

2016-2022年中国信用卡行业市场全景评估及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国信用卡行业市场全景评估及发展趋势预测报告》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/287073.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

信用卡(英语:Credit Card),又叫贷记卡。是一种非现金交易付款的方式,是简单的信贷服务。

信用卡一般是长85.60毫米、宽53.98毫米、厚1毫米的具有消费信用的特制载体塑料卡片。是银行向个人和单位发行的,凭此向特约单位购物、消费和向银行存取现金,其形式是一张正面印有发卡银行名称、有效期、号码、持卡人姓名等内容,背面有磁条、签名条。

信用卡由银行或信用卡公司依照用户的信用度与财力发给持卡人,持卡人持信用卡消费时无须支付现金,待账单日(英语:Billing Date)时再进行还款。

信用卡分为贷记卡和准贷记卡,贷记卡是指银行发行的、并给予持卡人一定信用额度、持卡人可在信用额度内先消费后还款的信用卡;准贷记卡是指银行发行的,持卡人按要求交存一定金额的备用金,当备用金账户余额不足支付时,可在规定的信用额度内透支的准贷记卡。所说的信用卡,一般单指贷记卡。

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 中国信用卡行业相关概述

1.1 研究背景

1.2 信用卡行业相关概述

1.2.1 信用卡的定义

1.2.2 信用卡的分类

1.2.3 信用卡的功能

1.2.4 信用卡的用途

1.2.5 行业收入来源

(1) 年费收入

(2) 商家返佣

(3) 利息收入

(4) 分期付款

(5) 其他费用

1.3 信用卡市场定位分析

1.3.1 与货币的异同

- 1.3.2 与票据的异同
- 1.3.3 与现金、支票的异同
- 1.3.4 与借记卡、普通银行卡的异同
- 1.4 信用卡产业链整体概述
 - 1.4.1 产业链概念综述
 - 1.4.2 产业价值链分析
 - 1.4.3 主体的博弈分析
- 1.5 信用卡关联行业分析
 - 1.5.1 上游行业现状分析
 - (1) 电子行业发展分析
 - (2) IT行业发展分析
 - (3) 印刷行业发展分析
 - 1.5.2 下游行业现状分析
 - (1) 银行相关业务概况
 - (2) 商业零售业发展分析
 - (3) 邮政行业发展分析
 - (4) 电信行业发展分析
 - 1.5.3 关联行业影响综合分析

第二章 中国信用卡行业环境分析

- 2.1 信用卡行业政策环境分析
 - 2.1.1 行业主要法律法规分析
 - 2.1.2 银行业的相关政策分析
 - (1) 存款准备金政策
 - (2) 住房信贷政策
 - (3) 其他相关政策
 - 2.1.3 个人信用制度建设情况
 - (1) 我国个人信用制度建设现状
 - (2) 我国个人信用制度建设中存在的问题
 - (3) 制约我国个人信用制度建设的主要因素
 - 2.1.4 系列促进消费政策分析
 - (1) 购买能力促进政策
 - (2) 产品销售优惠政策
 - (3) 消费环境建设措施
- 2.2 信用卡行业经济环境分析

2.2.1 国家宏观经济环境分析

- (1) 国内生产总值增长分析
- (2) 社会消费品零售总额
- (3) 货币供应量

2.2.2 消费者信心指数分析

2.2.3 行业与GDP相关性分析

2.2.4 货币对行业发展的影响分析

2.3 信用卡行业社会环境分析

2.3.1 国内财富人群规模及分布

2.3.2 国民奢侈品消费状况分析

2.3.3 居民信贷消费情况分析

2.3.4 社会公众接受程度分析

2.3.5 社会公众支付习惯分析

- (1) 支付体系的影响分析
- (2) 支付工具的使用分布
- (3) 分期付款的支付习惯

2.4 信用卡行业技术环境分析

2.4.1 信用卡产品技术现状

2.4.2 芯片卡发展现状分析

2.4.3 信用卡技术趋势分析

2.4.4 EMV迁移的影响分析

2.5 基于PEST模型的综合分析

2.5.1 环境影响因素分析

- (1) 政治方面
- (2) 经济方面
- (3) 社会方面
- (4) 技术方面

2.5.2 内外部应对战略分析

- (1) 内部战略
- (2) 外部战略

第三章 全球信用卡行业发展分析

3.1 全球信用卡行业现状综述

3.1.1 全球信用卡渗透情况分析

3.1.2 大信用卡组织发展情况

- (1) Visa
- (2) 中国银联
- (3) 万事达
- (4) JCB
- 3.1.3 全球信用卡市场规模分析
- 3.1.4 全球信用卡市场结构分析
- 3.2 成熟市场信用卡发展经验
 - 3.2.1 美国信用卡市场发展分析
 - 3.2.2 欧洲信用卡市场发展分析
 - 3.2.3 日本信用卡市场发展分析
 - 3.2.4 韩国信用卡市场发展分析
 - 3.2.5 香港信用卡市场发展分析
 - 3.2.6 台湾信用卡市场发展分析
- 3.3 成熟市场的发展特点对比
- 3.4 信用卡行业发展模式借鉴
 - 3.4.1 中国发展信用卡的模式选择问题

第四章 中国信用卡产业链的发展

- 4.1 信用卡市场运行总况
 - 4.1.1 中国信用卡市场发展历程
 - 4.1.2 中国信用卡市场特点分析
 - 4.1.3 市场运行分析
- 4.2 信用卡发卡环节分析
 - 4.2.1 中国信用卡市场需求分析
 - (1) 支付体系发展趋势及影响
 - (2) 信用卡用户办卡行为分析
 - (3) 信用卡市场潜在需求分析
 - 4.2.2 信用卡用户开发策略选择
 - 4.2.3 中国信用卡发卡现状分析
 - (1) 总体发卡规模分析
 - (2) 发卡模式变化趋势
 - 4.2.4 市场快速扩张的影响分析
- 4.3 信用卡营销环节分析
 - 4.3.1 信用卡营销的基本要素分析
 - (1) 营销参与方

- (2) 客户（持卡人）
- (3) 营销媒介
- (4) 促销方式
- 4.3.2 成熟市场营销模式分析借鉴
- 4.3.3 中国信用卡行业的营销概况
 - (1) 各银行营销策略比较评析
 - (2) 各银行广告营销表现分析
 - (3) 各银行网络营销表现分析
- 4.3.4 第三方支付发展的影响分析
- 4.3.5 中国信用卡营销策略的选择
 - (1) 关系营销策略分析
 - (2) 长尾营销策略分析
 - (3) 组合营销策略分析
 - (4) 行为习惯营销策略
 - (5) 营销策略创新分析
- 4.4 信用卡服务环节分析
 - 4.4.1 国外信用卡业务的发展趋势启示
 - 4.4.2 中国信用卡服务业务发展现状分析
 - 4.4.3 银行在信用卡服务环节的竞争分析
 - 4.4.4 第三方支付机构的市场影响力分析
 - 4.4.5 银行与其他市场主体的合作模式分析
 - 4.4.6 未来信用卡服务环节的竞争焦点预测
- 4.5 信用卡收单环节分析
 - 4.5.1 中国信用卡业务规模分析
 - 4.5.2 中国信用卡使用情况分析
 - (1) 使用数量
 - (2) 使用品牌
 - (3) 影响使用因素
 - (4) 信用额度
 - (5) 信用记录
 - (6) 服务质量
 - 4.5.3 中国信用卡收单现状分析
 - (1) 国内受理市场
 - (2) 互联网支付市场
 - 4.5.4 收单环节各银行布局分析

- (1) 国内受理市场
- (2) 互联网支付市场

第五章 中国信用卡细分市场分析

5.1 女性信用卡市场分析

5.1.1 产品定位解析

5.1.2 女性消费特征

5.1.3 各行产品比较

5.1.4 市场发展现状

5.1.5 竞争态势分析

5.1.6 品牌定位策略

5.2 大学生信用卡市场分析

5.2.1 产品定位解析

5.2.2 产品特点分析

5.2.3 大学生消费特征

5.2.4 各行产品比较

5.2.5 市场发展现状

5.2.6 环境影响分析

5.3 联名信用卡市场分析

5.3.1 产品定位解析

5.3.2 产品特点分析

5.3.3 各行产品比较

5.3.4 市场发展现状

5.3.5 竞争态势分析

5.3.6 市场营销策略

5.4 公务信用卡市场分析

5.4.1 产品定位解析

5.4.2 产品特点分析

5.4.3 各行产品比较

5.4.4 市场推行情况

5.4.5 竞争态势分析

5.4.6 存在问题及对策

5.5 白金信用卡市场分析

5.5.1 产品定位解析

5.5.2 产品特点分析

5.5.3 各行产品比较

5.5.4 各品牌产品比较

5.5.5 服务需求分析

5.5.6 市场推行情况

5.5.7 竞争态势分析

5.6 其他信用卡市场分析

5.6.1 主题信用卡市场分析

5.6.2 旅游信用卡市场分析

5.6.3 汽车信用卡市场分析

5.6.4 航空信用卡市场分析

第六章 中国信用卡行业竞争分析

6.1 基于五力模型的竞争环境分析

6.1.1 潜在进入者的进入威胁分析

6.1.2 间接替代品的替代威胁分析

6.1.3 供应商的议价能力分析

6.1.4 下游消费者的议价能力分析

6.1.5 行业内现有主体的竞争分析

6.1.6 行业五力分析总结

6.2 信用卡组织间的竞争态势分析

6.2.1 信用卡组织的发展现状分析

(1) 中国银联境内外扩张情况

(2) 维萨在华渗透策略及现状

(3) 万事达在华渗透策略及现状

(4) 美国运通在华渗透策略及现状

(5) JCB在华渗透策略及现状

6.2.2 信用卡组织的竞争总体概况

6.2.3 信用卡组织的竞争策略评析

(1) 中国银联竞争策略评析

(2) 维萨的竞争策略评析

(3) 万事达的竞争策略评析

(4) 美国运通竞争策略评析

(5) JCB的竞争策略评析

6.2.4 信用卡组织竞争的影响分析

6.3 第三方支付机构竞争分析

- 6.3.1 第三方支付市场发展分析
- 6.3.2 第三方支付市场影响分析
- 6.3.3 第三方支付机构间的竞争
- 6.4 各银行主体间的竞争态势分析
 - 6.4.1 各银行的市场占有率分析
 - 6.4.2 各银行的服务竞争力分析
 - (1) 办卡渠道
 - (2) 客户端
 - (3) 短信通知
 - (4) 免息期
 - (5) 积分
 - 6.4.3 各银行的品牌竞争策略分析
 - 6.4.4 银行与其他主体间的竞合
 - (1) 银行与信用卡组织的合作分析
 - (2) 银行与第三方支付机构的竞合
 - 6.4.5 信息时代的银行竞争策略
 - (1) 网络客服将得到大力拓展
 - (2) 将借助网络技术，全力打造网联平台

第七章 中国信用卡区域发展分析

- 7.1 中国信用卡区域发展特点
 - 7.1.1 区域使用习惯差异分析
 - 7.1.2 区域使用频率差异分析
 - 7.1.3 区域使用场所差异分析
 - 7.1.4 区域品牌选择差异分析
 - (1) 品牌知名度
 - (2) 品牌办理频率
 - (3) 品牌使用频率
- 7.2 重点区域信用卡发展情况
 - 7.2.1 北京市信用卡行业发展分析
 - 7.2.2 上海市信用卡行业发展分析
 - 7.2.3 广东省信用卡行业发展分析
 - 7.2.4 天津市信用卡行业发展分析
 - 7.2.5 福建省信用卡行业发展分析
 - 7.2.6 浙江省信用卡行业发展分析

7.2.7 江苏省信用卡行业发展分析

7.2.8 陕西省信用卡行业发展分析

7.2.9 辽宁省信用卡行业发展分析

7.2.10 山东省信用卡行业发展分析

7.2.11 重庆市信用卡行业发展分析

7.2.12 吉林省信用卡行业发展分析

第八章 中国信用卡市场主体分析

8.1 国有商业银行经营分析

8.1.1 中国工商银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.2 中国建设银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.3 中国银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.4 交通银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.5 中国农业银行经营情况分析

(1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.2 股份制商业银行经营分析
- 8.2.1 招商银行经营情况分析
- (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.2.2 中信银行经营情况分析
- (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.2.3 民生银行经营情况分析
- (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.2.4 浦发银行经营情况分析
- (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.2.5 兴业银行经营情况分析
- (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.6 光大银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.7 广东发展银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.8 平安银行银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.9 华夏银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3 城市商业银行的经营分析

8.3.1 上海银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.2 宁波银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析

- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.3 南京银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.4 北京银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.5 天津银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.6 重庆银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.7 东莞银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4 外资银行的经营情况分析

8.4.1 汇丰银行（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.4.2 东亚银行（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.4.3 渣打银行（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.4.4 花旗银行（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 8.4.5 恒生银行（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

第九章 中国信用卡市场前景预测

9.1 信用卡行业风险因素及其防范

9.1.1 信用卡业务风险分类及成因

- (1) 信用卡业务的风险分类
 - 1) 信用风险
 - 2) 欺诈风险

3) 道德风险

4) 操作风险

5) 系统运行风险

(2) 信用卡业务的风险成因

9.1.2 信用卡业务的风险现状分析

(1) 风险总量

(2) 信用风险

(3) 欺诈风险

9.1.3 信用卡业务的风险管理对策

(1) 建立高效准确的信用评级体系

(2) 形成顺畅的信用卡风险管理模式

(3) 培养良好的信用卡风险管理方法

(4) 选拔优秀的信用卡风险管理人才

9.1.4 信用卡业务风管的具体措施

(1) 风险回避

(2) 风险预防

1) 透支风险管理

2) 挂失止付风险管理

(3) 风险分散及转移

1) 向担保人转移

2) 向持卡人转移

3) 向保险机构转移

(4) 风险补偿

9.2 行业环境的STEEP远景分析

9.2.1 行业宏观环境发展趋势

(1) 政治环境

(2) 经济环境

(3) 社会环境

(4) 技术环境

(5) 生态环境

9.2.2 行业运行环境发展趋势

(1) 顾客因素

(2) 供应商因素

(3) 劳动力因素

(4) 竞争因素

(5) 利益相关者因素

9.2.3 行业环境对主体的影响分析

9.3 信用卡行业的发展趋势分析

9.3.1 全球信用卡行业发展趋势分析

(1) 产品技术趋势

(2) 功能服务趋势

(3) 营销渠道趋势

9.3.2 中国信用卡行业创新趋势分析

(1) 产品品种创新

(2) 营销模式创新

9.3.3 中国信用卡行业发展趋势分析

(1) 新推产品方面

(2) 市场活动方面

9.4 中国信用卡行业发展前景分析

9.4.1 中国信用卡市场规模预测分析

(1) 发卡量预测

(2) 交易额预测

9.4.2 中国信用卡行业发展策略建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/287073.html>