



近日,一则“Gucci、Prada、Armani等奢侈品品牌进驻杭州市民超市”的消息在微博上引起了网友的强烈关注,有南京网友调侃称“说不定哪一天南京人拿着苏果卡就可以在超市刷LV包了”。

“中国人民银行批准发行”、“江苏多用途消费卡”、“各大企事业单位员工福利发放和礼品采购的理想之选”……5月中旬以来,一张名为大贺会支付卡(以下统称“大贺卡”)的消费卡广告铺天盖地,引起了南京市民的关注。

随着一批获得第三方支付牌照的多用途消费卡的推出,江苏预付卡市场竞争加剧,这一切皆有可能,苏果卡刷LV包不是不可能。

文/现代快报记者 刘果 实习生 田天



“拿着苏果卡在超市刷LV包”,这还真不是句玩笑话 现在有种多用途消费卡 引起很多市民的关注

南京多用途消费卡市场陡然热闹起来

大贺卡 坎坷面市几次易名

大贺卡属于多用途预付消费卡范畴。

记者在采访中了解到,大贺卡目前可在省中石化、红星美凯龙、五星电器、大洋百货、北京华联(BHG)、水游城、朝晖美容等20余家大型连锁商户刷卡消费,号称要打造成江苏市民最便捷的多用途消费卡。

李凯(化名),第三方支付行业资深人士,去年11月之前一直任职于南京一家预付卡公司。他告诉记者,大贺卡并不是首次与南京市民见面,早在2010年这张卡就被推向过市场,只是当时碰巧赶上国家整治预付卡市场,规定发行多用途消费卡必须由人民银行审批发放第三方支付牌照。过去两年多时间,大贺一直忙于申请牌照。

今年1月6日,大贺与其他25家企业一起拿到了第六批业务许可牌照。随后,它曾以“会智付”之名短暂亮相南京媒体,之后就淡出,直到今年5月份再次高调宣传推向市场。

易购卡 未下战书硝烟已起

比较有意思的是,5月24日,也就是大贺卡在媒体上大肆宣传约半个月后,大众书局旗下的“易购卡”同样在报纸上打出了“易购卡恭祝60万持卡人端午节快乐”的广告。广

苏果卡金鹰卡等单用途消费卡 稳占市场80%以上份额

从统计数据看,尽管越来越多的企业介入多用途消费卡市场,但在南京乃至江苏地区,多用途消费卡的占比相当低。

“在北上广地区,多用途预付卡占比高达70%-80%,仅北京地区就有几十种多用途消费卡,单用途预付卡只占约20%的市场份额。而江苏情况完全相反,以南京为例,像苏果卡这样的单用途消费卡在整个市场的占比在50%以上,排行第二的是金鹰卡,两者的总占比要在80%上下。”李凯认为,根据他们前两年调研的数据,加上新百卡、中央卡及各种超市卡,南京单用途消费卡市场份额至少在80%-90%,这几年市场格局几乎没什么变化。

对于市场占有率,胡文曦虽然也承认苏果卡有绝对优

势,但他仍然对多用途消费卡的未来持有满满的信心,“以后一定能成为消费市场的主力。”

李凯认为,如何打破单用途预付卡一家独大的局面,是以大贺卡为代表的多用途预付卡的最大课题。

这种担忧并非杞人忧天。记者走访南京莫愁新寓与如意里两大居民区的消费卡回购和销售点发现,转手交易的基本都是苏果卡、金鹰卡、新百卡、中央卡、欧尚卡、金润发卡等,很少有店面表示有易购卡等多用途消费卡销售。

江苏多用途消费卡市场 目前不存在竞争的格局

“多用途消费卡市场在江苏还刚起步。”南京会购信息科技有限公司总经理胡文曦向记者透露了一组数据,截至目前,全国共向223家企业发放了第三方支付牌照,其中,可以从事预付卡发行和受理的企业134家。

在江苏14家拿到了预付卡发行和受理的企业中,南京有6家,无锡3家,镇江2家,常州2家,苏州1家。“许多企业虽然拿了牌照,目前并未开展这项业务。”胡总表示。

记者走访中发现,除大贺卡和易购卡外,南京市场上流通比较多的多用途预付卡还有南京市民卡公司发行的市民卡,以及来自苏州的苏意卡,这两张卡均可以在南京多家商户消费,涵盖吃喝玩乐各方面。

一家股份制银行的人士认为,除了单用途预付卡之外,多用途预付卡某种程度上还要与银行卡PK。毕竟其主打的是多商户消费,而这是信用卡的强项。

预付卡的前世今生

曾经:预付卡就是提货券

南京会购信息科技有限公司总经理胡文曦告诉记者,预付卡的最早形式其实是提货券,比如凭着单位发的一个盖了章的纸片去某商场领取对应的物品,后来发展成为电子货币卡,在监管的要求下,又发展成为如今的商业预付卡。在国外,多用途预付卡已经占据了比较大的市场,成为了信用卡的一个有效补充。

他解释说:“国外信用卡审核门槛比较高,针对一些申请不到信用卡的人,他又有刷卡支付的需求,尤其是在卡支付比例越来越高的今天,预付卡就满足了这部分人的需求。”发展到中国,由于早年各银行信用卡发行泛滥,七八年以来预付卡的消费市场主要是企事业单位福利发放。

“我相信会有越来越多的人接受多用途消费卡。首先,它可以避免信用卡的滥用、罚金和利息损失。其次,对于家长来说可以更有效地掌控子女的消费行为,比如酒吧、网吧等娱乐场所,预付卡就可以规避掉。”他透露,大贺卡的目标是两年内销售30亿元,并将从现在的“特约商户”向“特惠商户”发展,包括正在和德基广场洽谈合作,以提高卡的使用价值。

《中国商业预付卡行业报告》显示,2010年中国多用途预付卡发卡规模达到965亿元,预计2013年底将超过3000亿元。

现状:福利礼赠占主导

并不是每个人都看好多用途消费卡的前途,李凯去年底毅然选择离开了这个行业。理由除了上述的竞争格局外,还有另一个判断。

他告诉记者,无论是单用途预付卡,还是多用途预付卡,一次销售的对象往往不是持卡消费人群。“这种卡销售主要是团体采购,用作企事业单位给员工的福利以及过节礼品发放。”他透露,每年教师节前一周就是这类卡一年中所谓的交易“旺季”。

记者从卡回购市场验证了这一点。在南京一些大型居民区附近的烟酒店,店门口往往会张贴出“高价回购苏果卡、金鹰卡……”的牌子。在南京审计学校邻近的北纬路上,短短200米左右范围就有3家小店张贴出回购卡的牌子。其中一家店的老板告诉记者,来卖卡的人一般是周边的住户,许多是学校老师,都是老客户。

洪武北路附近居民区里的一家烟酒店老板向记者表示,收卡的旺季一般在逢年过节的时候,无论品种数量在那时都会有很多,而现在四五月份为淡季,只能靠同业之间或向专人借调。

“这些年来,预付卡的消费群体基本是固定的,福利发放和礼赠往来占大头,要让普通消费者主动个人购买并使用这种预付卡,就需要这种卡用起来既方便又实惠,这一点很难超越信用卡。”李凯认为。

采访中,不少市民也表示,预付卡作为节日送礼挺好的,谈到自己买来直接消费,大多表示要看卡的消费体验,比如便捷度和优惠力度。