



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国银行卡业务发展前景深度剖析与投资潜力研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国银行卡业务发展前景深度剖析与投资潜力研究报告》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/158776.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

摘要：

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国银行卡业务行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，银行卡业务行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国流苏包行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，银行卡业务行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国银行卡业务行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，银行卡业务行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。银行卡业务行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是银行卡业务行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国银行卡业务行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助银行卡业务行业企业准确把握行业发展动向、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，以及我中心对银行卡业务行业的实地调研，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一章 2010年中国银行卡市场发展环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010年中国银行卡市场政策法律环境分析

- 一、中国政府力促消费拉动经济增长
- 二、《银行卡条例》的出台已经具备现实基础和理论条件
- 三、对外资银行银行卡业务逐步开放
- 四、中国个人信用制度的政策分析

五、对银行卡业务监管逐渐增强

第三节 2010年中国银行卡市场社会环境分析

一、个人消费信贷理念增强

二、居民支付行为习惯发生变化

第二章 2010年中国银行卡产业价值链分析

第一节 银行卡产业价值链概述

一、银行卡产业价值链定义

二、银行卡产业价值链的构成分析

第二节 2010年中国银行卡产业链透析

一、中国银行卡产业链初步形成

二、加强银行卡产业链各环节规范管理

三、以市场手段完善银行卡产业链

第三节 2010年中国银行卡产业价值链发展中存在的问题

一、持卡人与特约商户普及率过低

二、市场主体单一,市场化程度低

三、价值链各参与者利益驱动严重不足

第四节 2010年中国改进中国银行卡产业价值链的对策

一、利用外包和战略联盟手段实现银行卡价值链优化

二、建立合理的分配机制,调动价值链参与主体的积极性

三、实行公司化改革战略,建立符合市场规律的运作机制

第三章 2010年中国银行卡市场发展状况分析

第一节 2010年银行卡市场总体情况

一、银行卡市场发卡总体情况

二、各类发卡机构总体情况

三、各类发卡机构每季度新卡发行情况

第二节 2010年银行卡产品总体情况

一、按发卡机构分

二、按照是否可以透支分

三、按照是否联名分

四、按照发行范围分

第四章 2010年中国银行卡市场主要发卡机构新卡发行分析

第一节 2010年中国银行卡市场主要发卡机构的选择

一、分析对象

二、选择依据

第二节 2010年A类发卡机构银行卡业务分析

一、中国工商银行

二、中国农业银行

三、中国银行

四、中国建设银行

五、交通银行

六、招商银行

七、中信银行

八、浦发银行

第三节 2010年B类发卡机构银行卡业务分析

一、兴业银行

二、深圳发展银行

第四节 2010年C类发卡机构银行卡业务分析

一、上海银行

二、重庆农商行

三、东亚银行

第五章 2010年中国信用卡业务市场运行分析

第一节 2010年中国信用卡市场概况

一、中国信用卡产业发展历程

二、中国信用卡产业亮点分析

三、中国信用卡市场结构分析

四、中国信用卡市场进入战略机遇期

五、我国信用卡业务升级步伐加快

第二节 2010年中国信用卡市场深度剖析

一、女性专用信用卡市场趋热

二、学生信用卡市场机遇与挑战并存

三、国内五银行联合发行慈善信用卡

四、旅游信用卡迎来市场机遇

五、汽车信用卡功能逐渐完善

第六章 其他银行卡市场分析

第一节 借记卡

一、国内借记卡市场发展概况

二、外资银行进入国内借记卡市场

三、大型商业银行发行借记卡的优劣势

四、大型商业银行借记卡业务发展策略

第二节 公务卡

一、中国公务卡业务的主要内容

二、国内公务卡的发行情况

三、中国积极推进公务卡改革

四、我国公务卡业务面临的主要矛盾

五、公务卡推广应用中存在的问题及对策

第三节 农民工银行卡

一、农民工银行卡特色服务概述

二、我国农民工银行卡交易额分析

三、农民工银行卡特色服务存在的不足

四、加快农民工银行卡特色业务发展的措施

第七章 2010年中国银行卡区域市场运行分析

第一节 2010年深圳市银行卡市场运行分析

一、深圳市银行卡渗透率成因分析

1、发展具有先天优势

2、受理市场建设良好

3、提高银行卡的普及率

4、重视银行卡的推广

二、深圳市银行卡收单市场分析

1、机具补偿费成矛盾焦点

2、行政手段清理间联POS机

第二节 上海

- 一、上海发展银行卡业的有利因素
- 二、上海银行卡市场平稳增长
- 三、上海市贷记卡发卡数量增长迅猛
- 四、银行卡业促进上海国际金融中心建设
- 五、2010年上海银行卡普及率可达国际发达城市水平

第三节 北京

- 一、北京银行卡市场迅速扩张
- 二、北京市积极改善信用卡受理环境
- 三、北京市大力推进公务卡改革

第八章 2010年中国银行卡市场主要银行竞争格局分析

第一节 2010年中国银行卡市场主要银行产品竞争分析

- 一、标准卡市场
- 二、联名卡市场
- 三、主题卡市场

第二节 2010年中国银行卡市场主要银行品牌竞争分析

第九章 2010年中国银行卡市场发展趋势分析

第一节 银行卡市场规模将进一步扩大，增速继续放缓

第二节 银行卡受理环境将进一步改善

第三节 银行卡市场交易结构和收入结构将不断趋于合理

第四节 银联品牌认知度将进一步提高，国际化步伐得到加速

第五节 银行卡业务外包业务将继续保持有监管下的稳步发展

第六节 银行卡高端市场的争夺将更加激烈

第七节 监管部门对银行卡业务的监管将进一步加强

第八节 银行卡支付将更加安全

第九节 银行卡卡面个性化趋势更加明显

第十节 银行卡营销手段将不断翻新

第十一节 银行卡品牌营销趋势显著

- 一、银行卡进入品牌营销时代
- 二、打造银行卡最佳品牌忠诚度成为银行卡激活的竞争主流

第十章 2011-2015年中国银行卡市场发展策略分析

第一节 坚持银行卡的产品创新策略

- 一、产品创新的内涵
- 二、当前银行卡产品创新存在的问题
- 三、银行卡产品创新要处理好的几个关系
- 四、银行卡产品创新的配套措施

第二节 提高信用卡产品卡面设计水平

- 一、情感拉近型
- 二、彰显个性型
- 三、时尚别致型
- 四、吸引眼球型

第三节 做好品牌服务营销，激活银行卡品牌忠诚度

- 一、差异化服务策略
- 二、人性化服务策略
- 三、增值化服务策略
- 四、有形化服务策略

第四节 提升客户服务品质，提高客户满意度

- 一、在品牌建设中应重视客户服务
- 二、切勿将信用卡品牌建设误以为广告活动
- 三、切勿将客户服务视为客户服务部一个部门的事
- 四、管理人员应经常去第一线亲身体会服务工作
- 五、赋予一线服务人员较高权限处理事务
- 六、要意识到品牌形成的长期性和曲折性

第五节 加强高端客户营销，提高高端客户市场占有率

- 一、我国高端富裕人群的主要特征分析
- 二、商业银行如何营销高端客户

第六节 增强风险管理能力，提高风险控制水平

- 一、硬件设施风险管理
- 二、人员信息风险管理
- 三、生产流程风险管理
- 四、产业内部交流与合作

第七节 稳步推进芯片卡迁移，提高银行卡安全水平

- 一、采取谨慎原则
- 二、从技术等方面来降低迁移成本
- 三、积极推进银行卡业务的创新活动
- 四、认真把好银行卡的发卡关口
- 五、建立和规范芯片卡的检测认证秩序

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：世界主要国家信用卡交易规模

图表：世界主要国家借记卡交易规模

图表：各主要国家和地区信用卡交易占世界交易总额的比重

图表：各主要国家借记卡交易占世界交易总额的比重

图表：英国主要卡支付系统日均交易量

图表：冰岛和比利时的现金交易和银行卡交易的成本

图表：主要发达国家人均非现金支付方式的使用次数

图表：主要发达国家非现金支付方式交易次数构成

图表：2008年5月中国银行卡累计发卡量情况 单位：亿张

图表：2007年人民币银行卡交易额情况 单位：万亿元

图表：2008年5月中国境内银行卡累计受理商户、联网机情况 单位：万户、万台

图表：2008年9月中国境内银行卡累计受理商户、联网机情况 单位：万户、万台

图表：2007年中国境外银行卡累计受理商户、联网机情况 单位：万户、万台

图表：2005年中国银行卡产业相关政策

图表：2006年中国银行卡发卡量情况 单位：张

图表：2006-2007年全国银行卡发卡总量 单位：亿张

图表：2006-2007年全国借记卡发卡量 单位：亿张

图表：2006-2007年全国信用卡发卡量 单位：万张

图表：2006-2007年全国贷记卡发卡总量 单位：万张

图表：2006-2007年全国准贷记卡发卡总量 单位：万张

图表：2006-2007年全国使用非现金支付工具办理业务 单位：亿笔

图表：2006-2007年全国使用非现金支付工具办理业务累计金额 单位：万亿元

图表：2006-2007年中国银行卡支付的消费交易额 单位：万亿元

图表：2006-2007年中国银行卡跨行支付体系处理业务金额情况 单位：万亿元

图表：2007年底全国银行卡受理POS机与ATM机对比图 单位：万台

图表：2007年第一季度与2008年第一季度全国银行卡发卡总量对比 单位：亿张

图表：2007年第一季度与2008年第一季度全国借记卡发卡量对比 单位：亿张

图表：2007年第一季度与2008年第一季度全国信用卡发卡量对比 单位：万张

图表：2008年第一季度境内、外发卡机构数量 单位：家

图表：2008年第一季度全国银行卡跨行支付系统联网情况 单位：万户、万台

图表：2007年第一季度与2008年第一季度全国银行卡消费业务笔数对比 单位：亿笔

图表：2007年第一季度与2008年第一季度全国银行卡消费业务金额对比 单位：亿元

图表：2007年第一季度与2008年第一季度全国银行卡转帐笔数对比 单位：亿笔

图表：2007年第一季度与2008年第一季度全国银行卡转帐金额对比 单位：亿笔

图表：2007年第二季度与2008年第二季度全国借记卡发卡总量对比 单位：亿张

图表：2007年第二季度与2008年第二季度全国信用卡发卡总量对比 单位：亿张

图表：截至2008年6月底国有、股份制商业银行贷记卡发卡总量 单位：万张

图表：2008年第三季度境内、外发卡机构数量 单位：家

图表：2007年第三季度与2008年第三季度全国银行卡发卡总量对比 单位：亿张

图表：2007年第三季度与2008年第三季度全国借记卡发卡总量对比 单位：亿张

图表：2007年第三季度与2008年第三季度全国信用卡发卡总量对比 单位：亿张

图表：2008年第三季度全国银行卡卡、笔均消费金额情况 单位：元 艾凯数据研究中心发布的

《2011-2015年中国银行卡业务发展前景深度剖析与投资潜力研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2007年第三季度与2008年第三季度全国信用卡期末信贷总额对比 单位：亿元

图表：2007年第三季度与2008年第三季度银行支付系统处理业务笔数对比 单位：万笔

图表：2007年第三季度与2008年第三季度银行支付系统处理业务金额对比 单位：亿元

图表：2007年"五一"与2008年"五一"境内银行卡跨行交易笔数对比 单位：万笔

图表：2007年"五一"与2008年"五一"境内银行卡跨行交易金额对比 单位：亿元

图表：2008年"十一"刷卡消费交易金额和笔数占跨行交易的比例

图表：2008年"十一"银联卡境外交易总额和总笔数增长比例

图表：2008春节与2009年春节境内银行卡跨行交易金额对比 单位：亿元

图表：2009年春节刷卡消费金额增长情况

图表：冰岛比利时支付系统的成本

图表：中国银行卡各指标市场集中度 单位：%

图表：可能的市场结构及其度量

图表：各银行相关指标数值

图表：总方差解释

图表：得分表

图表：银行卡产业的相关经济主体与费用往来情况

图表：中国银行卡产生的运行机制

图表：部分行业的现行商户扣率

图表：现行POS机跨行交易结算手续费分配方案

图表：信用卡与借记卡的成本构成

图表：部分国家或地区信用卡交换费率指标

图表：2006年部分城市银行卡指标一览

图表：2006年部分城市人均经济指标一览 单位:元

图表：2006年部分城市人均用卡指标一览 单位:元

图表：1997-2007年深圳POS业务发展情况

图表：深圳部分行业银行卡交易发展情况

图表：双寡头市场的均衡条件

图表：霍特林市场需求模型

图表：银行卡产业运作机制

图表：成本函数的弱增性

图表：中国银行卡产业增长比较

图表：客户需求推动的银行卡业务框架图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158776.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。