

2011-2015年中国信用卡市场深度调查及发展策略分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国信用卡市场深度调查及发展策略分析报告》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.cction.com/report/201107/71406.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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 and 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://www.cction.com/report/201107/71406.html>