

2011-2015年中国信用卡市场竞争格局及发展趋势 研究报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国信用卡市场竞争格局及发展趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/113687113687.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

目录

第一章 信用卡相关概述 1

第一节 信用卡的定义及分类 1

一、信用卡的由来 1

二、信用卡的定义 1

三、信用卡的分类 2

第二节 信用卡的功能与用途 3

一、信用卡的功能 3

二、信用卡的用途 4

第三节 信用卡的定位 6

一、信用卡与货币的异同 6

二、信用卡与现金、支票的异同 6

三、信用卡与票据的异同 7

四、信用卡、借记卡和普通银行卡的异同 8

第四节 信用卡的盈利模式 9

一、年费 9

二、商家返佣 10

三、利息 10

四、分期付款 10

第二章 2009-2010年全球信用卡市场环境评述 11

第一节 2009-2010年全球宏观经济指标分析 11

一、经济全球化进程加快 11

二、主要经济体经济发展透析 13

三、次贷危机对全球经济的影响 14

第二节 2009-2010年全球政策环境分析 20

一、国际信用卡组织 20

二、世贸组织对银行业个人业务的规定 22

三、新巴塞尔资本协议下的信用卡业务 22

第三节 2009-2010年全球信用卡市场社会环境分析 26

一、全球化与收入分配差距 26

二、主要国家基尼系数 34

三、发展中国家的个人收入两极分化分析 35

第三章 2009-2010年全球信用卡产业运行态势分析 39

| | |
|-------------------------------|-----|
| 第一节2009-2010年全球信用卡产业运行总况 | 39 |
| 一、全球信用卡产业发展历程 | 39 |
| 二、全球信用卡主要发行机构及品牌 | 40 |
| 三、信用卡市场的主要参与者 | 40 |
| 四、主要信用卡品牌的市场份额 | 43 |
| 五、全球四大信用卡的发行情况 | 45 |
| 六、全球信用卡利用率 | 48 |
| 第二节2009-2010年全球银行卡市场动态分析 | 48 |
| 一、全球银行卡市场规模状况分析 | 48 |
| 二、全球银行卡市场结构状况分析 | 54 |
| 三、全球银行卡市场竞争局势分析 | 55 |
| 第三节 2011-2015年全球信用卡行业市场发展趋势分析 | 56 |
| 第四章 2009-2010年中国信用卡产业运行环境解析 | 58 |
| 第一节 国内宏观经济环境分析 | 58 |
| 一、GDP历史变动轨迹分析 | 58 |
| 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 | 62 |
| 三、2011年中国宏观经济发展预测分析 | 64 |
| 第二节2009-2010年中国信用卡市场政策环境分析 | 68 |
| 一、中国政府力促消费拉动经济增长 | 68 |
| 二、中国政府的宏观调控政策 | 69 |
| 三、银行卡管理办法 | 81 |
| 四、中国入世的相关承诺 | 91 |
| 五、中国个人信用制度的政策分析 | 96 |
| 第三节 2009-2010年中国信用卡市场社会环境 | 103 |
| 一、中国个人消费信贷理念 | 103 |
| 二、中国中高收入群体的结构分布 | 103 |
| 三、中国财富集中化趋势十分明显 | 106 |
| 四、中国居民消费观念的变革 | 112 |
| 第五章 中国信用卡产业分析 | 114 |
| 第一节 中国信用卡产业发展概况 | 114 |
| 一、中国信用卡产业的发展历程 | 114 |
| 二、中国信用卡产业的发展特征 | 114 |
| 三、中国信用卡产业开始升级 | 116 |
| 第二节 2007-2009年中国信用卡产业发展分析 | 118 |
| 一、2007年国内信用卡市场回顾 | 118 |

- 二、2008年国内信用卡市场分析 121
- 三、2009年国内信用卡市场分析 127
- 第三节 信用卡风险管理分析 129
 - 一、信用卡业务面临的风险及原因分析 129
 - 二、信用卡风险管理的意义 131
 - 三、信用卡风险管理的经济分析 132
 - 四、国内信用卡风险管理存在的问题 138
 - 五、加强国内信用卡风险管理的建议 141
- 第四节 信用卡消费分析 143
 - 一、国内外信用卡分期付款业务分析 143
 - 二、中国信用卡消费面临的障碍因素 144
 - 三、促进国内信用卡消费健康发展的建议 146
 - 四、中国信用卡信贷消费市场完善的对策 148
- 第五节 信用卡竞争分析 153
 - 一、高端市场成为国内信用卡竞争重阵 153
 - 二、中国信用卡市场显现无序竞争 155
 - 三、信用卡市场的竞争策略 157
 - 四、国内信用卡业将走向品牌竞争 159
- 第六节 中国信用卡产业发展存在的问题 161
 - 一、中国信用卡产业存在的问题 161
 - 二、中国信用卡市场存在的不足 162
 - 三、中国信用卡业务存在的服务问题及原因分析 166
- 第七节 中国信用卡产业发展的对策分析 168
 - 一、未来中国信用卡产业发展的思路和措施 168
 - 二、发展中国信用卡市场的建议 171
 - 三、中国区域性银行信用卡业务的发展建议 173
 - 四、发展中国信用卡消费信贷的措施 177
- 第六章 信用卡细分市场分析 179
 - 第一节 女性信用卡 179
 - 一、女性信用卡市场得到青睐 179
 - 二、国内女性信用卡营销存在的不足 181
 - 三、女性信用卡的个性化选择 182
 - 第二节 大学生信用卡 183
 - 一、国内大学生信用卡市场状况 183
 - 二、大学生信用卡的风险分析及控制 187

- 三、大学生信用卡的同质化问题及其对策 189
- 四、大学生信用卡业务发展存在的制约因素 192
- 五、发展大学生信用卡业务的建议 194
- 第三节 联名信用卡 195
 - 一、联名卡的种类及其优势分析 195
 - 二、国内联名卡存在的问题 205
 - 三、联名卡信用风险不容忽视 207
 - 四、国内联名卡的发展策略 208
- 第四节 公务卡 209
 - 一、中国公务卡业务的主要内容 209
 - 二、商业银行对公务卡业务的作用 210
 - 三、国内公务卡的发行情况 211
 - 四、公务卡业务发挥存在的问题和建议 212
- 第五节 中国公务卡发展前景广阔 217
 - 一、其它信用卡 217
 - 二、无限卡瞄准顶级消费群体 218
 - 三、奥运信用卡成新宠 218
 - 四、国内QQ信用卡概况 220
- 第七章 信用卡的营销分析 223
 - 第一节 信用卡市场营销发展概况 223
 - 一、信用卡营销包含的内容 223
 - 二、中国信用卡业的营销现状 224
 - 三、国内信用卡市场将步入品牌营销时代 226
 - 第二节 信用卡的营销模式分析 227
 - 一、国内信用卡的营销模式状况 227
 - 二、精准营销模式在国内信用卡业务中的应用 228
 - 三、信用卡网络营销分析 234
 - 四、国内信用卡推广出现“DIY模式” 239
 - 第三节 信用卡营销存在的问题 241
 - 一、中国信用卡营销体系存在的弊端 241
 - 二、中国信用卡营销存在的不足及对策 243
 - 三、国内信用卡营销代理企业存在的问题分析 245
 - 第四节 信用卡的营销策略 247
 - 一、信用卡营销策略总体概况 247
 - 二、信用卡的营销创新分析 248

- 三、信用卡关系营销策略 250
- 四、信用卡长尾营销策略 253
- 五、在落后地区拓展信用卡业务的营销策略 256
- 第八章 四大国有银行信用卡业务分析 261
- 第一节 中国工商银行 261
- 一、公司简介 261
- 二、2010年1-11月中国工商银行信用卡业务情况 261
- 三、工行积极拓展信用卡业务 262
- 第二节 中国建设银行 263
- 一、公司简介 263
- 二、2010年1-12月中国建设银行信用卡业务情况 263
- 三、建行推出奥运主题白金信用卡 264
- 第三节 中国银行 264
- 一、公司简介 264
- 二、中国银行信用卡大事记 265
- 三、2010年1-6月中国银行信用卡业务情况 267
- 第四节 中国农业银行 267
- 一、公司简介 267
- 二、中国农业银行金穗卡发行情况 268
- 第九章 中国股份制银行信用卡业务分析 269
- 第一节 招商银行 269
- 一、公司简介 269
- 二、招商银行信用卡业务情况 270
- 三、招商银行信用卡的SWOT分析 270
- 四、招商银行信用卡的营销模式分析 273
- 五、招商银行信用卡的网络营销创新 278
- 第二节 中信银行 281
- 一、公司简介 281
- 二、中信银行信用卡发展历程 281
- 三、2010年1-9月中信银行信用卡业务情况 286
- 四、中信银行信用卡的集约化经营模式分析 286
- 五、中信银行信用卡的产品定位 287
- 第三节 民生银行 290
- 一、公司简介 290
- 二、2010年1-12月民生银行信用卡业务情况 293

| | |
|--------------------------|-----|
| 三、民生银行信用卡的发展传奇 | 295 |
| 第四节 深圳发展银行 | 297 |
| 一、公司简介 | 297 |
| 二、深圳发展银行信用卡大事记 | 299 |
| 三、2010年1-9月深圳发展银行信用卡业务情况 | 301 |
| 第五节 上海浦发银行 | 302 |
| 一、公司简介 | 302 |
| 二、浦发银行信用卡的品牌战略分析 | 303 |
| 第十章 中国信用卡市场非银行类主体分析 | 305 |
| 第一节 中国银联 | 305 |
| 一、中国银联简介 | 305 |
| 二、2010年银联信用卡发展情况 | 305 |
| 三、中国银联步入发展新阶段 | 306 |
| 第二节 VISA | 307 |
| 一、组织简介 | 307 |
| 二、VISA国际卡在中国的发展情况 | 308 |
| 三、VISA积极拓展中国市场 | 308 |
| 第三节 万事达 | 309 |
| 一、组织简介 | 309 |
| 二、VISA卡和万事达卡的区别与选择 | 309 |
| 三、2010年万事达业务发展情况 | 310 |
| 第四节 美国运通 | 312 |
| 一、组织简介 | 312 |
| 二、美国运通卡在中国的发展情况 | 312 |
| 三、美国运通卡的品牌战略分析 | 314 |
| 第十一章 信用卡产业发展趋势 | 317 |
| 第一节 银行卡产业发展趋势 | 317 |
| 一、中国银行卡产业的发展趋势 | 317 |
| 二、中国银行卡市场的发展趋势 | 318 |
| 三、国内银行卡智能化是必然趋势 | 320 |
| 第二节 信用卡产业发展趋势 | 320 |
| 一、国际信用卡业务的发展趋势 | 320 |
| 二、中国信用卡产业的发展方向 | 321 |
| 三、中国信用卡市场前景广阔 | 322 |
| 四、2013年中国信用卡市场预测 | 325 |

| | |
|-----------------------|-----|
| 第十二章 中国信用卡市场发展策略分析 | 327 |
| 第一节 信用卡各发展时期主要特征与市场策略 | 327 |
| 一、初创期：激进时代 | 327 |
| 二、高速成长期：产品时代 | 330 |
| 三、成熟期：成本时代 | 332 |
| 第二节 我国信用卡产业的未来发展思路和措施 | 333 |
| 一、成立专业的信用卡业务中心 | 333 |
| 二、产业经营实行高度专业化分工 | 334 |
| 三、监管原向合理控制风险转化 | 336 |
| 四、充分挖掘信用卡的信贷功能优势 | 336 |
| 五、打造强势银联网络推动品牌国际化 | 337 |
| 六、增加和完善银行卡法律体系 | 338 |
| 七、促进中国信用卡业务发展的对策 | 339 |
| 第三节 金融危机下中国信用卡产业发展之路 | 340 |
| 一、持续扩大规模，提高质量效益 | 340 |
| 二、进行结构调整，改善运行质态 | 340 |
| 三、加快观念转变，提升客户服务 | 341 |
| 四、加强资产管理，提高监控质量 | 341 |
| 五、尝试跨国合作，启动海外业务 | 342 |
| 六、强化品牌建设，升华品质内涵 | 342 |
| 附录 | 344 |
| 附件一：银行卡业务管理办法 | 344 |

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/113687113687.html>