

Special report

中国银联总裁许罗德:

创建自主银行卡品牌是银联的长期目标

坐在上海浦东含笑路银联大厦10楼的会议室里,许罗德一如既往地温和与内敛。10个月前,许罗德由人民银行支付结算司司长低调挂帅中国银联,完成了从一个政府官员到企业总裁的转型。而今,他对中国银联的战略路径和历史使命侃侃而谈,话语间不乏敏锐与希冀。

他说,银联有个口号,叫做“中国人走到哪里,银联卡用到哪里”,这是银联承担的社会责任。同时,银联也承担着联网通用之外的历史使命,那就是创建中国支付的自主品牌,为中国的银行卡产业拥有主导权做出贡献。

当前中国银行卡产业的相关政策法规还有待完善,而对国际卡组织强势的营销策略,银联所依存的国内市场依然缺乏足够的市场意识。从宏观政策到客户基础,都亟需有所作为,对此,许罗德有着异常清醒的认识。

◎本报记者 邹靓

回顾
银行卡产业的发展阶段

上海证券报:银行卡在中国虽然已经出现了二十多年,但是真正开始普及不过是近几年的事情。银行卡产业在中国的发展到了什么样的阶段?除了方便百姓支付、提高货币流转效率外,银行卡还有怎样的社会功能?

许罗德:银行卡有多项社会功能是被公众忽视的,比如银行卡的应用对经济的直接促进。经济的发展依赖于投资、进出口贸易、消费拉动三驾马车,而银行卡具有货币的集群效应,特别是信用卡具有提供消费信贷的功能,能够直接刺激消费,与经济增长的宏观目标是吻合的。根据有关统计,银行卡刷卡额在社会商品零售总额中的占比每提升10个百分点,就带动GDP增长约0.5-0.8个百分点。

其次,银行卡消费因为拥有真实的电子纪录,能够扩大税基,增加税收。同时,对反洗钱、反腐败具有强有力的辅助作用,因而对稳定经济秩序、强化预算管理提供了基础。

再者,银行卡消费数据集中反映了一国经济景气 and 消费景气程度,由此开发的附加产品对于引导宏观决策、发展区域经济等能够提供极大的帮助。更重要的是,一国的消费金

融数据往往蕴含着重要的经济金融信息,对于国家金融安全有不可忽视的意义。

上海证券报:公众所认识的银联,通常是一个为商业银行提供跨行交易清算、方便银行卡支付的银行卡组织。作为中国银行卡产业的载体,银联承担着怎样的社会责任和历史使命?

许罗德:1985年中国有了第一张银行卡,之后的十多年里,银行卡产业的发展比较平缓。因为当时的商业银行自成体系,银行卡产业相关资源的投入存在比较严重的重复性,占用了大量的社会成本。直到2002年中国银联成立之后,各商业银行通过银联的银行卡跨行交易清算系统实现系统间的互联互通,从而保证了银行卡得以跨行、跨地区和跨境通用,银行卡在中国才进入了迅速普及的阶段。

作为中国的银行卡组织,中国银联处于中国银行卡产业的枢纽和核心地位,对银行卡产业发展发挥着基础性的作用。除了不断推进联网通用,银联还致力于创建“银联”自主品牌、拓展国际受理网络以及发展支付创新等等。

经营
中国银联今年的发展重点

上海证券报:中国在2000年初步建成全国18个城市银行卡跨行交换系统及信息交换中心。银联成立之后,致力于在更大范围内解决银行卡跨行、跨地区使用问题。“联网通用”目前在中国的运作情况如何,下一步将重点做哪些方面的工作?

许罗德:我国在电子支付领域起步较晚,改革开放以后银行卡产业才开始,距离发达国家落后了30多年。但是近年来中国银行卡产业的发展极为迅速。截至2008年5月底,我国境内银行卡受理商户已经达到88万户、联网POS机138万台、联网ATM机14万台,分别是银联成立前2001年的5.9倍、6.3倍和3.7倍,已经形成了一个规模化的银行卡受理网络。

分散的受理终端通过银联网络连接,银行卡不仅可以跨行、跨地区,还能跨境使用。2007年中国刷卡消费占社会商品零售总额的21%,远高于5年前2.7%的水平,上海、广州、北京等大城市的银行卡使用状况已经接近发达国家水平。

因为区域经济发展的不均衡,目前银行卡的使用还主要集中在大中城市和沿海发达地区,全国更广大的二、三级城市、中西部地区甚至县乡镇还没有很好地覆盖。现金支付在这些地区的消费手段中占据很大的比重,没有银行卡也就无法发展当地的受理网络,没有良好的受理网络,银行卡也得不到推广和认可。

因此,银联在2008年重点加速将受理网络向二、三级城市、中西部地区和农村县乡镇延伸。要让银行卡受理网络像电网、通讯网那样实现普及。

上海证券报:公开信息显示,截至2008年5月底,银联可在45个国家和地区进行ATM取款,27个国家和地区地区刷卡消费。银联进入新兴市场采用怎样的策略,今年的开拓重点将放在什么地方?

许罗德:从2004年开始,中国银联就将国际化摆上战略发展日程。这是中国经济持续增长、中资机构和消费者对外交往日益增多的大背景下,银联自身发展壮大的需要,也是银联卡自主品牌参与国际竞争的必然要求。中国银联拓展境外受理网络一方面能够满足国人日益增长的境外用卡需求,另一方面也使国内商业银行的服务能够通过银联网络快速延伸到境外,从而获得更大的发展空间。

中国自主品牌银行卡的国际化道路,伴随着中国银联在网络规模、服务水平等等各个方面的不断成熟。银联境外受理网络一直是跟随中国银联到过的重点国家、重点地区、重点商户铺开。四年的时间里,银联国际网络从无到有、日益壮大,现在银联卡在境外的受理商户近15万户、POS机具近20万台、ATM机具36.8万台。

除了银联卡受理,今年银联卡国际化的一项重要内容就是与更多的境外机构合作发行银联卡。日本三井住友卡公司、韩国BC卡公司,已经分别在2007年12月和2008年2月正式发行银联标准信用卡。截至5月底,已经有近40家境外机构在香港、澳门、哈萨克斯坦、新加坡、日本、韩国等6个国家和地区发行了银联标准卡。以后,会有更多境外机构参与进来。



简历

许罗德,男,中共党员,经济学学士,高级会计师。1962年出生于湖南省,1983年毕业于湖南财经学院。1983年8月至1996年10月,任职于中国印钞造币总公司;1996年10月至2003年10月,历任中国人民银行办公厅秘书处处长、办公厅副主任。2003年10月至2007年8月,任中国人民银行支付结算司司长。2007年8月起任中国银联总裁、党委书记。中国金融学会常务理事、中国钱币学会常务理事、中国金融标准化委员会委员。上海市第十三届人大代表。

路径
如何创建自主品牌

上海证券报:中国自主品牌银行卡的国际化,对于提升银联品牌的知名度具有重要意义。这是否是银联创建自主品牌的首要目标?自主品牌的创建应该通过怎样的路径实现?

许罗德:“银联”代表的是中国银行卡产业的自主品牌。银行卡品牌的创建和壮大需要各方的努力与支持,具体来说要分两个层面:

一方面,是要通过建设和运营具有自主知识产权、全国统一的银行卡跨行交易清算系统,实现资源整合与共享,推动中国银行卡产业的集约化、规模化发展;另一方面,中国银联与各商业银行一直在加强战略合作,携手发行符合统一业务规范和技术标准以及国际通用要求的自主品牌银行卡——银联卡。

统一的业务规范和技术标准,代表了自主品牌的主导权,利益链条的架构都是遵循标准而来。从跨行转账到联网通用,从业务标准、技术标准到风险防范标准,银联卡必须有了自己的标准,才能拥有中国银行卡产业的主导权和话语权。

2007年,银联标准卡新增发卡量同比增长56%的速度增长。根据权威调研机构AC尼尔森的调查显示,银联品牌国内认知度已高达

96%,远高于其他同类品牌。可以说,中国自主品牌银行卡的建立已经有了一个良好的开端。

上海证券报:国际支付产业发展的潮流,是满足日益增长的多元化支付需求。银联卡在更多渠道、更广领域、更大范围的普及应用方面,做了哪些工作?

许罗德:中国银联自成立以来就以自主研发为先导,建成了具有自主知识产权的新一代跨行交易清算系统。2006年初,中国银联自主研发的全国性互联网安全支付平台CUP SECURE正式投产,同期智能支付电话支付(Paycase)也开始投放市场。

在实现全国POS、ATM机具“联网通用”的基础上,银联又联合各家商业银行,以技术应用创新带动业务创新、渠道创新、产品创新,推出了ATM跨行转账、农民工银行卡特色服务、高速公路刷卡收费、税控POS机、移动POS收费等特色银行卡业务。

近年来,支付渠道和支付工具的创新是创新支付的一个亮点,银行卡的应用领域和应用范围,扩展到手机、互联网、固定电话、数字电视机顶盒等为主要工具的新型支付渠道。其中最受关注的,是中国银联与中国移动运营商合作,在全国

17个省、市推出的手机支付业务。

截至2008年5月底,全国手机支付定制用户总量已经突破1200万户,累计实现交易额超过190亿元。各地手机支付业务已经实现的基本功能,包括手机话费查询及缴纳、银行卡余额查询、银行卡账户信息变动通知、水电燃气等公用事业费缴纳、彩票投注、航空订票、电子折扣券、礼品券等多种增值服务。

目前,中国银联正联合部分银行,在上海大规模推广基于国际领先的近距离非接触通讯技术(NFC)的新一代手机移动支付。

值得一提的是,银行卡受理市场建设滞后曾经是制约我国银行卡产业发展的瓶颈,尤其是在水电燃气等公共事业缴费领域,以及民航、铁路、公路售票和医院、学校、加油站等与公众生活密切相关且现金使用量较大的领域,银行卡受理程度普遍较低。

之后,中国银联联合各家商业银行推出了“公共支付”创新业务,用银行卡支付水电燃气等公用事业费用,以及保险费、电话费等日常缴费项目和行政税费。中国银联还与中国人寿合作,制定了包括保费缴纳、资金收付、现金管理、银联标准联名卡业务等在内的综合支付方案,银行卡支付正变得越来越便捷。

展望
中国银联下一步规划和目标

上海证券报:中国拥有世界上最大的消费群体,并处在经济快速发展的阶段。这对中国银行卡产业的发展,以及银行卡的普及深化具有怎样的意义?

许罗德:1978年改革开放以来持续近30年的快速增长,以及把我国的经济总量、人民生活水平、生活水平提高到一个新的台阶。日益发展的中国需要一个强大的银行卡产业,而中国众多的人口、庞大的市场和位居世界前列的经济总量,也为中国打造自主的银行卡品牌奠定了基础。

从全球情况来看,我国是世界上极少数具备条件创建银行卡自主品牌的国家之一。所以,中国银行卡产业的发展机遇、中国银联的发展机遇可谓前所未有,必须抓住机会、加快发展。

上海证券报:机遇与挑战往往并存,你如何看待中国银联所面临的挑战?

许罗德:银联当前最主要的挑战在于,我国银行卡产业和自主品牌仍处在初级发展阶段。我国银行卡产业比发达国家晚了30多年,中国银联比跨国银行卡公司起步晚了近40年。另外,银联的发展在海内外面临着强大的竞争压力。

在微观方面,我国银行卡产业还面临着相关政策法规不够完善,全民用卡意识不够普及的挑战。银行卡产业的市场化运作遇到了中国长期的计划经济体制思想的冲击,需求方并不完全接受“有偿服务”的概念。如果要维持市场供需双方的平衡,必须对商户和持卡人加强银行卡知识的公众教育。市场的发展需要政策支持,更需要市场主体的积极参与。

上海证券报:能否透露下中国银联下一步的规划和最终目标?

许罗德:银联希望在未来五年内,建成更加安全可靠、功能更加强大、服务更加完善、各项性能达到国际领先水平的新一代银联跨行交易清算系统;把银联的网络深入延展,建成覆盖全国、遍布城乡、延伸国际的银联受理网络。进一步实现“中国人走到哪里,银联卡用到哪里”,把银联自主品牌建成具有较大影响力的国际性品牌。

此外,银联还要在支付创新和风险控制领域进一步提升,争取建成国际性支付创新研发基地,使风险控制达到或接近跨国银行卡公司的水平。

中国银联最终将把目标定位于,把中国银联建设成为不仅服务中国,而且服务于越来越多国家和地区的国际性银行卡组织,把银联品牌建设成为具有全球影响力的自主支付品牌,推动我国银行卡产业自主发展,维护国家金融安全。

相关新闻

银联增资基本完成

◎本报记者 邹靓

昨日,中国银联总裁许罗德在出席“新华社金融讲堂”回答记者提问时表示,中国银联于2006年底启动的增资扩股计划已于近日基本完成,增资的主要对象仍为成员银行。同时,银联的发展将遵循银行卡组织的发展规律,目前还没有有关上市的明确考量。

中国银联自2002年成立以来,一直保持国内外业务的高速增长。目前,银联已经发展了超过170家成员机构,受理网络遍布境内外45个国家和地区。截至2008年5月底,银联已经联合香港、澳门、哈萨克斯坦、新加坡、日本、韩国等6个国家和地区近40家境外机构发行了270多万张银联标准卡。2007年银联卡境外受理业务比2006年增长近70%。

快速的业绩增长,使得资本约束越来越明显。2006年11月,中国银联临时董事会会议通过决议,向发起股东按原持股数量的25%进行定向增发。随后的一年半内,银联增资计划经过了成员银行自愿认购、配售比例调节、股东大会审议通过、等待监管审批等多个环节。

银联内部人士透露,银联增资扩股的实施远比想象的要复杂,由于银联对口监管缺位的问题,增资事宜需由配股银行提请中国银监会相关部门审核。据悉,本轮增资对象主要以银联成员银行为主,其中中小银行机构认购踊跃。此外也有如中国人寿这样的非银行类金融机构参股,但目前没有外资入股。

上述银联内部人士预计,该项增资计划将于本月完成,即全部入股资金将会于月底到位。根据此前了解到的信息,本轮增资完成后,银联股本将扩张至25亿股左右,募集资金超过20亿元。

许罗德在接受本报记者提问时表示,银联作为一个企业,从风险防范、创新能力培养的角度来看需要增强资本实力。银联的发展既要遵循银行卡组织的发展规律,也要走有中国特色的发展之路。目前,银联要致力于完善公司治理结构、进一步提升内部管理能力、加快国际化步伐、创建中国的银行卡品牌。未来银联是不是要调整经营模式、是不是要通过上市增强资本实力,目前还没有明确的考量。”他说。

许罗德同时表示,银联的发展需要社会各界的关心和宏观政策的支持。后者是指,对银行卡产业有更高层面的规划、就银行卡产业完善相关的法律法规如尽快出台《银行卡管理条例》以及在财税政策上给予相应的支持。



史图 资料图