

2024-2030年中国信用卡行业发展前景预测及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国信用卡行业发展前景预测及投资战略咨询报告》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/channel/bank/982623.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

《2024-2030年中国信用卡行业发展前景预测及投资战略咨询报告》由华经产业研究院研发团队精心研究编制，对信用卡行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合信用卡行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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家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 信用卡市场综述

第一节 信用卡的定义

第二节 信用卡的特征

一、信用卡的特点

二、信用卡业务的特点

第三节 信用卡的类别

一、按发卡机构划分

二、按清偿方式划分

三、按流通范围划分

四、按结算的货币划分

五、按从属关系划分

六、按发卡对象划分

七、按形状不同分类

八、按信息存储媒介划分

九、按帐户币种数目分类

十、按持卡人信誉地位和资信情况划分

第四节 信用卡发展简述

一、信用卡的起源

二、信用卡的历史

三、信用卡的组织

第五节 信用卡的交易使用方式

- 一、POS机刷卡
- 二、RFID机拍卡
- 三、手工压单
- 四、网络支付
- 五、电视、电话交易
- 六、预授权

第六节 信用卡的相关问题

- 一、收费问题
- 二、安全问题
- 三、还款及欠款问题

第二章 2019-2023年全球信用卡市场发展分析

第一节 美国信用卡发展分析

第二节 2019-2023年中国香港信用卡贷款分析

第三节 2019-2023年中国澳门信用卡统计分析

第四节 国外开展信用卡业务的经验及启示

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本

第五节 国外信用卡业务的四大发展趋势

- 一、网上信用卡势不可挡
- 二、非核心处理业务将进一步外包
- 三、依靠CRM客户关系管理发行信用卡
- 四、芯片卡将扮演重要角色

第三章 2019-2023年中国信用卡市场发展分析

第一节 中国信用卡业务发展现状概述

第二节 国际形势对中国信用卡市场的影响分析

- 一、国际形势对中资银行的影响
- 二、国际形势下中国信用卡市场表现
- 三、国际形势下中国信用卡市场走势
- 四、中国信用卡市场或步入拐点
- 五、信用卡资产质量面临大考验
- 六、信用卡不良率提高
- 七、国际形势对中国信用卡产业发展的启示

第三节 2019-2023年中国信用卡市场发展情况

一、2024-2030年市场总体发展状况

二、2024-2030年市场发卡规模状况

三、2024-2030年市场产品结构状况

(一) 按照发卡组织分类

(二) 根据卡片币种进行分类

(三) 根据卡片是否联名进行分类

(四) 根据卡片的发行区域分类

第四节 2019-2023年信用卡市场热点分析

一、2019-2023年度信用卡市场热点分析

二、2024-2030年度信用卡市场热点分析

第五节 2019-2023年信用卡市场运行分析

一、2019-2023年度市场发卡规模状况

二、2019-2023年度市场产品结构状况

(一) 按照发卡组织分类

(二) 根据卡片币种进行分类

(三) 根据卡片是否联名进行分类

(四) 根据卡片的发行区域分类

三、2019-2023年度市场产品结构状况

(一) 按照发卡组织分类

(二) 根据卡片币种进行分类

(三) 根据卡片是否联名进行分类

第六节 2019-2023年中国银行卡消费信心指数分析

第四章 中国信用卡市场综合发展分析

第一节 中国信用卡市场价格博弈与选择分析

一、信用卡主体市场定位与运作机制的经济学分析

二、信用卡市场的基本定价模式

三、基于不同市场定位的信用卡市场定价策略选择

四、重要结论

第二节 中国信用卡高利率现象的理论分析

第三节 对现金高投放态势下促进信用卡产业发展的分析

第四节 发展区域性银行信用卡业务的途径分析

第五节 信用卡被盗后透支纠纷对银行的启示

第六节 信用卡预授权交易纠纷对银行的启示

第七节 信用卡集体办理纠纷对银行的启示

第八节 信用卡恶意透支引起纠纷对银行的启示

第五章 中国信用卡市场分析

第一节 信用卡本地预借现金手续费分析

第二节 信用卡使用误区调查分析

第三节 信用卡分期付款调查分析

一、分期付款方式介绍

(一) 任意分期付款

(二) zhiding商户分期付款

(三) 邮购分期付款

二、提防分期付款涉及的其它费用

(一) 超限费

(二) 滞纳金

(三) 循环利息

(四) 提前还款涉及费用

第六章 中国银行信用卡业务发展分析

第一节 14家银行信用卡任意分期成本分析

一、发卡行之间横向比较

二、信用卡分期付款VS银行短期daikuan

第二节 14家银行信用卡短信通知费分析

第三节 14家银行信用卡防盗安全系数分析

一、挂失前失卡保障

二、挂失方法

三、交易短信通知

四、综合排名

第四节 中国银行信用卡年费分析

一、年费金额比较

(一) 均值比较

(二) 等级比较

二、年费周期和年费收取时间

(一) 年费周期

(二) 年费收取时间

三、年费减免政策

- (一) 首年费
- (二) 减免规则
- (三) 附属卡、异型卡年费
- (四) “变相”的年费

第五节 中国银行信用卡八大还款方式分析

- 一、发卡行内还款
- 二、跨行转账/汇款还款
- 三、网络还款
 - (一) 银联在线
 - (二) 快钱
- 四、便利店还款
- 五.柜面通还款
- 六.信付通还款
- 七.还款通
- 八.其它还款方式

第六节 首张外资银行信用卡分析

- 一、东亚银行(中国)背景
- 二、卡片介绍
- 三、卡片对比
 - (一) 费率类
 - (二) 业务类
 - (三) 增值服务类

第七章 中国银行信用卡测评分析

第一节 标准卡

- 一、测评对象
- 二、分值计算结构说明
- 三、测评结果分析
 - (一) 综合分析
 - (二) 项目分析

第二节 航空卡

- 一、评测对象
- 二、分值计算结构说明
- 三、测评结果分析
 - (一) 综合分析

（二）项目分析

第三节 汽车卡

一、评测对象

二、分值计算结构说明

三、测评结果分析

（一）综合分析

（二）项目分析

第四节 女人卡

一、评测对象

二、分值计算结构说明

三、评测结果分析

（一）综合分析

（二）项目分析

第五节 学生卡

一、评测对象

二、分值计算结构说明

三、测评结果分析

（一）综合分析

（二）项目分析

第八章 2019-2023年中国信用卡市场营销分析

第一节 2019-2023年中国信用卡市场营销状况

一、产品策略

二、价格策略

三、促销策略

第二节 2019-2023年中国信用卡市场营销状况

一、产品策略

二、价格策略

三、促销策略

第三节 中国信用卡营销所面临的问题分析

一、信用卡营销的观念陈旧

二、信用卡营销的环境不优

三、信用卡营销的基础薄弱

四、信用卡营销的创新不足

第四节 中国信用卡消费群差异化需求分析

一、中下等收入群体

二、中等收入群体

三、中上等收入群体

四、高收入群体

五、超高收入群体

第五节 中国信用卡和理财产品消费市场分析

第六节 中国信用卡营销模式分析

第七节 促进中国信用卡营销的对策建议

一、倡导信用卡营销的科学观念

二、优化信用卡营销的整体环境

三、夯实信用卡营销的基础工作

四、加快信用卡营销的整体创新

第九章 中国信用卡市场竞争分析

第一节 中国信用卡市场竞争态势分析

第二节 中国信用卡市场品牌竞争分析

一、走出同质化困局

二、品牌成为营销出路

三、实施品牌竞争

(一) 人性化服务

(二) 差异化服务

(三) 有形化服务

第三节 四大国有银行信用卡市场主体竞争力分析

一、工商银行

二、建设银行

三、农业银行

四、中国银行

第四节 中国信用卡市场高端客户群竞争分析

第五节 中国信用卡市场竞争策略分析

第六节 信息时代的信用卡竞争战略分析

一、信息时代的信用卡产业环境

(一) 顾客成为市场主导

(二) 竞争更加激烈

(三) 以计算机为代表的信息技术广泛运用

二、信息时代的竞争战略

- (一) 微细分
 - (二) 客户化定制
 - (三) 信息基础设施
- 三、大规模定制和竞争优势

第十章 中国信用卡市场风险分析

第一节 信用卡业务的风险特点及其类型

- 一、信用卡业务风险特点
- 二、信用卡业务主要风险类型
 - (一) 贷款风险
 - (二) 欺诈风险
 - (三) 操作风险

第二节 中国银行信用卡业务面临的现实风险分析

- 一、缺乏完善透明的个人信用信息体系
- 二、骗取银行贷款资金现象较为突出
- 三、征信审核质量和技术手段相对滞后

第三节 信用卡套现及其风险防范分析

- 一、信用卡套现及其表现形式
- 二、信用卡套现动机分析
 - (一) 持卡人
 - (二) 特约商户
 - (三) 其他中介机构
- 三、信用卡套现渠道分析
 - (一) 网站假购物真套现
 - (二) 利用POS机套现
 - (三) 通过消费退款套现
- 四、信用卡套现的风险和危害
- 五、防范信用卡套现的措施及建议

第四节 信用卡逾期情况分析对策

- 一、逾期的类型
- 二、催收策略
- 三、逾期账户的风险防范措施

第五节 信用卡业务风险控制探析

- 一、持卡人信用风险及控制
 - (一) 授信环节

(二) 征信环节

(三) 透支催收环节

(四) 客户管理环节

(五) 伪冒控管环节

二、特约商户交易风险及控制

(一) 特约商户拓展环节

(二) 特约商户日常管理环节

三、银行内部操作风险及控制

第六节 做好信用卡业务风险管理的几点要求

一、坚定产业信念并研究信用卡风险管理战略

二、明确信用卡业务风险管理目标

三、高度重视培养专业化的管理团队

四、大力加强销售环节 的风险控制

五、逐步建立全社会范围的个人信用体系

第十一章 中国信用卡市场发展趋势分析

第一节 2019-2023年国际经济环境分析

一、2024-2030年世界经济运行的特点

二、2024-2030年世界经济发展形势

三、2024-2030年国际金融市场展望

四、2024-2030年全球贸易和FDI展望

五、2024-2030年世界经济发展趋势

六、2024-2030年全球经济形势展望

第二节 2019-2023年中国经济环境分析

一、2024-2030年中国宏观经济运行指标分析

二、2019-2023年中国宏观经济景气指数分析

三、国际形势下的中国政策选择

四、2024-2030年中国宏观经济发展展望

五、2024-2030年中国宏观经济形势分析

第三节 中国信用卡业务发展趋势预测

一、信用卡仍是个人金融服务市场成长最快的产品线

二、中国信用卡业务未来仍将超常发展

三、信用卡催收新趋势

四、银行商场联推信用卡成趋势

五、2024-2030年中国信用卡业务新趋势

六、2024-2030年中国信用卡发卡量预测

第四节 中国信用卡市场规模与结构的变动趋势

第十二章 中国信用卡市场发展策略分析

第一节 信用卡各发展时期主要特征与市场策略

第二节 中国信用卡产业的未来发展思路 and 措施

第三节 国际形势下中国信用卡产业发展之路

一、持续扩大规模，提高质量效益

二、进行结构调整，改善运行质态

三、加快观念转变，提升客户服务

四、加强资产管理，提高监控质量

五、尝试跨国合作，启动海外业务

六、强化品牌建设，升华品质内涵

图表目录：

图表：2019-2023年美国信用卡用户对信用卡网络服务的态度和使用情况

图表：2019-2023年信用卡发卡量增长曲线

图表：2019-2023年中国信用卡发卡量季度增速图

图表：2019-2023年发卡组织所占比重情况

图表：2019-2023年卡片币种所占比重情况

图表：2019-2023年联名、标准、主题卡占比情况

图表：2019-2023年各银行联名卡片排名情况

图表：2019-2023年区域卡片占比情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/bank/982623.html>