

2019-2025年中国信用卡市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2019-2025年中国信用卡市场深度评估与发展趋势研究报告》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/T61651UUM3.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

报告目录：

第一章信用卡市场综述

第一节 信用卡的定义

第二节 信用卡的特征

一、信用卡的特点

二、信用卡业务的特点

第三节 信用卡的类别

一、按发卡机构划分

二、按清偿方式划分

三、按流通范围划分

四、按结算的货币划分

五、按从属关系划分

六、按发卡对象划分

七、按形状不同分类

八、按信息存储媒介划分

九、按帐户币种数目分类

十、按持卡人信誉地位和资信情况划分

第四节 信用卡发展简述

一、信用卡的起源

二、信用卡的历史

三、信用卡的组织

第五节 信用卡的交易使用方式

一、POS机刷卡

二、RFID机拍卡

三、手工压单

四、网络支付

五、电视、电话交易

六、预授权

第六节 信用卡的相关问题

一、收费问题

二、安全问题

三、还款及欠款问题

第二章 2017年全球信用卡市场发展分析

第一节 美国信用卡发展分析

一、2015年美国信用卡发展

二、2017年美国信用卡发展

第二节 2017年中国香港信用卡贷款调查

一、2015年香港信用卡贷款调查情况

二、2017年香港信用卡贷款调查情况

第三节 2017年中国澳门信用卡统计分析

一、2017年澳门信用卡统计情况

二、2017年澳门信用卡现金透支情况

第四节 国外开展信用卡业务的经验及启示

一、美国

二、英国

三、日本

第五节 国外信用卡业务的四大发展趋势

一、网上信用卡势不可挡

二、非核心处理业务将进一步外包

三、依靠CRM客户关系管理发行信用卡

四、芯片卡将扮演重要角色

第三章 2017年中国信用卡市场发展分析

第一节 我国信用卡业务发展现状概述

一、信用卡的本质及其在我国的发展

二、当前我国信用卡产业发展的主要特征

三、中美银行信用卡业务的比较分析

四、我国信用卡产业发展存在的主要问题

五、中国银行信用卡业务的现状及存在的问题

第二节 2017年中国信用卡市场发展情况

一、2017年市场总体发展状况

二、2017年市场发卡规模状况

三、2017年市场产品结构状况

(一) 按照发卡组织分类

(二) 根据卡片币种进行分类

(三) 根据卡片是否联名进行分类

(四) 根据卡片的发行区域分类

四、2017年信用卡发行量依然快速增长

五、2017年信用卡农村市场开发态势

第三节 2017年信用卡市场热点分析

(一)、10元内欠款视作还清

(二)、联名卡花样翻新

(三)、信用卡安全被重提

(四)、高端卡继续被热捧

第四节 2017年信用卡市场运行分析

一、2017年市场发卡规模状况

二、2017年市场产品结构状况

(一) 按照发卡组织分类

(二) 根据卡片币种进行分类

(三) 根据卡片是否联名进行分类

(四) 根据卡片的发行区域分类

第五节 2017年中国银行卡消费信心指数分析

第四章中国信用卡市场综合发展分析

第一节 我国信用卡市场价格博弈与选择分析

一、信用卡主体市场定位与运作机制的经济学分析

二、信用卡市场的基本定价模式

三、基于不同市场定位的信用卡市场定价策略选择

四、重要结论

第二节 我国信用卡高利率现象的理论分析

一、我国信用卡发展及高利率现象概述

二、搜索成本，转换成本与信用卡利率

三、逆向选择与信用卡利率

四、理性框架下的消费者行为与信用卡利率

五、重要结论

第三节 对现金高投放态势下促进信用卡产业发展的分析

一、现金高投放迫切需要信用卡业务的快速发展

二、信用卡发卡量快速增加和使用过程中存在的问题

三、通过政策扶持，积极促进信用卡产业发展

第四节 发展区域性银行信用卡业务的途径分析

一、发展非核心业务

二、加快产品和服务创新

三、完善服务体系

四、参与创建民族银行卡品牌

五、提高业务的核心竞争力

第五节 信用卡被盗后透支纠纷对银行的启示

第六节 信用卡预授权交易纠纷对银行的启示

第七节 信用卡集体办理纠纷对银行的启示

第八节 信用卡恶意透支引起纠纷对银行的启示

第五章 中国信用卡市场调查分析

第一节 信用卡本地预借现金手续费调查分析

一、当提款金额为人民币100-500元时手续费情况

二、当提款金额为人民币500-1000元时手续费情况

三、当提款金额为人民币1000-1500元时手续费情况

四、当提款金额为人民币1500-2000元时手续费情况

五、平均手续费情况

第二节 信用卡使用误区调查分析

一、申请表及协议不必去看

二、把信用卡当借记卡一样提现和存款

（一）信用卡取现会产生手续费和利息

（二）信用卡内存款无利息

三、免年费信用卡“不办白不办”

四、不知道免息期如何计算，误入56天最长免息的圈套

五、只算大账，对留有很小的透支余额不介意

六、“最低还款额”方式还款，不会产生利息

七、为防止忘记按时还款，采取“提前还款”的方式，以为这样很保险

八、密码比签名更安全

第三节 信用卡分期付款调查分析

一、分期付款方式介绍

(一) 任意分期付款

(二) 指定商户分期付款

(三) 邮购分期付款

二、提防分期付款涉及的其它费用

(一) 超限费

(二) 滞纳金

(三) 循环利息

(四) 提前还款涉及费用

第六章 中国银行信用卡业务发展分析

第一节 14家银行信用卡任意分期成本分析

一、发卡行之间横向比较

(一) 选择哪家银行成本最低

(二) 申请多少期最合算

(三) 消费多少进行分期，最为理想

二、信用卡分期付款VS 银行短期贷款

(一) 6个月内分期付款和短期贷款比较

(二) 6-12个月分期付款和短期贷款比较

(三) 12-24个月分期付款和短期贷款比较

第二节 14家银行信用卡短信通知费分析

第三节 14家银行信用卡防盗安全系数分析

一、挂失前失卡保障

二、挂失方法

三、交易短信通知

四、综合排名

第四节 中国银行信用卡年费分析

一、年费金额比较

(一) 均值比较

(二) 等级比较

二、年费周期和年费收取时间

(一) 年费周期

(二) 年费收取时间

三、年费减免政策

(一) 首年年费

(二) 减免规则

(三) 附属卡、异型卡年费

(四) “变相”的年费

第五节 中国银行信用卡八大还款方式分析

一、发卡行内还款

二、跨行转账汇款还款

三、网络还款

(一) 银联在线

(二) 快钱

四、便利店还款

五.柜面通还款

六.信付通还款

七.还款通

八.其它还款方式

第六节 首张外资银行信用卡分析

一、东亚银行(中国)背景

二、卡片介绍

三、卡片对比

(一) 费率类

(二) 业务类

(三) 增值服务类

第七章 中国银行信用卡测评分析

第一节 标准卡

一、测评对象

二、分值计算结构说明

三、测评结果分析

(一) 综合分析

(二) 项目分析

第二节 航空卡

一、评测对象

二、分值计算结构说明

三、测评结果分析

(一) 综合分析

(二) 项目分析

第三节 汽车卡

一、评测对象

二、分值计算结构说明

三、测评结果分析

(一) 综合分析

(二) 项目分析

第四节 女人卡

一、评测对象

二、分值计算结构说明

三、评测结果分析

(一) 综合分析

(二) 项目分析

第五节 学生卡

一、评测对象

二、分值计算结构说明

三、测评结果分析

(一) 综合分析

(二) 项目分析

第八章 2017年中国信用卡市场营销分析

第一节 2017年中国信用卡市场营销状况

一、产品策略

二、价格策略

三、促销策略

第二节 2017年第中国信用卡市场营销状况

一、产品策略

二、价格策略

三、促销策略

第三节 我国信用卡营销所面临的问题分析

一、信用卡营销的观念陈旧

二、信用卡营销的环境不优

三、信用卡营销的基础薄弱

四、信用卡营销的创新不足

第四节 我国信用卡消费群差异化需求分析

一、中下等收入群体

二、中等收入群体

三、中上等收入群体

四、高收入群体

五、超高收入群体

第五节 我国信用卡和理财产品消费市场分析

一、银行需要解决消费者刷卡和透支的消费障碍

二、消费者的观念影响着信用卡透支行为

三、信用卡的增值服务空间巨大

四、投资理财呈现多元化特点

五、不同收入的消费群体投资理财差异大

六、银行理财服务和产品要遵循消费需求价值层级

第六节 我国信用卡营销模式分析

第七节 促进我国信用卡营销的对策建议

一、倡导信用卡营销的科学观念

二、优化信用卡营销的整体环境

三、夯实信用卡营销的基础工作

四、加快信用卡营销的整体创新

第九章 中国信用卡市场竞争分析

第一节 我国信用卡市场竞争态势分析

第二节 我国信用卡市场品牌竞争分析

一、走出同质化困局

二、品牌成为营销出路

三、实施品牌竞争

（一）人性化服务

（二）差异化服务

（三）有形化服务

第三节 四大国有银行信用卡市场主体竞争力分析

一、工商银行

二、建设银行

三、农业银行

四、中国银行

第四节 我国信用卡市场高端客户群竞争分析

第五节 我国信用卡市场竞争策略分析

一、个性结盟对准细分市场

二、异业联盟的整合营销管理

三、信用卡竞争精耕细作推崇联名信用卡

四、信用卡竞争激烈或变相鼓励套现

五、高端信用卡竞争进入“无限”时代

第六节 信息时代的信用卡竞争战略分析

一、信息时代的信用卡产业环境

（一）顾客成为市场主导

（二）竞争更加激烈

（三）以计算机为代表的信息技术广泛运用

二、信息时代的竞争战略

（一）微细分

（二）客户化定制

（三）信息基础设施

三、大规模定制和竞争优势

第十章 中国信用卡市场风险分析

第一节 信用卡业务的风险特点及其类型

一、信用卡业务风险特点

二、信用卡业务主要风险类型

(一) 信贷风险

(二) 欺诈风险

(三) 操作风险

第二节 我国银行信用卡业务面临的现实风险分析

一、缺乏完善透明的个人信用信息体系

二、骗取银行信贷资金现象较为突出

三、征信审核质量和技术手段相对滞后

第三节 信用卡套现及其风险防范分析

一、信用卡套现及其表现形式

二、信用卡套现动机分析

(一) 持卡人

(二) 特约商户

(三) 其他中介机构

三、信用卡套现渠道分析

(一) 网站假购物真套现

(二) 利用POS机套现

(三) 通过消费退款套现

四、信用卡套现的风险和危害

五、防范信用卡套现的措施及建议

第四节 信用卡逾期情况分析及对策

一、逾期的类型

二、催收策略

三、逾期账户的风险防范措施

第五节 信用卡业务风险控制探析

一、持卡人信用风险及控制

(一) 授信环节

(二) 征信环节

(三) 透支催收环节

(四) 客户管理环节

（五）伪冒控管环节

二、特约商户交易风险及控制

（一）特约商户拓展环节

（二）特约商户日常管理环节

三、银行内部操作风险及控制

第六节 做好信用卡业务风险管理的几点要求

一、坚定产业信念并研究信用卡风险管理战略

二、明确信用卡业务风险管理目标

三、高度重视培养专业化的管理团队

四、大力加强销售环节的风险控制

五、逐步建立全社会范围的个人信用体系

六、制订信用卡授信政策从源头上控制风险

第十一章 中国信用卡市场发展趋势分析

第一节 2019-2025年国际经济环境分析

一、2017年世界经济运行的特点

二、2017年世界经济发展形势

三、2017年国际金融市场展望

四、2017年全球贸易和FDI展望

五、2019-2025年世界经济发展趋势

六、2019-2025年全球经济形势展望

第二节 2017年中国经济环境分析

一、2017年我国宏观经济运行指标分析

二、2017年我国宏观经济景气指数分析

三、国际金融危机下的中国政策选择

四、2017年中国宏观经济发展展望

五、2017年我国宏观经济形势分析

第三节 我国信用卡业务发展趋势预测

一、信用卡仍是个人金融服务市场成长最快的产品线

二、我国信用卡业务未来仍将超常发展

三、信用卡催收新趋势

四、银行商场联推信用卡成趋势

五、2019-2025年中国信用卡业务新趋势

六、未来10年中国信用卡发卡量预测

第四节 中国信用卡市场规模与结构的变动趋势

一、中国信用卡市场的规模将实现实质性扩张

二、中国信用卡市场将转向多寡头垄断竞争

三、中国信用卡市场交易和收入结构趋于合理

四、多品种共同发展的模式将长期存在

五、银行卡核心产品将逐步凸现

六、盈利能力将成为衡量品种重要性的主要标准

第十二章中国信用卡市场发展策略分析（ZY LII）

第一节 信用卡各发展时期主要特征与市场策略

一、初创期：激进时代

二、高速成长期：产品时代

三、成熟期：成本时代

第二节 我国信用卡产业的未来发展思路和措施

一、成立专业的信用卡业务中心

二、产业经营实行高度专业化分工

三、监管原向合理控制风险转化

四、充分挖掘信用卡的信贷功能优势

五、打造强势银联网络推动品牌国际化

六、增加和完善银行卡法律体系

七、促进中国信用卡业务发展的对策

第三节 金融危机下中国信用卡产业发展之路

一、持续扩大规模，提高质量效益

二、进行结构调整，改善运行质态

三、加快观念转变，提升客户服务

四、加强资产管理，提高监控质量

五、尝试跨国合作，启动海外业务

六、强化品牌建设，升华品质内涵（ZY LII）

部分图表目录：

图表：2017年美国信用卡用户对信用卡网络服务的态度和使用情况

图表：2011-2017年信用卡发卡量增长曲线

图表：2011-2017年信用卡发卡量构成比例图

图表：2013-2017年我国信用卡发卡量季度增速图

图表：2017年发卡组织所占比重情况

图表：2017年卡片币种所占比重情况

图表：2017年各银行单种银联卡排名情况

图表：2017年各银行双币卡排名情况

图表：2017年联名、标准、主题卡占比情况

图表：2017年各银行联名卡片排名情况

图表：2017年区域卡片占比情况

图表：2017年各银行全国性卡片排名情况

图表：市场类型的划分和特征

图表：提现金额为人民币300元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况

图表：提现金额为人民币300元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况

图表：提现金额为人民币800元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况

图表：提现金额为人民币800元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况

图表：提现金额为人民币1300元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况

图表：提现金额为人民币1300元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况

图表：提现金额为人民币1800元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况

图表：提现金额为人民币1800元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况

图表：各发卡银行加权平均费用排名

图表：各银行预借现金取款手续费收取情况一览表

图表：针对用户填写申请表时是否仔细阅读《客户协议》的调查

图表：针对信用卡用户是否经常使用信用卡取现的调查

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/T61651UUM3.html>