

2018-2024年中国信用卡行业未来趋势预测分析及 投资规划研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国信用卡行业未来趋势预测分析及投资规划研究建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/331901.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

截至2015年末，全国信用卡累计发卡5.22亿张。截至2016年上半年，信用卡累计发卡量达到5.94亿张。我们预计，2017年中国信用卡累计发卡量将达到6.91亿张，未来五年(2017-2021)年均复合增长率约为13.25%，2021年中国信用卡累计发卡量将达到11.36亿张。

2012-2017年中国信用卡发卡数量变化趋势图 2017-2021年中国信用卡发卡量预测

截至2015年末，全国信用卡授信总额为7.08万亿元，同比增长26.43%。截至2016年末，信用卡授信总额达到9.14万亿元，同比增长29.06%。我们预计，2017年中国信用卡授信总额将达到11.2万亿元，未来五年(2017-2021)年均复合增长率约为20.72%，2021年中国信用卡授信总额将达到23.8万亿元。 2017-2021年中国信用卡授信总额预测

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录:

第一章 信用卡市场综述 1

第一节 信用卡的定义 1

第二节 信用卡的特征 1

一、信用卡的特点 1

二、信用卡业务的特点 3

第三节 信用卡的类别 4

一、按发卡机构划分 5

二、按清偿方式划分 5

三、按流通范围划分 6

四、按结算的货币划分 7

五、按从属关系划分 7

六、按发卡对象划分 8

七、按形状不同分类 9

八、按信息存储媒介划分 10

九、按帐户币种数目分类 11

十、按持卡人信誉地位和资信情况划分 12

第四节 信用卡发展简述 13

一、信用卡的起源 13

二、信用卡的历史 13

三、信用卡的组织 14

第五节 信用卡的交易使用方式 14

一、POS机刷卡 14

二、RFID机拍卡 14

三、手工压单 15

四、网络支付 15

五、电视、电话交易 15

六、预授权 15

第六节 信用卡的相关问题 16

一、收费问题 16

二、安全问题 16

三、还款及欠款问题 17

第二章 2012-2017年全球信用卡市场发展分析 18

第一节 美国信用卡发展分析 18

美国信用卡发卡量占银行卡总数的76%：与国内情况相反，美国银行卡以信用卡为主，截至2015年末，信用卡发卡量为9.98亿张，占银行卡总数的76%，借记卡发卡总量为3.07亿张，占比不到四分之一。受金融危机的冲击借记卡和信用卡发卡量均有所减少，金融危机后，借记卡和信用卡恢复稳定增长，2011-2015年借记卡和信用卡年复合增速分别为1.78%和3.09%，美国借记卡发卡总量和增速均低于信用卡业务。

美国信用卡发卡量及增速

美国信用卡人均持卡量

美国六家大型商业银行2011年信用卡业务收入结构

美国大型银行信用卡业务净利息收入占比

一、2015年美国信用卡发展 18

二、2016年美国信用卡发展 20

三、2017年美国信用卡发展 22

第二节 2012-2017年中国香港信用卡贷款调查 30

一、2013年香港信用卡贷款调查情况 30

二、2014年香港信用卡贷款调查情况 30

三、2015年香港信用卡贷款调查情况 31

四、2016年香港信用卡贷款调查情况 31

五、2017年香港信用卡贷款调查情况 31

第三节 2017年中国澳门信用卡统计分析 34

一、2017年澳门信用卡统计情况 34

二、2017年澳门信用卡现金透支情况 35

第四节 国外开展信用卡业务的经验及启示 37

一、美国 37

二、英国 38

三、日本 39

第五节 国外信用卡业务的四大发展趋势 39

一、网上信用卡势不可挡 40

二、非核心处理业务将进一步外包 40

三、依靠CRM客户关系管理发行信用卡 40

四、芯片卡将扮演重要角色 40

第三章 2017年中国信用卡市场发展分析 41

第一节 我国信用卡业务发展现状概述 41

一、信用卡的本质及其在我国的发展 41

二、当前我国信用卡产业发展的主要特征 42

三、中美银行信用卡业务的比较分析 44

四、我国信用卡产业发展存在的主要问题 45

五、中国银行信用卡业务的现状及存在的问题 46

第二节 2017年中国信用卡市场发展情况 62

一、2017年市场总体发展状况 62

二、2017年市场发卡规模状况 64

三、2017年市场产品结构状况 65

（一）按照发卡组织分类 65

（二）根据卡片币种进行分类 66

（三）根据卡片是否联名进行分类 68

（四）根据卡片的发行区域分类 69

四、2017年信用卡发行量依然快速增长 75

五、2017年信用卡农村市场开发态势 76

第三节 2017年信用卡市场热点分析 79

（一）、10元内欠款视作还清 79

（二）、联名卡花样翻新 79

（三）、信用卡安全被重提 79

（四）、高端卡继续被热捧 80

第四节 2017年信用卡市场运行分析 83

一、2017年市场发卡规模状况 83

二、2017年市场产品结构状况 85

- (一) 按照发卡组织分类 85
 - (二) 根据卡片币种进行分类 85
 - (三) 根据卡片是否联名进行分类 88
 - (四) 根据卡片的发行区域分类 89
- 第五节 2017年中国银行卡消费信心指数分析 93

第四章 中国信用卡市场综合发展分析 97

第一节 我国信用卡市场价格博弈与选择分析 97

- 一、信用卡主体市场定位与运作机制的经济学分析 97
- 二、信用卡市场的基本定价模式 98
- 三、基于不同市场定位的信用卡市场定价策略选择 100
- 四、重要结论 102

第二节 我国信用卡高利率现象的理论分析 103

- 一、我国信用卡发展及高利率现象概述 103
- 二、搜索成本，转换成本与信用卡利率 104
- 三、逆向选择与信用卡利率 104
- 四、理性框架下的消费者行为与信用卡利率 106
- 五、重要结论 108

第三节 对现金高投放态势下促进信用卡产业发展的分析 109

- 一、现金高投放迫切需要信用卡业务的快速发展 109
- 二、信用卡发卡量快速增加和使用过程中存在的问题 109
- 三、通过政策扶持，积极促进信用卡产业发展 110

第四节 发展区域性银行信用卡业务的途径分析 111

- 一、发展非核心业务 111
- 二、加快产品和服务创新 111
- 三、完善服务体系 112
- 四、参与创建民族银行卡品牌 113
- 五、提高业务的核心竞争力 113

第五节 信用卡被盗后透支纠纷对银行的启示 114

第六节 信用卡预授权交易纠纷对银行的启示 120

第七节 信用卡集体办理纠纷对银行的启示 124

第八节 信用卡恶意透支引起纠纷对银行的启示 129

第五章 中国信用卡市场调查分析 135

第一节 信用卡本地预借现金手续费调查分析 135

- 一、当提款金额为人民币100-500元时手续费情况 135
- 二、当提款金额为人民币500-1000元时手续费情况 136
- 三、当提款金额为人民币1000-1500元时手续费情况 137
- 四、当提款金额为人民币1500-2000元时手续费情况 138
- 五、平均手续费情况 139
- 第二节 信用卡使用误区调查分析 141
 - 一、申请表及协议不必去看 141
 - 二、把信用卡当借记卡一样提现和存款 142
 - (一) 信用卡取现会产生手续费和利息 143
 - (二) 信用卡内存款无利息 144
 - 三、免年费信用卡“不办白不办” 144
 - 四、不知道免息期如何计算，误入56天最长免息的圈套 145
 - 五、只算大账，对留有很小的透支余额不介意 146
 - 六、“最低还款额”方式还款，不会产生利息 146
 - 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 147
 - 八、密码比签名更安全 147
- 第三节 信用卡分期付款调查分析 148
 - 一、分期付款方式介绍 148
 - (一) 任意分期付款 149
 - (二) 指定商户分期付款 149
 - (三) 邮购分期付款 149
 - 二、提防分期付款涉及的其它费用 150
 - (一) 超限费 150
 - (二) 滞纳金 150
 - (三) 循环利息 150
 - (四) 提前还款涉及费用 151
- 第六章 中国银行信用卡业务发展分析 152
 - 第一节 14家银行信用卡任意分期成本分析 152
 - 一、发卡行之间横向比较 152
 - (一) 选择哪家银行成本最低 152
 - (二) 申请多少期最合算 153
 - (三) 消费多少进行分期，最为理想 154
 - 二、信用卡分期付款VS 银行短期贷款 155
 - (一) 6个月内分期付款和短期贷款比较 155

- (二) 6-12个月分期付款和短期贷款比较 156
- (三) 12-24个月分期付款和短期贷款比较 157
- 第二节 14家银行信用卡短信通知费分析 157
- 第三节 14家银行信用卡防盗安全系数分析 159
 - 一、挂失前失卡保障 160
 - 二、挂失方法 160
 - 三、交易短信通知 160
 - 四、综合排名 161
- 第四节 中国银行信用卡年费分析 162
 - 一、年费金额比较 162
 - (一) 均值比较 162
 - (二) 等级比较 163
 - 二、年费周期和年费收取时间 164
 - (一) 年费周期 164
 - (二) 年费收取时间 164
 - 三、年费减免政策 165
 - (一) 首年年费 165
 - (二) 减免规则 166
 - (三) 附属卡、异型卡年费 167
 - (四) “变相”的年费 167
- 第五节 中国银行信用卡八大还款方式分析 168
 - 一、发卡行内还款 168
 - 二、跨行转账汇款还款 168
 - 三、网络还款 168
 - (一) 银联在线 169
 - (二) 快钱 169
 - 四、便利店还款 170
 - 五.柜面通还款 171
 - 六.信付通还款 171
 - 七.还款通 171
 - 八.其它还款方式 171
- 第六节 首张外资银行信用卡分析 172
 - 一、东亚银行(中国)背景 172
 - 二、卡片介绍 172
 - 三、卡片对比 173

- (一) 费率类 173
- (二) 业务类 174
- (三) 增值服务类 175

第七章 中国银行信用卡测评分析 178

第一节 标准卡 178

- 一、测评对象 178
- 二、分值计算结构说明 180
- 三、测评结果分析 181
 - (一) 综合分析 181
 - (二) 项目分析 183

第二节 航空卡 185

- 一、评测对象 186
- 二、分值计算结构说明 188
- 三、测评结果分析 189
 - (一) 综合分析 189
 - (二) 项目分析 190

第三节 汽车卡 192

- 一、评测对象 193
- 二、分值计算结构说明 194
- 三、测评结果分析 196
 - (一) 综合分析 196
 - (二) 项目分析 197

第四节 女人卡 199

- 一、评测对象 199
- 二、分值计算结构说明 200
- 三、评测结果分析 201
 - (一) 综合分析 201
 - (二) 项目分析 203

第五节 学生卡 204

- 一、评测对象 205
- 二、分值计算结构说明 205
- 三、测评结果分析 207
 - (一) 综合分析 207
 - (二) 项目分析 208

第八章 2017年中国信用卡市场营销分析	211
第一节 2017年中国信用卡市场营销状况	211
一、产品策略	211
二、价格策略	211
三、促销策略	212
第二节 2017年第中国信用卡市场营销状况	213
一、产品策略	213
二、价格策略	213
三、促销策略	214
第三节 我国信用卡营销所面临的问题分析	214
一、信用卡营销的观念陈旧	214
二、信用卡营销的环境不优	214
三、信用卡营销的基础薄弱	215
四、信用卡营销的创新不足	215
第四节 我国信用卡消费群差异化需求分析	216
一、中下等收入群体	216
二、中等收入群体	216
三、中上等收入群体	216
四、高收入群体	216
五、超高收入群体	216
第五节 我国信用卡和理财产品消费市场分析	217
一、银行需要解决消费者刷卡和透支的消费障碍	217
二、消费者的观念影响着信用卡透支行为	218
三、信用卡的增值服务空间巨大	219
四、投资理财呈现多元化特点	219
五、不同收入的消费群体投资理财差异大	220
六、银行理财服务和产品要遵循消费需求价值层级	220
第六节 我国信用卡营销模式分析	222
第七节 促进我国信用卡营销的对策建议	225
一、倡导信用卡营销的科学观念	225
二、优化信用卡营销的整体环境	225
三、夯实信用卡营销的基础工作	226
四、加快信用卡营销的整体创新	226

- 第九章 中国信用卡市场竞争分析 227
 - 第一节 我国信用卡市场竞争态势分析 227
 - 第二节 我国信用卡市场品牌竞争分析 232
 - 一、走出同质化困局 233
 - 二、品牌成为营销出路 233
 - 三、实施品牌竞争 234
 - (一) 人性化服务 234
 - (二) 差异化服务 234
 - (三) 有形化服务 235
 - 第三节 四大国有银行信用卡市场主体竞争力分析 235
 - 一、工商银行 235
 - 二、建设银行 240
 - 三、农业银行 241
 - 四、中国银行 242
 - 第四节 我国信用卡市场高端客户群竞争分析 247
 - 第五节 我国信用卡市场竞争策略分析 248
 - 一、个性结盟对准细分市场 249
 - 二、异业联盟的整合营销管理 250
 - 三、信用卡竞争精耕细作推崇联名信用卡 251
 - 四、信用卡竞争激烈或变相鼓励套现 254
 - 五、2017年高端信用卡竞争进入“无限”时代 255
 - 第六节 信息时代的信用卡竞争战略分析 257
 - 一、信息时代的信用卡产业环境 257
 - (一) 顾客成为市场主导 257
 - (二) 竞争更加激烈 257
 - (三) 以计算机为代表的信息技术广泛运用 258
 - 二、信息时代的竞争战略 258
 - (一) 微细分 259
 - (二) 客户化定制 260
 - (三) 信息基础设施 261
 - 三、大规模定制和竞争优势 263
- 第十章 中国信用卡市场风险分析 265
 - 第一节 信用卡业务的风险特点及其类型 265
 - 一、信用卡业务风险特点 265

- 二、信用卡业务主要风险类型 266
 - (一) 信贷风险 266
 - (二) 欺诈风险 266
 - (三) 操作风险 266
- 第二节 我国银行信用卡业务面临的现实风险分析 267
 - 一、缺乏完善透明的个人信用信息体系 267
 - 二、骗取银行信贷资金现象较为突出 267
 - 三、征信审核质量和技术手段相对滞后 267
- 第三节 信用卡套现及其风险防范分析 268
 - 一、信用卡套现及其表现形式 268
 - 二、信用卡套现动机分析 268
 - (一) 持卡人 269
 - (二) 特约商户 269
 - (三) 其他中介机构 269
 - 三、信用卡套现渠道分析 270
 - (一) 网站假购物真套现 270
 - (二) 利用POS机套现 270
 - (三) 通过消费退款套现 270
 - 四、信用卡套现的风险和危害 270
 - 五、防范信用卡套现的措施及建议 272
- 第四节 信用卡逾期情况分析对策 272
 - 一、逾期的类型 272
 - 二、催收策略 274
 - 三、逾期账户的风险防范措施 274
- 第五节 信用卡业务风险控制探析 275
 - 一、持卡人信用风险及控制 275
 - (一) 授信环节 275
 - (二) 征信环节 276
 - (三) 透支催收环节 276
 - (四) 客户管理环节 276
 - (五) 伪冒控管环节 277
 - 二、特约商户交易风险及控制 278
 - (一) 特约商户拓展环节 278
 - (二) 特约商户日常管理环节 278
 - 三、银行内部操作风险及控制 278

第六节 做好信用卡业务风险管理的几点要求 280

- 一、坚定产业信念并研究信用卡风险管理战略 280
- 二、明确信用卡业务风险管理目标 280
- 三、高度重视培养专业化的管理团队 281
- 四、大力加强销售环节的风险控制 281
- 五、逐步建立全社会范围的个人信用体系 281
- 六、制订信用卡授信政策从源头上控制风险 282

第十一章 中国信用卡市场发展趋势分析 283

第一节 2018-2024年国际经济环境分析 283

- 一、2017年世界经济运行的特点 283
- 二、2017年世界经济发展形势 284
- 三、2017年国际金融市场展望 286
- 四、2017年全球贸易和FDI展望 286
- 五、2018-2024年世界经济发展趋势 288
- 六、2018-2024年全球经济形势展望 291

第二节 2012-2017年中国经济环境分析 293

- 一、2017年我国宏观经济运行指标分析 293
- 二、2017年我国宏观经济景气指数分析 325
- 三、国际金融危机下的中国政策选择 338
- 四、2017年中国宏观经济发展展望 339
- 五、2012-2017年我国宏观经济形势分析 343

第三节 我国信用卡业务发展趋势预测 345

- 一、信用卡仍是个人金融服务市场成长最快的产品线 345
- 二、我国信用卡业务未来仍将超常发展 346
- 三、信用卡催收新趋势 347
- 四、银行商场联推信用卡成趋势 348
- 五、2018-2024年中国信用卡业务新趋势 349
- 六、未来10年中国信用卡发卡量预测 353

第四节 中国信用卡市场规模与结构的变动趋势 354

- 一、中国信用卡市场的规模将实现实质性扩张 354
- 二、中国信用卡市场将转向多寡头垄断竞争 355
- 三、中国信用卡市场交易和收入结构趋于合理 356
- 四、多品种共同发展的模式将长期存在 356
- 五、银行卡核心产品将逐步凸现 356

六、盈利能力将成为衡量品种重要性的主要标准 357

第十二章 中国信用卡市场发展策略分析 358 (AK LT)

第一节 信用卡各发展时期主要特征与市场策略 358

一、初创期：激进时代 358

二、高速成长期：产品时代 360

三、成熟期：成本时代 362

第二节 我国信用卡产业的未来发展思路和措施 364

一、成立专业的信用卡业务中心 364

二、产业经营实行高度专业化分工 364

三、监管原向合理控制风险转化 365

四、充分挖掘信用卡的信贷功能优势 365

五、打造强势银联网络推动品牌国际化 366

六、增加和完善银行卡法律体系 366

七、促进中国信用卡业务发展的对策 367

第三节 金融危机下中国信用卡产业发展之路 368

一、持续扩大规模，提高质量效益 368

二、进行结构调整，改善运行质态 369

三、加快观念转变，提升客户服务 369

四、加强资产管理，提高监控质量 369

五、尝试跨国合作，启动海外业务 370

六、强化品牌建设，升华品质内涵 370

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 18

图表：2005-2017年信用卡发卡量增长曲线 64

图表：2006-2017年信用卡发卡量构成比例图 64

图表：2012-2017年我国信用卡发卡量季度增速图 65

图表：2017年发卡组织所占比重情况 66

图表：2017年卡片币种所占比重情况 67

图表：2017年各银行单种银联卡排名情况 67

图表：2017年各银行双币卡排名情况 68

图表：2017年联名、标准、主题卡占比情况 68

图表：2017年各银行联名卡片排名情况 69

图表：2017年区域卡片占比情况 69

- 图表：2017年各银行全国性卡片排名情况 70
- 图表：市场类型的划分和特征 98
- 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 135
- 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 136
- 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 136
- 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 137
- 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 137
- 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 138
- 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 138
- 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 139
- 图表：各发卡银行加权平均费用排名 139
- 图表：各银行预借现金取款手续费收取情况一览表 140
- 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 141
- 图表：针对信用卡用户是否经常使用信用卡取现的调查 142
- 图表：针对信用卡用户是否在信用卡上存多余的钱的调查 143
- 图表：个发卡行加权平均费用排名 144
- 图表：针对用户办卡动机的调研 145
- 图表：针对用户是否知道自己的账单日和每月最后还款期限的调查 146
- 图表：针对用户是否经常选择“最低还款额”方式还款的调查 147
- 图表：各家银行信用卡安全系数综合排名 148
- 图表：各家银行费率均值排序情况 152
- 图表：各期费率均值情况 153
- 图表：各家银行消费数额要求情况 154
- 图表：6个月内分期付款和短期贷款比较 155
- 图表：6至12个月分期付款和短期贷款比较 156
- 图表：12至24个月分期付款和短期贷款比较 157
- 图表：14家银行信用卡短信通知费比较 158
- 图表：14家银行信用卡风险防范措施对比 159
- 图表：14家银行信用卡防盗安全系数排名 161
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/331901.html>