

2014-2020年中国信用卡市场 前景研究与投资潜力研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国信用卡市场前景研究与投资潜力研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/M932711XXW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

第1章：中国信用卡行业相关概述 17

1.1 研究背景及调研方法 17

1.1.1 行业研究背景 17

1.1.2 行业研究方法 17

(1) 基本数据来源 17

(2) 数据分析预测 18

(3) 预测工具介绍 18

1.1.3 主要统计指标 18

1.1.4 专业名词解释 19

1.2 信用卡行业相关概述 20

1.2.1 信用卡的定义 20

1.2.2 信用卡的分类 21

1.2.3 信用卡的功能 21

1.2.4 信用卡的用途 22

1.2.5 行业收入来源 23

(1) 年费收入 23

(2) 商家返佣 25

(3) 利息收入 25

(4) 分期付款 26

(5) 其他费用 27

1.3 信用卡市场定位分析 28

1.3.1 与货币的异同 28

1.3.2 与票据的异同 29

1.3.3 与现金、支票的异同 29

1.3.4 与借记卡、普通银行卡的异同 30

1.4 信用卡产业链整体概述 30

1.4.1 产业链概念综述 30

1.4.2 产业价值链分析 31

1.4.3 主体的博弈分析 33

1.5 信用卡关联行业分析 33

- 1.5.1 上游行业现状分析 33
 - (1) 电子行业发展分析 33
 - (2) IT行业发展分析 34
 - (3) 印刷行业发展分析 36
- 1.5.2 下游行业现状分析 37
 - (1) 银行相关业务概况 37
 - (2) 商业零售业发展分析 40
 - (3) 邮政行业发展分析 41
 - (4) 电信行业发展分析 42
- 1.5.3 关联行业影响综合分析 44

第2章：中国信用卡行业环境分析 45

- 2.1 信用卡行业政策环境分析 45
 - 2.1.1 行业主要法律法规分析 45
 - 2.1.2 银行业的相关政策分析 46
 - (1) 存款准备金政策 46
 - (2) 住房信贷政策 47
 - (3) 其他相关政策 50
 - 2.1.3 个人信用制度建设情况 50
 - (1) 我国个人信用制度建设现状 51
 - (2) 我国个人信用制度建设中存在的问题 52
 - (3) 制约我国个人信用制度建设的主要因素 52
 - 2.1.4 系列促进消费政策分析 53
 - (1) 购买能力促进政策 53
 - (2) 产品销售优惠政策 55
 - (3) 消费环境建设措施 56
- 2.2 信用卡行业经济环境分析 57
 - 2.2.1 国家宏观经济环境分析 57
 - (1) 国内生产总值增长分析 57
 - (2) 社会消费品零售总额 58
 - (3) 货币供应量 59

2.2.2	消费者信心指数分析	59
2.2.3	行业与GDP相关性分析	60
2.2.4	M1对行业发展的影响分析	61
2.3	信用卡行业社会环境分析	62
2.3.1	国内财富人群规模及分布	62
2.3.2	国民奢侈品消费状况分析	64
2.3.3	居民信贷消费情况分析	65
2.3.4	社会公众接受程度分析	66
2.3.5	社会公众支付习惯分析	67
	(1) 支付体系的影响分析	67
	(2) 支付工具的使用分布	68
	(3) 分期付款的支付习惯	69
2.4	信用卡行业技术环境分析	70
2.4.1	信用卡产品技术现状	70
2.4.2	芯片卡发展现状分析	72
2.4.3	信用卡技术趋势分析	72
2.4.4	EMV迁移的影响分析	73
2.5	基于PEST模型的综合分析	75
2.5.1	环境影响因素分析	75
	(1) 政治方面	75
	(2) 经济方面	75
	(3) 社会方面	76
	(4) 技术方面	76
2.5.2	内外部应对战略分析	77
	(1) 内部战略	77
	(2) 外部战略	78

第3章：全球信用卡行业发展分析 80

3.1	全球信用卡行业现状综述	80
3.1.1	全球信用卡渗透情况分析	80
3.1.2	四大信用卡组织发展情况	80

- (1) Visa 80
- (2) 中国银联 81
- (3) 万事达 82
- (4) JCB 82
- 3.1.3 全球信用卡市场规模分析 83
- 3.1.4 全球信用卡市场结构分析 84
- 3.2 成熟市场信用卡发展经验 84
- 3.2.1 美国信用卡市场发展分析 84
 - (1) 美国信用卡行业背景因素分析 84
 - (2) 美国信用卡行业发展模式分析 85
 - (3) 美国信用卡市场运行特点分析 85
 - (4) 美国信用卡市场存在问题分析 86
- 3.2.2 欧洲信用卡市场发展分析 86
 - (1) 欧洲信用卡行业背景因素分析 86
 - (2) 欧洲信用卡行业发展模式分析 87
 - (3) 欧洲信用卡市场运行特点分析 88
 - (4) 欧洲信用卡市场存在问题分析 88
- 3.2.3 日本信用卡市场发展分析 88
 - (1) 日本信用卡行业背景因素分析 88
 - (2) 日本信用卡行业发展模式分析 89
 - (3) 日本信用卡市场运行特点分析 90
 - (4) 日本信用卡市场存在问题分析 90
- 3.2.4 韩国信用卡市场发展分析 90
 - (1) 韩国信用卡行业背景因素分析 90
 - (2) 韩国信用卡行业发展模式分析 91
 - (3) 韩国信用卡市场运行特点分析 91
 - (4) 韩国信用卡市场存在问题分析 91
- 3.2.5 香港信用卡市场发展分析 92
 - (1) 香港信用卡行业背景因素分析 92
 - (2) 香港信用卡行业发展模式分析 93
 - (3) 香港信用卡市场运行特点分析 93
 - (4) 香港信用卡市场存在问题分析 94

3.2.6 台湾信用卡市场发展分析	95
(1) 台湾信用卡行业背景因素分析	95
(2) 台湾信用卡行业发展模式分析	96
(3) 台湾信用卡市场运行特点分析	96
(4) 台湾信用卡市场存在问题分析	97
3.3 成熟市场的发展特点对比	98
3.3.1 各区域政府作用比较分析	98
3.3.2 各区域行业规模比较分析	98
3.3.3 各区域主体形式比较分析	99
3.3.4 各区域行业发展目标比较	100
3.3.5 各区域行业发展重点比较	100
3.3.6 各区域行业发展路径比较	101
3.3.7 各区域行业发展结果比较	102
3.4 信用卡行业发展模式借鉴	103
3.4.1 中国发展信用卡的模式选择问题	103
3.4.2 中国信用卡市场的主体职能分析	103
3.4.3 中国信用卡本土品牌的创建及维护	104
3.4.4 信用卡行业利润最大化的途径选择	104
3.4.5 国际信用卡业务发展经验与启示	105

第4章：中国信用卡产业链的发展 107

4.1 信用卡市场运行总况	107
4.1.1 中国信用卡市场发展历程	107
4.1.2 中国信用卡市场特点分析	108
4.1.3 市场运行分析	110
4.2 信用卡发卡环节分析	111
4.2.1 中国信用卡市场需求分析	111
(1) 支付体系发展趋势及影响	111
(2) 信用卡用户办卡行为分析	112
(3) 信用卡市场潜在需求分析	115
4.2.2 信用卡用户开发策略选择	116

4.2.3 中国信用卡发卡现状分析	118
(1) 总体发卡规模分析	118
(2) 发卡模式变化趋势	119
4.2.4 市场快速扩张的影响分析	120
4.3 信用卡营销环节分析	123
4.3.1 信用卡营销的基本要素分析	123
(1) 营销参与方	123
(2) 客户(持卡人)	124
(3) 营销媒介	125
(4) 促销方式	127
4.3.2 成熟市场营销模式分析借鉴	127
4.3.3 中国信用卡行业的营销概况	128
(1) 各银行营销策略比较评析	128
(2) 各银行广告营销表现分析	129
(3) 各银行网络营销表现分析	133
4.3.4 第三方支付发展的影响分析	135
4.3.5 中国信用卡营销策略的选择	136
(1) 关系营销策略分析	136
(2) 长尾营销策略分析	139
(3) 组合营销策略分析	140
(4) 行为习惯营销策略	142
(5) 营销策略创新分析	143
4.4 信用卡服务环节分析	144
4.4.1 国外信用卡业务的发展趋势启示	144
4.4.2 中国信用卡服务业务发展现状分析	145
4.4.3 银行在信用卡服务环节的竞争分析	146
4.4.4 第三方支付机构的市场影响力分析	146
4.4.5 银行与其他市场主体的合作模式分析	148
4.4.6 未来信用卡服务环节的竞争焦点预测	149
4.5 信用卡收单环节分析	149
4.5.1 中国信用卡业务规模分析	149
4.5.2 中国信用卡使用情况分析	150

- (1) 使用场所 151
- (2) 使用功能 151
- (3) 使用频率 152
- (4) 月用卡额度 152
- (5) 还款渠道 153
- (6) 账单管理 154
- 4.5.3 中国信用卡收单现状分析 154
 - (1) 国内受理市场 154
 - (2) 互联网支付市场 155
- 4.5.4 收单环节各银行布局分析 156
 - (1) 国内受理市场 156
 - (2) 互联网支付市场 156

第5章：中国信用卡细分市场分析 158

- 5.1 女性信用卡市场分析 158
 - 5.1.1 产品定位解析 158
 - 5.1.2 女性消费特征 158
 - 5.1.3 各行产品比较 159
 - 5.1.4 市场发展现状 161
 - 5.1.5 竞争态势分析 163
 - 5.1.6 品牌定位策略 164
- 5.2 大学生信用卡市场分析 165
 - 5.2.1 产品定位解析 165
 - 5.2.2 产品特点分析 166
 - 5.2.3 大学生消费特征 166
 - 5.2.4 各行产品比较 167
 - 5.2.5 市场发展现状 168
 - 5.2.6 环境影响分析 169
- 5.3 联名信用卡市场分析 169
 - 5.3.1 产品定位解析 169
 - 5.3.2 产品特点分析 170

5.3.3 各行产品比较	171
5.3.4 市场发展现状	172
5.3.5 竞争态势分析	173
5.3.6 市场营销策略	174
5.4 公务信用卡市场分析	174
5.4.1 产品定位解析	174
5.4.2 产品特点分析	174
5.4.3 各行产品比较	175
5.4.4 市场推行情况	177
5.4.5 竞争态势分析	177
5.4.6 存在问题及对策	178
5.5 白金信用卡市场分析	179
5.5.1 产品定位解析	179
5.5.2 产品特点分析	179
5.5.3 各行产品比较	180
5.5.4 各品牌产品比较	181
5.5.5 服务需求分析	182
5.5.6 市场推行情况	183
5.5.7 竞争态势分析	183
5.6 其他信用卡市场分析	184
5.6.1 主题信用卡市场分析	184
5.6.2 旅游信用卡市场分析	184
5.6.3 汽车信用卡市场分析	185
5.6.4 航空信用卡市场分析	186

第6章：中国信用卡行业竞争分析 187

6.1 基于五力模型的竞争环境分析	187
6.1.1 潜在进入者的进入威胁分析	187
6.1.2 间接替代品的替代威胁分析	187
6.1.3 供应商的议价能力分析	188
6.1.4 下游消费者的议价能力分析	188

- 6.1.5 行业内现有主体的竞争分析 189
- 6.1.6 行业五力分析总结 189
- 6.2 信用卡组织间的竞争态势分析 190
 - 6.2.1 信用卡组织的发展现状分析 190
 - (1) 中国银联境内外扩张情况 190
 - (2) 维萨在华渗透策略及现状 191
 - (3) 万事达在华渗透策略及现状 191
 - (4) 美国运通在华渗透策略及现状 192
 - (5) JCB在华渗透策略及现状 192
 - 6.2.2 信用卡组织的竞争总体概况 193
 - 6.2.3 信用卡组织的竞争策略评析 195
 - (1) 中国银联竞争策略评析 195
 - (2) 维萨的竞争策略评析 196
 - (3) 万事达的竞争策略评析 198
 - (4) 美国运通竞争策略评析 198
 - (5) JCB的竞争策略评析 199
 - 6.2.4 信用卡组织竞争的影响分析 199
- 6.3 第三方支付机构竞争分析 200
 - 6.3.1 第三方支付市场发展分析 200
 - 6.3.2 第三方支付市场影响分析 201
 - 6.3.3 第三方支付机构间的竞争 202
- 6.4 各银行主体间的竞争态势分析 204
 - 6.4.1 各银行的市场占有率分析 204
 - 6.4.2 各银行的品牌竞争力分析 205
 - (1) 品牌持卡人分析 205
 - (2) 品牌满意度分析 206
 - (3) 品牌收费分析 207
 - (4) 品牌综合评价 208
 - (5) 品牌提升策略 209
 - 6.4.3 银行与其他主体间的竞合 212
 - (1) 银行与信用卡组织的合作分析 212
 - (2) 银行与第三方支付机构的竞合 212

- 6.4.4 信息时代的银行竞争策略 213
 - (1) 网络客服将得到大力拓展 213
 - (2) 将借助网络技术，全力打造网联平台 214

第7章：中国信用卡区域发展分析 215

- 7.1 中国信用卡区域发展特点 215
 - 7.1.1 区域使用习惯差异分析 215
 - 7.1.2 区域使用频率差异分析 215
 - 7.1.3 区域使用场所差异分析 216
 - 7.1.4 区域品牌选择差异分析 217
 - (1) 品牌知名度 217
 - (2) 品牌办理频率 218
 - (3) 品牌使用频率 218
- 7.2 重点区域信用卡发展情况 219
 - 7.2.1 北京市信用卡行业发展分析 219
 - (1) 经济环境发展分析 219
 - (2) 银行业基本情况 221
 - (3) 支付体系发展分析 222
 - (4) 征信体系建设情况 223
 - (5) 信用卡市场发展分析 224
 - (6) 信用卡市场竞争分析 224
 - (7) 信用卡市场潜力分析 225
 - 7.2.2 上海市信用卡行业发展分析 225
 - (1) 经济环境发展分析 225
 - (2) 银行业基本情况 226
 - (3) 支付体系发展分析 228
 - (4) 征信体系建设情况 229
 - (5) 信用卡市场发展分析 230
 - (6) 信用卡市场竞争分析 230
 - (7) 信用卡市场潜力分析 231
 - 7.2.3 广东省信用卡行业发展分析 231

- (1) 经济环境发展分析 231
- (2) 银行业基本情况 233
- (3) 支付体系发展分析 235
- (4) 征信体系建设情况 236
- (5) 信用卡市场发展分析 237
- (6) 信用卡市场竞争分析 237
- (7) 信用卡市场潜力分析 237
- 7.2.4 天津市信用卡行业发展分析 237
 - (1) 经济环境发展分析 237
 - (2) 银行业基本情况 238
 - (3) 支付体系发展分析 239
 - (4) 征信体系建设情况 240
 - (5) 信用卡市场发展分析 240
 - (6) 信用卡市场竞争分析 241
 - (7) 信用卡市场潜力分析 241
- 7.2.5 福建省信用卡行业发展分析 241
 - (1) 经济环境发展分析 241
 - (2) 银行业基本情况 244
 - (3) 支付体系发展分析 245
 - (4) 征信体系建设情况 246
 - (5) 信用卡市场发展分析 246
 - (6) 信用卡市场竞争分析 247
 - (7) 信用卡市场潜力分析 247
- 7.2.6 浙江省信用卡行业发展分析 247
 - (1) 经济环境发展分析 247
 - (2) 银行业基本情况 250
 - (3) 支付体系发展分析 250
 - (4) 征信体系建设情况 251
 - (5) 信用卡市场发展分析 253
 - (6) 信用卡市场竞争分析 253
 - (7) 信用卡市场潜力分析 253
- 7.2.7 江苏省信用卡行业发展分析 253

- (1) 经济环境发展分析 253
- (2) 银行业基本情况 254
- (3) 支付体系发展分析 256
- (4) 征信体系建设情况 256
- (5) 信用卡市场发展分析 257
- (6) 信用卡市场竞争分析 258
- (7) 信用卡市场潜力分析 258
- 7.2.8 陕西省信用卡行业发展分析 258
 - (1) 经济环境发展分析 258
 - (2) 银行业基本情况 260
 - (3) 支付体系发展分析 260
 - (4) 征信体系建设情况 262
 - (5) 信用卡市场发展分析 262
 - (6) 信用卡市场竞争分析 262
 - (7) 信用卡市场潜力分析 263
- 7.2.9 辽宁省信用卡行业发展分析 263
 - (1) 经济环境发展分析 263
 - (2) 银行业基本情况 265
 - (3) 支付体系发展分析 267
 - (4) 征信体系建设情况 267
 - (5) 信用卡市场发展分析 267
 - (6) 信用卡市场竞争分析 267
 - (7) 信用卡市场潜力分析 268
- 7.2.10 山东省信用卡行业发展分析 268
 - (1) 经济环境发展分析 268
 - (2) 银行业基本情况 270
 - (3) 支付体系发展分析 271
 - (4) 征信体系建设情况 272
 - (5) 信用卡市场发展分析 272
 - (6) 信用卡市场竞争分析 272
 - (7) 信用卡市场潜力分析 273
- 7.2.11 重庆市信用卡行业发展分析 273

- (1) 经济环境发展分析 273
- (2) 银行业基本情况 276
- (3) 支付体系发展分析 277
- (4) 征信体系建设情况 279
- (5) 信用卡市场发展分析 280
- (6) 信用卡市场竞争分析 280
- (7) 信用卡市场潜力分析 280
- 7.2.12 吉林省信用卡行业发展分析 281
 - (1) 经济环境发展分析 281
 - (2) 银行业基本情况 283
 - (3) 支付体系发展分析 284
 - (4) 征信体系建设情况 285
 - (5) 信用卡市场发展分析 286
 - (6) 信用卡市场竞争分析 286
 - (7) 信用卡市场潜力分析 286

第8章：中国信用卡市场主体分析 288

- 8.1 银行信用卡业务对比分析 288
 - 8.1.1 还款便利程度对比分析 288
 - 8.1.2 各项费率制度对比分析 289
 - 8.1.3 安全保障服务对比分析 293
 - 8.1.4 积分相关制度对比分析 294
 - 8.1.5 分期付款业务对比分析 295
 - 8.1.6 网络支付情况对比分析 296
 - 8.1.7 境外消费情况对比分析 296
 - 8.1.8 银行信用卡业务综合评价 297
- 8.2 国有商业银行经营分析 298
 - 8.2.1 中国工商银行经营情况分析 298
 - (1) 银行发展简况分析 298
 - (2) 银行财务指标分析 298
 - 1) 总体经营情况 298

- 2) 业务情况 299
 - (3) 信用卡产品分析 300
 - 1) 目标群体定位 300
 - 2) 发行品种分析 300
 - 3) 发行标准分析 301
 - 4) 开发主题动向 301
 - 5) 产品区域分布 302
 - (4) 信用卡业务发展情况 302
 - 1) 总体发行数量 302
 - 2) 信用卡交易金额 302
 - 3) 信用卡风险管理 303
 - (5) 信用卡营销策略分析 303
 - (6) 业务竞争优劣势分析 303
 - (7) 最新发展动向分析 304
- 8.2.2 中国建设银行经营情况分析 304
 - (1) 银行发展简况分析 304
 - (2) 银行财务指标分析 305
 - 1) 总体经营情况 305
 - 2) 业务情况 306
 - (3) 信用卡产品分析 307
 - 1) 目标群体定位 307
 - 2) 发行品种分析 307
 - 3) 发行标准分析 308
 - 4) 开发主题动向 308
 - 5) 产品区域分布 308
 - (4) 信用卡业务发展情况 308
 - 1) 总体发行数量 308
 - 2) 信用卡交易金额 309
 - 3) 信用卡风险管理 309
 - (5) 信用卡营销策略分析 309
 - (6) 业务竞争优劣势分析 310
 - (7) 最新发展动向分析 311

8.2.3 中国银行经营情况分析 311

(1) 银行发展简况分析 311

(2) 银行财务指标分析 312

1) 总体经营情况 312

2) 业务情况 313

(3) 信用卡产品分析 314

1) 目标群体定位 314

2) 发行品种分析 314

3) 发行标准分析 314

4) 开发主题动向 314

5) 产品区域分布 314

(4) 信用卡业务发展情况 315

1) 总体发行数量 315

2) 信用卡交易金额 315

3) 信用卡风险管理 316

(5) 信用卡营销策略分析 316

(6) 业务竞争优势分析 316

(7) 最新发展动向分析 317

8.2.4 交通银行经营情况分析 317

(1) 银行发展简况分析 317

(2) 银行财务指标分析 318

1) 总体经营情况 318

2) 业务情况 319

(3) 信用卡产品分析 320

1) 目标群体定位 320

2) 发行品种分析 320

3) 发行标准分析 320

4) 开发主题动向 320

5) 产品区域分布 320

(4) 信用卡业务发展情况 321

1) 总体发行数量 321

2) 信用卡交易金额 321

- 3) 信用卡风险管理 321
 - (5) 信用卡营销策略分析 322
 - (6) 业务竞争优劣势分析 322
 - (7) 最新发展动向分析 323
 - 8.2.5 中国农业银行经营情况分析 323
 - (1) 银行发展简况分析 323
 - (2) 银行财务指标分析 323
 - 1) 总体经营情况 323
 - 2) 业务情况 324
 - (3) 信用卡产品分析 325
 - 1) 目标群体定位 325
 - 2) 发行品种分析 326
 - 3) 发行标准分析 326
 - 4) 开发主题动向 326
 - 5) 产品区域分布 326
 - (4) 信用卡业务发展情况 327
 - 1) 总体发行数量 327
 - 2) 信用卡交易金额 327
 - 3) 信用卡风险管理 327
 - (5) 信用卡营销策略分析 327
 - (6) 业务竞争优劣势分析 328
 - (7) 最新发展动向分析 328
- 8.3 股份制商业银行经营分析 328
- 8.3.1 招商银行经营情况分析 328
 - (1) 银行发展简况分析 328
 - (2) 银行财务指标分析 329
- 1) 总体经营情况 329
- 2) 业务情况 330
 - (3) 信用卡产品分析 331
- 1) 目标群体定位 331
- 2) 发行品种分析 331
- 3) 发行标准分析 332

- 4) 开发主题动向 332
- 5) 产品区域分布 332
 - (4) 信用卡业务发展情况 332
 - 1) 总体发行数量 332
 - 2) 信用卡交易金额 333
 - 3) 信用卡风险管理 333
 - (5) 信用卡营销策略分析 334
 - (6) 业务竞争优劣势分析 334
 - (7) 最新发展动向分析 335
- 8.3.2 中信银行经营情况分析 335
 - (1) 银行发展简况分析 335
 - (2) 银行财务指标分析 336
 - 1) 总体经营情况 336
 - 2) 业务情况 336
 - (3) 信用卡产品分析 337
 - 1) 目标群体定位 337
 - 2) 发行品种分析 338
 - 3) 发行标准分析 338
 - 4) 开发主题动向 338
 - 5) 产品区域分布 338
 - (4) 信用卡业务发展情况 339
 - 1) 总体发行数量 339
 - 2) 信用卡交易金额 339
 - 3) 信用卡风险管理 339
 - (5) 信用卡营销策略分析 340
 - (6) 业务竞争优劣势分析 341
 - (7) 最新发展动向分析 341
- 8.3.3 民生银行经营情况分析 342
 - (1) 银行发展简况分析 342
 - (2) 银行财务指标分析 342
 - 1) 总体经营情况 342
 - 2) 业务情况 343

- (3) 信用卡产品分析 344
 - 1) 目标群体定位 344
 - 2) 发行品种分析 344
 - 3) 发行标准分析 345
 - 4) 开发主题动向 345
 - 5) 产品区域分布 345
- (4) 信用卡业务发展情况 345
 - 1) 总体发行数量 345
 - 2) 信用卡交易金额 346
 - 3) 信用卡风险管理 346
- (5) 信用卡营销策略分析 347
- (6) 业务竞争优势劣势分析 347
- (7) 最新发展动向分析 348
- 8.3.4 浦发银行经营情况分析 348
 - (1) 银行发展简况分析 348
 - (2) 银行财务指标分析 349
 - 1) 总体经营情况 349
 - 2) 业务情况 349
 - (3) 信用卡产品分析 350
 - 1) 目标群体定位 350
 - 2) 发行品种分析 351
 - 3) 发行标准分析 351
 - 4) 开发主题动向 351
 - 5) 产品区域分布 351
 - (4) 信用卡业务发展情况 351
 - 1) 总体发行数量 351
 - 2) 信用卡交易金额 352
 - 3) 信用卡风险管理 352
 - (5) 信用卡营销策略分析 352
 - (6) 业务竞争优势劣势分析 353
 - (7) 最新发展动向分析 353
- 8.3.5 兴业银行经营情况分析 354

- (1) 银行发展简况分析 354
- (2) 银行财务指标分析 354
- 1) 总体经营情况 354
- 2) 业务情况 355
- (3) 信用卡产品分析 356
- 1) 目标群体定位 356
- 2) 发行品种分析 356
- 3) 发行标准分析 357
- 4) 开发主题动向 357
- 5) 产品区域分布 357
- (4) 信用卡业务发展情况 357
- 1) 总体发行数量 357
- 2) 信用卡交易金额 358
- 3) 信用卡风险管理 358
- (5) 信用卡营销策略分析 358
- (6) 业务竞争优势分析 359
- (7) 最新发展动向分析 359
- ……另有4家企业分析
- 8.4 城市商业银行的经营分析 383
- 8.4.1 上海银行经营情况分析 383
- (1) 银行发展简况分析 383
- (2) 银行财务指标分析 383
- 1) 总体经营情况 383
- 2) 业务情况 384
- (3) 信用卡产品分析 385
- 1) 目标群体定位 385
- 2) 发行品种分析 385
- 3) 发行标准分析 385
- 4) 开发主题动向 385
- 5) 产品区域分布 386
- (4) 信用卡业务发展情况 386
- 1) 总体发行数量 386

- 2) 信用卡交易金额 386
- 3) 信用卡风险管理 387
 - (5) 信用卡营销策略分析 387
 - (6) 业务竞争优势劣势分析 387
 - (7) 最新发展动向分析 388
- 8.4.2 宁波银行经营情况分析 388
 - (1) 银行发展简况分析 388
 - (2) 银行财务指标分析 389
 - 1) 总体经营情况 389
 - 2) 业务情况 389
 - (3) 信用卡产品分析 391
 - 1) 目标群体定位 391
 - 2) 发行品种分析 391
 - 3) 发行标准分析 391
 - 4) 产品区域分布 391
 - (4) 信用卡业务发展情况 391
 - (5) 信用卡营销策略分析 392
 - (6) 业务竞争优势劣势分析 392
 - (7) 最新发展动向分析 392
- 8.4.3 南京银行经营情况分析 393
 - (1) 银行发展简况分析 393
 - (2) 银行财务指标分析 393
 - 1) 总体经营情况 393
 - 2) 业务情况 394
 - (3) 信用卡产品分析 395
 - 1) 目标群体定位 395
 - 2) 发行品种分析 395
 - 3) 发行标准分析 395
 - 4) 开发主题动向 395
 - 5) 产品区域分布 396
 - (4) 信用卡业务发展情况 396
 - 1) 总体发展情况 396

- 2) 信用卡风险管理 396
 - (5) 信用卡营销策略分析 397
 - (6) 业务竞争优势劣势分析 397
 - (7) 最新发展动向分析 397
- ……另有4家企业分析
- 8.5 外资银行的经营情况分析 416
 - 8.5.1 汇丰银行(中国)有限公司经营情况分析 416
 - (1) 银行发展简况分析 416
 - (2) 银行财务指标分析 417
 - 1) 总体经营情况 417
 - 2) 业务情况 417
 - (3) 信用卡产品分析 418
 - 1) 目标群体定位 418
 - 2) 发行品种分析 419
 - 3) 发行标准分析 419
 - 4) 开发主题动向 419
 - 5) 产品区域分布 419
 - (4) 信用卡业务发展情况 419
 - (5) 信用卡营销策略分析 420
 - (6) 业务竞争优势劣势分析 420
 - (7) 最新发展动向分析 420
 - 8.5.2 东亚银行(中国)有限公司经营情况分析 420
 - (1) 银行发展简况分析 420
 - (2) 银行财务指标分析 421
 - 1) 总体经营情况 421
 - 2) 业务情况 422
 - (3) 信用卡产品分析 423
 - 1) 目标群体定位 423
 - 2) 发行品种分析 423
 - 3) 发行标准分析 423
 - 4) 开发主题动向 423
 - 5) 产品区域分布 423

- (4) 信用卡业务发展情况 424
- (5) 信用卡营销策略分析 424
- (6) 业务竞争优劣势分析 424
- (7) 最新发展动向分析 424

第9章：中国信用卡市场前景预测 437

9.1 信用卡行业风险因素及其防范 437

9.1.1 信用卡业务风险分类及成因 437

(1) 信用卡业务的风险分类 437

1) 信用风险 437

2) 欺诈风险 437

3) 道德风险 437

4) 操作风险 438

5) 系统运行风险 438

(2) 信用卡业务的风险成因 438

9.1.2 信用卡业务的风险现状分析 439

(1) 风险总量 439

(2) 信用风险 440

(3) 欺诈风险 440

9.1.3 信用卡业务的风险管理对策 441

(1) 建立高效准确的信用评级体系 441

(2) 形成顺畅的信用卡风险管理模式 441

(3) 培养良好的信用卡风险管理方法 441

(4) 选拔优秀的信用卡风险管理人才 442

9.1.4 信用卡业务风管的具体措施 442

(1) 风险回避 442

(2) 风险预防 442

1) 透支风险管理 443

2) 挂失止付风险管理 444

(3) 风险分散及转移 445

1) 向担保人转移 445

- 2) 向持卡人转移 445
- 3) 向保险机构转移 445
 - (4) 风险补偿 446
- 9.2 行业环境的STEEP远景分析 446
 - 9.2.1 行业宏观环境发展趋势前瞻 446
 - (1) 政治环境 446
 - (2) 经济环境 447
 - (3) 社会环境 448
 - (4) 技术环境 448
 - (5) 生态环境 448
 - 9.2.2 行业运行环境发展趋势前瞻 449
 - (1) 顾客因素 449
 - (2) 供应商因素 449
 - (3) 劳动力因素 450
 - (4) 竞争因素 450
 - (5) 利益相关者因素 450
 - 9.2.3 行业环境对主体的影响分析 450
- 9.3 信用卡行业的发展趋势分析 452
 - 9.3.1 全球信用卡行业发展趋势分析 452
 - (1) 产品技术趋势 452
 - (2) 功能服务趋势 452
 - (3) 营销渠道趋势 453
 - 9.3.2 中国信用卡行业创新趋势分析 453
 - (1) 产品品种创新 453
 - (2) 营销模式创新 454
 - 9.3.3 中国信用卡行业发展趋势分析 455
 - (1) 新推产品方面 456
 - (2) 市场活动方面 456
- 9.4 中国信用卡行业发展前景分析 457
 - 9.4.1 中国信用卡市场规模预测分析 457
 - (1) 发卡量预测 457
 - (2) 交易额预测 458

9.4.2 中国信用卡行业发展策略建议 459

(1) 市场监管和竞争态势 459

(2) 行业盈利情况预测 459

(3) 经营主体业务模式推荐 460

9.4.3 银行信用卡业务竞争策略建议 461

(1) 国有商业银行竞争策略建议 462

1) 竞争力评价 462

2) 竞争战略选择 462

(2) 股份制银行的竞争策略建议 462

1) 竞争力评价 462

2) 竞争战略选择 462

(3) 城市商业银行竞争策略建议 463

1) 竞争力评价 463

2) 竞争战略选择 463

(4) 外资银行的竞争策略建议 464

1) 竞争力评价 464

2) 竞争战略选择 464

图表目录

图表1：主要统计指标计算公式说明 18

图表2：专业名词解释一览 19

图表3：信用卡的相关收费项目 20

图表4：信用卡的分类 21

图表5：信用卡的功能 22

图表6：信用卡的用途 22

图表7：我国银行信用卡年费收取情况 23

图表8：我国银行信用卡账单未全额还清利息收取情况 26

图表9：我国银行信用卡账单分期手续费收取情况 27

图表10：我国银行信用卡挂失费收取情况（单位：元） 28

图表11：信用卡与货币的区别 28

图表12：信用卡与票据的区别 29

图表13：信用卡与现金、支票的区别 29

- 图表14：信用卡与借记卡的区别 30
- 图表15：信用卡产业链示意图 31
- 图表16：信用卡产业价值链的运动模型 31
- 图表17：信用卡产业价值链运动模型的内涵 32
- 图表18：2008-2014年我国电子器件和电子元件销售产值及增速（单位：万亿元，%） 34
- 图表19：2008-2014年中国软件行业收入及同比增速（单位：万亿元，%） 34
- 图表20：2011-2014年我国软件行业分类收入占比情况（单位：%） 35
- 图表21：2011-2014年我国软件行业累计出口额及同比增长（单位：亿美元，%） 36
- 图表22：2008-2014年我国印刷行业总产值及同比增长（单位：亿元，%） 36
- 图表23：2008-2014年商业银行资产和负债规模增长情况（单位：万亿元，%） 38
- 图表24：2008-2014年商业银行净利润变化情况（单位：万亿元） 38
- 图表25：2008-2014年商业银行不良情况（单位：万亿元，%） 39
- 图表26：2008-2014年社会消费品零售总额情况（单位：万亿元，%） 40
- 图表27：2008-2014年中国网络购物交易规模及占全社会消费品零售总额的情况（单位：亿元，%） 40
- 图表28：2008-2014年中国邮政企业和规模以上快递服务企业业务收入情况（单位：亿元，%） 41
- 图表29：2008-2014年中国快递业务量和快递业务收入情况（单位：亿件，亿元，%） 42
- 图表30：2008-2014年我国固定电话和移动电话用户数量变动情况（单位：万户，%） 43
- 图表31：2008-2014年我国网民数和互联网普及率（单位：万人，%） 43
- 图表32：关联行业对信用卡的影响比较 44
- 图表33：信用卡行业主要法律法规 45
- 图表34：2010年以来存款准备金率调整（单位：%） 46
- 图表35：2008-2014年人民币房地产余额及增速（单位：万亿元，%） 48
- 图表36：2011年以来中国主要住房信贷政策汇总 48
- 图表37：个人信用制度建设进展表现 51
- 图表38：个人信用制度建设中存在的问题 52
- 图表39：制约我国个人信用制度建设的主要因素 52
- 图表40：2014年底月最低工资和小时最低工资标准排名（单位：元） 54
- 图表41：2010-2014年促进国内消费的有关政策 55
- 图表42：消费环境建设措施 56
- 图表43：2002-2014年中国国内生产总值及同比增速趋势图（单位：万亿元，%） 57

图表44：2008-2014年中国社会消费品零售总额变化趋势图（单位：万亿元，%） 58

图表45：2008-2014年中国货币供应量余额（单位：万亿元） 59

图表46：2008-2014年消费者信心指数走势（单位：%） 60

图表47：2008-2014年中国信用卡成交额与GDP的关系（单位：万亿元） 60

图表48：2008-2014年中国信用卡成交额占GDP的比重（单位：%） 61

图表49：中国高净值人群的区域分布情况 62

图表50：末各省高净值人士人均可投资资产比较（百万元） 63

图表51：中国高净值人群增速区域比较 64

图表52：2008-2014年中国住户消费余额（单位：亿元） 65

图表53：2008-2014年中国银行卡交易笔数和交易金额（单位：亿笔，万亿元） 66

图表54：2008-2014年中国银行卡渗透率情况（单位：%） 66

图表55：线下受访者日常消费习惯付费方式（单位：%） 68

图表56：线上受访者日常消费习惯付费方式（单位：%） 69

图表57：2008-2014年信用卡授信总额和应偿授信总额（单位：万亿元） 69

图表58：2G信用卡的特点 70

图表59：IC卡的特征 71

图表60：2010-2014年金融IC卡累计发卡量（单位：亿张） 72

图表61：VISA基本情况 80

图表62：中国银联基本情况 81

图表63：万事达基本情况 82

图表64：JCB基本情况 82

图表65：美国信用卡行业背景因素 84

图表66：美国信用卡市场运行特点 85

图表67：美国信用卡市场存在的问题 86

图表68：法国信用卡行业背景因素 86

图表69：欧洲信用卡市场运行特点 88

图表70：日本信用卡行业背景因素 88

图表71：韩国信用卡市场运行特点 91

图表72：韩国信用卡市场存在的问题 92

图表73：香港信用卡行业背景因素 92

图表74：香港信用卡市场运行特点 93

图表75：香港信用卡市场存在的问题 94

- 图表76：台湾信用卡行业背景因素 95
- 图表77：台湾信用卡市场运行特点 96
- 图表78：台湾信用卡市场存在的问题 97
- 图表79：各区域政府作用比较 98
- 图表80：各区域行业规模比较 98
- 图表81：各区域主体形式比较 99
- 图表82：各区域行业发展目标比较 100
- 图表83：各区域行业发展重点比较 100
- 图表84：各区域行业发展路径比较 101
- 图表85：各区域行业发展结果比较 102
- 图表86：中国信用卡市场的主体职能 103
- 图表87：国际信用卡业务发展经验与启示 105
- 图表88：中国信用卡市场的发展历程 107
- 图表89：2008-2014年中国信用卡累计发行量及占比情况（单位：亿张，%） 108
- 图表90：2008-2014年中国信用卡授信总额和期末应偿信贷总额及增速（单位：万亿元，%）
109
- 图表91：2008-2014年中国联网商户、联网POS机和AMT累计情况（单位：万户，万台） 109
- 图表92：2008-2014年中国银行卡卡均消费额、笔均消费额及银行卡渗透率（单位：元，%）
110
- 图表93：2008-2014年中国信用卡交易额及占社会消费品零售总额的比重（单位：万亿元，%）
110
- 图表94：中国持卡人持卡而不使用现金的原因分布（单位：%） 112
- 图表95：中国持卡人了解信用卡信息渠道分布状况（单位：%） 112
- 图表96：持卡人办卡时最想了解的信息点（单位：%） 113
- 图表97：影响持卡人选卡的因素 114
- 图表98：持卡人办理信用卡的渠道分布（单位：%） 114
- 图表99：中国潜在信用卡用户未办理信用卡的原因分布（单位：%） 115
- 图表100：中国不同类型信用卡用户的学历构成（单位：%） 116
- 图表101：中国不同类型信用卡用户的收入构成（单位：%） 117
- 图表102：中国不同级别信用卡用户的年龄构成（单位：%） 117
- 图表103：2008-2014年中国信用卡累计发卡量及同比增速（单位：亿张，%） 118
- 图表104：2008-2014年中国信用卡人均持卡量及同比增速（单位：张，%） 119

- 图表105：中信银行信用卡现场快速发卡示意图 119
- 图表106：2008-2014年中国信用卡活卡数量及占比情况（单位：亿张，%） 120
- 图表107：信用卡用户开卡后激活情况分布（单位：%） 121
- 图表108：信用卡用户开卡后不激活的原因分布（单位：%） 121
- 图表109：促使中国信用卡用户使用意愿状况（单位：%） 123
- 图表110：营销参与方对比分析 123
- 图表111：信用卡持卡人对对比分析 124
- 图表112：信用卡持卡人类别分析图 125
- 图表113：用户（包括潜在的）接触信用卡营销媒介渠道的频率对比分析（单位：%） 125
- 图表114：营销媒介对比分析 126
- 图表115：常用促销方式对比分析 127
- 图表116：各银行营销策略 128
- 图表117：银行信用卡广告到达率对比（单位：%） 129
- 图表118：银行信用卡广告到达途径对比（单位：%） 130
- 图表119：银行信用卡广告喜爱度对比（单位：%） 132
- 图表120：银行信用卡广告购买说服力对比（单位：%） 132

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/M932711XXW.html>