

2016-2022年中国信用卡市场监测及市场运行态势 报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国信用卡市场监测及市场运行态势报告》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/188751.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，卡面有芯片、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。

2016年中国信用卡十大品牌企业排名 序列 公司名称 基本情况介绍

1 招商银行 招商银行（以下简称“招行”）于1987年在中国改革开放的最前沿——深圳经济特区成立，是中国境内第一家完全由企业法人持股的股份制商业银行，也是国家从体制外推动银行业改革的第一家试点银行。成立27年来，招行伴随着中国经济的快速增长，在广大客户和社会各界的支持下，从当初只有1亿元资本金、1家营业网点、30余名员工的小银行，发展成为了资本净额超过2900亿、资产总额超过4.4万亿、全国设有超过800家网点、员工超过5万人的全国性股份制商业银行，并跻身全球前100家大银行之列。凭借持续的金融创新、优质的客户服务、稳健的经营风格和良好的经营业绩，招行现已发展成为中国境内最具品牌影响力的商业银行之一。在银监会对商业银行的综合评级中，招行多年来一直名列前茅。同时荣膺英国《金融时报》、《欧洲货币》、《亚洲银行家》、《财资》（TheAsset）等权威媒体授予的“最佳商业银行”、“最佳零售银行”“中国区最佳私人银行”、“中国最佳托管专业银行”多项殊荣。在英国《银行家》杂志2011年公布的世界千强银行榜单上位列第56名，在美国《财富》杂志2014年发布的“世界500强企业”排行榜上列第350位。本公司以品牌价值68亿美元位居MillwardBrown发布的2012年度BrandZ最具价值中国品牌榜第14位。

2 交通银行 交通银行始建于1908年，是中国历史最悠久的现代商业银行，也是中国近代史上的发钞行之一。1987年，交通银行重新组建，成为中国第一家全国性股份制商业银行。2004年起，交通银行先后完成了“财务重组——引进外资——公开上市”改革三部曲，于2005年6月在香港联交所成功挂牌上市，成为第一家完成财务重组的国有控股银行、第一家引进国际战略投资者的大型商业银行和第一家在境外公开上市的内地商业银行。2006年，交通银行成为“中国2010年上海世博会”唯一商业银行全球合作伙伴。2007年5月，交通银行成功回归A股市场。2008年4月，交通银行成为我国第一个超过百年历史的民族金融品牌。2014年《财富》杂志“世界500强公司”排行榜于7月发布，中国上榜公司数量创纪录地达到100家，其中交通银行在排行榜上位列第217位，较去年上升26位。在英国《银行家》杂志7月发布的“2014年全球银行1000强”榜单中，交通银行以683.3亿美元一级资本总额位居第19

位（按一级资本总额排名），较2013年排名上升4位，这是交行首次跻身全球银行20强。交通银行凭借一流的经营管理水平荣获国内外多项荣誉和奖项：《银行家》2010年“最佳财富管理银行”和“最具研究能力银行”，《欧洲货币》“2010年最佳现金管理银行”；《亚洲银行家》“2009银行及企业现金服务成就奖”，《财资》“2009年中国最具成长性现金管理银行”，《欧洲货币》2008年度“中国最佳私人财富管理银行”，世界品牌实验室2007年度中国三大银行类品牌等。

3 工商银行ICBC 中国工商银行股份有限公司通过持续努力和稳健发展，已经迈入世界领先大银行行列，拥有优质的客户基础、多元的业务结构、强劲的创新能力和市场竞争力。业务跨越六大洲，境外网络扩展至41个国家和地区，通过17,122个境内机构、338个境外机构和2,007个代理行以及网上银行、电话银行和自助银行等分销渠道，向509万公司客户和4.65亿个人客户提供广泛的金融产品和服务，形成了以商业银行为主体，综合化、国际化、信息化的经营格局，继续保持国内市场领先地位。2014年，获评英国《银行家》“全球最佳银行”，蝉联《银行家》全球1000家大银行榜首及美国《福布斯》杂志全球企业2000强全球最大企业。中国工商银行发行的银行卡统一命名为牡丹卡。“牡丹卡”是中国工商银行注册的第一个金融产品商标。

4 广发银行CGB 广发银行成立于1988年，是国内首批组建的股份制商业银行之一。围绕成为一流商业银行的愿景目标，本行确立以创新、高效、客户为中心、以IT为领先、关爱员工为核心的经营理念，致力于打造中国最佳零售银行和最高效中小企业银行，始终将“只争朝夕，臻于至善”的企业精神贯彻于经营管理的过程之中，不断改革创新，提升发展质量和水平，成为具有较强竞争优势和影响力的全国性商业银行。2014年，在英国《银行家》杂志全球1,000家大银行排名中，本行按一级资本排名列第108位。本行致力于为客户提供高质量、高效率、全方位的金融服务。截至2014年末，本行资产1.65万亿，在北京、天津、辽宁、黑龙江、上海、江苏、浙江、福建、山东、河南、湖北、湖南、广东、四川、云南、新疆等境内16个省（直辖市、自治区）76个地级及地级以上城市和澳门特别行政区设立了36家分行、700家营业机构、220家“小企业金融中心”、27家智能银行，个人网银客户规模超1,300万户，信用卡发卡量3,450多万张，与全球125个国家和地区的1,671家银行总部及其分支机构建立了代理行关系，是首家与中国银联开展多渠道多应用电子支付战略合作的金融机构。

5 平安银行 平安银行股份有限公司是一家总部设在深圳的全国性股份制商业银行（深圳证券交易所简称“平安银行”，证券代码000001），其前身深圳发展银行股份有限公司，于2012年6月吸收合并原平安银行并于同年7月更名为平安银行。中国平安保险（集团）股份有限公司及其子公司合计持有平安银行59%的股份，为平安银行的控股股东。截至2015年6月底，平安银行在职员工35,800多人，通过全国45家分行、855家网点为客户提供多种金融服务。平安银行围绕“最佳商业银行”战略目标，秉承“对外以客户为中心，对内以人为本”的宗旨，始终坚持“变革、创新、发展”的经营理念，以公司、零售、同业、投行“四轮驱动”为业务重点，以“专业化、集约化、综合金融和互联网金融”为四大业务特色，“跳出银行办银行”，积极创新产品和业务模式：物联网金融、光子支付、橙e网、口袋银行、行E通、产业基金、贷贷平安等业务与平台的创新、推广成效显著。同时，平

安银行持续深化组织模式改革，全面实施事业部制，形成了地产、能源矿产、交通、现代物流、现代农业、医疗健康、文化旅游七大行业产业链“全覆盖”的模式，事业部总体架构增至“11+6+1”（11个产品事业部、6个行业事业部、1个平台事业部），“医、食、住、行、玩”五大战略布局基本完成，以专业化的经营更好地服务实体经济，全方位打造“平安银行，真的不一样”的品牌形象。近年来，平安银行荣膺“年度最佳股份制银行”、“最受投资者尊重的百强上市公司”、“最佳供应链金融服务银行”、“最佳中小企业银行”、“最具创新意识银行”、“最佳企业社会责任奖”、“中国最受尊敬中资银行”等多项荣誉；“橙E网”荣获《银行家》颁发的“十佳金融产品创新奖”、“2015年在线供应链金融优秀案例奖”等多项荣誉；“平安橙子”荣获中国网上银行促进联盟颁发的“年度最佳业务模式创新奖”、《银行家》颁发的“年度十佳互联网金融创新奖”等多项大奖。

6 建设银行ccb 中国建设银行股份有限公司（“本行”）的历史可以追溯到1954年，成立时的名称是中国人民建设银行，当时是财政部下属的一家国有独资银行，负责管理和分配根据国家经济计划拨给建设项目和基础建设相关项目的政府资金。1979年，中国人民建设银行成为一家国务院直属的金融机构，并逐渐承担了更多商业银行的职能。随着国家开发银行在1994年成立，承接了中国人民建设银行的政策性贷款职能，中国人民建设银行逐渐成为一家综合性的商业银行。1996年，中国人民建设银行更名为中国建设银行。本行由本行前身中国建设银行根据中国公司法规定的分立程序于2004年9月成立。在银监会于2004年9月14日批准之后，本行、中国建投与汇金公司于2004年9月15日签署分立协议，根据此份协议，中国建设银行分立为本行和中国建投。本行于2004年9月17日成立为一家股份制商业银行。

7 中信银行 中信银行成立于1987年，是中国改革开放中最早成立的新兴商业银行之一，是中国最早参与国内外金融市场融资的商业银行，并以屡创中国现代金融史上多个第一而蜚声海内外，为中国经济建设做出了积极的贡献。中信银行作为国内资本实力最雄厚的商业银行之一，在中国经济发展的浪潮中快速成长，已经成为具有强大综合竞争力的全国性商业银行。2014年7月，中信银行在英国《银行家》世界1000家银行排名中，一级资本排名第37位，总资产排名第48位，位居中国商业银行前列。2015年5月，在《福布斯》公布的“全球企业2000强”排名中，位居第94名。2007年，中信银行实现A+H股同步上市，跻身于国际公众持股银行之列。2009年，中信银行成功收购中信国际金融控股有限公司，控股中信银行（国际）有限公司，建立了国际化经营平台。2011年，中信银行圆满完成A+H股配股再融资，奠定了发展的坚实基础。2015年4月14日，中信银行英国伦敦代表处开业，标志着中信银行新一轮国际化战略正式启动。2015年，中信银行面对复杂的外部经济形势，将继续坚持既定的发展战略，抓住发展机遇，夯实业务基础，加快经营转型，优化结构调整，深化体制改革，守住风险底线，提升可持续发展能力，努力建设成为“最佳综合融资服务银行”。

8 中国银行 1912年2月，经孙中山先生批准，中国银行正式成立。从1912年至1949年，中国银行先后行使中央银行、国际汇兑银行和国际贸易专业银行职能，坚持以服务社会民众、振兴民族金融为己任，历经磨难，艰苦奋斗，在民族金融业中长期处于领先地位，并在国际金融界占有一席之地。1949年以后，中国银行长期作为国家外汇外贸

专业银行，统一经营管理国家外汇，开展国际贸易结算、侨汇和其他非贸易外汇业务，大力支持外贸发展和经济建设。改革开放以来，中国银行牢牢抓住国家利用国外资金和先进技术加快经济建设的历史机遇，充分发挥长期经营外汇业务的独特优势，成为国家利用外资的主渠道。1994年，中国银行改为国有独资商业银行。2004年8月，中国银行股份有限公司挂牌成立。2006年6月、7月，中国银行先后在香港联交所和上海证券交易所成功挂牌上市，成为国内首家“A+H”发行上市的中国商业银行。2013年，中国银行再次入选全球系统重要性银行，成为新兴市场经济体中唯一连续3年入选的金融机构。中国银行是中国国际化和多元化程度最高的银行，在中国内地、香港、澳门、台湾及37个国家为客户提供全面的金融服务。主要经营商业银行业务，包括公司金融业务、个人金融业务和金融市场业务，并通过全资子公司中银国际控股有限公司开展投资银行业务，通过全资子公司中银集团保险有限公司及中银保险有限公司经营保险业务，通过全资子公司中银集团投资有限公司经营直接投资和投资管理业务，通过控股中银基金管理有限公司经营基金管理业务，通过全资子公司中银航空租赁私人有限公司经营飞机租赁业务。

9 农业银行 本行的前身最早可追溯至1951年成立的农业合作银行。上世纪70年代末以来，本行相继经历了国家专业银行、国有独资商业银行和国有控股商业银行等不同发展阶段。2009年1月，本行整体改制为股份有限公司。2010年7月，本行分别在上海证券交易所和香港联合交易所挂牌上市，完成了向公众持股银行的跨越。作为中国主要的综合性金融服务提供商之一，本行致力于建设面向“三农”、城乡联动、融入国际、服务多元的一流现代商业银行。本行凭借全面的业务组合、庞大的分销网络和领先的技术平台，向最广大客户提供各种公司银行和零售银行产品和服务，同时开展自营及代客资金业务，业务范围还涵盖投资银行、基金管理、金融租赁、人寿保险等领域。截至2013年末，本行总资产145,621.02亿元，各项存款118,114.11亿元，各项贷款72,247.13亿元，资本充足率11.86%，不良贷款率1.22%，全年实现净利润1,662.11亿元。

10 光大银行 中国光大银行成立于1992年8月，总部设在北京，是经国务院批复并经人民银行批准设立的金融企业，为客户提供全面的商业银行产品与服务。自成立以来，伴随着中国金融业的发展进程，中国光大银行不断开拓创新，锐意进取，在为社会提供优质金融服务的同时，取得了良好的经营业绩，在综合经营、公司业务、国际业务、理财业务、电子银行业务等方面培育了较强的比较竞争优势，基本形成了各主要业务条线均衡发展、零售业务贡献度不断提升、风险管理逐步完善、创新能力日益增强的经营格局。2010年8月18日，中国光大银行在上海证券交易所成功上市，走上更有内涵的发展之路;2013年12月20日，中国光大银行在香港联交所主板成功上市，迎来又一个崭新的发展阶段。2015年6月末，中国光大银行在全国29个省、自治区、直辖市及香港地区的经济中心城市设立一级分行37家(含香港)，二级分行61家，营业网点902家，全行在职员工38000多人。截至2015年6月30日，中国光大银行资产总额30,003.36亿元，负债总额27,918.80亿元。在英国《银行家》杂志2015年发布的“世界1000家大银行”排名中，中国光大银行位列第57位。凭借卓越的创新能力和出色的业绩表现，中国光大银行连续三年被评为“年度最具创新银行”，荣膺“CCTV中国年度品牌”。

2012年2月，银行证实信用卡无密码更安全，若盗刷与银行同担责任。享有25-56天（或20-50天）的免息期。刷卡消费享有免息期，到期还款日前还清账单金额，不会产生费用。取现无免息还款期，从取现当天收取万分之五的日息，银行还会收取一定比例的取现手续费。

中国信用卡市场依然是中国个人金融服务市场中成长最快的产品线之一，虽然行业经济效益充满挑战，但受规模效益以及消费者支出增长的推动，今后10年间中国信用卡发卡量的年均增速将保持在14%左右，盈利状况也将趋向好转，预计到2020年，中国信用卡的累计发卡量将超过8亿张。

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1章：中国信用卡行业相关概述

1.1 研究背景及调研方法

1.1.1 行业研究背景

1.1.2 行业研究方法

（1）基本数据来源

（2）数据分析预测

（3）预测工具介绍

1.1.3 主要统计指标

1.1.4 专业名词解释

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 信用卡操作流程图

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2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

截至2015年末，上述银行信用卡累计发卡量达5.7亿张，整体增长16.33%，相较于去年，增长率下降1.87%。上述银行信用卡累积发卡量增长率已持续两年下降。其中，五大国有银行累计发卡3.4亿张，股份制商业银行累计发卡2.2亿张，国有银行是股份制商业银行的1.5倍。2015年银行累计发卡量及发卡增长率

2015年，12家银行信用卡累计交易额达14.63万亿，同比增长19.04%，增长率下降13.94%。其中，股份制商业银行信用卡累计交易额为6.0万亿；国有制商业银行信用卡累计交易额达8.7万亿，为股份制商业银行的1.45倍。

除了发卡量，银行信用卡累计交易额的高低还取决于该行单卡活跃度及单卡盈利能力的高低，具体表现为信用卡卡均交易额的高低。信用卡卡均交易额=当期信用卡累计交易额/信用卡累计发卡量。

由于广发银行未披露2015年的信用卡累计交易额，2015年，除广发银行外的11家银行整体卡均交易额为2.77万元，相比去年提升了10.36%，增长率下降2%。

民生、平安两家银行的卡均交易额较突出，分别为4.74万元和4.04万元，浦发银行挤掉光大银行，成功跻身前三名，卡均交易额为3.59万元。发卡量较大的农行、工行和招行在卡均交易额方面落后，分别为1.98万元、2.14万元和2.63万元。2015年银行卡均交易额

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 M1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3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 四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

(1) 美国信用卡行业背景因素分析

(2) 美国信用卡行业发展模式分析

(3) 美国信用卡市场运行特点分析

(4) 美国信用卡市场存在问题分析

3.2.2 欧洲信用卡市场发展分析

(1) 欧洲信用卡行业背景因素分析

(2) 欧洲信用卡行业发展模式分析

(3) 欧洲信用卡市场运行特点分析

(4) 欧洲信用卡市场存在问题分析

3.2.3 日本信用卡市场发展分析

(1) 日本信用卡行业背景因素分析

(2) 日本信用卡行业发展模式分析

(3) 日本信用卡市场运行特点分析

(4) 日本信用卡市场存在问题分析

3.2.4 韩国信用卡市场发展分析

(1) 韩国信用卡行业背景因素分析

(2) 韩国信用卡行业发展模式分析

(3) 韩国信用卡市场运行特点分析

(4) 韩国信用卡市场存在问题分析

3.2.5 香港信用卡市场发展分析

(1) 香港信用卡行业背景因素分析

(2) 香港信用卡行业发展模式分析

(3) 香港信用卡市场运行特点分析

(4) 香港信用卡市场存在问题分析

3.2.6 台湾信用卡市场发展分析

(1) 台湾信用卡行业背景因素分析

(2) 台湾信用卡行业发展模式分析

(3) 台湾信用卡市场运行特点分析

(4) 台湾信用卡市场存在问题分析

3.3 成熟市场的发展特点对比

3.3.1 各区域政府作用比较分析

3.3.2 各区域行业规模比较分析

3.3.3 各区域主体形式比较分析

3.3.4 各区域行业发展目标比较

3.3.5 各区域行业发展重点比较

3.3.6 各区域行业发展路径比较

3.3.7 各区域行业发展结果比较

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

3.4.2 中国信用卡市场的主体职能分析

3.4.3 中国信用卡本土品牌的创建及维护

3.4.4 信用卡行业利润最大化的途径选择

3.4.5 国际信用卡业务发展经验与启示

第4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5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6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7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

(1) 经济环境发展分析

(2) 银行业基本情况

(3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

7.2.2 上海市信用卡行业发展分析

(1) 经济环境发展分析

(2) 银行业基本情况

(3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

7.2.3 广东省信用卡行业发展分析

(1) 经济环境发展分析

(2) 银行业基本情况

(3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

7.2.4 天津市信用卡行业发展分析

- (1) 经济环境发展分析
- (2) 银行业基本情况
- (3) 支付体系发展分析
- (4) 征信体系建设情况
- (5) 信用卡市场发展分析
- (6) 信用卡市场竞争分析
- (7) 信用卡市场潜力分析

7.2.5 福建省信用卡行业发展分析

- (1) 经济环境发展分析
- (2) 银行业基本情况
- (3) 支付体系发展分析
- (4) 征信体系建设情况
- (5) 信用卡市场发展分析
- (6) 信用卡市场竞争分析
- (7) 信用卡市场潜力分析

7.2.6 浙江省信用卡行业发展分析

- (1) 经济环境发展分析
- (2) 银行业基本情况
- (3) 支付体系发展分析
- (4) 征信体系建设情况
- (5) 信用卡市场发展分析
- (6) 信用卡市场竞争分析
- (7) 信用卡市场潜力分析

7.2.7 江苏省信用卡行业发展分析

- (1) 经济环境发展分析
- (2) 银行业基本情况
- (3) 支付体系发展分析
- (4) 征信体系建设情况
- (5) 信用卡市场发展分析
- (6) 信用卡市场竞争分析
- (7) 信用卡市场潜力分析

7.2.8 陕西省信用卡行业发展分析

- (1) 经济环境发展分析
- (2) 银行业基本情况
- (3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

7.2.9 辽宁省信用卡行业发展分析

(1) 经济环境发展分析

(2) 银行业基本情况

(3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

7.2.10 山东省信用卡行业发展分析

(1) 经济环境发展分析

(2) 银行业基本情况

(3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

7.2.11 重庆市信用卡行业发展分析

(1) 经济环境发展分析

(2) 银行业基本情况

(3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

7.2.12 吉林省信用卡行业发展分析

(1) 经济环境发展分析

(2) 银行业基本情况

(3) 支付体系发展分析

(4) 征信体系建设情况

(5) 信用卡市场发展分析

(6) 信用卡市场竞争分析

(7) 信用卡市场潜力分析

第8章：中国信用卡市场主体分析

8.1 银行信用卡业务对比分析

8.1.1 还款便利程度对比分析

8.1.2 各项费率制度对比分析

8.1.3 安全保障服务对比分析

8.1.4 积分相关制度对比分析

8.1.5 分期付款业务对比分析

8.1.6 网络支付情况对比分析

8.1.7 境外消费情况对比分析

8.1.8 银行信用卡业务综合评价

8.2 国有商业银行经营分析

8.2.1 中国工商银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发行数量

2) 信用卡交易金额

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.2.2 中国建设银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

- 1) 目标群体定位
- 2) 发行品种分析
- 3) 发行标准分析
- 4) 开发主题动向
- 5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

- 1) 总体发行数量
- 2) 信用卡交易金额
- 3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.2.3 中国银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

- 1) 总体经营情况
- 2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

- 1) 目标群体定位
- 2) 发行品种分析
- 3) 发行标准分析
- 4) 开发主题动向
- 5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

- 1) 总体发行数量
- 2) 信用卡交易金额
- 3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.2.4 交通银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

- 1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发行数量

2) 信用卡交易金额

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.2.5 中国农业银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发行数量

2) 信用卡交易金额

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.3 股份制商业银行经营分析

8.3.1 招商银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发行数量

2) 信用卡交易金额

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.3.2 中信银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发行数量

2) 信用卡交易金额

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.3.3 民生银行经营情况分析

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

8.3.5 兴业银行经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析
- 1) 总体经营情况
- 2) 贷款业务情况
- (3) 信用卡产品分析
- 1) 目标群体定位
- 2) 发行品种分析
- 3) 发行标准分析
- 4) 开发主题动向
- 5) 产品区域分布
- (4) 信用卡业务发展情况
- 1) 总体发行数量
- 2) 信用卡交易金额
- 3) 信用卡风险管理
- (5) 信用卡营销策略分析
- (6) 业务竞争优势分析
- (7) 最新发展动向分析

8.3.6 光大银行经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析
- 1) 总体经营情况
- 2) 贷款业务情况
- (3) 信用卡产品分析
- 1) 目标群体定位
- 2) 发行品种分析
- 3) 发行标准分析
- 4) 开发主题动向
- 5) 产品区域分布
- (4) 信用卡业务发展情况
- 1) 总体发行数量
- 2) 信用卡交易金额
- 3) 信用卡风险管理
- (5) 信用卡营销策略分析
- (6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.3.7 广东发展银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发行数量

2) 信用卡交易金额

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.3.8 平安银行银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发行数量

2) 信用卡交易金额

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

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

3) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.4.2 宁波银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.4.3 南京银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 总体发展情况

2) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.4.4 北京银行经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析
- 1) 总体经营情况
- 2) 贷款业务情况
- (3) 信用卡产品分析
- 1) 目标群体定位
- 2) 发行品种分析
- 3) 发行标准分析
- 4) 开发主题动向
- 5) 产品区域分布
- (4) 信用卡业务发展情况
- 1) 总体发行数量
- 2) 信用卡交易金额
- 3) 信用卡风险管理
- (5) 信用卡营销策略分析
- (6) 业务竞争优势分析
- (7) 最新发展动向分析

8.4.5 天津银行经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析
- 1) 总体经营情况
- 2) 贷款业务情况
- (3) 信用卡产品分析
- 1) 目标群体定位
- 2) 发行品种分析
- 3) 发行标准分析
- 4) 产品区域分布
- (4) 信用卡业务发展情况
- (5) 信用卡营销策略分析
- (6) 业务竞争优势分析
- (7) 最新发展动向分析

8.4.6 重庆银行经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

1) 信用卡交易金额

2) 信用卡风险管理

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.4.7 东莞银行经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.5 外资银行的经营情况分析

8.5.1 汇丰银行(中国)有限公司经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.5.2 东亚银行(中国)有限公司经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

1) 目标群体定位

2) 发行品种分析

3) 发行标准分析

4) 开发主题动向

5) 产品区域分布

(4) 信用卡业务发展情况

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.5.3 渣打银行(中国)有限公司经营情况分析

(1) 银行发展简况分析

(2) 银行财务指标分析

1) 总体经营情况

2) 贷款业务情况

(3) 信用卡产品分析

(4) 信用卡业务发展情况

(5) 信用卡营销策略分析

(6) 业务竞争优势分析

(7) 最新发展动向分析

8.5.4 花旗银行(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
 - (5) 最新发展动向分析
- 8.5.5 恒生银行(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析
- 1) 总体经营情况
- 2) 贷款业务情况
- (3) 信用卡产品分析
- 1) 目标群体定位
- 2) 发行品种分析
- 3) 发行标准分析
- 4) 开发主题动向
- 5) 产品区域分布
- (4) 信用卡营销策略分析
- (5) 业务竞争优势分析
- (6) 最新发展动向分析

第9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
 - (1) 市场监管和竞争态势
 - (2) 行业盈利情况预测
 - (3) 经营主体业务模式推荐
 - 9.4.3 银行信用卡业务竞争策略建议
 - (1) 国有商业银行竞争策略建议
 - 1) 竞争力评价
 - 2) 竞争战略选择
 - (2) 股份制银行的竞争策略建议
 - 1) 竞争力评价
 - 2) 竞争战略选择
 - (3) 城市商业银行竞争策略建议
 - 1) 竞争力评价
 - 2) 竞争战略选择
 - (4) 外资银行的竞争策略建议
 - 1) 竞争力评价
 - 2) 竞争战略选择

图表目录:

图表1：主要统计指标计算公式说明

图表2：专业名词解释一览

图表3：信用卡的相关收费项目

图表4：信用卡的分类

图表5：信用卡的功能

图表6：信用卡的用途

图表7：部分银行信用卡年费收取情况

图表8：我国银行信用卡账单未全额还清利息收取情况

图表9：我国银行信用卡账单分期手续费收取情况

图表10：我国银行信用卡挂失费收取情况（单位：元）

图表11：信用卡与货币的区别

图表12：信用卡与票据的区别

图表13：信用卡与现金、支票的区别

图表14：信用卡与借记卡的区别

图表15：信用卡产业链示意图

图表16：信用卡产业价值链的运动模型

图表17：信用卡产业价值链运动模型的内涵

图表18：电力电子元器件制造行业总体情况（单位：亿元，%）

图表19：我国软件行业销售收入及增速（单位：亿元，%）

图表20：我国软件行业分类收入占比情况（单位：%）

图表21：我国软件行业累计出口额及同比增长（单位：亿美元，%）

图表22：中国印刷行业工业总产值及增长情况（单位：亿元，%）

图表23：我国商业银行资产和负债规模增长情况（单位：万亿元，%）

图表24：商业银行净利润变化情况（单位：万亿元，%）

图表25：商业银行不良贷款情况（单位：万亿元，%）

图表26：社会消费品零售总额情况（单位：万亿元，%）

图表27：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，%）

图表28：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，%）

图表29：中国快递业务量和快递业务收入情况（单位：亿件，亿元，%）

图表30：我国固定电话和移动电话用户数量变动情况（单位：万户，%）

图表31：我国网民数和互联网普及率（单位：万人，%）

图表32：关联行业对信用卡的影响比较

图表33：信用卡行业主要法律法规

图表34：存款准备金率调整（单位：%）

图表35：房地产贷款余额变化情况（单位：万亿元，%）

图表36：中国主要住房信贷政策汇总

图表37：个人信用制度建设进展表现

图表38：个人信用制度建设中存在的问题

图表39：制约我国个人信用制度建设的主要因素

图表40：上调最低工资标准的地区（单位：元）

图表41：促进国内消费的有关政策

图表42：消费环境建设措施

图表43：GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表44：我国社会消费品零售总额变化情况（单位：万亿元，%）

图表45：中国货币供应量余额（单位：万亿元）

图表46：消费者信心指数走势（单位：%）

图表47：中国信用卡成交额与GDP的关系（单位：万亿元）

图表48：中国信用卡成交额占GDP的比重（单位：%）

图表49：中国高净值人群省市数量及分布（单位：人，%）

图表50：中国国内奢侈品消费情况（单位：亿元）

图表51：中国住户消费贷款余额（单位：亿元）

图表52：中国银行卡交易笔数和交易金额（单位：亿笔，万亿元）

图表53：中国银行卡渗透率情况（单位：%）

图表54：线下受访者日常消费习惯付费方式（单位：%）

图表55：线上受访者日常消费习惯付费方式（单位：%）

图表56：信用卡授信总额和应偿授信总额（单位：万亿元）

图表57：2G信用卡的特点

图表58：IC卡的特征

图表59：金融IC卡累计发卡量（单位：亿张）

图表60：VISA基本情况

图表61：中国银联基本情况

图表62：万事达基本情况

图表63：JCB基本情况

图表64：美国信用卡行业背景因素

图表65：美国信用卡市场运行特点

图表66：美国信用卡市场存在的问题

图表67：法国信用卡行业背景因素

图表68：欧洲信用卡市场运行特点

图表69：日本信用卡行业背景因素

图表70：韩国信用卡市场运行特点

图表71：韩国信用卡市场存在的问题

图表72：香港信用卡行业背景因素

图表73：香港信用卡市场运行特点

图表74：香港信用卡市场存在的问题

图表75：台湾信用卡行业背景因素

图表76：台湾信用卡市场运行特点

图表77：台湾信用卡市场存在的问题

图表78：各区域政府作用比较

- 图表79：各区域行业规模比较
- 图表80：各区域主体形式比较
- 图表81：各区域行业发展目标比较
- 图表82：各区域行业发展重点比较
- 图表83：各区域行业发展路径比较
- 图表84：各区域行业发展结果比较
- 图表85：中国信用卡市场的主体职能
- 图表86：国际信用卡业务发展经验与启示
- 图表87：中国信用卡市场的发展历程
- 图表88：中国信用卡累计发行量及占比情况（单位：亿张，%）
- 图表89：中国信用卡授信总额和期末应偿信贷总额（单位：万亿元）
- 图表90：中国联网商户、联网POS机和AMT累计情况（单位：万户，万台）
- 图表91：中国银行卡卡均消费额、笔均消费额变化情况（单位：元）
- 图表92：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，%）
- 图表93：中国持卡人用卡而不使用现金的原因分布（单位：%）
- 图表94：中国持卡人了解信用卡信息渠道分布状况（单位：%）
- 图表95：持卡人办卡时最想了解的信息点（单位：%）
- 图表96：影响持卡人选卡的因素
- 图表97：中国潜在信用卡用户未办理信用卡的原因分布（单位：%）
- 图表98：中国不同类型信用卡用户的学历构成（单位：%）
- 图表99：中国不同类型信用卡用户的收入构成（单位：%）
- 图表100：中国不同级别信用卡用户的年龄构成（单位：%）
- 图表101：中国信用卡累计发卡量及同比增速（单位：亿张，%）
- 图表102：中国信用卡人均持卡量及同比增速（单位：张，%）
- 图表103：中国信用卡活卡数量及占比情况（单位：亿张，%）
- 图表104：信用卡用户开卡后激活情况分布（单位：%）
- 图表105：信用卡用户开卡后不激活的原因分布（单位：%）
- 图表106：促使中国信用卡用户使用意愿状况（单位：%）
- 图表107：营销参与方对比分析
- 图表108：信用卡持卡人对对比分析
- 图表109：信用卡持卡人类别分析图
- 图表110：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：%）
- 图表111：营销媒介对比分析
- 图表112：常用促销方式对比分析
- 图表113：各银行营销策略

图表114：银行信用卡广告到达率对比（单位：%）

图表115：银行信用卡广告到达途径对比（单位：%）

图表116：银行信用卡广告喜爱度对比（单位：%）

图表117：银行信用卡广告购买说服力对比（单位：%）

图表118：银行信用卡广告效果综合对比（单位：%）

图表119：银行服务品牌网络广告预估费用排行（单位：万元）

图表120：银行服务品牌网络广告投放媒体类别排名（单位：万元）

.....略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/188751.html>