

本章将向你介绍银行信用卡和许多其他的银行卡种类，并将追溯银行信用卡的发展历史，讲述它如何在 60 年代早期开始在全国发展起来，直至今天形成一个行业的状况。你将了解到信用卡普及的主要原因，并简要回顾影响信用卡市场的一些因素。

在完成此章的阅读后，你应该能够：

- 列举并解释各种类型的银行卡；
- 解释银行信用卡与分期付款信贷的区别；
- 阐述银行信用卡行业的起源与发展——从最先以购物券形式出现的地方性信贷方案到今天形成的包括银行、特约商户和信用卡组织在内的全国性网络；
- 阐明银行信用卡使持卡人、特约商户和银行都能受益的主要原因；
- 描述从银行信用卡的诞生之日起，相关的法律规章与市场竞争是怎样影响信用卡业务的。

信用卡种类

本书主要介绍银行信用卡。但是银行卡通常被定义为任何由银行、或者是非传统意义的银行发行的，能使得客户获得资金来源的卡片。依据这个定义，可将信用卡分为普通信用卡和专用信用卡、自动柜员机卡（ATM卡）、借记卡、智能卡和支票保证卡。

在本书中 银行信用卡 这个词是指由银行发行的万事达卡和维萨卡。一些非传统意义的银行，也发行信用卡。这里的非传统意义的银行是指那些虽然也发行信用卡，却并不具备传统银行特征的金融实体，如不能提供储蓄存款服务等。信用卡还可以分成普通信用卡和专用信用卡。普通信用卡可在任何接受万事达卡或是维萨卡的特约商户处使用；专用信用卡，也叫有限信用卡，主要由零售商发行，且只能在这些零售商的商店中使用。

银行信用卡实质是一种消费贷款，它提供一个有明确信用额度的循环信贷账户，借款人可支取部分或是全部额度。一旦已使用余额得到偿还，该信用额度又重新恢复使用。这种信用方式最初是一些本地商户为鼓励客户购买小额物品而创造的，而如今信用卡则成为消费者购买商品和服务的主要支付方式。一般的信用卡还提供其他各种服务，如预支现金、便利支票等。除了最基本的信用卡之外，许多银行还推出“金卡”，这种金卡不仅提供更高的信用额度，还具有其他一些附加功能，如自动提供差旅保险等。

银行还发行其他种类的塑料卡。我们将在第十二章对这些“其他银行卡”加以讨论，这里只对这些银行卡进行简要说明。

- 自动柜员机卡：自动柜员机卡能使客户通过使用自动柜员机一天 24 小时，一年 365 天都可以进入其储蓄账户并进行各种交易。客户可以通过自动柜员机查询账户余额、资金划转、提取现金，并从事其他金融交易。
- 借记卡：与自动柜员机卡一样，客户可以通过借记卡进入其支票账户或是储蓄账户。对于客户来说，借记卡使用起来更像支票而不是信用卡。借记卡与自动柜员机卡不同点则在于，自动柜员机卡只能在自动柜员机上使用，而借记卡则越来越多地被商家所普遍接受。
- 智能卡：智能卡是一种内嵌微型电脑芯片的塑料卡。一些智能卡通常也被称之为储值卡，其电脑芯片中存有一定的货币金额，每次使用时，所消费的金额将从芯片的内存中扣除。消费者既可以购买已经存有一定货币金额的储值卡，也可以通过特殊的自动柜员机定期向其存入一定的货币金额。智能卡还可用于信息的数据储藏，比如，记录经常出差的持卡人飞行里程或是记录贷款的偿还情况。
- 支票保证卡：虽然支票保证卡基本上已被自动柜员机卡或是借记卡所取代，然而在一些个别地方，一些非银行机构，如电子支票公司（TELECHECK）等，仍在发行支票保证卡。

消费信贷种类

银行信用卡的出现对于消费信贷的发展意义极为深远。在信

用卡出现之前，大多数消费贷款都是通过担保方式获得，并以分期付款方式偿还的。消费者每次贷款，都必须重新向银行申请，并要再次经过申请和审批的种种程序。无担保的循环贷款非常有限，大多数情况下只局限于企业贷款和一些主要的零售商贷款。

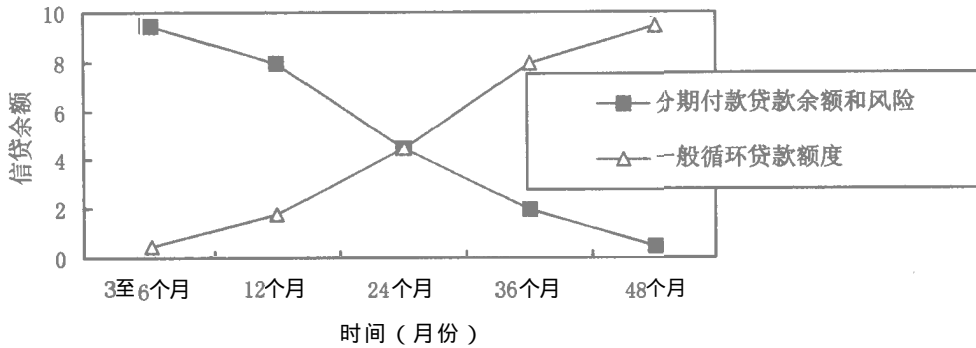
担保项下的分期付款贷款是指银行在将一定金额的款项贷给借款人后，借款人需在一定的期限内，通常是每月等额偿还贷款。此种贷款通常以所购物品或是其他等值资产（如储蓄账户）作为抵押。

无担保的循环额度贷款通常规定一定金额的贷款额度，借款人可以随时提取部分或是全部款项而无需反复申请。此种额度没有担保且还款期限较长。

银行信用卡贷款与分期付款信贷的区别如下所示：（见示例 1.1）

- 在银行信用卡贷款中，由于债务是无担保的，如果客户违约，银行没有对任何特定抵押物的追索权。
- 在银行信用卡贷款中，银行的风险等于或是超过信用额度（例如，如果银行批准了持卡人的额外贷款，或是持卡人消费超过其信用额度）；而在分期付款信贷中，银行的风险在贷款期内则随着贷款的每月偿还而递减。
- 在银行信用卡贷款中，还款周期，即贷款期限，随着持卡人每次使用其信用额度而延长。

示例 1.1 循环信贷的风险



银行信用卡发展史简介

银行信用卡的起源可以追溯到约翰·C·比金斯时代。比金斯是位于纽约布鲁克林的福莱特布什国民银行（Flatbush National Bank）的一位消费信贷专家。1946年，比金斯推出了一项称之为“记账吧”的信贷方案。该方案的特色在于由银行发行的一种能被当地商户接受的小额购物券。当交易完成之后，商户只需将购物券直接存入其银行账户，而由银行根据购物券金额向客户收取款项。

1951年，纽约市的弗兰克林国民银行发行了第一张现代意义上的信用卡。这些信用卡不向申请者发放，而主要由银行赠给那些有实力的潜在客户，发卡前银行也不对这些客户进行信用审查。同时，银行还与商户签订协议接受其信用卡。当进行交易时，持卡人向商户出示信用卡，商户将信用卡上的信息复印在销货单上。银行则按售货单的交易额减去折扣额后的实际金额直接贷记商户在弗兰克林银行开立的账户。如果交易金额超过对特约商户规定的最低授权额，商户就需致电银行要求授权。50年代末

60 年代初，成百上千的银行开始效仿弗兰克林国民银行的信用卡方案。

维萨卡和万事达卡体系的发展

银行信用卡的激增很快就暴露出了支付体系中的一个巨大缺陷——持卡人只能在其本地的商户持卡购物，也只能在那些与发卡银行签署协议的商户处购物。为弥补这一缺陷，美洲银行开始与加利福尼亚州之外的十几家银行达成了许可协议，授权其发行美洲银行卡。该卡在 1976 年改名为维萨卡（VISA）。

这种协议方式对于获得美洲银行卡发行许可的银行非常有利，然而，还有许多银行被排除在该协议之外。于是在 1966 年，另外 16 家银行在纽约的布法罗聚集商讨如何形成他们自己的网络。其结果就是另一个组织的形成——银行同业信用卡协会。该协会就是今天万事达卡国际组织（MasterCard International）的前身。

随着维萨卡组织和万事达卡组织的不断壮大，多数银行不再坚持独自进军银行卡领域的策略，而是加入这两家已经存在的信用卡组织之一。这些银行同意在其发行的信用卡上不仅载明本银行的名称，同时也印上表明本银行属于一个已签署交易信息交换协议的大型银行网络的标志。由于这种信息交换特点进一步扩大了当前或是潜在的持卡人数量，因而也愈加受到商户们的欢迎。

在短短几十年的时间里，维萨卡和万事达卡就已成为了美国金融体系中不可缺少的一部分。今天，大多数消费者都持有一种以上的信用卡，并每年使用它完成上百甚至是上千笔的交易。从

下面的示例 1.2 可以看出，在 1970 年，消费者持有的维萨卡或是万事达卡的数目约为 6,000 万张左右，到了 1980 年末，这个数字就猛增到了 13,000 万张。银行信用卡在整个 80 年代一直保持着稳定的增长，到 1990 年，该数字超过了 2 亿张。截至 1995 年第二季度，消费者持有的维萨卡和万事达总数达到了 38,700 万张。

示例 1.2 美国信用卡行业的增长情况*

	信用卡数目
1992 年	248,391,000
1993 年	287,520,000
1994 年	355,731,000
1995 年第二季度	386,906,000

该信用卡数目是指发行的维萨卡、万事达卡以及借记卡数目的总和。

资料来源：美国银行家协会 1995 年银行卡行业调查报告。

早在 80 年代初，维萨卡和万事达卡的网络体系就已扩展到全球各地，今天，它们甚至在其他许多国家的信用卡行业中都占据了主导地位。这两个组织主要行使授权、清算和结算职能，以保证银行信用卡能在任何一个属于该组织成员的特约商户处使用。它们还向组织成员提供市场营销和广告支持，并协助组织成员进行安全和反诈骗控制。维萨卡和万事达卡组织还负责为信用卡的发行和受理制定统一的标准，保证信用卡在全球成员中的兼容性。同时两个组织还全权负责其信用卡的品牌形象的设计和宣传。

银行信用卡如何使持卡人、特约商户和银行受益

银行信用卡之所以能在短时期内取得令人瞩目的增长，其原因就在于它为持卡人、特约商户和银行都带来了许多实质性利益。本节将从这三方的视角来分析这些利益因素。

持卡人

在信用卡发行的初期阶段，发卡机构都曾面临过一种“先有鸡还是先有蛋”的问题。银行家们不知道是应该先发展特约商户（这样顾客就有了持卡购物的场所）还是应该先发展持卡用户（这样商户们就会愿意接受信用卡）。虽说大多数银行都从两个方面同时着手，最终它们还是把重心逐渐转移到了先发展能够接受信用卡的特约商户方面。这样，当银行劝说客户使用信用卡时，客户会发现能够使用信用卡的场所越来越多。这也是信用卡能够在早期取得成功的主要原因——信用卡的确方便易用。

而随着越来越多的商户加盟银行特约商户组织，持卡人的数量也不断增加。银行在宣传信用卡的易用性方面也不遗余力：如使用信用卡不会出现签发支票时的一些问题；无需随身携带大量现金；购买商品或是劳务手续简便；以及能被许多商户广为接受等等。

从持卡人的角度来看，银行信用卡的便利性以及所提供的信贷途径才是信用卡在全国普遍发展起来的主要原因之一。有了信用卡，客户就可自由使用信用额度而不必费力去银行申请贷款，也不必非要每月定期还款。持卡人既可在到期付款日一次还清所使用的信用余额，也可以采用灵活的每月分期付款方式。而且，与固定每月分期付款的贷款不同，当客户所用的额度到还款期

时，持卡人可以在一段时间内只偿还到期部分的一个最低还款额，或者偿还大部分甚至是全部额度，而且不会因提前还款而招致罚款。

信用卡还能使持卡者随时获得信贷支持。对于那些难以或是不打算使用自有资金进行一些消费的客户来说，信用卡使其获得了发卡行为其提供的信用支持，即使客户身在外地也不例外。

信用卡能够吸引客户的另外一个特色就是它给持卡消费人提供了大约一个月的延期付款时间。即使客户有足够的现金来偿还已使用的信用余额，他们也只能在交易完成一段时间之后才能收到银行每月发出的对账单。今天，大约有 70% 的持卡人只偿付部分已使用的信贷余额，而其余 30% 的持卡人则将信用卡作为一种便利的交易支付工具。

银行信用卡还提供了一种相对较为安全的交易手段。如果是现金遗失或是被窃，其可能造成的损失往往比信用卡丢失造成的损失要大得多。由于冒用信用卡的难度要大得多，而且即使出现信用卡被人滥用的情况，持卡人也只负有限的责任。总之，信用卡将客户从不得不携带大量现金的情况中解脱出来，因而也就免去了客户丢失现金的风险。

信用卡还为客户提供了另外一种购物便利，那就是邮购购物。客户现在无需亲自去商店购物或是邮寄定单和支票，他们只需从直接寄往其住所或是公司的各种邮购目录中选择其想要购买的商品，然后拨打免费电话或是传真就可以向目录邮购公司下定单，并以信用卡进行结算。事实证明，这种便利的购物方式深受顾客欢迎，而且还导致了近年来邮购业务的迅速发展。

信用卡还极大地方便了账簿记录。每次购物发生，持卡人都保留一张购物收据。最初，当银行向持卡人发出对账单时，会一并附上特约商户的原始销售发票或是销货凭单。持卡人只需将购物收据和商户的销售发票进行核对就可确认他/她是否进行过该笔交易，同时也便于调整应向银行偿还的信用余额。这种收款方式被称之为乡村俱乐部记账方式。后来，这种方式逐渐被今天称之为描述性记账的方式所取代。现在，每月的对账单会逐笔列明所发生的交易，也不再附上商户销售发票了。

简而言之，消费者确实发现信用卡不仅方便，使用面广，而且使用起来安全灵活。同时，在日常交易中，客户可随时获得信用支持，尤其是当他们不愿动用个人资金的时候。而且，持卡人每月的交易情况都有详细的记录。还有一点就是，信用卡已被商户们所普遍接受了。

特约商户

从特约商户的角度来说，银行信用卡有以下一些吸引人的特征。首先，信用卡方便了客户购物，因而会刺激销售；其次，使用信用卡比使用现金更容易刺激客户进行大额购物或是进行冲动性购物。特约商户喜欢信用卡还因为它增加了商户扩大销售的机会。由于银行和全国性信用卡组织（万事达卡国际组织和维萨卡国际组织）在提高其品牌认同程度方面不惜重金，不仅进行商业广告宣传，还在接受其信用卡的特约商户橱窗里贴出万事达卡或是维萨卡的品牌标志。由于这种品牌认同将所有属于两大信用卡组织成员的特约商户都包含其中，因此消费者就更有可能选择并光顾那些贴有万事达卡或是维萨卡标志的特约商户。尤其是那些规模较小的商户更能通过向大量的持卡人销售其商品而受益非

浅。近些年来，通过邮购目录进行直销的目录邮购公司也逐渐普遍起来，因为这些公司可以通过免费电话或是传真机就可以接受客户的信用卡购物付款。

第二，特约商户很容易对销售交易进行证实。虽然仍有一些信用卡交易不能通过电子交易证实，但对于使用电子证实的交易，其程序是非常简单的。在请求交易授权时，特约商户只需致电银行授权中心或是通过自动授权机（POS）刷卡设备就可以完成交易授权。当使用自动授权机的刷卡设备刷卡时，信用卡上的信息就会传送到授权网络并自动获得授权，同时交易金额也会被直接记入特约商户的账户。

第三，特约商户既不会承担信贷风险，也不会发生因接受支票而产生的风险。他们无需直接向购物者催收款项。只要特约商户按照规定程序操作，并对销售进行证实，他们就会直接从其银行收到售货款。

银行

对于向客户提供信用卡业务的银行来说，它们也因此而获得了一些重要的竞争优势。使用信用卡简化了授信程序，方便了客户借贷。由于信用卡具有循环信用额度特征，客户无需每次向银行申请，就可以进行贷款、还款、再贷款的过程。只要客户所借款项总额未超过信用限额，他们便可重复借贷，只需每月定期偿还所用额度即可。

信用卡还使银行有机会吸引那些住所更远的客户。在过去，客户出于方便的考虑，往往选择一家离自己的住所或是工作场所

比较近的银行。而有了信用卡以后，银行的位置远近就无关紧要了。银行可以利用信用卡跨地域使用的特征拓展他们的市场领域，甚至向那些居住在几千公里以外的客户发放信用卡。与传统的那种客户亲临银行办理贷款申请的借贷关系不同，信用卡还使得通过邮件或是电话发放信贷成为可能。正是由于信用卡业务的发展，近年来银行的贷款余额迅速得到增加。

同时，新的持卡人还是银行其他业务产品的最佳潜在客户。由于许多新信用卡客户来自于过去银行业务难以企及的地方，现在银行就有了与这些新客户建立其他业务联系的机会。事实上，许多银行都致力于向持卡人交叉推销其他银行产品和服务。

随着信用卡业务的发展，不仅消费者为银行增加了新的收入来源，同时，特约商户也形成它的另一个收入来源：由于银行为特约商户提供了信用卡交易处理服务，特约商户也要向银行支付一定的交易折扣。除了交易折扣收入之外，特约商户还为银行带来了附加的存款。由于商户的销售发票通常被视为存款科目，因此通过信用卡交易产生的资金为银行创造出了派生存款，这又成为了银行新的信贷资金来源。

正是由于信用卡的这种既能创造出新的收入来源又能派生出新的存款来源的综合吸引力，使得信用卡市场的竞争激烈无比。随着接受信用卡的特约商户的数目增加，持卡人所能享受到的信用卡便利性也进一步扩展。同时，持卡人数目增加又给予特约商户更多的商品销售机遇。正是这些因素的相互作用推动了信用卡的普遍接受与快速增长。当然，银行也从持卡人与特约商户那里获得了新的利润来源。

成长的烦恼

在信用卡早期近乎膨胀式的发展中，并非一切都是一帆风顺的。银行业从来没有经历过象信用卡这样具有生命力的产品，因而早期的信用卡发展曾产生了一些不良的后果。

前车之鉴——循环信贷与分期付款信贷

在信用卡业务最早推出时，尚未制订有关禁止银行未经客户申请向其发放信用卡的州法律或是联邦法律。银行可自由将信用卡发放给任何人，而不论接受者是否有此要求。这就导致了一些银行开始向其当前和潜在的客户大量发行信用卡。信用额度开始建立起来，信用卡通过邮递发放出去。一些最具扩张性的银行不仅将卡发放给其存款客户、贷款客户、保险箱客户，还将信用卡寄给任何一个他们能获得通信地址的人。许多银行甚至从杂志订购机构、驾驶执照登记等类似部门购买客户通信地址名录。毫不奇怪，一些因此而获得信用卡的持卡人是根本不具备贷款资格的。

还有一些银行对于发放无担保信贷毫无经验——尤其是对与信用卡相关的循环信贷方面。事实证明，原先银行在发放分期付款信贷，如汽车贷款或是住房贷款时，所使用的审批标准，对于通过信用卡发放信贷是完全不够的，必须要建立起新的审批标准。

从实质上来讲，所有的循环信用额度都是无担保的，也就是说，借款人无须提供任何资产来补偿贷款人或是将其拍卖用以抵销贷款人可能出现的损失部分。一旦损失发生，只得将该笔贷款金额全部核销。而且在相当一部分出现损失的案例中，当贷款人收回信用卡或是停止支付该卡时，该卡实际未结清余额早已超过

其信用额度，因而贷款人所核销的坏账金额往往大于他最初向持卡人发放的信用额度。

同时，由于信用卡发展初期的授权程序繁琐而缓慢，也使得信用卡损失问题进一步加重。那时的情况与今天不同，今天大多数信用卡交易都可通过商场的终端设备进行电子证实，那时候的授权程序需要由商户将客户信用卡账号与特约商户信用卡止付名单进行核对。而在该止付名单上增加一个账号可能需要几星期的时间。而且即使持卡人上了信用卡止付名单，只要该恶意持卡人将信用卡交易额控制在最低授权额内，特约商户就无从得知该持卡人的信用消费特权是否已被取消。也许在那些恶意借款人的账号被记录在信用卡止付名单上之前，他们已通过此方式进行了无数次消费。

信用卡诈骗损失

由于那么多人使用信用卡，又有那么多的商户接受信用卡，因而丝毫不奇怪与之有关的犯罪活动也应运而生。当时甚至形成了一个专门协助信用卡犯罪的地下网络。例如，一张信用卡可能会在加利福尼亚被窃，而它第二天就可能出现在纽约或是佛罗里达。结果，虚假交易日渐增多。随后犯罪者又开始伪造或是涂改信用卡。甚至那些不诚实的商户也开始设法欺骗银行，他们利用真实的信用卡账号伪造销售发票，然后将其存入银行，再从银行提取现金——这种作法就是我们所知的白卡欺诈。

而繁琐的授权机制又大大削弱了银行及时制止信用卡的伪造、更改、或是盗窃行为。如今，信用卡诈骗损失被视为该项业务成本之一，此损失数额每年大约在几亿美元左右，而造成损失

的主要因素则包括虚假的远程营销、信用卡伪造以及虚假申请等。（本书第十章将对信用卡欺诈进行进一步介绍）

解除管制

在信用卡发展的早期阶段，由于对高利贷利率管制极为严格，加之银行不能向持卡人收取年费，这使得单个银行的信用卡业务很难取得利润。

到了 80 年代早期，一些州开始逐渐放松其管制上的约束。最先开始解除管制的两个州是特拉华州和南达科他州。所谓解除管制就是这些州不再对利率高低进行限制，而允许发卡机构依据自己的经营状况来确定合适的利率水平，并可在全国使用同样的收费标准，并允许发卡机构收取费用，如持卡人年费、逾期费用、以及透支费用等。这样，一方面银行开始纷纷搬迁到这些解除管制的州以增加其利润。而另一方面，那些解除管制的州也通过这种作法将一些主要的信用卡机构吸引到了自己的州里。这些州的做法，以及后来的左治亚州、内布拉斯加州的效仿证明是非常成功的。今天，几乎所有主要的发卡机构都迁到了这十几个管制较为自由的州里。

银行竞争对手进入信用卡市场

从信用卡诞生的 60 年代初期直到 80 年代中期，信用卡业务一直被银行业所垄断。在这段时期里，银行卡也从一个“亏损大户”逐渐发展成为利润颇丰的银行服务品种之一。因此毫不奇怪，一些非银行企业也被吸引到信用卡业务中来。

当西尔斯公司于 1985 年开始发行“发现”卡时，银行业内人士普遍认为该公司成功的机会甚少。产生这种观点的一部分原因是当时普遍认为信用卡市场已经饱和。然而，到 1990 年末，“发现”卡就成为美国第三大信用卡，而且在发卡后短短几年的时间内，西尔斯公司不仅收回了其发卡成本，这包括其建立独立的特约商户网络所支出的庞大费用，而且开始盈利。一些财务公司也开始驻足信用卡市场。如今，联合公司（The Associates）、家用公司（Household）以及通用电器（General Electric）等今天都已成为了该行业的主力军。

还有一些非金融实体，通过与发卡银行结盟，或是收购发卡银行，或是特许其控股银行开办信用卡业务，也开始对整个银行卡行业产生了重要影响。这些组织通常涉足广泛的行业领域，如通信、共同基金、保险、零售以及运输等行业，但他们都有一些共同点，即，他们都拥有庞大的客户基础，并且都在高度竞争的行业之中从事经营；其次，这些公司都主要着眼于巩固和提高其核心业务的发展，而不在于信用卡业务的利润最大化；还有，这些公司都受信用卡业务的高利润率和低市场准入限制的吸引而涉足信用卡业。在这些发卡机构中，最负盛名的当属美国电话电报公司（AT&T），它选择了直接向客户发行信用卡的方式。该公司不仅建立自己的服务体系，而且还从道达尔系统公司（Total System）“租用”业务处理能力。1990 年，美国电报电话公司正式推出“终身免年费”的“AT&T 环球”信用卡业务，并花费几千万美元进行广告宣传。这一年，该公司开立的信用卡账户超过了 500 万张。

银行与非银行机构的联盟

今天，与非银行机构联合共同拓展信用卡市场已经成为银行