

信用卡积分也有“保质期”

多家银行信用卡积分不再永久有效

■记者 项乐茹

对于信用卡用户来说,各家银行推出的积分兑换活动是肯定不容错过的。不过从2017年开始,部分银行开始实施新的信用卡积分政策,越来越多的银行信用卡积分将不再永久有效,过期会被清零。也有业内人士表示,岁末持卡人除了考虑积分之外,可以整理自己的金融业务。



多家银行新设积分有效期

“之前以为信用卡积分是永久有效的,没想到现在也有有效期了。”昨日,市民蔡女士告诉记者,最近登录手机银行时发现其名下的一张信用卡积分有效期有所调整,从2017年开始,新增的积分有效期为5年。

近段时间以来,先后有多家银行发布公告,对信用卡积分进行调整。中国农业银行发布了《关于个人客户积分上线的公告》,称2017

年1月1日起,个人客户积分新增有效期。2016年12月31日前累积的积分和2017年累积的积分将于2022年1月31日到期,2018年累积的积分将于2023年1月31日到期……以此类推,到期积分将做清零处理。从2017年开始,农业银行的积分从永久有效变为5年内有效。

中国建设银行也发布公告称,对《中国建设银行龙卡信用卡积分规则》进行调整,

自2017年1月1日起,新增积分有效期为最长5年(以自然年度计算,含累计积分当年)。2016年12月31日(含)前累计的积分永久有效。

除了农行和建行,其他银行又是怎样的积分政策呢?记者咨询了我市多家银行后发现,各家银行的信用卡积分有效期没有统一标准,期限最短的只有一年,最长的仍然永久有效。

积分累积集中兑换最划算

“积分含金量在降低,兑换的东西也是越来越鸡肋。”不少信用卡用户感觉积分兑换各种福利的时代已然过去。记者查询部分银行“积分商城”看到,多数银行推出的信用卡积分兑换商品选择较少且要求积分额度较高,或者并非全积分兑换。比如某银行推出的一款积分兑换电水壶活动,需要支付8000积分及80元现金才能兑换这款市场参考价为199元的水壶。

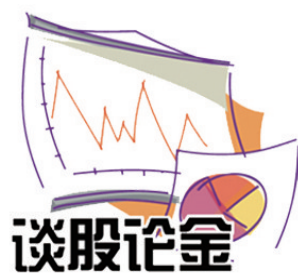
如今,作为信用卡的一种权益服务,对不少持卡人来说,积分虽然有点“食之无味”,但弃之又觉得可惜,很

容易沦为鸡肋。对此,银行人士指出,如果有足够的积分还是可以兑换到一定的实惠。而且,一旦累积到一定数量后建议应及时集中兑换。

面对越留越不值钱的积分,怎样使用才最划算呢?有专业人士表示,采取兑换“虚拟商品”或折现、还信用卡的方式花费信用卡积分相对划算。“实物商品因为增加运输、库存等成本所以兑换要求比较高。除了实物商品,部分银行也推出了电影代金券、公益慈善、航空里程等虚拟商品。”我市一银行人士说,以航空里程举例,如果

信用卡有10000积分,大约能兑换1000里程,已经够一张机票了,如果兑换其他实物,可能也就是个保温杯。

另外,银行人士还建议持卡人办卡时应选择可高额积分的信用卡,如有的信用卡在百货、餐饮类商户积分翻倍,有的则在旅游、娱乐类商户积分翻倍,可有效地将信用卡积分利用起来。此外,银行遇到节假日或有重大营销活动,往往会推出“双倍积分”“实惠大赠送”“生日双倍积分”“特殊时段积分更高”之类的促销举措,此时集中刷卡消费也能多得积分。



谈股论金

昨日A股迎来2017年的首个交易日。沪深两市双双高开后高走,早盘权重板块重新活跃,深国改、银行、军工等多板块大涨。受此影响,沪指涨幅不断扩大先后收复5日线、10日线。午后,三大股指延续横盘震荡走势,多空双方呈现较为焦灼的态势,沪指高位震荡,创业板窄幅波动。盘面上看,航空、保险、船舶、券商、银行等板块涨幅靠前,酿酒、医药、电力、旅游板块涨幅滞后。

上证综指收报3135.92点,上涨1.04%,成交额1598.9亿元;深成指收报10262.85点,上涨0.84%,成交额1995.1亿元;创业板收报1963.26点,上涨0.06%,成交额499.8亿元。

股票

看多

上海证券:

昨日开盘后,委托比和盘面资金处于近阶段大盘平均水准,而大单动力偏多明显,主力基本处于资金流入状态,大盘震荡上行。盘后来看目前沪市已经持续调整20多个交易日,伴随着节前成交量的持续低迷和个股的活跃度下降,阶段性调整开始

企稳的可能性较大,指标上来看60日和120日均线逐步上行,且kdj指标也以从底部发力向上,趋势向好,但同时需要注意的是地量之后往往会有一波放量地价,不排除市场还有一波诱空的可能性,因此投资者还是需要保持谨慎的态度,等待市场量能恢复。

期货

浙商期货:

周二大宗商品整体市场回落的节奏,商品出现分化,趋势性减落。农产品板块出现震荡,阿根廷迎来降雨预期令美豆承压,美豆短期面临回调压力,粕类油脂暂观望,回调后可逢低买入。黑色板块集体回调行情,螺纹等相

关品种出现较大跌幅,需求端维持疲弱,社会库存回升,环保停产使元旦期间钢坯反弹,螺纹空单谨慎持有。强势美元压制金价,黄金破1200支撑位,空单谨慎持有。

(分析师观点仅供参考,不构成投资建议)
(项乐茹)

"讲文明 树新风"公益广告

