

2014-2020年中国信用卡行业监测与发展趋势研究报告

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

《2014-2020年中国信用卡行业监测与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201407/110046.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。

2011年我国信用卡新增发行量5500万张，累计发行量已达2.85亿张，交易笔数达到28.5亿笔，交易金额达7.56万亿元，延续了2010年的快速增长。2011年，中国银联标识信用卡交易金额和交易笔数在全球的市场份额上升到8.92%，位居全球主要银行卡组织第四位。国内已发行信用卡品牌主要包括：银联、维萨（Visa）、万事达（MasterCard）、运通和JCB等。银联卡仍然占据绝大部分，其次为万事达卡和维萨卡，JCB和运通卡占比相对较低。

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。一些成熟的持卡人早已不受礼品等方式的迷惑，信用卡依托服务的优劣才是持卡人选择产品的首要标准。优质的服务已经成为各类带有服务性质机构增强竞争力的首要条件。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。

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。

本市场分析报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国人民银行、中国银监会、中国银行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及信用卡行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界信用卡行业整体发展大势，对中国信用卡行业的发展现状、市场运行、市场营销、竞争格局、市场风险等进行了分析及预测，并对未来信用卡行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了信用卡行业今后的发展与投资策略。

本信用卡市场分析报告，为信用卡相关企业和单位在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

| | |
|---------------------------|----|
| 第一章 信用卡市场综述 | 1 |
| 第一节 信用卡的定义 | 1 |
| 第二节 信用卡的特征 | 1 |
| 一、信用卡的特点 | 1 |
| 二、信用卡业务的特点 | 3 |
| 第三节 信用卡的类别 | 4 |
| 一、按发卡机构划分 | 5 |
| 二、按清偿方式划分 | 5 |
| 三、按流通范围划分 | 6 |
| 四、按结算的货币划分 | 7 |
| 五、按从属关系划分 | 7 |
| 六、按发卡对象划分 | 8 |
| 七、按形状不同分类 | 9 |
| 八、按信息存储媒介划分 | 10 |
| 九、按帐户币种数目分类 | 11 |
| 十、按持卡人信誉地位和资信情况划分 | 12 |
| 第四节 信用卡发展简述 | 13 |
| 一、信用卡的起源 | 13 |
| 二、信用卡的历史 | 13 |
| 三、信用卡的组织 | 14 |
| 第五节 信用卡的交易使用方式 | 14 |
| 一、POS机刷卡 | 14 |
| 二、RFID机拍卡 | 14 |
| 三、手工压单 | 15 |
| 四、网络支付 | 15 |
| 五、电视、电话交易 | 15 |
| 六、预授权 | 15 |
| 第六节 信用卡的相关问题 | 16 |
| 一、收费问题 | 16 |
| 二、安全问题 | 16 |
| 三、还款及欠款问题 | 17 |
| 第二章 2011-2012年全球信用卡市场发展分析 | 18 |

| | |
|-----------------------|----|
| 第一节 美国信用卡发展分析 | 18 |
| 一、2011年美国信用卡发展 | 18 |
| 二、2012年美国信用卡发展 | 20 |
| 三、2012年美国信用卡发展 | 22 |
| 第二节 2012年中国香港信用卡贷款调查 | 30 |
| 一、2012年第1季香港信用卡贷款调查情况 | 30 |
| 二、2012年第2季香港信用卡贷款调查情况 | 30 |
| 三、2012年第3季香港信用卡贷款调查情况 | 31 |
| 四、2012年第4季香港信用卡贷款调查情况 | 31 |
| 第三节 2012年中国澳门信用卡统计分析 | 34 |
| 一、2012年澳门信用卡统计情况 | 34 |
| 二、2012年澳门信用卡现金透支情况 | 35 |
| 第四节 国外开展信用卡业务的经验及启示 | 37 |
| 一、美国 | 37 |
| 二、英国 | 38 |
| 三、日本 | 39 |
| 第五节 国外信用卡业务的四大发展趋势 | 39 |
| 一、网上信用卡势不可挡 | 40 |
| 二、非核心处理业务将进一步外包 | 40 |
| 三、依靠CRM客户关系管理发行信用卡 | 40 |
| 四、芯片卡将扮演重要角色 | 40 |
| 第三章 2012年中国信用卡市场发展分析 | 41 |
| 第一节 我国信用卡业务发展现状概述 | 41 |
| 一、信用卡的本质及其在我国的发展 | 41 |
| 二、当前我国信用卡产业发展的主要特征 | 42 |
| 三、中美银行信用卡业务的比较分析 | 44 |
| 四、我国信用卡产业发展存在的主要问题 | 45 |
| 五、中国银行信用卡业务的现状及存在的问题 | 46 |
| 第二节 2012年中国信用卡市场发展情况 | 62 |
| 一、2012年市场总体发展状况 | 62 |
| 二、2012年市场发卡规模状况 | 64 |
| 三、2012年市场产品结构状况 | 65 |

| | |
|---------------------------|-----|
| (一) 按照发卡组织分类 | 65 |
| (二) 根据卡片币种进行分类 | 66 |
| (三) 根据卡片是否联名进行分类 | 68 |
| (四) 根据卡片的发行区域分类 | 69 |
| 四、2012年信用卡发行量依然快速增长 | 75 |
| 五、2012年信用卡农村市场开发态势 | 76 |
| 第三节 2012年信用卡市场热点分析 | 79 |
| (一)、10元内欠款视作还清 | 79 |
| (二)、联名卡花样翻新 | 79 |
| (三)、信用卡安全被重提 | 79 |
| (四)、高端卡继续被热捧 | 80 |
| 第四节 2012年信用卡市场运行分析 | 83 |
| 一、2012年市场发卡规模状况 | 83 |
| 二、2012年市场产品结构状况 | 85 |
| (一) 按照发卡组织分类 | 85 |
| (二) 根据卡片币种进行分类 | 85 |
| (三) 根据卡片是否联名进行分类 | 88 |
| (四) 根据卡片的发行区域分类 | 89 |
| 第五节 2012年中国银行卡消费信心指数分析 | 93 |
| 第四章 中国信用卡市场综合发展分析 | 97 |
| 第一节 我国信用卡市场价格博弈与选择分析 | 97 |
| 一、信用卡主体市场定位与运作机制的经济学分析 | 97 |
| 二、信用卡市场的基本定价模式 | 98 |
| 三、基于不同市场定位的信用卡市场定价策略选择 | 100 |
| 四、重要结论 | 102 |
| 第二节 我国信用卡高利率现象的理论分析 | 103 |
| 一、我国信用卡发展及高利率现象概述 | 103 |
| 二、搜索成本，转换成本与信用卡利率 | 104 |
| 三、逆向选择与信用卡利率 | 104 |
| 四、理性框架下的消费者行为与信用卡利率 | 106 |
| 五、重要结论 | 108 |
| 第三节 对现金高投放态势下促进信用卡产业发展的分析 | 109 |

- 一、现金高投放迫切需要信用卡业务的快速发展 109
- 二、信用卡发卡量快速增加和使用过程中存在的问题 109
- 三、通过政策扶持，积极促进信用卡产业发展 110
- 第四节 发展区域性银行信用卡业务的途径分析 111
 - 一、发展非核心业务 111
 - 二、加快产品和服务创新 111
 - 三、完善服务体系 112
 - 四、参与创建民族银行卡品牌 113
 - 五、提高业务的核心竞争力 113
- 第五节 信用卡被盗后透支纠纷对银行的启示 114
- 第六节 信用卡预授权交易纠纷对银行的启示 120
- 第七节 信用卡集体办理纠纷对银行的启示 124
- 第八节 信用卡恶意透支引起纠纷对银行的启示 129
- 第五章 中国信用卡市场调查分析 135
 - 第一节 信用卡本地预借现金手续费调查分析 135
 - 一、当提款金额为人民币100-500元时手续费情况 135
 - 二、当提款金额为人民币500-1000元时手续费情况 136
 - 三、当提款金额为人民币1000-1500元时手续费情况 137
 - 四、当提款金额为人民币1500-2000元时手续费情况 138
 - 五、平均手续费情况 139
 - 第二节 信用卡使用误区调查分析 141
 - 一、申请表及协议不必去看 141
 - 二、把信用卡当借记卡一样提现和存款 142
 - (一) 信用卡取现会产生手续费和利息 143
 - (二) 信用卡内存款无利息 144
 - 三、免年费信用卡“不办白不办” 144
 - 四、不知道免息期如何计算，误入56天最长免息的圈套 145
 - 五、只算大账，对留有很小的透支余额不介意 146
 - 六、“最低还款额”方式还款，不会产生利息 146
 - 七、为防止忘记按时还款，采取“提前还款”的方式，以为这样很保险 147
 - 八、密码比签名更安全 147
 - 第三节 信用卡分期付款调查分析 148

| | |
|------------------------|-----|
| 一、分期付款方式介绍 | 148 |
| (一) 任意分期付款 | 149 |
| (二) 指定商户分期付款 | 149 |
| (三) 邮购分期付款 | 149 |
| 二、提防分期付款涉及的其它费用 | 150 |
| (一) 超限费 | 150 |
| (二) 滞纳金 | 150 |
| (三) 循环利息 | 150 |
| (四) 提前还款涉及费用 | 151 |
| 第六章 中国银行信用卡业务发展分析 | 152 |
| 第一节 14家银行信用卡任意分期成本分析 | 152 |
| 一、发卡行之间横向比较 | 152 |
| (一) 选择哪家银行成本最低 | 152 |
| (二) 申请多少期最合算 | 153 |
| (三) 消费多少进行分期, 最为理想 | 154 |
| 二、信用卡分期付款VS 银行短期贷款 | 155 |
| (一) 6个月内分期付款和短期贷款比较 | 155 |
| (二) 6-12个月分期付款和短期贷款比较 | 156 |
| (三) 12-24个月分期付款和短期贷款比较 | 157 |
| 第二节 14家银行信用卡短信通知费分析 | 157 |
| 第三节 14家银行信用卡防盗安全系数分析 | 159 |
| 一、挂失前失卡保障 | 160 |
| 二、挂失方法 | 160 |
| 三、交易短信通知 | 160 |
| 四、综合排名 | 161 |
| 第四节 中国银行信用卡年费分析 | 162 |
| 一、年费金额比较 | 162 |
| (一) 均值比较 | 162 |
| (二) 等级比较 | 163 |
| 二、年费周期和年费收取时间 | 164 |
| (一) 年费周期 | 164 |
| (二) 年费收取时间 | 164 |

三、年费减免政策 165

(一) 首年年费 165

(二) 减免规则 166

(三) 附属卡、异型卡年费 167

(四) “变相”的年费 167

第五节 中国银行信用卡八大还款方式分析 168

一、发卡行内还款 168

二、跨行转账汇款还款 168

三、网络还款 168

(一) 银联在线 169

(二) 快钱 169

四、便利店还款 170

五.柜面通还款 171

六.信付通还款 171

七.还款通 171

八.其它还款方式 171

第六节 首张外资银行信用卡分析 172

一、东亚银行(中国)背景 172

二、卡片介绍 172

三、卡片对比 173

(一) 费率类 173

(二) 业务类 174

(三) 增值服务类 175

第七章 中国银行信用卡测评分析 178

第一节 标准卡 178

一、测评对象 178

二、分值计算结构说明 180

三、测评结果分析 181

(一) 综合分析 181

(二) 项目分析 183

第二节 航空卡 185

一、评测对象 186

| | |
|-----------------------|-----|
| 二、分值计算结构说明 | 188 |
| 三、测评结果分析 | 189 |
| (一) 综合分析 | 189 |
| (二) 项目分析 | 190 |
| 第三节 汽车卡 | 192 |
| 一、评测对象 | 193 |
| 二、分值计算结构说明 | 194 |
| 三、测评结果分析 | 196 |
| (一) 综合分析 | 196 |
| (二) 项目分析 | 197 |
| 第四节 女人卡 | 199 |
| 一、评测对象 | 199 |
| 二、分值计算结构说明 | 200 |
| 三、评测结果分析 | 201 |
| (一) 综合分析 | 201 |
| (二) 项目分析 | 203 |
| 第五节 学生卡 | 204 |
| 一、评测对象 | 205 |
| 二、分值计算结构说明 | 205 |
| 三、测评结果分析 | 207 |
| (一) 综合分析 | 207 |
| (二) 项目分析 | 208 |
| 第八章 2012年中国信用卡市场营销分析 | 211 |
| 第一节 2012年中国信用卡市场营销状况 | 211 |
| 一、产品策略 | 211 |
| 二、价格策略 | 211 |
| 三、促销策略 | 212 |
| 第二节 2012年第中国信用卡市场营销状况 | 213 |
| 一、产品策略 | 213 |
| 二、价格策略 | 213 |
| 三、促销策略 | 214 |
| 第三节 我国信用卡营销所面临的问题分析 | 214 |

- 一、信用卡营销的观念陈旧 214
- 二、信用卡营销的环境不优 214
- 三、信用卡营销的基础薄弱 215
- 四、信用卡营销的创新不足 215
- 第四节 我国信用卡消费群差异化需求分析 216
 - 一、中下等收入群体 216
 - 二、中等收入群体 216
 - 三、中上等收入群体 216
 - 四、高收入群体 216
 - 五、超高收入群体 216
- 第五节 我国信用卡和理财产品消费市场分析 217
 - 一、银行需要解决消费者刷卡和透支的消费障碍 217
 - 二、消费者的观念影响着信用卡透支行为 218
 - 三、信用卡的增值服务空间巨大 219
 - 四、投资理财呈现多元化特点 219
 - 五、不同收入的消费群体投资理财差异大 220
 - 六、银行理财服务和产品要遵循消费需求价值层级 220
- 第六节 我国信用卡营销模式分析 222
- 第七节 促进我国信用卡营销的对策建议 225
 - 一、倡导信用卡营销的科学观念 225
 - 二、优化信用卡营销的整体环境 225
 - 三、夯实信用卡营销的基础工作 226
 - 四、加快信用卡营销的整体创新 226
- 第九章 中国信用卡市场竞争分析 227
 - 第一节 我国信用卡市场竞争态势分析 227
 - 第二节 我国信用卡市场品牌竞争分析 232
 - 一、走出同质化困局 233
 - 二、品牌成为营销出路 233
 - 三、实施品牌竞争 234
 - (一) 人性化服务 234
 - (二) 差异化服务 234
 - (三) 有形化服务 235

| | |
|------------------------|-----|
| 第三节 四大国有银行信用卡市场主体竞争力分析 | 235 |
| 一、工商银行 | 235 |
| 二、建设银行 | 240 |
| 三、农业银行 | 241 |
| 四、中国银行 | 242 |
| 第四节 我国信用卡市场高端客户群竞争分析 | 247 |
| 第五节 我国信用卡市场竞争策略分析 | 248 |
| 一、个性结盟对准细分市场 | 249 |
| 二、异业联盟的整合营销管理 | 250 |
| 三、信用卡竞争精耕细作推崇联名信用卡 | 251 |
| 四、信用卡竞争激烈或变相鼓励套现 | 254 |
| 五、2012年高端信用卡竞争进入“无限”时代 | 255 |
| 第六节 信息时代的信用卡竞争战略分析 | 257 |
| 一、信息时代的信用卡产业环境 | 257 |
| （一）顾客成为市场主导 | 257 |
| （二）竞争更加激烈 | 257 |
| （三）以计算机为代表的信息技术广泛运用 | 258 |
| 二、信息时代的竞争战略 | 258 |
| （一）微细分 | 259 |
| （二）客户化定制 | 260 |
| （三）信息基础设施 | 261 |
| 三、大规模定制和竞争优势 | 263 |
| 第十章 中国信用卡市场风险分析 | 265 |
| 第一节 信用卡业务的风险特点及其类型 | 265 |
| 一、信用卡业务风险特点 | 265 |
| 二、信用卡业务主要风险类型 | 266 |
| （一）信贷风险 | 266 |
| （二）欺诈风险 | 266 |
| （三）操作风险 | 266 |
| 第二节 我国银行信用卡业务面临的现实风险分析 | 267 |
| 一、缺乏完善透明的个人信用信息体系 | 267 |
| 二、骗取银行信贷资金现象较为突出 | 267 |

| | | |
|-----|--------------------|-----|
| 三、 | 征信审核质量和技术手段相对滞后 | 267 |
| 第三节 | 信用卡套现及其风险防范分析 | 268 |
| 一、 | 信用卡套现及其表现形式 | 268 |
| 二、 | 信用卡套现动机分析 | 268 |
| (一) | 持卡人 | 269 |
| (二) | 特约商户 | 269 |
| (三) | 其他中介机构 | 269 |
| 三、 | 信用卡套现渠道分析 | 270 |
| (一) | 网站假购物真套现 | 270 |
| (二) | 利用POS机套现 | 270 |
| (三) | 通过消费退款套现 | 270 |
| 四、 | 信用卡套现的风险和危害 | 270 |
| 五、 | 防范信用卡套现的措施及建议 | 272 |
| 第四节 | 信用卡逾期情况及对策 | 272 |
| 一、 | 逾期的类型 | 272 |
| 二、 | 催收策略 | 274 |
| 三、 | 逾期账户的风险防范措施 | 274 |
| 第五节 | 信用卡业务风险控制探析 | 275 |
| 一、 | 持卡人信用风险及控制 | 275 |
| (一) | 授信环节 | 275 |
| (二) | 征信环节 | 276 |
| (三) | 透支催收环节 | 276 |
| (四) | 客户管理环节 | 276 |
| (五) | 伪冒控管环节 | 277 |
| 二、 | 特约商户交易风险及控制 | 278 |
| (一) | 特约商户拓展环节 | 278 |
| (二) | 特约商户日常管理环节 | 278 |
| 三、 | 银行内部操作风险及控制 | 278 |
| 第六节 | 做好信用卡业务风险管理的几点要求 | 280 |
| 一、 | 坚定产业信念并研究信用卡风险管理战略 | 280 |
| 二、 | 明确信用卡业务风险管理目标 | 280 |
| 三、 | 高度重视培养专业化的管理团队 | 281 |

| | |
|-------------------------|-----|
| 四、大力加强销售环节的风险控制 | 281 |
| 五、逐步建立全社会范围的个人信用体系 | 281 |
| 六、制订信用卡授信政策从源头上控制风险 | 282 |
| 第十一章 中国信用卡市场发展趋势分析 | 283 |
| 第一节 2014-2020年国际经济环境分析 | 283 |
| 一、2012年世界经济运行的特点 | 283 |
| 二、2013年世界经济发展形势 | 284 |
| 三、2013年国际金融市场展望 | 286 |
| 四、2013年全球贸易和FDI展望 | 286 |
| 五、2014-2020年世界经济发展趋势 | 288 |
| 六、2014-2020年全球经济形势展望 | 291 |
| 第二节 2012-2012年中国经济环境分析 | 293 |
| 一、2012年我国宏观经济运行指标分析 | 293 |
| 二、2012年我国宏观经济景气指数分析 | 325 |
| 三、国际金融危机下的中国政策选择 | 338 |
| 四、2013年中国宏观经济发展展望 | 339 |
| 五、2013年我国宏观经济形势分析 | 343 |
| 第三节 我国信用卡业务发展趋势预测 | 345 |
| 一、信用卡仍是个人金融服务市场成长最快的产品线 | 345 |
| 二、我国信用卡业务未来仍将超常发展 | 346 |
| 三、信用卡催收新趋势 | 347 |
| 四、银行商场联推信用卡成趋势 | 348 |
| 五、2014-2020年中国信用卡业务新趋势 | 349 |
| 六、未来10年中国信用卡发卡量预测 | 353 |
| 第四节 中国信用卡市场规模与结构的变动趋势 | 354 |
| 一、中国信用卡市场的规模将实现实质性扩张 | 354 |
| 二、中国信用卡市场将转向多寡头垄断竞争 | 355 |
| 三、中国信用卡市场交易和收入结构趋于合理 | 356 |
| 四、多品种共同发展的模式将长期存在 | 356 |
| 五、银行卡核心产品将逐步凸现 | 356 |
| 六、盈利能力将成为衡量品种重要性的主要标准 | 357 |
| 第十二章 中国信用卡市场发展策略分析 | 358 |

第一节 信用卡各发展时期主要特征与市场策略 358

一、初创期：激进时代 358

二、高速成长期：产品时代 360

三、成熟期：成本时代 362

第二节 我国信用卡产业的未来发展思路 and 措施 364

一、成立专业的信用卡业务中心 364

二、产业经营实行高度专业化分工 364

三、监管原向合理控制风险转化 365

四、充分挖掘信用卡的信贷功能优势 365

五、打造强势银联网络推动品牌国际化 366

六、增加和完善银行卡法律体系 366

七、促进中国信用卡业务发展的对策 367

第三节 金融危机下中国信用卡产业发展之路 368

一、持续扩大规模，提高质量效益 368

二、进行结构调整，改善运行质态 369

三、加快观念转变，提升客户服务 369

四、加强资产管理，提高监控质量 369

五、尝试跨国合作，启动海外业务 370

六、强化品牌建设，升华品质内涵 370

图表目录

图表：2011年Q2美国信用卡用户对信用卡网络服务的态度和使用情况 18

图表：2005-2012年信用卡发卡量增长曲线 64

图表：2006-2012年信用卡发卡量构成比例图 64

图表：2011-2012年我国信用卡发卡量季度增速图 65

图表：2012年发卡组织所占比重情况 66

图表：2012年卡片币种所占比重情况 67

图表：2012年各银行单种银联卡排名情况 67

图表：2012年各银行双币卡排名情况 68

图表：2012年联名、标准、主题卡占比情况 68

图表：2012年各银行联名卡片排名情况 69

图表：2012年区域卡片占比情况 69

图表：2012年各银行全国性卡片排名情况 70

图表：市场类型的划分和特征 98

图表：提现金额为人民币300元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况 135

图表：提现金额为人民币300元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况 136

图表：提现金额为人民币800元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况 136

图表：提现金额为人民币800元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况 137

图表：提现金额为人民币1300元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况 137

图表：提现金额为人民币1300元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况 138

图表：提现金额为人民币1800元时国内16家发卡银行本地本行手续费情况 138

图表：提现金额为人民币1800元时国内16家发卡银行本地跨行手续费情况 139

图表：各发卡银行加权平均费用排名 139

图表：各银行预借现金取款手续费收取情况一览表 140

图表：针对用户填写申请表时是否仔细阅读《客户协议》的调查 141

图表：针对信用卡用户是否经常使用信用卡取现的调查 142

图表：针对信用卡用户是否在信用卡上存多余的钱的调查 143

图表：个发卡行加权平均费用排名 144

图表：针对用户办卡动机的调研 145

图表：针对用户是否知道自己的账单日和每月最后还款期限的调查 146

图表：针对用户是否经常选择“最低还款额”方式还款的调查 147

图表：各家银行信用卡安全系数综合排名 148

图表：各家银行费率均值排序情况 152

图表：各期费率均值情况 153

图表：各家银行消费数额要求情况 154

图表：6个月内分期付款和短期贷款比较 155

图表：6至12个月分期付款和短期贷款比较 156

图表：12至24个月分期付款和短期贷款比较 157

图表：14家银行信用卡短信通知费比较 158

图表：14家银行信用卡风险防范措施对比 159

图表：14家银行信用卡防盗安全系数排名 161

图表：各家银行年费均值情况 163

图表：各家银行双币卡年费情况 163

图表：各家银行年费收取时间情况 165

图表：各家银行的年费政策情况 166

图表：银联在线网络平台还款情况 169

图表：快钱网络平台还款情况 170

图表：东亚（中国）发行的信用卡图示 173

图表：各银行的信用卡费率得分 173

图表：各银行发行信用卡费率情况（银行类型） 174

图表：各银行信用卡业务项得分 175

图表：各银行增值综合得分 176

图表：各银行信用卡增值项得分（银行类型） 176

图表：各银行信用卡综合排名 177

图表：发行标准普卡的银行详细信息情况 178

图表：标准普卡各项指标的详细评测方法情况 181

图表：各家银行标准普卡得分情况 182

图表：浦发卡 182

图表：龙卡 182

图表：广发卡 183

图表：各家银行标准普卡总费用排名情况 183

图表：上海银行标准币卡 184

图表：各家银行标准普卡业务综合得分情况 184

图表：各家银行标准普卡增值综合得分情况 185

图表：华夏信用卡 185

图表：发行航空卡的银行详细信息情况 186

图表：航空卡各项指标的详细评测方法情况 188

图表：各家银行航空卡综合排名情况 189

图表：招商银行国航知音信用卡 190

图表：各家银行航空卡基本参数排名情况 190

图表：上海银行澳门航空联名信用卡 191

图表：各家银行航空卡特色服务排名情况 191

图表：中银国航知音VISA奥运卡 192

图表：发行汽车卡的银行详细信息情况 193

图表：汽车卡各项指标的详细评测方法情况 195

图表：各家银行汽车卡综合排名情况 196

图表；建行龙卡汽车卡 196

图表：各家银行汽车卡基本参数项排名情况 197

图表：上海银行“车行汇”信用卡 197

图表：工商银行信用卡汽车卡 198

图表：各家银行汽车卡特色服务排名情况 198

图表：龙卡汽车卡 198

图表：发行女人卡的银行详细信息情况 199

图表：女人卡各项指标的详细评测方法情况 201

图表：各家银行女人卡得分情况 201

图表：广发真情卡 202

图表：招行瑞丽联名信用卡 202

图表：各家银行女人卡基本参数排名情况 203

图表：各家银行女人卡特色服务得分情况 203

图表：招商瑞丽卡 204

图表：真情卡 204

图表：女人花卡 204

图表：发行学生卡的银行详细信息情况 205

图表：学生卡各项指标的详细评测方法情况 206

图表：各家银行学生卡得分情况 207

图表：建行龙卡大学生卡 207

图表：各家银行学生卡总费用排名情况 208

图表：牡丹学生卡 208

图表：各家银行学生卡业务综合得分情况 209

图表：招商银行的Young卡 209

图表：建行的龙卡大学生卡 209

图表：我国人均用卡交易次数与发达国家相比 212

图表：使用银行卡取款与刷卡的频率 218

图表：消费者对信用卡提供的服务满意度评价 219

图表：不同收入群体偏好的投资理财方式 220

图表：银行贵宾理财服务产品的现状图 221

图表：2011-2012年国际市场初级产品价格指数 284

图表：1999年8月—2012年12月工业增加值月度同比增长率（%） 296

图表：2012年12月工业增加值增长速度 296

图表：2012年12月各地区工业增加值增长速度 297

图表：2012年12月工业分大类行业增加值增长速度 298

图表：2012年12月工业主要产品产量及增长速度 299

图表：2012年12月居民消费价格分类指数 303

图表：2012年12月各地区居民消费价格指数(以上年同期价格为100) 304

图表：2012年12月商品零售价格分类指数 305

图表：2012年12月-2012年12月消费者信心指数 306

图表：2012年12月进出口商品贸易方式总值表 313

图表：2012年12月居民消费价格指数（上年同月=100） 314

图表：2012年1月-2012年12月CPI&PPI走势图 316

图表：2011年1月-2012年12月数据及政策 316

图表：2012年12月宏观经济景气指数 321

图表：2012年6月-2012年12月宏观经济景气指数预警信号图 323

图表：1993年5月-2012年12月宏观经济景气指数预警趋势图 323

图表：2012年12月国家宏观经济景气指数 332

图表：2012年4季度我国企业景气指数 333

图表：1990-2012年我国GDP指数分季及累计变化趋势 335

图表：1992-2012年我国宏观经济预警指数趋势 336

图表：2003-2012年我国利率差指数变化趋势 336

图表：1992-2012年我国社会需求和收入指数变化趋势 336

图表：2003-2012年我国物流指数变化趋势 337

图表：1992-2012年我国经济先行和一致指数变化趋势 337

图表：2003-2012年我国经济滞后和一致指数变化趋势 337

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/110046.html>