

回贈計劃屢被擺着數 收入大減

□消費者習慣信用卡消費，但因賺盡獎賞，令銀行難以獲利。 網上圖片



銀行推出新信用卡時，大多提供各種回贈及迎新優惠，吸引用戶申請及大量簽賬，以賺取利息和手續費。然而近年不少消費者已「摸通」信用卡回贈計劃的遊戲規則，往往只消費最低限額，領取豐富迎新獎賞後，便不再使用信用卡，令銀行大失預算，研究減少獎賞。

迪喬喬夫婦在2017年環遊世界，由三藩市經東京、貝爾格萊德、法蘭克福等地返美，兩張商務機票不費分文，只用摩根大通的Sapphire Reserve信用卡積分換領。

合併積分換機票 cut卡省年費

迪喬喬夫婦在出發前分別申請信用卡，先賺取迎新積分，再熟讀所有信用卡的獎賞細節，在每次消費時選用可賺取最多積分的信用卡，繼而運用摩通的信用卡積分整合機制，合併所有信用卡的獎賞積分，最後兌換環遊世界商務機票。迪喬喬夫婦早前申請另一張美國運通白金卡後，更打算取消摩根大通的信用卡，節省450美元(約3,529港元)年費。

摩根大通在2016年8月推出Sapphire Reserve卡，客戶只需在發卡後首3個月消費滿4,000美元(約3.1萬港元)，便可獲10萬積分，足以兌換相當於1,500美元(約1.18萬港元)的機票、酒店等旅遊產品。摩通更為此卡推出旅遊免找數簽賬額，客戶每年首300美元(約2,352港元)旅遊簽賬均無需還款。

摩通「賣大包」數月撤優惠

摩通的「賣大包」優惠成功吸引大批消費者申請，短短兩周的申請人數便達到首年目標，但不少卡主賺取獎賞後便停用甚至取消信用卡，摩根大通最終在數月後調整策略，把開卡回贈積分大減至5萬分，亦撤銷最低價保證等部分優惠。

銀行業界近年不斷推出回贈額高的信用卡，例如花旗2014年發行的Double Cash卡提供2%現金回贈，美國運通的Blue Cash Preferred卡於超市消費更可享受有6%回贈，使營運成本持續上升。銀行業分析師皮博迪指出，美國銀行、花旗、摩根大通、合眾銀行及富國銀行在去年第3季的信用卡回贈成本，按年上升15%。

研限不同信用卡積分共用

另一方面，商戶不斷要求銀行降低簽賬手續費，亦使銀行更難利用手續費收入，補貼回贈計劃。市場研究公司Mercator Advisory數據顯示，美國主要銀行信用卡業務的收益率，已由2014年的接近5%，跌至今年的3%。

不少銀行均設法調整回贈計劃，例如摩根大通正研究不再容許客戶合併多張信用卡積分；美國運通逐步降低迎新積分，改為在餐飲消費提供較多現金回贈；花旗則計劃把使用特殊優惠的次數封頂，控制成本。知情人士解釋，銀行並非打算中止回贈，而是要鼓勵客戶多使用信用卡，同時降低迎新獎賞，最重要是不能趕客。 ■綜合報道



與航企合作「常客計劃」增長超機票銷售額

航空公司以往主要依賴出售機票賺錢，但現時獲取收入方式林林種種，例如不少人均會使用信用卡獎賞優惠，兌換飛行里數或機票，銀行在這過程中會向航空公司支付費用。去年航空公司來自飛行常客業務的收入增長速度，更超越機票銷售額增幅，成為航企重要財源。去年第二季為例，業界飛行常客計劃的收入增長7%，達到14億美元(約109億港元)，大部分來自與飛行常客計劃掛鈎的信用卡，同期機票銷售增長只有4%。

銀行也會向航空公司購買飛行里數，作為申請新信用卡的獎賞，並讓累積足夠消費額的客戶兌換。當卡主消費愈多，累積的飛行里數便愈多，發卡銀行相應也會給付航空公司更多錢。

由於飛行常客計劃與信用卡優惠均旨在鼓勵客戶重複消費，不少航空公司也會跟銀行推出聯營卡，以拆賬方式賺取更多收益。達美航空與美國

運通的聯營信用卡在2017年，為達美帶來30億美元(約236億港元)收入，預料在2021年更會增至40億美元(約314億港元)。 ■綜合報道



■航空公司與銀行合作推出信用卡獎賞。 網上圖片

信用卡新客賺完鬆 銀行變招減獎賞

市場見頂再非「金蛋」

信用卡向來是美國金融機構盈利最高的產品之一，不同銀行爭相推出各種信用卡吸客，但隨着競爭愈趨激烈，不少銀行以低息搶客，卡主在使用信用卡亦更精明，懂得賺盡各種優惠，信用卡業務再非「金蛋」，發卡銀行相關收入有下降跡象，卡數損失則持續上升，反映市場已經「見頂」。

富國銀行消費者財務分析師范德蒂表示，信用卡是最容易的借錢方式，客戶普遍擁有多張信用卡，對銀行而言是「大生意」，但相關收入增長卻開始下跌。近年美國息口上升理應讓卡主償還的利息增加，但銀行為了搶客紛紛壓低息口，抵消了加息效應。

包括美國運通及花旗等美國5大信用卡發卡銀行，去年首季的股本回報率中位數只有2.1%，低於兩年前的2.6%，更遠低於

2011年第2季高峰期的3.7%。其中一間發卡銀行「發現金融服務」行政總裁內爾斯指出，信用卡業務蓬勃的情況不可能長期持續，降溫是意料中事。

銀行撇賬率創新高

客戶拖欠卡數對銀行帶來的損失，近年從歷史低位持續回升，去年首季美國8大發卡銀行的撇賬率達3.46%，是5年新高，部分投資者認為，在失業率極低的環境下，消費者仍然無能力還款，情況令人憂慮。

■綜合報道



■客戶拖欠卡數數字從低位回升。 網上圖片

硬食雙倍手續費 商家打官司抗「獎賞信用卡」

現時不少發卡機構均推出消費折扣較大的「獎賞信用卡」(rewards card)，消費者只要憑卡簽賬，便可獲得額外積分、飛行里數，甚至可即時扣減賬單金額。獎賞信用卡有助刺激消費，對發卡機構和商戶屬雙贏，不過商戶需支付的手續費也較高，有時可達消費金額的3%，較一般信用卡的約1.5%多出一倍，故不少商戶希望有權拒絕客戶以獎賞信用卡付賬，甚至不惜為此入稟控告信用卡公司。

挑戰接受所有卡規定

近年獎賞信用卡大受消費者歡迎，美國去年信用卡消費額中，多達92%來自獎賞卡，較2008年大增25個百分點，不少本來使用現金的消費者也改用信用卡付款。Visa和萬

事達卡等發卡公司收益因此大增，兩間公司前年從零售商收取的手續費高達434億美元(約3,388億港元)，較2012年增加68%，但對商戶而言，獎賞卡的高昂手續費則會蠶食利潤。

目前信用卡發卡公司設有「接受所有卡」規定，商戶只可選擇接受發卡機構發行的所有信用卡，或完全不與該發卡機構合作，使零售商無法剔除交易手續費較高的信用卡。

亞馬遜、Target和Home Depot等大型零售商正入稟法院，挑戰「接受所有卡」規定，連鎖超市克羅格(Kroger)去年更停止接受Visa信用卡，以避過高昂手續費。發卡公司則表示，此舉旨在確保消費者有更多付費選擇，亦可保障較小型銀行。 ■綜合報道

美國花旗新卡積分「10進制」吸客

美國花旗近年推出多款回贈額較大的信用卡，今年初推出的新免年費信用卡「Rewards+」更創新猷，消費者所賺的ThankY-



■新加坡人在街站申請信用卡。 網上圖片

ou積分將不再是「每消費1美元賺1分」，而是自動進位至最接近的10位數，如簽賬2美元(約15.7港元)會有10分積分，102美元(約801港元)則賺110分。花旗指出新卡在小額簽賬的優惠效果最明顯，期望藉此改變消費者日常購物的習慣。

花旗早前研究顯示，美國消費者平均每周消費14次，當中只有不足3成是利用獎賞信用卡簽賬，其他則以現金等方式付款。花旗為使「Rewards+」融入消費者日常生活，推出多項優惠，例如超市和油站的首6,000美元(約4.7萬港元)簽賬，均會獲雙倍積分。

此外，卡主每年可從已兌換的積分中獲一成回贈，最高回贈1萬分，客戶可用積分兌換現金券、旅遊套票等，亦可以0.5%回贈率領取現金回贈。 ■綜合報道

要求更多利潤被拒 沃爾瑪狠飛發卡公司

大型零售商叫價能力增

美國不少零售商會跟發卡公司推出聯營卡，被稱為「零售信用卡」(retail card)或「商店信用卡」(store card)。發卡公司Synchrony Financial在過去20年來，一直與零售巨擘沃爾瑪合作發行信用卡，然而由於零售卡市場競爭激烈，沃爾瑪近年要求Synchrony分享更多利潤，並放寬審批程序，以發出更多新卡，但遭後者拒絕，沃爾瑪管理層遂決定中止合作關係，轉與第一資本金融集團合作。

沃爾瑪佔Synchrony零售信用卡整體收入19%，收入達100億美元(約784億港元)，屬舉足輕重的客戶。零售信用卡是美國最早期的信用卡類型，早於1930年代已面世，早年主要由Macy's及Sears等大型百貨公司發行，部分只可在發卡商戶使用，部分則只印上商戶品牌，可一卡通行。

隨着大型百貨公司步向式微，加上其他信用卡興起，零售卡截至前年市佔已跌至至少5%。發卡公司因此積極爭取與亞馬遜及沃爾瑪等大型零售商合作，導致零售商叫價能力提高，往往提出更多要求，包括降低交易手續費、增加利潤分成等，使發卡公司不得不轉型，例如Synchrony早前與網上付款系統PayPal合作，希望拓展收入來源。 ■綜合報道



■沃爾瑪停止與Synchrony推出聯營卡。 網上圖片