



某银行分期产品说明界面 付乐/摄

具体来看，记者近日收到的招商银行发送的分期业务活动短信，里面明确标注了该项业务的折扣券明细，以及每期的本金、手续费以及年化利率等，使分期业务的费率“一目了然”。

此外，自2023年1月1日起，农业银行信用卡“分期付款手续费”将更名为“分期付款利息”。更名生效后，分期付款利息计算规则以各分期业务条款及细则为准。

另有工商银行发布的一项“账单分期、消费转分期手续费限时6折”的优惠活动，清晰地披露了近似折算年化利率（单利）。该活动页面显示，活动期内，优惠后一年期费率4.32%，对应近似折算年化利率（单利）7.88%，同时该活动页面还提供了费率表格。

除了分期利率外，部分银行还重新对信用卡服务收费及计息方式进行了说明，并标注了信用卡罚息等的相关情况。宁波银行、中原银行、广西北部湾银行等先后发布了类似公告，如“持卡人及其附属卡持卡人的当期非现金交易自银行记账日至到期还款日（含）为免息还款期等”。

“对于银行来说，这有助于减少信用卡不规范运营下的投诉等。”周茂华表示，以明显方式展示最高年化利率水平，有助于规范机构信用卡业务运营，更好保护消费者合法权益，促进信用卡息费水平合理下行。

精细化运营渐成趋势

随着商业银行在信用卡、消费贷等领域的布局加快，商业银行正在成为消费金融行业的主力军。

“随着利率持续下行，商业银行优化资产负债配置的需求较为迫切，零售银行战略成为很多银行的战略转型方向。”《白皮书》显示，消费金融收益率相对较高，有助于商业银行稳定息差，因此，很多银行加大了消费金融业务的投入力度和重视程度。

对于银行而言，停留在表层的服务很难成为其核心竞争力，能否打造卓越的消费者体验，正在成为行业“护城河”。

随着近年来消费者结构与需求的转变，不同性别、年龄、收入的人群对产品的诉求已不尽相同。对于消费金融行业来说，仅通过提供单一的产品很难满足所有用户需求，因此，利用不同维度对消费者进行划分，制定精细化运营方案至关重要。

“商业银行可前置并加强消费者需求洞察能力建设，通过多维数据采集、精准画像、需求预测等手段，站在消费者视角梳理商业银行应该提供的产品和服务，找到两者相匹配的价值，挖掘营销的关键节点。”中国光大银行信用卡中心党委书记、总经理蔡雪峰在会上表示。

他进一步表示，商业银行致力于为消费者提供可满足其人生各阶段的综合金融产品及服务。

在开拓年轻人群体上，部分银行针对新市民中的年轻职场白领、年轻一线蓝领、新就业毕业生等客群推出专属信用卡产品。例如，面对消费者对线上全面、便捷的服务需求，光大银行加强了手机银行、云缴费、阳光惠生活三大APP的便民化，打造了“理财、社保、缴费、贷款一站通”的新模式。

近两年，老年客群服务也成为了银行精细化运营的重点人群，各银行在移动金融APP的适老化改造上花费了不少功夫。

中信银行推出“动卡空间 APP 长辈版”，采用大字体、大图标、大按钮设计，方便老年客户操作，并新增反诈骗宣传等内容，帮助老年客户更好地识别金融风险。

中国民生银行信用卡为60岁及以上的老年客户迅速接入人工服务，免去语音菜单和按键操作等步骤，并为老年群体设计了“至简版”界面，去除掉首页营销弹窗、首页图片广告等可能会影响老年客户操作体验的功能。