

Token成银行卡“新积分”

银行零售业务的存量博弈早已进入深水区。过去数年,银行卡权益赛道历经几番迭代:从机场贵宾、餐饮满减,到视频会员、出行折扣,各家机构依靠同质化福利争夺用户,发卡增长见顶、获客成本高企、用户黏性走低,成为行业难以绕开的困境。2026年6月,一场由Token(词元)算力掀起的产品革新,正在改写银行卡的价值逻辑。AI算力Token正式从互联网科技圈的专业资源,变身银行零售产品的核心权益。Token入卡背后,是金融与AI产业的双向奔赴,这场权益革新,究竟能否让沉寂已久的银行卡赛道再逢春?又如何重构银行卡差异化竞争壁垒?

权益转向“生产力”Token

近年来,作为银行零售入口主要载体的银行卡,在附加权益方面深陷同质化泥潭,餐饮折扣、出行会员、实物礼品,边际成本不低,但对年轻用户的吸引力却在持续减弱,银行需要找到新的价值锚点。

AI权益的出现,恰好踩在了这个转折点上。6月30日,平安银行与中国银联、腾讯云联合推出国内首张面向AI算力个人消费用户的借记卡“AI智算卡”,7月将通过该行口袋银行App与线下网点全面开放申请。不同于传统银行卡以出行、影音、商超优惠为核心权益,这张卡将大模型Token算力、AI办公学习智能体等纳入银行卡权益体系。

三方分工亦较为清晰,平安银行承载账户运营;中国银联输出银联云计算平台,承载多个主流AI大模型的私有化部署与聚合接入;腾讯云提供WorkBuddyAI办公学习智能体工具箱。

当大模型成为新一代“水电煤”,Token正变成银行卡里的“新积分”,而这股风潮并非孤例。

6月25日,网商银行宣布升级“生意金卡”,联合阿里云、芝麻企业信用、高德等生态



银行卡算力权益优势

算力边际成本递减、可重复复用;
餐饮、会员等传统权益成本刚性

精准匹配AI开发者、科研人员、内容创作者、
学生、自由职业者、高频办公人群

可筛选高价值数字客群,提升开卡、刷卡活跃度,
沉淀用户资产,搭建差异化竞争壁垒

伙伴,推出国内首张面向小微经营者的AI权益卡。北京商报记者了解到,此次网商银行生意金卡全新升级AI权益,例如,接入阿里云系列AI权益,可为生意卡用户提供最高1000万Token试用、AI创意平台“万相营造”、桌面智能应用“QoderWorkCN”等权益和服务,帮助小微降低AI使用成本,提升内容生成及日常经营效率等。

此前的6月12日,招商银行运通工程师信用卡也推出专属AI权益,将Token纳入新用户首刷礼,成为国内首张搭载Token权益的信用卡。该卡新客户只需通过支付宝快捷、微信快捷或银联云闪付App扫码完成一笔满36元的交易,即可获赠MiniMax平台的AI Plan,至高可享每月18亿Token M3用量,直接用于文档、图像、音视频等多模态模型调用,以及MaxClaw龙虾部署等AI高频场景。

在前两款银行主导提供权益的产品之外,科技厂商也开始亲自下场,月之暗面旗下AI助手Kimi宣布推出全球首张AI原生信用卡,并同步开放预约,卡片将AI服务纳入核心权益体系的消费凭证,持卡人的每一笔消费,均可转化为AI算力额度,直接兑换Agent使用额度、高级功能权限等。

在苏商银行特约研究员武泽伟看来,银行卡竞逐AI权益,核心是应对零售存量竞争

加剧与传统权益同质化瓶颈,借AI算力场景开辟差异化赛道,精准触达高黏性数字生产力客群。此举既能提升获客效率与用户活跃度,又可沉淀新型数据资产,卡位AI支付入口构建生态壁垒。智能体信用卡具备明确可行性,随着AI工具深度融入工作流,用户算力消费将成常态,银行可依托账户与风控优势,联动科技公司打造消费与AI服务闭环,实现从支付通道向价值生态的升级。

算力外衣下的零售争夺战

在此之前,银行卡业务产品权益体系以出行服务为核心抓手,主要围绕机场贵宾通道、酒店消费优惠等出行类增值服务,随着移动支付、线上支付消费的全面普及,消费场景补贴逐步成为各行银行卡权益主推方向,餐饮满减、商超立减、外卖红包成为主流权益;短视频、在线流媒体平台快速发展后,视频会员、音乐会员、观影兑换券等文娱类权益也被纳入常规权益配置。

经过多轮迭代发展,弊端也随之显现,从经营端来看,同质化增值服务难以构建差异化核心竞争壁垒,客户黏性与持卡忠诚度降低;从盈利端来看,在净息差持续收窄、零售增收增长乏力的行业现状下,高投入、低留存

的模式难以继。

与实物礼品不同,算力是数字资源,武泽伟解释这一概念称,算力与Token和传统积分实物里程的核心差异在于其数字生产力属性,边际成本递减且可复用,能直接转化为工作效能,传统权益多为一次性消费且成本刚性。此类卡片主要适配AI开发者、内容创作者、科研人员及高频办公人群,契合其专业算力需求。对普通人而言,基础算力套餐可满足文案创作、简单设计、智能办公等轻量化需求。

而剥离算力充满科技感的外衣,底层的商业逻辑依然没有脱离银行零售业务发力路径。

在博通咨询首席分析师王蓬博看来,推出AI算力权益卡的核心逻辑在于借助算力Token这类新型数字权益开辟差异化竞争赛道,一方面精准触达开发者、科技从业者等高价值增量客群,完成账户拉新刷卡交易频次提升资产沉淀的传统经营目标,另一方面通过联合三方厂商大模型平台搭建金融算力互通生态,延伸金融服务边界,建立用户长期账户绑定关系。

王蓬博也提到,算力权益卡片核心适配AI开发者、互联网从业人员、科研办公人群以及高频使用大模型的自由职业者,普通大众用户仅在日常存在图文创作、简单数据分析需求时具备基础使用价值,纯线下消费无AI工具使用习惯的普通用户目前难以感知该类卡片权益带来的实际增益。

能否开辟新增长曲线

历经高速扩张的“跑马圈地”时代,银行卡市场已然告别粗放式增长,进入转型重塑的新阶段。在移动支付深度渗透、用户支付习惯向“小额高频”迁移的背景下,借记卡作为基础金融账户的底层属性愈发凸显,成为银行维系客户主账户、沉淀零售资金的主阵地。据中国人民银行最新披露的数据,截至2026年一季度末,全国借记卡数量达95.74亿张,较2025年末的95.21亿张继续攀升。与借记卡扩容形成对照的,是信用卡的持续“瘦身”。2026年一季度,信用卡卡量规模再次走低,全国存量规模6.87亿张,较2022年三季度峰值累计减少1.2亿张,相当于日均减少约9.39万张。

在此背景下,算力入卡的创新模式为银行卡赛道打开增长空间,但这一创新模式仍处于早期试水阶段。

正如王蓬博所言,现有监管框架下金融资产交易数据属于重要敏感数据,大模型调用行为数据归属于用户个人生物及使用行为信息,两类数据跨机构传输必须取得用户单独明确授权,禁止捆绑金融服务强制授权。数据存储层面银行与云厂商大模型平台必须建立物理隔离防火墙,金融核心数据不得直接同步至第三方算力平台,仅可采用脱敏加密后的核验交互模式,不得完整导出原始用户资产流水,跨机构数据流通禁止超出授权约定使用范围,不得将金融数据用于大模型训练。此外,业务落地还存在一些问题待解,比如算力成本动态波动可能导致权益兑付成本不可控、多厂商大模型Token标准不统一造成权益互通壁垒、算力服务权责划分不清晰可能引发消费者纠纷等等。

在数字时代,用户用脚投票的速度,比大模型迭代的速度还要快。对银行而言,权益竞争的最终落脚点,并不会因为权益形态的变化而改变。算力可以吸引用户开卡,但能否留住用户,最终仍要回到支付链路的稳定性、账户服务的便利性、金融产品的匹配度,以及银行持续运营客户的能力上。

素喜智研高级研究员苏筱芮建议,随着银行AI路线的不断成熟,未来类似智能体信用卡这种模式也有探索的可能。对银行而言,此类AI权益卡可沿用此前信用卡的活客逻辑,将AI权益与金融活跃度进行绑定,例如开户时/消费时/资产累计金额达标时,可分别给予对应的权益奖励。配套金融服务也可分别从信贷、财富端切入,一是算力消费场景的专项信贷产品;二是AI赋能型财富管理服务,如AI投顾服务、专属AI理财报告等。

“银行可通过分层算力权益设计,开卡送基础算力、刷卡兑积分、资产升级解锁高阶额度,驱动用户开卡与高频交易,提升活卡率与交易笔数”,武泽伟建议,依托算力权益筛选高价值客户,联动财富管理服务提升AUM沉淀。除算力权益外,还应叠加智能投顾、AI办公工具会员、科技场景分期、算力消费信贷及专属理财等服务,构建金融与AI融合的综合服务体系,增强用户黏性与综合收益。

北京商报记者 宋亦桐

半年转让超530亿元不良贷款 消金公司加速出清风险

消费金融公司持续出清不良资产。据北京商报记者不完全统计,2026年上半年,业内共计24家持牌消金公司参与转让不良资产,合计转让规模突破530亿元,转让规模和参与机构数量均创新高。同期,所转让的不良资产逾期账龄明显缩短。有分析人士指出,消费金融行业不良资产转让呈现出规模抬升、覆盖机构广、资产加速出清等复合特征。另有受访机构提到,这是消金机构加速出清风险的正面信号。

不良资产密集挂牌

7月1日,南银法巴消费金融发布3期个人不良贷款(个人消费贷款)转让招商公告,分别是2026年第6期、7期、8期,转让规模分别为4.62亿元、1.84亿元以及3.18亿元,共计达到9.64亿元;涉及贷款笔数分别为47418笔、2072笔以及2788笔,合计52278笔。其中,南银法巴消费金融第6期不良资产包交易基准日为6月16日,剩余两期则为6月26日。

再看不良贷款资产特征,南银法巴消费金融本次拟转让的资产类型均为个人消费贷款,几乎均为未诉资产。与行业较为常见的逾期1500—2000天的长账龄资产相比,南银法巴消费金融挂牌的3期不良贷款加权平均逾期天数整体并不长,其中第6期最长,为723天,第8期最短,为263天。

2026年下半年伊始,消费金融转让不良资产的动作不停,也符合近两年来行业不良处置常态化的特征。不仅仅是南银法巴消费

金融,2026年6月,还有尚诚消费金融、盛银消费金融、唯品富邦消费金融、海尔消费金融等多家机构挂牌转让不良资产。

其中,海尔消费金融于6月22日发布了年内第1期不良资产转让公告,相关资产未偿本息总额为1.42亿元,其中包括8849.8万元未偿本金以及5391.1万元未偿利息,涉及资产笔数48997笔,该不良资产包的加权平均逾期天数为2022天,多为未诉资产。同日,唯品富邦消费金融对4005万元的逾期债权进行了公开招商,加权平均逾期天数为253.57天。

另在6月16日,盛银消费金融发布2026年第1期个人不良贷款批量转让项目招商公告,拟转让的债权未偿本息总额为6039万元,加权平均逾期天数为1127天。这也是盛银消费金融首次开展不良资产转让。

素喜智研高级研究员苏筱芮直言,对于持牌消费金融机构而言,不良贷款转让能够助力机构减轻历史包袱,将精力放在更重要的拓客、风控等业务上,机构也期望通过不良资产处置来及时化解潜在风险。

转让规模和参与机构均创新高

拉长时间线来看,据北京商报记者不完全统计,2026年上半年,业内共计24家持牌消金公司参与转让不良资产,合计转让规模超过530亿元,转让规模和参与机构数量均创新高。与上年同期相比,转让规模和参与机构数量都有明显提升,2025年上半年,共计15家消费金融公司挂牌不良贷款资产包,规模超300亿元。

在24家参与机构中,头部消金机构挂牌规模更为突出,中银消费金融、招联消费金融两家公司转让规模均超过百亿元。具体来看,上半年中银消费金融累计挂牌33个项目,总挂牌规模达到117亿元,居于行业首位,在总挂牌资产中占比超过22%;其次,招联消费金融挂牌10个项目,合计106亿元;紧接着蚂蚁消费金融转让不良资产规模接近65亿元,居于行业第三。

自2022年末持牌消费金融被纳入不良贷款转让试点范围以来,持牌消费金融机构日渐成为这一市场的主力军。其背后的主要原因在于,消费金融行业告别高速扩张,监管持续压实资产质量、拨备与资本管理要求,都在倒逼从业机构建立常态化不良出清通道。

“此前,消费金融机构多积压长账龄坏账集中处置,行业存量逾期持续累积,叠加利率下行压缩盈利空间,机构必须主动调整处置思路。而依托个贷不良转让试点政策,可提前出让短期逾期债权,实现风险缓释前移。同时

随着催收合规管控等要求趋严,长期逾期资产回收效率下滑,提前转让能锁定损失、盘活信贷额度。”有消金行业从业人士向北京商报记者解释道。

对于密集挂牌转让不良资产的主要原因、对公司经营的影响,北京商报记者也向中银消费金融、招联消费金融、海尔消费金融等多家企业进行采访。对此,招联消费金融回应称,不良资产转让机制通过将不良资产转化为可交易的证券,不仅可提高金融市场的流动性,还实现了风险的分散与转移,降低了单个机构承担的风险,成为化解金融风险、增强金融体系稳定性的有效方式。

招联消费金融方面指出,开展不良资产转让是消费金融机构主动优化资产负债表、释放信贷空间的常规操作。

苏筱芮认为,2026年上半年消费金融行业不良资产转让呈现出规模抬升、覆盖机构广、资产加速出清等复合特征,既反映出行业在强监管下的主动风险出清与自我净化,也揭示了消金行业在资产质量承压环境下,强化贷后资产处置与推动贷后模式转型的积极动作。

“短账龄化”趋势将深化

北京商报记者注意到,除了参与主体增加、头部机构挂牌规模突出外,2026年上半年消费金融机构转让的不良资产还有一项重要变化,即账龄结构有明显缩短。相较于前长账

龄资产,多家机构上半年挂牌的不良资产包加权平均逾期天数集中在200—300天,个别资产包甚至仅百余天便登上了转卖台。

例如,在上半年南银法巴消费金融发布的其他5期不良资产包中,仅有一期不良资产包加权平均逾期天数超过一年,涉及的债权金额为4.5亿元;剩余不良资产逾期账龄均未超过7个月,最短的更是仅有155天。中银消费金融发布的2026年第30期个人不良贷款转让招商公告提到,该资产包的加权平均逾期天数仅为135.44天。

“逾期越久资产贬值、失费率越高,消金机构选择短期逾期债权提前挂牌,快速锁定损失、减少拨备占用,也能进一步回笼资金维护优质客群。”前述消金行业从业人士提到。

根据监管部门通知,原定于2025年底到期的不良贷款转让试点期限已再度延期一年,截止日期延至2026年12月31日。在剩余6个月的窗口期内,消费金融机构不良转让动作又将会有哪些新变化?苏筱芮指出,短中期看,消金行业不良资产转让或呈现以下特征:一是不良转让规模或保持高位运行,但增速可能放缓;二是“短账龄化”趋势深化,“早转快出”成为行业共识。

但同样需要注意的是,不良资产转让对于消费金融机构而言并非“一劳永逸”,资产转让会产生折价损失,持续转出将压缩利润。在风险出清的同时,从业机构更应从源头做好用户管理。

北京商报记者 廖蒙