



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2011年中国信用卡市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2011年中国信用卡市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/44042.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

经过了几年的高速发展后，国内银行的信用卡业务开始步入盈利阶段。广发银行、招商银行等都已尝到了获利的甜头。招商银行从2006年开始盈利，当年第一季度即实现盈利6000万元。这些利好的消息无疑给了正准备大张旗鼓扩充信用卡业务的银行十足的信心。

实际上，截止到目前，我国商业银行发行的双币信用卡将已近7000万张，但业内专家指出，中国信用卡市场的开发程度只相当于美国的1/50，也就是说，中国信用卡市场起码还有50倍的成长空间。

从目前的中国信用卡市场来看，整体还处于培育的阶段。据 VISA国际组织的调研报告称：保守估计，中国目前信用卡的潜在目标人群在3000万至6000万，可是截至2006年，中国的信用卡持卡人数仅有1000万，市场还处于相当初级的阶段。中国境内的信用卡发行者，不论中资还是外资，都将有机会分享到这块潜力巨大的利润大饼。可以说，国内信用卡市场正在进入一个黄金发展时期。

本研究报告依据中国银联、中国人民银行和中国的部分商业银行发布的数据，对中国信用卡市场进行了深入的分析和研究，是对研究和了解信用卡市场现状和判断信用卡市场未来发展趋势提供重要参考依据。

【 目录 】

第一章 2007年信用卡发展概述 5

第一节 信用卡的含义 5

一、广义上 5

二、狭义上 5

三、本文介绍的信用卡，主要是指广义上的信用卡。 5

第二节 信用卡消费功能和特点分析 6

一、信用卡的功能 6

二、信用卡的特点 6

第三节 信用卡的分类 6

- 一、按帐户及资金性质分类 6
- 二、按发卡对象分类 6
- 三、按信用等级分类 7
- 四、按使用范围分类 7
- 五、按发卡机构分类 7
- 六、按合作伙伴分类 7
- 七、按同一帐户中持卡人主次分类 7

第四节 信用卡的盈利来源分析 8

- 一、年费 8
- 二、商家返佣 8
- 三、利息 8
- 四、分期付款 8

第二章 2007年国际银行卡市场发展分析 9

第一节 2007年国际银行卡市场规模状况分析 9

- 一、国际银行卡市场规模总体情况 9
- 二、信用卡和签名借记卡市场规模 10
- 三、密码借记卡市场规模 10

第二节 2007年国际银行卡市场结构状况分析 10

- 一、品牌结构 10
- 二、区域结构 11

第三节 2007年国际银行卡市场竞争局势分析 11

- 一、新兴支付渠道和支付工具 11
- 二、银行卡价格监管日益严密 13

第四节 2007年国际银行卡市场发展趋势分析 14

第三章 2007年中国银行卡市场发展形势分析 15

第一节 2007年国内发卡市场状况分析 15

第二节 2007年我国受理及交易市场状况分析 15

第三节 2007年我国银行卡品牌格局分析 16

第四节 2007年我国银行卡支付渠道分析 16

第五节 2006-2007年我国网络建设状况分析 17

第六节 2007年中国银行卡市场发展趋势分析 17

第四章 2007年中国商业银行信用卡市场现状分析 19

第一节 2007年信用卡在中国的发展状况分析 19

一、2007年信用卡仅11.8%持卡人缴过循环利息分析 19

二、2007年全国信用卡发行规模分析 19

三、2007年全国信用卡业务的收入分析 22

四、全球信用卡持卡人统计分析 24

五、2007年我国信用卡市场普遍亏损分析 24

第二节 2007年国内信用卡业务收入来源分析 25

一、发卡费 26

二、手续费 26

三、透支利息收入 26

第三节 2007年国内信用卡市场竞争不断加剧分析 26

第四节 2007年中国信用卡发展中存在的问题分析 27

一、信用卡欺诈风险管理 27

1、信用卡欺诈风险概念 27

2、信用卡欺诈风险的识别与衡量 28

3、信用卡欺诈风险的管理方法 29

二、信用卡风险管理规划与决策 34

1. 风险回避 34

2. 风险预防 34

3. 风险的分散转移 36

4. 风险的补偿 37

三、信用卡业务的战略联盟与细分市场 37

第五章 2007年中国主要发行银行竞争状况分析 42

第一节 2007年我国各银行竞争状况分析 42

一 2003-2007年中国信用卡发行量增长状况 43

二、中国银行卡发卡量和信用卡市场分析 43

三、2007年我国各银行盈利情况分析 46

四、2007年我国商业银行信用卡业务的特征分析 47

第二节 2007年我国各银行竞争格局分析 50

一、中国工商银行 52

二、中国招商银行 53

三、中国建设银行 54

四、中国银行 56

五、中国中信银行 56

六 兴业银行 57

七 浦发银行 58

八 民生银行 58

九 交通银行 59

十 其他银行 59

第六章 2007年中国持卡消费状况分析 61

第一节 2007年信用卡客户集中度分析 61

第二节 2007年信用卡消费地区差异分析 64

第三节 2007年信用卡分期付款业务分析 68

一、境外市场信用卡分期付款业务的基本情况 68

二、我国信用卡分期付款业务的市场分析 70

第七章 信用卡风险分析 74

第一节 信用卡风险概念 74

第二节 信用卡风险管理理论 74

一、信用卡风险管理概念 74

二、信用卡风险管理目标 74

三、信用卡风险管理的流程 75

第三节 信用卡信用风险管理 76

一、信用卡信用风险概述 76

二、信用卡信用风险的识别与衡量 77

三、信用卡信用风险的管理方法 80

第四节 信用卡发展理论：风险管理 81

一、信用卡业务的风险和风险管理 81

二、信用卡业务的信用风险管理策略 83

三、个人信用征信体系与信用评分 84

第五节 信用卡主要发行行风险控制分析 85

一、挂失风险的控制 85

二、总体风险控制 86

第八章 2007年中国信用卡营销策略分析 88

第一节 2007年我国信用卡的营销环境 88

一、发卡行的信用卡营销现状 88

二、发卡行营销中存在的问题及原因分析 89

第二节 2007年我国信用卡的市场细分策略 91

一、女性卡 91

二、大学生卡 92

三、联名卡 92

四、网上购物专用卡 93

五、体育赛事卡 93

六、市场细分定价策略 93

第三节 2007年我国信用卡的营销渠道 94

一、营销渠道的影响因素 94

二、营销渠道 95

（一）、信用卡关系营销策略 96

（二）信用卡长尾营销策略 99

三、网络营销渠道及营销渠道的逐步完善 101

第四节 2007年我国信用卡推广策略 102

一、美观、独特的卡片设计 103

二、新颖出众的品牌形象 103

三、俱乐部营销 104

四、节日营销 104

第五节 2007年我国信用卡的产品促销策略 104

一、促销策略 104

二、产品策略 109

三、服务策略 110

四、定价及客户细分策略	112
第六节 信用卡的LTV 营销	113
一、信用卡LTV含义	113
二、信用卡LTV计算式	113
三、应用生命周期价值优化客户获取策略	114
三、应用生命周期价值优化客户维系策略	115
第九章 2007-2010年中国信用卡市场发展预测	116
第一节 2007年信用卡市场新趋势分析	116
第二节 中国信用卡市场规模与结构变动趋势	117
一、中国信用卡市场的规模将实现实质性扩张	117
二、中国信用卡市场将可能转向多寡头垄断竞争的市场结构	118
三、中国信用卡市场的交易结构和收入结构将不断趋于合理	119
第三节 最终信用卡业务将会实现盈利分析	119
一、信用卡业务有着极大的增长空间	119
二、信用卡实现盈利有滞后期分析	120
三、持卡人结构得到优化	120
四、循环利息有望在未来成为主要收入来源	120
五、商业银行合作探究	121

图表目录

图表 1 世界5大银行卡发行机构	12
图表 2 2005-2006年中国海外银联消费情况统计	14
图表 3 个人网上消费支付情况比例	14
图表 4 2003-2007年中国信用卡发行量增长状况 万张	21
图表 5 2007年中国信用卡总体细分市场及典型产品情况	22
图表 6 2007年中国信用卡总体细分市场统计	23
图表 7 2005-2014招商银行信用卡收入情况	25
图表 8 2006-2015年招行信用卡业务收入比重	25
图表 9 世界主要国家和地区信用卡业务收入结构比较	27
图表 10 2007年中国新增百货零售类联名信用卡汇总	40
图表 11 2007年新增企业零售类联名信用卡汇总	42

图表 12	2007年新增城市认同类信用卡汇总	42
图表 13	2007年新增航空联名信用卡汇总	43
图表 14	2007年新增名校认同类信用卡汇总	44
图表 15	2007年新增汽车类信用卡汇总表	45
图表 16	: 2003-2007年中国信用卡发行量增长状况 万张	46
图表 17	: 2006年中国主要商业银行信用卡发行量排名	47
图表 18	2007年中国主要商业银行信用卡发行量排名	48
图表 19	2008年中国主要银行增长率及推动因素	49
图表 20	07, 08年中国主要银行的净利增长表	49
图表 21	2007年1-6月中国新增信用卡标准占比	54
图表 22	中国发卡银行2007年1-6月新增信用卡产品	55
图表 23	工商银行07年1-6月新增信用卡产品	56
图表 24	招商银行07年1-6月新增信用卡产品	56
图表 25	建设银行07年1-6月新增信用卡产品	58
图表 26	中国银行07年1-6月新增信用卡产品	59
图表 27	中信银行07年1-6月新增信用卡产品	60
图表 28	兴业银行07年1-6月新增信用卡产品	60
图表 29	浦发行07年1-6月新增信用卡产品	61
图表 30	民生银行07年1-6月新增信用卡产品	62
图表 31	交通银行07年1-6月新增信用卡产品	62
图表 32	中国其他银行07年1-6月新增信用卡产品	62
图表 33	2006年信用卡持卡人性别情况	64
图表 34	2006信用卡持卡人年龄分布情况	65
图表 35	2006年信用卡持卡人职业情况	65
图表 36	2006年信用卡持卡人职位分布情况	66
图表 37	2006年信用卡持卡人月收入情况	66
图表 38	2006信用卡持卡人月消费金额情况	67
图表 39	被调查城市月刷卡频率情况	68
图表 40	信用卡持卡人刷卡心理动机情况	69
图表 41	信用卡持卡人使用目的情况	70
图表 42	2004年美国信用卡市场主要品牌市场占有率	72
图表 43	2004-2006年5月货币市场利率走势图	74

图表 44 消费者对循环信用的认知和使用情况比例图	109
图表 45 国内部分消费者不使用信用卡各种因素比例图	109
图表 46 2007年国内各种信用卡促销手段使用频率比例图	110
图表 47 客户生命周期计算表	118

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44042.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。