行、光大银行分别与微博合作的真实案例，分析银行与微博跨界合作的具体流程与方式，对比投放之前与之后的关注度变化，从而分析信用卡在微博合作影响力下的提升。

4.1 农业银行与微博合作案例分析

微博依托其传播价值，扩大农行VISA信用卡声量，打造了农行VISA信用卡“种草-拔草”的营销链路。



项目合作营销方式主要从品牌和 KOL 两方面进行，一方面，引用微博优质品牌信息流资源，传播覆盖海量兴趣用户。具体来看，利用微博品牌影响力，锁定农行 VISA 信用卡投放目标人群，确定人群粉丝将之与广告互动，从而触发信息扩散至该目标人群的粉丝群。另一方面，利用多领域 KOL 运营支持，引导用户关注农行 VISA 信用卡，实现新用户引流。

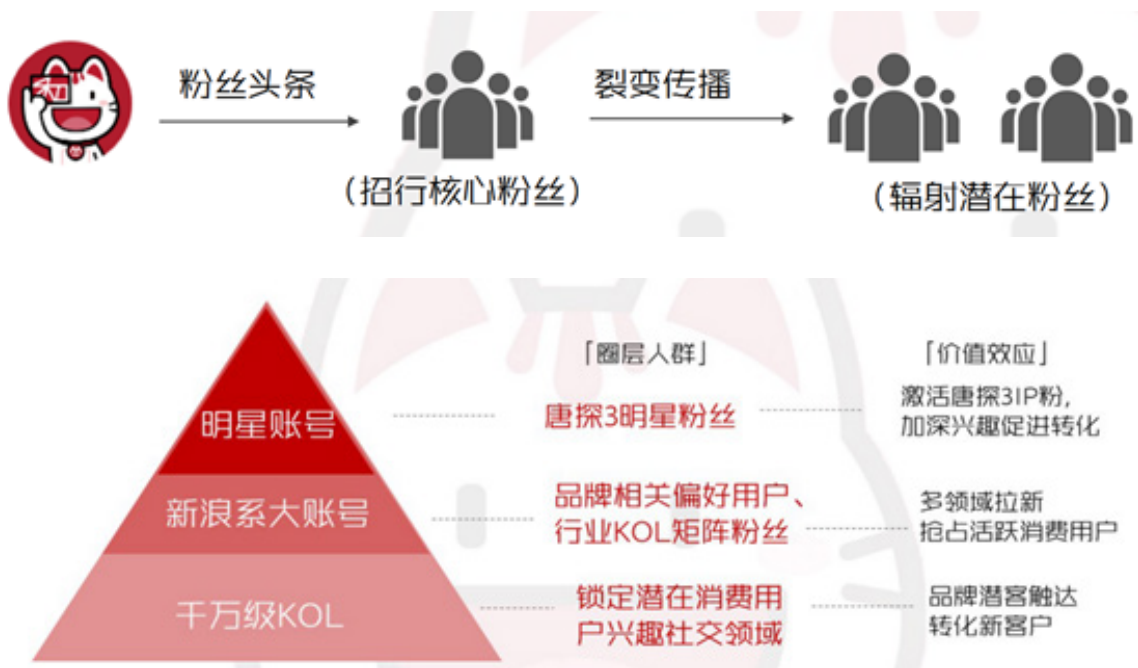
通过此次跨界合作，农业银行 VISA 信用卡曝光率增强，活动期间总曝光率达到 1667 万，KOL 博文总阅读量达到 590 万。而这种正面影响也为农业银行赢得正向口碑，实现“认可 - 认同 - 认购”的促进转化。





4.2 招商银行与微博合作案例分析

为提高信用卡业务获客量，招商银行利用微博品牌营销，借势《唐人街探案3》热度，将其转化为该行信用卡热度，回拢激活品牌优质粉丝同时拉新电影IP粉丝。具体来看，此次项目合作主要利用KOL锁定潜在消费用户兴趣社交领域、新浪系大账号在多领域拉新，从而抢占活跃消费用户、明星账号圈定唐探3电影的明星粉丝，从而加身兴趣促进转化。



对比招行投放前后，可以明显看出活动期间，招行信用卡的微博影响力显著提高。

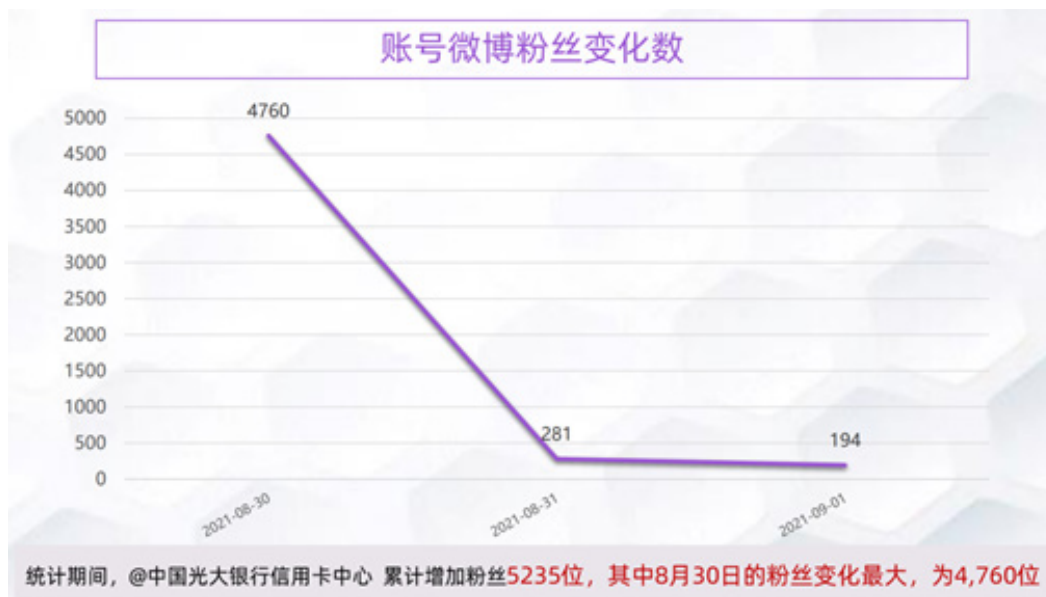


注：图片来源于微博

4.3 光大银行与微博合作案例分析

光大银行借助微博社交平台影响力，以及微博财经类头条 KOL、热门话题等方式，打开光大银行 VISA 信用卡活动当日的关注度。其中，具体方式包括推送官方媒体及 KOL 海报、上线连麦直播视频、持续推送话题等。

通过双方的跨界合作，光大银行信用卡的官方微博账号累计增加粉丝 5235 位，其中，活动当日的粉丝变化最大，为 4760 位。该项数据的变化从另一方面也说明数字化的跨界合作，对银行提升知名度的影响十分重要。



此外，据微博提供的数据显示，在统计时间内，系统在微博平台采集到涉及活动话题的相关微博多达 2107 条，统计时间内前期声量整体发展趋势平稳。值得注意的是，活动当日的传播达到峰值，该数值为 2104 条。

据微博统计，在活动当日的热词排行榜中，“中国光大银行”、“光大银行”、“VISA”的提及量最高，此外，“信用卡”、“发光”的提及量也相对较高。



2021 年信用卡行业发展报告

出品机构：新浪财经 新浪金融评测室

出品人：邓庆旭

策划人：王婷婷 杨帆

报告撰稿：潘翹楚 杨帆

运营支持：张玫 王进和 李琳琳 杨希 李响

数据支持：黑猫投诉 微热点研究院

战略合作：博睿数据

合作机构：苏宁金融研究院 西泽研究院

合作媒体：《中国金融》 《金卡生活》杂志 《投资时报》 《银行家》杂志社 《当代金融家》杂志

合作自媒体：馨金融 八卦金融圈 金融人事 支付百科 Pro 支付圈 新金融琅琊榜 消金界 愉见财经

Wemoney 研究室



新浪财经



新浪金融评测室

联系方式：010-62676252