

2025-2030年中国信用卡行业市场前景与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国信用卡行业相关概述

1.1 信用卡概念综述

- 1.1.1 信用卡的定义
- 1.1.2 信用卡的分类
- 1.1.3 主要统计指标
- 1.1.4 专业名词解释

1.2 信用卡行业相关概述

- 1.2.1 信用卡的功能
- 1.2.2 信用卡的用途
- 1.2.3 行业收入来源
 - (1) 年费收入
 - (2) 商家返佣
 - (3) 利息收入
 - (4) 分期付款
 - (5) 其他费用

1.3 信用卡市场定位分析

- 1.3.1 与货币的异同
- 1.3.2 与票据的异同
- 1.3.3 与现金、支票的异同
- 1.3.4 与借记卡、普通银行卡的异同

第2章：中国信用卡行业环境分析

2.1 信用卡行业政策环境分析

- 2.1.1 行业主要法律法规分析
 - (1) 行业法律法规政策汇总
 - (2) 《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知（征求意见稿）》解读
- 2.1.2 银行业的相关政策分析
 - (1) 存款准备金政策
 - (2) 住房信贷政策
- 2.1.3 个人信用制度建设情况
 - (1) 我国个人信用制度建设现状
 - (2) 我国个人信用制度建设中存在的问题
 - (3) 制约我国个人信用制度建设的主要因素
- 2.1.4 系列促进消费政策分析
 - (1) 购买能力促进政策
 - (2) 消费环境及产品优惠政策

2.2 信用卡行业经济环境分析

- 2.2.1 国家宏观经济环境分析
 - (1) 国内生产总值增长分析
 - (2) 社会消费品零售总额
 - (3) 货币供应量
- 2.2.2 消费者信心指数分析
- 2.2.3 行业与GDP相关性分析
- 2.2.4 M1对行业发展的影响分析

2.3 信用卡行业社会环境分析

- 2.3.1 国内财富人群规模分析
- 2.3.2 居民信贷消费情况分析
- 2.3.3 社会公众接受程度分析

2.4 信用卡行业技术环境分析

- 2.4.1 信用卡行业关键技术分析
 - (1) 智能卡
 - (2) 非接触式卡

(3) 近场通讯 (NFC)

2.4.2 信用卡行业专利申请及公开情况

- (1) 信用卡专利申请
- (2) 信用卡专利授权
- (3) 信用卡热门申请人
- (4) 信用卡热门技术

2.5 基于PEST模型的综合分析

- 2.5.1 环境影响因素分析
- 2.5.2 内外部应对战略分析
 - (1) 内部战略
 - (2) 外部战略

第3章：全球信用卡行业发展分析

3.1 全球信用卡行业现状综述

- 3.1.1 全球信用卡渗透情况分析
- 3.1.2 四大信用卡组织发展情况
 - (1) Visa
 - (2) 中国银联
 - (3) 万事达
 - (4) JCB
- 3.1.3 全球信用卡市场结构
- 3.1.4 全球信用卡企业份额

3.2 成熟市场信用卡发展经验

- 3.2.1 美国信用卡市场发展分析
 - (1) 美国信用卡行业背景因素分析
 - (2) 美国信用卡产品分析
 - (3) 美国信用卡盈利模式分析
 - (4) 美国信用卡行业发展模式分析
 - (5) 美国信用卡市场运行特点分析
 - (6) 美国信用卡市场存在问题分析
 - (7) 美国信用卡行业发展启示
- 3.2.2 欧洲信用卡市场发展分析
 - (1) 欧洲信用卡行业背景因素分析
 - (2) 欧洲信用卡行业发展模式分析
 - (3) 欧洲信用卡市场运行特点分析
 - (4) 欧洲信用卡市场存在问题分析
- 3.2.3 日本信用卡市场发展分析
 - (1) 日本信用卡行业背景因素分析
 - (2) 日本信用卡行业发展模式分析
 - (3) 日本信用卡市场运行特点分析
 - (4) 日本信用卡市场存在问题分析
- 3.2.4 韩国信用卡市场发展分析
 - (1) 韩国信用卡行业背景因素分析
 - (2) 韩国信用卡行业发展模式分析
 - (3) 韩国信用卡市场运行特点分析
 - (4) 韩国信用卡市场存在问题分析
- 3.2.5 香港信用卡市场发展分析
 - (1) 香港信用卡行业背景因素分析
 - (2) 香港信用卡行业发展模式分析
 - (3) 香港信用卡市场运行特点分析
 - (4) 香港信用卡市场存在问题分析
- 3.2.6 台湾信用卡市场发展分析
 - (1) 台湾信用卡行业背景因素分析
 - (2) 台湾信用卡行业发展模式分析
 - (3) 台湾信用卡市场运行特点分析
 - (4) 台湾信用卡市场存在问题分析

3.3 成熟市场的发展特点对比

- 3.3.1 各区域政府作用比较分析
- 3.3.2 各区域行业规模比较分析
- 3.3.3 各区域主体形式比较分析

- 3.3.4 各区域行业发展目标比较
- 3.3.5 各区域行业发展重点比较
- 3.3.6 各区域行业发展路径比较
- 3.3.7 各区域行业发展结果比较
- 3.4 信用卡行业发展模式借鉴**
 - 3.4.1 中国发展信用卡的模式选择问题
 - 3.4.2 中国信用卡市场的主体职能分析
 - 3.4.3 中国信用卡本土品牌的创建及维护
 - 3.4.4 信用卡行业利润最大化的途径选择
 - 3.4.5 国际信用卡业务发展经验与启示
- 3.5 全球信用卡行业趋势与前景**
 - 3.5.1 全球信用卡市场趋势
 - 3.5.2 全球信用卡市场前景
- 第4章：中国信用卡产业链的发展**
 - 4.1 信用卡产业链整体概述**
 - 4.1.1 产业链概念综述
 - 4.1.2 产业价值链分析
 - 4.1.3 主体的博弈分析
 - 4.2 信用卡市场运行总况**
 - 4.2.1 中国信用卡市场发展历程
 - 4.2.2 中国信用卡市场特点分析
 - (1) 盈利空间缩小
 - (2) 海外信用卡消费市场受重视
 - 4.2.3 市场运行分析
 - 4.3 信用卡发卡环节分析**
 - 4.3.1 中国信用卡市场需求分析
 - (1) 支付体系发展趋势及影响
 - (2) 信用卡用户办卡行为分析
 - 4.3.2 信用卡用户开发策略选择
 - 4.3.3 中国信用卡发卡现状分析
 - (1) 总体发卡规模分析
 - (2) 发卡模式变化趋势
 - 4.3.4 市场快速扩张的影响分析
 - 4.4 信用卡营销环节分析**
 - 4.4.1 信用卡营销的基本要素分析
 - (1) 营销参与方
 - (2) 客户（持卡人）
 - (3) 营销媒介
 - (4) 促销方式
 - 4.4.2 成熟市场营销模式分析借鉴
 - 4.4.3 中国信用卡行业的营销概况
 - (1) 各银行营销策略比较评析
 - (2) 各银行营销活动满意度分析
 - 4.4.4 第三方支付发展的影响分析
 - 4.4.5 中国信用卡营销策略的选择
 - (1) 关系营销策略分析
 - (2) 长尾营销策略分析
 - (3) 组合营销策略分析
 - (4) 行为习惯营销策略
 - (5) 营销策略创新分析
 - 4.5 信用卡服务环节分析**
 - 4.5.1 中国信用卡服务业务发展现状分析
 - 4.5.2 银行在信用卡服务环节的竞争分析
 - 4.5.3 第三方支付机构的市场影响力分析
 - 4.5.4 银行与其他市场主体的合作模式分析
 - 4.5.5 未来信用卡服务环节的竞争焦点预测
 - 4.6 信用卡收单环节分析**
 - 4.6.1 中国信用卡使用情况分析
 - (1) 使用场景

- (2) 使用品牌
- (3) 服务质量
- 4.6.2 中国信用卡收单现状分析
 - (1) 国内受理市场
 - (2) 第三方综合支付市场
- 4.6.3 收单环节各银行布局分析
 - (1) 国内受理市场
 - (2) 互联网支付市场

第5章：中国信用卡细分市场分析

5.1 女性信用卡市场分析

- 5.1.1 产品定位解析
- 5.1.2 女性消费特征
- 5.1.3 各行产品比较
- 5.1.4 市场发展现状
- 5.1.5 竞争态势分析
- 5.1.6 品牌定位策略

5.2 大学生信用卡市场分析

- 5.2.1 产品定位解析
- 5.2.2 产品特点分析
- 5.2.3 大学生消费特征
- 5.2.4 各行产品比较
- 5.2.5 市场发展现状
- 5.2.6 发展趋势分析

5.3 联名信用卡市场分析

- 5.3.1 产品定位解析
- 5.3.2 产品特点分析
- 5.3.3 各行产品比较
- 5.3.4 市场发展现状
- 5.3.5 竞争态势分析
- 5.3.6 市场营销策略

5.4 公务信用卡市场分析

- 5.4.1 产品定位解析
- 5.4.2 产品特点分析
- 5.4.3 各行产品比较
- 5.4.4 市场推行情况
- 5.4.5 竞争态势分析

5.5 白金信用卡市场分析

- 5.5.1 产品定位解析
- 5.5.2 产品特点分析
- 5.5.3 各行产品比较
- 5.5.4 服务需求分析
- 5.5.5 市场推行情况
- 5.5.6 竞争态势分析

5.6 其他信用卡市场分析

- 5.6.1 主题信用卡市场分析
- 5.6.2 旅游信用卡市场分析
- 5.6.3 航空信用卡市场分析

第6章：中国信用卡行业竞争分析

6.1 基于五力模型的竞争环境分析

- 6.1.1 潜在进入者的进入威胁分析
- 6.1.2 替代品威胁分析
- 6.1.3 供应商的议价能力分析
- 6.1.4 下游消费者的议价能力分析
- 6.1.5 行业内现有主体的竞争分析
- 6.1.6 行业五力分析总结

6.2 信用卡组织间的竞争态势分析

- 6.2.1 信用卡组织的发展现状分析
 - (1) 中国银联境内外扩张情况
 - (2) 维萨在华渗透策略及现状

- (3) 万事达在华渗透策略及现状
- (4) 美国运通在华渗透策略及现状

6.2.2 信用卡组织竞争的影响分析

6.3 第三方支付机构竞争分析

6.3.1 第三方支付市场发展分析

- (1) 第三方支付主要模式
- (2) 第三方支付现状

6.3.2 第三方支付市场影响分析

6.3.3 第三方支付机构间的竞争

6.4 各银行主体间的竞争态势分析

6.4.1 各银行信用卡市场竞争现状分析

- (1) 各银行信用卡发卡量情况
- (2) 各银行信用卡交易规模情况

6.4.2 各银行的品牌竞争策略分析

- (1) 品牌定位向个性化转型
- (2) 品牌传播向立体化转型
- (3) 品牌体验向一致化转型

6.4.3 银行与其他主体间的竞合

- (1) 银行与信用卡组织的合作分析
- (2) 银行与第三方支付机构的竞合

6.4.4 信息时代的银行竞争策略

- (1) 以App为基础构建互联网生态闭环
- (2) “大数据+科技”双轮驱动保障用卡安全

第7章：中国信用卡市场主体分析

7.1 银行信用卡业务对比分析

- 7.1.1 还款便利程度对比分析
- 7.1.2 各项费率制度对比分析
- 7.1.3 安全保障服务对比分析
- 7.1.4 积分相关制度对比分析
- 7.1.5 分期付款业务对比分析
- 7.1.6 网络支付情况对比分析
- 7.1.7 境外消费情况对比分析
- 7.1.8 银行信用卡业务综合评价

7.2 国有商业银行经营分析

7.2.1 中国工商银行经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
- (3) 信用卡产品分析
 - 1) 目标群体定位
 - 2) 发行品种分析
 - 3) 发行标准分析
 - 4) 产品区域分布
- (4) 信用卡业务发展情况
 - 1) 总体发行数量
 - 2) 信用卡交易金额
 - 3) 信用卡风险管理
- (5) 信用卡营销策略分析
- (6) 业务竞争优势分析

7.2.2 中国建设银行经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
- (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
- (3) 信用卡产品分析
 - 1) 目标群体定位
 - 2) 发行品种分析
 - 3) 发行标准分析

- 4) 产品区域分布
- (4) 信用卡业务发展情况
 - 1) 总体发行数量
 - 2) 信用卡交易金额
 - 3) 信用卡风险管理
- (5) 信用卡营销策略分析
- (6) 业务竞争优劣势分析
- 7.2.3 中国银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
 - (3) 信用卡产品分析
 - 1) 目标群体定位
 - 2) 发行品种分析
 - 3) 发行标准分析
 - 4) 产品区域分布
 - (4) 信用卡业务发展情况
 - 1) 总体发行数量
 - 2) 信用卡交易金额
 - 3) 信用卡风险管理
 - (5) 信用卡营销策略分析
 - (6) 业务竞争优劣势分析
- 7.2.4 交通银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
 - (3) 信用卡产品分析
 - 1) 目标群体定位
 - 2) 发行品种分析
 - 3) 发行标准分析
 - 4) 产品区域分布
 - (4) 信用卡业务发展情况
 - 1) 总体发行数量
 - 2) 信用卡交易金额
 - 3) 信用卡风险管理
 - (5) 信用卡营销策略分析
 - (6) 业务竞争优劣势分析
- 7.2.5 中国农业银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
 - (3) 信用卡产品分析
 - 1) 目标群体定位
 - 2) 发行品种分析
 - 3) 发行标准分析
 - 4) 产品区域分布
 - (4) 信用卡业务发展情况
 - 1) 总体发行数量
 - 2) 信用卡交易金额
 - 3) 信用卡风险管理
 - (5) 信用卡营销策略分析
 - (6) 业务竞争优劣势分析
- 7.3 股份制商业银行经营分析
 - 7.3.1 招商银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析

- (3) 信用卡业务发展情况
- (4) 业务竞争优势分析
- 7.3.2 中信银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
- 7.3.3 民生银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
- 7.3.4 浦发银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
- 7.3.5 兴业银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
- 7.3.6 光大银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
- 7.4 城市商业银行的经营分析**
 - 7.4.1 上海银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
 - 7.4.2 宁波银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
 - 7.4.3 南京银行经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行主要经营情况分析
 - (3) 信用卡业务发展情况
 - (4) 业务竞争优势分析
- 7.5 外资银行的经营情况分析**
 - 7.5.1 汇丰银行（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
 - (3) 信用卡产品分析
 - 1) 目标群体定位
 - 2) 发行品种分析
 - 3) 发行标准分析
 - 4) 开发主题动向
 - 5) 产品区域分布
 - (4) 信用卡业务发展情况
 - (5) 信用卡营销策略分析
 - (6) 业务竞争优势分析
 - 7.5.2 东亚银行（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
 - (3) 信用卡产品分析
 - 1) 目标群体定位
 - 2) 发行品种分析
 - 3) 发行标准分析
 - 4) 开发主题动向
 - 5) 产品区域分布
 - (4) 信用卡业务发展情况
 - (5) 信用卡营销策略分析
 - (6) 业务竞争优势分析
- 7.5.3 渣打银行（中国）有限公司经营情况分析
- (1) 银行发展简况分析
 - (2) 银行财务指标分析
 - 1) 总体经营情况
 - 2) 贷款业务情况
 - (3) 信用卡产品分析
 - (4) 信用卡业务发展情况
 - (5) 信用卡营销策略分析
 - (6) 业务竞争优势分析

第8章：中国信用卡市场前景预测

8.1 信用卡行业风险因素及其防范

- 8.1.1 信用卡业务风险分类及成因
 - (1) 信用卡业务的风险分类
 - (2) 信用卡业务的风险成因
- 8.1.2 信用卡业务的风险现状分析
- 8.1.3 信用卡业务的风险管理对策
- 8.1.4 信用卡业务风管的具体措施
 - (1) 风险回避
 - (2) 风险预防
 - (3) 风险分散及转移
 - (4) 风险补偿

8.2 信用卡行业发展潜力评估

- 8.2.1 行业发展现状总结
- 8.2.2 行业发展潜力评估

8.3 信用卡行业的发展趋势分析

- 8.3.1 全球信用卡行业发展趋势分析
 - (1) 产品技术趋势
 - (2) 功能服务趋势
 - (3) 营销渠道趋势
- 8.3.2 中国信用卡行业创新趋势分析
 - (1) 产品品种创新
 - (2) 营销模式创新
- 8.3.3 中国信用卡行业发展趋势分析
 - (1) 新推产品方面
 - (2) 市场活动方面

8.4 中国信用卡行业发展前景分析

- 8.4.1 中国信用卡市场规模预测分析
 - (1) 发卡量预测
 - (2) 交易额预测
- 8.4.2 中国信用卡行业发展策略建议

图表目录

- 图表1: 信用卡的相关收费项目
- 图表2: 信用卡的分类
- 图表3: 主要统计指标计算公式说明
- 图表4: 专业名词解释一览
- 图表5: 信用卡的功能
- 图表6: 信用卡的用途
- 图表7: 部分银行信用卡年费收取情况
- 图表8: 我国银行信用卡账单未全额还清利息收取情况
- 图表9: 我国银行信用卡账单分期手续费收取情况 (单位: %)
- 图表10: 我国银行信用卡挂失费收取情况 (单位: 元)
- 图表11: 信用卡与货币的区别
- 图表12: 信用卡与票据的区别
- 图表13: 信用卡与现金、支票的区别
- 图表14: 信用卡与借记卡的区别
- 图表15: 2024年信用卡行业主要法律法规
- 图表16: 《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知(征求意见稿)》解读
- 图表17: 2013-2024年存款准备金率调整 (单位: %)
- 图表18: 2014-2024年房地产贷款余额变化情况 (单位: 万亿元, %)
- 图表19: 2014-2024年中国主要住房信贷政策汇总
- 图表20: 个人信用制度建设进展表现
- 图表21: 个人信用制度建设中存在的问题
- 图表22: 制约我国个人信用制度建设的主要因素
- 图表23: 截至2024年全国各地最低工资标准情况 (月最低工资) (单位: 元)
- 图表24: 截至2024年促进国内消费的有关政策
- 图表25: 2014-2024年中国GDP增长走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表26: 2018-2024年中国社会消费品零售总额及增速 (单位: 万亿元, %)
- 图表27: 2018-2024年中国广义货币供应量 (单位: 万亿元)
- 图表28: 2019-2024年消费者信心指数走势 (单位: 点)
- 图表29: 2020-2024年中国信用卡成交额与GDP走势 (单位: 万亿元)
- 图表30: 2011-2024年千万中国高净值人群数量 (单位: 万人)
- 图表31: 2011-2024年高净值人群可投资资产规模 (单位: 万亿元)
- 图表32: 2020-2024年中国住户消费贷款余额 (单位: 万亿元)
- 图表33: 2019-2024年中国银行卡交易笔数和交易金额 (单位: 亿笔, 万亿元)
- 图表34: 2005-2024年信用卡专利申请数量情况 (单位: 项)
- 图表35: 2015-2024年信用卡专利授权数量情况 (单位: 项)
- 图表36: 信用卡专利热门申请人TOP10情况 (单位: 项)
- 图表37: 信用卡热门技术TOP10情况 (单位: 项)
- 图表38: 信用卡行业环境影响分析
- 图表39: 中国信用卡行业应对环境因素内部战略分析
- 图表40: 中国信用卡行业应对环境因素外部战略分析
- 图表41: 各国信用卡渗透率 (单位: 张, %)
- 图表42: VISA基本情况
- 图表43: 中国银联基本情况
- 图表44: 万事达基本情况
- 图表45: JCB基本情况
- 图表46: 2024年全球信用卡类型结构 (%)
- 图表47: 全球10大发卡行市场份额占比 (%)
- 图表48: 美国信用卡行业背景因素
- 图表49: 美国信用卡产品
- 图表50: 美国信用卡盈利模式
- 图表51: 美国主要信用卡发卡机构介绍
- 图表52: 美国信用卡市场运行特点
- 图表53: 美国信用卡市场存在的问题
- 图表54: 法国信用卡行业背景因素
- 图表55: 欧洲信用卡市场运行特点
- 图表56: 日本信用卡行业背景因素
- 图表57: 韩国信用卡市场运行特点
- 图表58: 韩国信用卡市场存在的问题
- 图表59: 香港信用卡行业背景因素

- 图表60: 香港信用卡市场运行特点
- 图表61: 香港信用卡市场存在的问题
- 图表62: 台湾信用卡行业背景因素
- 图表63: 台湾信用卡市场运行特点
- 图表64: 台湾信用卡市场存在的问题
- 图表65: 各区域政府作用比较
- 图表66: 各区域行业规模比较
- 图表67: 各区域主体形式比较
- 图表68: 各区域行业发展目标比较
- 图表69: 各区域行业发展路径比较
- 图表70: 各区域行业发展结果比较
- 图表71: 中国信用卡市场的主体职能
- 图表72: 国际信用卡业务发展经验与启示
- 图表73: 国外信用卡业务发展趋势
- 图表74: 2025-2030年全球信用卡支付市场收入及前景预测 (亿美元)
- 图表75: 信用卡产业链示意图
- 图表76: 信用卡产业价值链的运动模型
- 图表77: 信用卡产业价值链运动模型的内涵
- 图表78: 中国信用卡市场的发展历程
- 图表79: 2020-2024年我国信用卡授信总额及同比 (单位: 万亿元, %)
- 图表80: 2018-2024年中国信用卡应偿信贷余额 (单位: 万亿, %)
- 图表81: 信用卡持卡用户画像 (单位: %)
- 图表82: 用户申卡驱动因素 (单位: %)
- 图表83: 线上支付方式分布 (单位: %)
- 图表84: 用户选择信用卡支付原因 (单位: %)
- 图表85: 用户参与过的活动与期望参与的场景活动 (单位: %)
- 图表86: 用户参与过的活动与期望参与的积分活动 (单位: %)
- 图表87: 用户参与过的活动与期望参与的支付活动 (单位: %)
- 图表88: 用户参与过的活动与期望参与的分期活动 (单位: %)
- 图表89: 2018-2024年中国人均持有信用卡数量及同比 (单位: 张, %)
- 图表90: 中国大陆与美国消费信贷细分市场对比 (单位: 万亿人民币)
- 图表91: 营销参与方对比分析
- 图表92: 信用卡持卡人对对比分析
- 图表93: 信用卡持卡人类别分析图
- 图表94: 用户申卡渠道 (单位: %)
- 图表95: 常用促销方式对比分析
- 图表96: 各银行营销策略
- 图表97: 各银行营销活动满意度
- 图表98: 营销策略运用
- 图表99: 营销策略运用
- 图表100: 国内发卡行信用卡中心的特点
- 图表101: 2019-2024年网上支付用户规模及网民使用率 (单位: 亿, %)
- 图表102: 2019-2024年网络购物用户规模及使用率 (单位: 亿, %)
- 图表103: 信贷资金用途 (单位: %)
- 图表104: 用户分期动机 (%)
- 图表105: 2024年信用卡行业品牌排行榜
- 图表106: 用户流失的原因 (%)
- 图表107: 2019-2024年中国联网商户、联网POS机和AMT累计情况 (单位: 万户, 万台)
- 图表108: 2019-2024年中国第三方支付市场交易规模及增速 (单位: 万亿, %)
- 图表109: 四大国有银行分销渠道情况
- 图表110: 女性消费倾向情况 (单位: %)
- 图表111: 各银行女性信用卡比较
- 图表112: 2024年女性信用卡品牌排名TOP10
- 图表113: 女性信用卡品牌定位
- 图表114: 大学生信用卡产品特点
- 图表115: 大学生消费特征
- 图表116: 各银行大学生信用卡比较
- 图表117: 2019-2024年中国高等教育在学总规模 (单位: 万人, %)
- 图表118: 2021中国大学生月均超前消费金额情况 (单位: %)

图表119: 2021中国大学生超前消费支付方式偏好情况 (单位: %)

图表120: 联名信用卡相对于其他信用卡的特点

略 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!