

Ngày 19 tháng 5 năm 2023

HSBC tăng tốc nỗ lực mở rộng mạng cho vay tín chấp ở khu vực Đông Nam Á với sản phẩm thẻ tín dụng du lịch mới

**Thẻ tín dụng HSBC TravelOne mới hỗ trợ các nhu cầu của lữ khách như dễ dàng đổi điểm thưởng, tiện ích du lịch và lựa chọn thanh toán linh hoạt **

*** Đây là một phần nỗ lực của ngân hàng nhằm củng cố các sản phẩm bán lẻ và khả năng thanh toán nhằm đáp ứng các nhu cầu khi ra nước ngoài của khách hàng ***

(Thành phố Hồ Chí Minh) – Ngày hôm nay, Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam) (HSBC Việt Nam) và Mastercard ra mắt thẻ tín dụng HSBC TravelOne được thiết kế riêng để phục vụ những người đam mê du lịch, mong muốn được tận hưởng sự linh hoạt, thuận tiện và ưu đãi nhiều hơn trong quá trình khám phá trải nghiệm mới giai đoạn bùng nổ du lịch hậu đại dịch.

HSBC Việt Nam hợp tác cùng Mastercard giới thiệu thẻ tín dụng HSBC TravelOne mang đến trải nghiệm đổi điểm thưởng dễ dàng thông qua ứng dụng ngân hàng di động HSBC Việt Nam, liên kết với mạng lưới đối tác rộng khắp gồm nhiều hãng hàng không và khách sạn quốc tế. HSBC là một trong những ngân hàng đầu tiên tại Việt Nam mang đến cho khách hàng sự thuận tiện khi đổi điểm thưởng ngay lập tức trên điện thoại di động, thành những phần thưởng đậm bay và dịch vụ khách sạn của nhiều đối tác.

Việt Nam là một trong những nhóm thị trường đầu tiên HSBC giới thiệu sản phẩm này. Thẻ tín dụng TravelOne là một bước đi quan trọng nhằm củng cố chiến lược phát triển dịch vụ quản lý tài sản và tài chính cá nhân của ngân hàng thông qua đáp ứng nhu cầu vay của tầng lớp trung lưu đang ngày càng lớn mạnh ở khu vực ASEAN, được dự báo sẽ gia tăng nhanh chóng. Ngân hàng hướng tới mục tiêu đạt được mức tăng trưởng doanh thu mạnh mẽ trong mảng cho vay không bảo đảm ở Đông Nam Á.

Phân khúc khách hàng có thu nhập khá trở lên, được dự báo sẽ lên đến 136 triệu người vào năm 2030, chính là động lực thúc đẩy thị trường tiêu dùng Đông Nam Á, nắm giữ lên tới 40% tài sản hộ gia đình tại các thị trường chính ở Đông Nam Á. Hơn một nửa chi tiêu của nhóm này hướng đến các mặt hàng và dịch vụ cao cấp, xa xỉ. Phần lớn người tiêu dùng có thu nhập khá trở lên đều thuộc nhóm dân số trẻ, chủ yếu là thế hệ millennials (sinh ra trong khoảng đầu những năm 1980 đến giữa những năm 1990), am hiểu công nghệ và thích du lịch¹.

Việt Nam được kỳ vọng sẽ trở thành thị trường tiêu dùng lớn thứ 10 thế giới vào năm 2030, vượt Đức và Anh. Đây cũng là quốc gia thuộc top 5 nước châu Á được dự báo có mức tăng trưởng thị trường tiêu dùng nhanh nhất trong thập kỷ này (2021-2030), sở hữu nhóm dân số có thu nhập trên 20 USD/ngày theo điều kiện ngang giá sức mua (PPP). Tầng lớp trung lưu cao (cá nhân có thu nhập trong khoảng 50-110 USD/ngày) của Việt Nam được dự báo sẽ tăng bình quân 17% mỗi năm từ nay đến năm 2030².

¹ BCG Consulting – [Beyond the “Crazy Rich”](#)

² HSBC Global Research

Ông Taylan Turan, Giám đốc Dịch vụ Ngân hàng cá nhân và Chiến lược, Khối Dịch vụ Quản lý Tài sản và Tài chính Cá nhân của HSBC cho biết: "Khách hàng chia sẻ với chúng tôi rằng họ mong muốn có được sự linh hoạt, nhiều phần thưởng và khuyến mãi khi đi du lịch. Chúng tôi đã mang đến cho họ chính những điều đó bằng cách trao cho họ khả năng đổi điểm thưởng ngay lập tức trên ứng dụng ngân hàng di động của chúng tôi, quy đổi điểm tích lũy sang phần thưởng của một loạt hãng hàng không và khách sạn hàng đầu thế giới.

"Tham vọng của chúng tôi là mang đến những sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu của đông đảo khách hàng ở Đông Nam Á. Một trong những cách để hiện thực hóa tham vọng đó chính là nỗ lực phát triển thêm tính năng số phù hợp với nhu cầu vay đa dạng của khách hàng cũng như những lợi ích có thể sử dụng và tận hưởng ngay tức thì. TravelOne là một phần quan trọng trong kế hoạch phát triển hoạt động kinh doanh xuyên biên giới quốc tế độc đáo của chúng tôi, thông qua một sản phẩm thẻ thu lịch được phát hành tại nhiều thị trường liên kết với Mastercard".

Sản phẩm thẻ mới ra mắt của HSBC mang đến nhiều lợi ích về du lịch và phong cách sống nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch bị dồn nén của khách hàng vốn có dấu hiệu gia tăng nhanh chóng sau Covid. Theo chỉ số tự tin về du lịch (Travel Confidence Index) của Booking.com, Việt Nam là quốc gia đứng thứ hai trên thế giới xét về tâm lý háo hức muốn được đi du lịch trở lại sau đại dịch, với 85% du khách Việt Nam dự định đi du lịch trong vòng 12 tháng tới. Đáng lưu ý, 62% người tham gia khảo sát có kế hoạch đi 1 hoặc 2 chuyến trong năm nay, trong khi 45% thích ghé thăm những địa điểm nổi tiếng cách Việt Nam 3-8 giờ bay. Thêm nữa, 45% du khách Việt Nam dự định đi du lịch vì đã lên kế hoạch từ trước đại dịch nhưng phải tạm hoãn do Covid-19³.

Ông Pramoth Rajendran, Giám đốc toàn quốc Khối Dịch vụ Quản lý Tài sản và Tài chính Cá nhân, HSBC Việt Nam, nói: "Thẻ tín dụng là lựa chọn thanh toán không thể thiếu với người Việt Nam khi du lịch, đặc biệt là trong những chuyến đi nước ngoài. HSBC giới thiệu một sản phẩm thẻ độc đáo đáp ứng mọi nhu cầu du lịch của họ - thẻ TravelOne, được thiết kế phù hợp với phong cách sống và du lịch của khách hàng trong thời đại số. Chúng tôi hân hạnh là một trong những ngân hàng đầu tiên ở Việt Nam cho phép khách hàng đổi điểm ngay tức thì trên ứng dụng ngân hàng di động lấy phần thưởng của một mạng lưới rộng khắp gồm nhiều hãng hàng không và khách sạn hàng đầu thế giới. Chúng tôi tin rằng đây là người bạn đồng hành tốt nhất của khách hàng khi đi du lịch vì chúng tôi đã quan sát thấy sự gia tăng đột biến trong chi tiêu cho hàng không, đại lý du lịch và khách sạn trong Quý 1/2023 so với năm trước. Tổng số lượng thẻ tín dụng đang hoạt động do HSBC phát hành đang tăng trưởng mạnh mẽ với tốc độ đạt hai con số so với cùng kỳ năm trước. Sản phẩm thẻ mới được kỳ vọng sẽ thúc đẩy mảng kinh doanh thẻ của chúng tôi tăng trưởng mạnh mẽ hơn nữa và giúp HSBC mở rộng thêm thị phần ở Việt Nam".

"Du lịch ở Việt Nam đã bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch và đang phục hồi chậm hơn so với các nước láng giềng trong khu vực. Mặc dù vậy, người tiêu dùng Việt Nam rất háo hức bắt đầu những chuyến phiêu lưu mới, từ những kỳ nghỉ dành cho gia đình đến những chuyến đi ngẫu hứng hoặc thậm chí những trải nghiệm du lịch ở nước ngoài, với mong muốn tìm lại những điều đã phải gác lại trong giai đoạn đóng cửa biên giới. Trong lần hợp tác này, HSBC và Mastercard mang đến cho các chủ thẻ lựa chọn thanh toán và lợi ích ưu việt, đồng thời đưa họ đến gần hơn với những trải nghiệm vô giá, bất kể đó là du lịch hay phong cách sống", **bà Winnie Wong, Giám đốc Quốc gia của Mastercard Việt Nam, Campuchia và Lào**, chia sẻ.

Nền tảng đổi điểm thẻ tín dụng HSBC TravelOne kết nối với 16 chương trình của các hãng hàng không như Vietnam Airlines, Krisflyer, Asia Miles, Enrich, Air Asia... và bốn đối tác kinh doanh chuỗi khách sạn toàn cầu gồm Marriot Bonvoy, ALL - Accor Live Limitless, IHG One Rewards và Wyndham Rewards với tổng số lượng liên kết lên đến 20.000 khách sạn trên toàn thế giới. Chủ thẻ còn được tặng bốn lần sử dụng/năm 1.300 phòng chờ sân bay trên toàn thế giới, bốn chuyến đi đến/từ sân bay tại Việt Nam, bảo hiểm du lịch trị giá 11,5 tỷ đồng (bao gồm chi phí y tế du lịch, sự cố du lịch như chuyến bay bị chậm, hành lý bị chậm hoặc thất lạc...), nhiều ưu đãi và khuyến mãi khi đặt khách sạn. Trong hai tháng đầu ra mắt thẻ, HSBC còn giới thiệu ưu đãi độc quyền là e-voucher Traveloka trị giá 1 triệu đồng và tặng dặm bay.

³ Booking.com - [Travel Confidence Index](#)

Thông tin chi tiết, vui lòng xem thêm tại: <https://www.hsbc.com.vn/credit-cards/products/travelone>

ends/more

Thông tin báo chí vui lòng liên hệ:

Nguyễn Thị Thu Phương

+028 3520 6208

phuong1.nguyen@hsbc.com.vn

Ghi chú cho Ban Biên tập:

Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam)

Ngân hàng HSBC có mặt tại Việt Nam hơn 150 năm. Ngân hàng mở văn phòng đầu tiên ở Sài Gòn (nay là Thành phố Hồ Chí Minh) vào năm 1870. Tháng 1 năm 2009, HSBC là ngân hàng nước ngoài đầu tiên thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài với tên gọi Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam). Hiện tại, mạng lưới hoạt động của ngân hàng bao gồm hai chi nhánh và bốn phòng giao dịch tại TP. Hồ Chí Minh, một chi nhánh và bốn phòng giao dịch tại Hà Nội, hai chi nhánh tại Bình Dương và Đà Nẵng. HSBC hiện là một trong những ngân hàng nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam xét về vốn, cơ cấu sản phẩm, và số lượng khách hàng.

Về Mastercard (NYSE: MA), www.mastercard.com

Mastercard là một công ty công nghệ toàn cầu trong lĩnh vực thanh toán. Sứ mệnh của chúng tôi là kết nối và cung cấp sức mạnh cho một nền kinh tế kỹ thuật số toàn diện, mang lại lợi ích cho mọi người, ở mọi nơi bằng cách thực hiện các giao dịch an toàn, đơn giản, thông minh và dễ tiếp cận. Sử dụng dữ liệu và kết nối an toàn, quan hệ hợp tác và đam mê trong công việc, các đổi mới và giải pháp của chúng tôi giúp các cá nhân, tổ chức tài chính, chính phủ và doanh nghiệp khai thác tiềm năng lớn nhất của họ. Với sự kết nối trên hơn 210 quốc gia và vùng lãnh thổ, chúng tôi đang xây dựng một thế giới bền vững, mở ra những khả năng vô giá cho tất cả mọi người.

ends/all