

2024-2030年中国信用卡市场深度评估与前景趋势报告

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

《2024-2030年中国信用卡市场深度评估与前景趋势报告》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/202310/413346.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

信用卡进入中国基本上与中国的改革开放同时，但其后信用卡在中国的发展就一直落后于改革开放的步伐。从1995年到2000年的时间里，中国真正意义上的信用卡市场开始产生，并步入初步启动阶段。中国加入WTO后，面对中国信用卡市场开放趋势的加速和外资金融机构的潜在竞争，国内主要商业银行纷纷加大了在信用卡业务上的投入，中国信用卡市场开始进入实质性启动阶段。

2021年以来，随着疫情后的消费复苏、国内经济逐渐回暖、央行取消信用卡透支利率上下限管理等政策出台，信用卡行业的各项指标不断提升，如今已经成为我国居民使用最广泛的非现金支付工具。截至2021年末，银行卡授信总额为21.02万亿元，同比增长10.86%；银行卡应偿信贷余额为8.62万亿元，同比增长8.90%。银行卡卡均授信额度2.63万元，授信使用率为40.99%。信用卡逾期半年未偿信贷总额10860.39亿元，占信用卡应偿信贷余额的1.00%。截至2022年三季度末，银行卡授信总额22.10万亿元，环比增长1.57%；银行卡应偿信贷余额8.76万亿元，环比增长1.18%。

从中国信用卡发展状况来看，同质化竞争依然激烈，但已经不再拘泥于同类产品定位上的竞争，而是上升到附加服务、贵宾礼遇的竞争，这就迫使部分信用卡产品必须根据问题，全面调整、全线升级。从短期来看，服务升级能够吸引更为成熟的持卡人；从长期来看，全面提升信用卡服务水平，进而拉动信用卡业务升级，才符合信用卡的发展趋势。2022年7月7日，中国银保监会、中国人民银行发布了《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》，其中明确要求银行业金融机构不得直接或间接以发卡量、客户数量、市场占有率或市场排名等作为单一或主要考核指标；长期睡眠卡率超过20%的银行业金融机构不得新增发卡。2022年9月22日，中国银保监会官网发布了《关于防范租借信用卡的风险提示》。针对监管中发现的部分持卡人将名下信用卡出租、出借等行为，银保监会指出持卡人出租、出借信用卡等行为的违法性，特别提示了这种行为可能给本人及家庭造成资金和征信受损的风险。

虽然目前国内只有招行等为数不多的商业银行在信用卡领域实现盈利，然而盈利的预期却是相当诱人。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，盈利状况趋向好转，未来发展前景广阔。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国信用卡市场深度评估与前景趋势报告》共十章。首先介绍了信用卡的定义、分类、功能等，接着分析了国际国内银行卡产业和信用卡产业的现状，并具体介绍了女性信用卡、大学生信用卡、联名信用卡、公务卡及其它信用卡的发展。随后，报告对信用卡市场做了五大国有商业银行信用卡业务分析、主要股份制银行信用卡业务分

析和非银行类主体信用卡业务分析。最后，报告对中国信用卡市场的发展前景及趋势进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中国银行业监督管理委员会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国银行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对信用卡市场有个系统深入的了解、或者想投资信用卡相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 信用卡相关概述

1.1 信用卡的定义及分类

1.1.1 信用卡的定义

1.1.2 信用卡的分类

1.1.3 信用卡的特点

1.2 信用卡的功能与用途

1.2.1 信用卡的功能

1.2.2 信用卡的用途

1.3 信用卡的定位分析

1.3.1 货币比较

1.3.2 票据比较

1.3.3 借记卡比较

1.3.4 现金、支票比较

1.4 信用卡的盈利模式

1.4.1 利息收入

1.4.2 商户回佣

1.4.3 年费收入

1.4.4 分期手续费

1.4.5 滞纳金

1.4.6 取现手续费

第二章 2021-2023年中国银行卡产业发展分析

2.1 中国银行卡产业发展综述

- 2.1.1 产业发展历程
- 2.1.2 产业发展成就
- 2.1.3 业务发展情况
- 2.1.4 安全支付发展
- 2.2 2021-2023年中国银行卡业务运行分析
 - 2.2.1 2020年市场规模
 - 2.2.2 2021年市场规模
 - 2.2.3 2022年市场规模
- 2.3 中国银行卡产业价值链分析
 - 2.3.1 价值链构成
 - 2.3.2 价值链应用
 - 2.3.3 面临的问题
 - 2.3.4 发展策略
- 2.4 中国银行卡产业面临的问题及挑战
 - 2.4.1 政策法规调整略显滞后
 - 2.4.2 欺诈风险出现新特征
 - 2.4.3 信用风险仍需引起重视
 - 2.4.4 产业收入结构不平衡
 - 2.4.5 权益保护提出更高要求
- 2.5 中国银行卡产业发展对策分析
 - 2.5.1 总体发展策略
 - 2.5.2 加强制度建设
 - 2.5.3 强化业务监管
 - 2.5.4 风险防范对策

第三章 2021-2023年全球信用卡产业发展分析

- 3.1 全球信用卡产业发展综述
 - 3.1.1 国际信用卡组织
 - 3.1.2 信用卡业务创新
 - 3.1.3 信用卡创新启示
- 3.2 美国信用卡产业发展分析
 - 3.2.1 定价机制演变

- 3.2.2 市场发展现状
- 3.2.3 商业模式分析
- 3.2.4 市场监管分析
- 3.3 日本信用卡产业发展分析
 - 3.3.1 产业发展现状
 - 3.3.2 企业发展动态
 - 3.3.3 交易安全问题
 - 3.3.4 信用卡消费信贷
 - 3.3.5 营销策略分析
- 3.4 韩国信用卡产业发展分析
 - 3.4.1 市场规模现状
 - 3.4.2 市场发展特点
 - 3.4.3 企业发展动态
 - 3.4.4 市场监管分析
- 3.5 其他国家信用卡发展分析
 - 3.5.1 英国
 - 3.5.2 新加坡
 - 3.5.3 澳大利亚

第四章 2021-2023年中国信用卡产业发展分析

- 4.1 中国信用卡产业发展综述
 - 4.1.1 定价发展历程
 - 4.1.2 产业链分析
 - 4.1.3 政策环境分析
 - 4.1.4 大数据环境分析
- 4.2 中国信用卡产业运行状况
 - 4.2.1 市场规模分析
 - 4.2.2 市场份额分析
 - 4.2.3 信用卡透支情况
 - 4.2.4 绿色低碳信用卡
- 4.3 中国信用卡行业业务对比分析
 - 4.3.1 新增卡量对比

- 4.3.2 贷款余额对比
- 4.3.3 消费额对比
- 4.3.4 盈利收入对比
- 4.3.5 不良率对比
- 4.4 中国信用卡用户分析
 - 4.4.1 用户特征分析
 - 4.4.2 用户申请情况
 - 4.4.3 用卡体验分析
- 4.5 中国信用卡市场竞争分析
 - 4.5.1 市场竞争态势
 - 4.5.2 企业竞争策略
 - 4.5.3 业务竞争策略
- 4.6 中国线上信用卡业务发展分析
 - 4.6.1 业务试点支持政策
 - 4.6.2 线上业务发展形势
 - 4.6.3 线上业务发展状况
 - 4.6.4 业务经营现存问题
 - 4.6.5 线上业务发展对策
- 4.7 中国信用卡行业风险管理分析
 - 4.7.1 主要风险种类
 - 4.7.2 风险成因分析
 - 4.7.3 风险防范策略
- 4.8 中国信用卡产业发展存在的问题
 - 4.8.1 法律法规问题
 - 4.8.2 使用率问题
 - 4.8.3 恶性竞争问题
 - 4.8.4 盈利能力问题
 - 4.8.5 套现问题分析
- 4.9 中国信用卡产业发展对策分析
 - 4.9.1 风控模式转型
 - 4.9.2 创新业务模式
 - 4.9.3 保护客户数据隐私

- 4.9.4 高质量发展建议
- 4.9.5 防范套现对策建议

第五章 2021-2023年信用卡细分市场分析

- 5.1 女性信用卡
 - 5.1.1 市场发展需求
 - 5.1.2 产品现状盘点
 - 5.1.3 产品发布动态
 - 5.1.4 营销存在难题
 - 5.1.5 业务营销策略
 - 5.1.6 市场发展前景
- 5.2 大学生信用卡
 - 5.2.1 行业基本概念
 - 5.2.2 客户群体分析
 - 5.2.3 区域发展动态
 - 5.2.4 风险及控制措施
 - 5.2.5 市场发展建议
- 5.3 联名信用卡
 - 5.3.1 行业基本概念
 - 5.3.2 市场发展现状
 - 5.3.3 产品创新情况
 - 5.3.4 发展现存问题
 - 5.3.5 产品营销策略
- 5.4 公务卡
 - 5.4.1 行业基本概念
 - 5.4.2 基本特点分析
 - 5.4.3 实行意义分析
 - 5.4.4 区域发展动态
 - 5.4.5 发展现存问题
 - 5.4.6 发展对策建议
- 5.5 其他信用卡
 - 5.5.1 黑金信用卡

- 5.5.2 主题类信用卡
- 5.5.3 旅游信用卡
- 5.5.4 汽车信用卡
- 5.5.5 航空信用卡

第六章 信用卡市场营销发展分析

- 6.1 信用卡市场营销发展综述
 - 6.1.1 营销的内容
 - 6.1.2 营销精细化
 - 6.1.3 第三方影响
 - 6.1.4 用户体验
- 6.2 信用卡营销存在的问题
 - 6.2.1 产品同质化
 - 6.2.2 盈利空间狭隘
 - 6.2.3 营销形式雷同
 - 6.2.4 品牌特色不鲜明
 - 6.2.5 营业网点存在问题
- 6.3 信用卡的营销模式分析
 - 6.3.1 国内营销模式
 - 6.3.2 精准营销模式
 - 6.3.3 场景营销模式
 - 6.3.4 “互联网+”营销模式
 - 6.3.5 DIY模式
- 6.4 信用卡的营销策略分析
 - 6.4.1 营销优化总体策略
 - 6.4.2 构建营销氛围
 - 6.4.3 加强产品宣传
 - 6.4.4 挖掘客户需求
 - 6.4.5 运用营销技巧
 - 6.4.6 网点问题解决策略

第七章 2021-2023年五大国有商业银行信用卡业务分析

7.1 中国工商银行股份有限公司

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 企业财务状况

7.1.3 信用卡业务现状

7.1.4 信用卡数字化转型

7.2 中国建设银行股份有限公司

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 企业财务状况

7.2.3 信用卡业务现状

7.2.4 信用卡业务动向

7.3 中国银行股份有限公司

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 企业财务状况

7.3.3 信用卡业务现状

7.3.4 信用卡业务动态

7.4 中国农业银行股份有限公司

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 企业财务状况

7.4.3 信用卡业务现状

7.5 交通银行股份有限公司

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 企业财务状况

7.5.3 信用卡发展现状

7.5.4 信用卡业务动向

第八章 2021-2023年中国主要股份制银行信用卡业务分析

8.1 招商银行

8.1.1 公司简介

8.1.2 公司发展历程

8.1.3 公司财务状况

8.1.4 信用卡业务发展热点

8.1.5 信用卡业务经营现状

- 8.1.6 信用卡业务发展方向
- 8.2 中信银行
 - 8.2.1 公司简介
 - 8.2.2 公司财务状况
 - 8.2.3 信用卡发展历程
 - 8.2.4 信用卡业务经营现状
 - 8.2.5 信用卡业务经营规模
 - 8.2.6 信用卡业务发展动向
- 8.3 民生银行
 - 8.3.1 公司简介
 - 8.3.2 公司财务状况
 - 8.3.3 信用卡业务经营现状
 - 8.3.4 信用卡中心发展举措
 - 8.3.5 信用卡业务发展动向
- 8.4 平安银行
 - 8.4.1 公司简介
 - 8.4.2 公司财务状况
 - 8.4.3 信用卡业务经营现状
 - 8.4.4 信用卡业务发展动向
- 8.5 上海浦发银行
 - 8.5.1 公司简介
 - 8.5.2 公司财务状况
 - 8.5.3 信用卡业务经营现状
 - 8.5.4 信用卡业务发展动向
- 8.6 兴业银行
 - 8.6.1 公司简介
 - 8.6.2 公司财务状况
 - 8.6.3 信用卡业务发展历程
 - 8.6.4 信用卡业务经营现状
 - 8.6.5 信用卡业务发展动向
- 8.7 光大银行
 - 8.7.1 公司简介

- 8.7.2 公司财务状况
- 8.7.3 信用卡业务经营现状
- 8.7.4 信用卡业务发展动向
- 8.8 华夏银行
 - 8.8.1 公司简介
 - 8.8.2 公司财务状况
 - 8.8.3 信用卡业务经营现状
 - 8.8.4 信用卡业务发展动向
- 8.9 广发银行
 - 8.9.1 公司简介
 - 8.9.2 信用卡的特点分析
 - 8.9.3 信用卡业务经营现状
 - 8.9.4 数字化助力信用卡产业转型
 - 8.9.5 信用卡业务发展动向

第九章 2021-2023年中国信用卡市场非银行类主体分析

- 9.1 中国银联
 - 9.1.1 中国银联简介
 - 9.1.2 国内信用卡业务动态
 - 9.1.3 国际信用卡业务拓展
- 9.2 Visa
 - 9.2.1 组织简介
 - 9.2.2 企业财务状况分析
 - 9.2.3 信用卡经营状况分析
 - 9.2.4 在华信用卡业务动态
- 9.3 万事达
 - 9.3.1 组织简介
 - 9.3.2 经营状况分析
 - 9.3.3 信用卡合作动态
 - 9.3.4 在华信用卡业务动态
- 9.4 美国运通
 - 9.4.1 组织简介

- 9.4.2 经营状况分析
- 9.4.3 在华信用卡业务动态
- 9.5 JCB
- 9.5.1 公司简介
- 9.5.2 信用卡业务动态
- 9.5.3 在华业务发展方针

第十章 对信用卡产业发展趋势预测

- 10.1 银行卡产业未来发展趋势及前景展望
 - 10.1.1 产业发展趋势
 - 10.1.2 行业发展方向
- 10.2 信用卡产业未来发展趋势及前景展望
 - 10.2.1 业务发展趋势
 - 10.2.2 未来走向分析
 - 10.2.3 高端市场展望
- 10.3 对2024-2030年中国信用卡市场预测分析
 - 10.3.1 2024-2030年中国信用卡市场影响因素分析
 - 10.3.2 2024-2030年中国信用卡发卡量预测
 - 10.3.3 2024-2030年中国信用卡授信总额预测

附录

- 附录一：关于防范租借信用卡的风险提示
- 附录二：关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知
- 附录三：中国人民银行关于推进信用卡透支利率市场化改革的通知

图表目录

- 图表1 银行卡刷卡手续费项目及费率上限
- 图表2 上市银行信用卡取现手续费标准
- 图表3 银行卡产业价值链
- 图表4 1984-2009年美国个人贷款、信用卡贷款余额
- 图表5 2010-2021年美国个人贷款、信用卡贷款余额
- 图表6 1984-2021年美国个人贷款中信用卡贷款占比
- 图表7 1994-2021年美国信用卡贷款利率、个人贷款利率

图表8 1984-2021年美国信用卡贷款逾期率、不良率、核销率

图表9 2020-2022年季度信用卡在用数量与增长率

图表10 2020-2022年季度信贷总额与应偿信贷总额

图表11 2020-2022年季度逾期半年未偿信贷总额

图表12 2021年国有大行、股份制银行发卡情况、不良率

图表13 2021年全国性银行透支情况

图表14 我国商业银行绿色低碳信用卡业务发展概况

图表15 2021年国有六大行信用卡发卡量

图表16 2022年全国性银行新增信用卡数量

图表17 2021年国有六大行信用卡承诺金额/贷款月

图表18 2021年国有六大行零售贷款余额/信用卡贷款余额

图表19 2022年25家上市银行信用卡贷款余额变化

图表20 2019-2021年国有六大行信用卡消费额

图表21 2021年国有六行信用卡不良贷款/不良率

图表22 2022年上市银行信用卡资产质量情况

图表23 信用卡持卡人性别分布

图表24 信用卡持卡人年龄分布

图表25 信用卡持卡人个人月收入分布

图表26 信用卡持卡人家庭月收入分布

图表27 获取信用卡相关信息的渠道

图表28 申请信用卡的考虑因素

图表29 持卡人对于信用卡申请和使用各环节的满意度

图表30 招商银行基于信用卡APP打造的场景生态服务闭环

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/413346.html>