

2011-2015年中国银行卡行业 市场分析与行业调查报告

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行业调查报告》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/jinrong1012/P643802V0G.html>

【报告价格】纸介版**6500**元 电子版**6800**元 纸介+电子**7000**元

【出版日期】2010-12-23

【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行业调查报告》共十章。首先介绍了银行卡行业相关概述、中国银行卡产业运行环境等，接着分析了中国银行卡行业的现状，然后介绍了中国银行卡行业竞争格局。随后，报告对中国银行卡行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国银行卡产业发展前景与投资预测。您若想对银行卡产业有个系统的了解或者想投资银行卡行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 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

第二章 2010年中国银行卡市场发展环境分析

第一节 2010年中国银行卡市场经济环境分析

一、2010年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、2010年中国宏观经济运行情况分析

五、2010年中国消费信贷市场分析

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验服务工作

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

第十章 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

图表名称：部分

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

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

图表 略……

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行业调查报告》，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jinrong1012/P643802V0G.html>