

2011-2015年中国银行卡行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国银行卡行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jinrong1011/I991651Y0A.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2010-11-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国银行卡行业市场分析与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了中国银行卡行业的概念，接着分析了中国银行卡行业发展环境，然后对中国银行卡行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国银行卡行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国银行卡行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

据中国人民银行统计数据显示，截至2010年第二季度末，我国累计发行银行卡22.66亿张，同比增长14.5%。其中，借记卡累计发卡量为20.59亿张，同比增长13.3%；信用卡累计发卡量为2.07亿张，同比增长27.3%。截至第二季度末，全国信用卡人均拥有量为0.16张。北京、上海两地信用卡人均拥有量首次突破1张，分别为1.06张、1.01张，远高于全国平均水平。

第一章 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 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 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 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

第二章 中国银行卡市场发展环境分析

第一节 中国银行卡市场经济环境分析

- 一、经济形势受到严峻挑战
- 二、中央经济政策全面转向保增长
- 三、金融危机影响下，中国经济增长趋缓
- 四、中国宏观经济运行情况分析
- 五、中国消费信贷市场分析

第二节 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 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

第三章 中国银行卡市场发展状况分析

第一节 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 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 中国银行卡市场主要发卡机构新卡发行分析

第一节 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 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 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 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 中国信用卡业务市场运行分析

第一节 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 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 中国银行卡区域市场运行分析

第一节 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、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 中国银行卡市场主要银行竞争格局分析

第一节 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 中国银行卡市场主要银行品牌竞争分析

第九章 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建议

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：……

更多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jinrong1011/I991651Y0A.html>