

2015-2020年中国信用卡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

《2015-2020年中国信用卡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/jinrong1411/831984Y9EE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2014-11-28

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国信用卡市场分析与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了信用卡相关概述、中国信用卡市场运行环境等，接着分析了中国信用卡市场发展的现状，然后介绍了中国信用卡重点区域市场运行形势。随后，报告对中国信用卡重点企业经营状况分析，最后分析了中国信用卡行业发展趋势与投资预测。您若想对信用卡产业有个系统的了解或者想投资信用卡行业，本报告是您不可或缺的重要工具。随着信用卡业务的发展，信用卡的种类不断增多，概括起来，有广义信用卡和狭义信用卡之分。

从广义上说，凡是能够为持卡人提供信用证明、持卡人可凭卡购物、消费或享受特定服务的特制卡片均可成为信用卡。广义上的信用卡包括：贷记卡、准贷记卡、借记卡等。

从狭义上说，信用卡主要是指由银行或其它金融机构发行的贷记卡，即无需预先存款就可贷款消费的信用卡，是先消费后付款的信用卡；国内的信用卡主要是指贷记卡，同时存在准贷记卡（先存款后消费，允许小额、善意透支的信用卡）。

下面分析的信用卡是指狭义上的信用卡，即贷记卡。信用卡的相关收费项目如下表所示。

信用卡的相关收费项目：	序号	信用卡相关收费项目	1
年费或月费（新卡收到后，即使未开卡消费，就算是旧卡处于清偿状态，也会开始累计年费）	2	循环信用利息（以台湾为例，法定年息上限20%）	3
预借现金的手续费	4	迟交的违约金	5
刷卡手续费（通常由信用卡特约商店支付：少数店家会要求消费者另外负担此费用，俗称刷卡加7%）			

资料来源：博思数据整理

信用卡的分类：	分类标准	信用卡的类别	
按发卡组织	维萨卡、万事达卡、美国运通卡、JCB卡、Discover发现卡（美洲）、联合信用卡（台湾）、大来卡、NETS（新加坡）、BC卡（韩国）、中国银联卡（中国大陆）、Banknetvn（越南）等。	按币种	单币卡、双币卡。
按信用等级	普通卡（银卡）、金卡、白金卡、无限卡等。	按是否联名发行	联名卡、标准卡（非联名卡）、认同卡。
按卡片形状及材质	标准卡、迷你卡、异形卡、透明卡等。	按信息储存介质	磁条卡、芯片卡。
按卡片间的关系	主卡、附属卡。	按持有人的身份	个人卡、公务卡、公司卡。

资料来源：博思数据整理

数据显示，截至2014年一季度末，中国信用卡累计发行量已经突破4亿张，达到4.14亿张，环比增长5.83%，而这个数据在2013年底是3.91亿张，大约相当于每个中国家庭都拥有一张信

用卡。自1986年第一张信用卡——长城信用卡诞生以来，信用卡在中国已经发展了28年，支付方式更是以日新月异的速度演变。随着信用卡的普及，信用消费、超前消费等概念也越来越深入人心，信用卡改变的不仅仅是支付方式，更重要的是改变了人们的生活消费习惯。

第1章：中国信用卡行业相关概述

1.1 研究背景

1.2 信用卡行业相关概述

1.2.1 信用卡的定义

1.2.2 信用卡的分类

1.2.3 信用卡的功能

1.2.4 信用卡的用途

1.2.5 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

1.4 信用卡产业链整体概述

1.4.1 产业链概念综述

1.4.2 产业价值链分析

1.4.3 主体的博弈分析

1.5 信用卡关联行业分析

1.5.1 上游行业现状分析

（1）电子行业发展分析

（2）IT行业发展分析

（3）印刷行业发展分析

1.5.2 下游行业现状分析

(1) 银行相关业务概况

(2) 商业零售业发展分析

(3) 邮政行业发展分析

(4) 电信行业发展分析

1.5.3 关联行业影响综合分析

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

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

(3) 其他相关政策

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) 产品销售优惠政策

(3) 消费环境建设措施

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 国内财富人群规模及分布

2.3.2 国民奢侈品消费状况分析

2.3.3 居民信贷消费情况分析

2.3.4 社会公众接受程度分析

2.3.5 社会公众支付习惯分析

(1) 支付体系的影响分析

(2) 支付工具的使用分布

(3) 分期付款的支付习惯

2.4 信用卡行业技术环境分析

2.4.1 信用卡产品技术现状

2.4.2 芯片卡发展现状分析

2.4.3 信用卡技术趋势分析

2.4.4 EMV迁移的影响分析

2.5 基于PEST模型的综合分析

2.5.1 环境影响因素分析

(1) 政治方面

(2) 经济方面

(3) 社会方面

(4) 技术方面

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 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 全球信用卡市场规模分析

3.1.4 全球信用卡市场结构分析

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
- 3.2.2 欧洲信用卡市场发展分析
- 3.2.3 日本信用卡市场发展分析
- 3.2.4 韩国信用卡市场发展分析
- 3.2.5 香港信用卡市场发展分析
- 3.2.6 台湾信用卡市场发展分析
- 3.3 成熟市场的发展特点对比
- 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

第4章：中国信用卡产业链的发展

- 4.1 信用卡市场运行总况
 - 4.1.1 中国信用卡市场发展历程
 - 4.1.2 中国信用卡市场特点分析
 - 4.1.3 市场运行分析
- 4.2 信用卡发卡环节分析
 - 4.2.1 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
 - (3) 信用卡市场潜在需求分析
 - 4.2.2 信用卡用户开发策略选择
 - 4.2.3 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
 - 4.2.4 市场快速扩张的影响分析
- 4.3 信用卡营销环节分析
 - 4.3.1 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
 - 4.3.2 成熟市场营销模式分析借鉴

4.3.3 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) 各银行广告营销表现分析
- (3) 各银行网络营销表现分析

4.3.4 第三方支付发展的影响分析

4.3.5 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

4.4 信用卡服务环节分析

4.4.1 国外信用卡业务的发展趋势启示

4.4.2 中国信用卡服务业务发展现状分析

4.4.3 银行在信用卡服务环节的竞争分析

4.4.4 第三方支付机构的市场影响力分析

4.4.5 银行与其他市场主体的合作模式分析

4.4.6 未来信用卡服务环节的竞争焦点预测

4.5 信用卡收单环节分析

4.5.1 中国信用卡业务规模分析

4.5.2 中国信用卡使用情况分析

- (1) 使用数量
- (2) 使用品牌
- (3) 影响使用因素
- (4) 信用额度
- (5) 信用记录
- (6) 服务质量

4.5.3 中国信用卡收单现状分析

- (1) 国内受理市场
- (2) 互联网支付市场

4.5.4 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 环境影响分析

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

5.4.6 存在问题及对策

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 各品牌产品比较

5.5.5 服务需求分析

5.5.6 市场推行情况

5.5.7 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 汽车信用卡市场分析

5.6.4 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 间接替代品的替代威胁分析

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

(5) JCB在华渗透策略及现状

6.2.2 信用卡组织的竞争总体概况

6.2.3 信用卡组织的竞争策略评析

(1) 中国银联竞争策略评析

(2) 维萨的竞争策略评析

- (3) 万事达的竞争策略评析
- (4) 美国运通竞争策略评析
- (5) JCB的竞争策略评析
- 6.2.4 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
 - 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 各银行的市场占有率分析
 - 6.4.2 各银行的服务竞争力分析
 - (1) 办卡渠道
 - (2) 客户端
 - (3) 短信通知
 - (4) 免息期
 - (5) 积分
 - 6.4.3 各银行的品牌竞争策略分析
 - 6.4.4 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
 - 6.4.5 信息时代的银行竞争策略
 - (1) 网络客服将得到大力拓展
 - (2) 将借助网络技术，全力打造网联平台

第7章：中国信用卡区域发展分析

- 7.1 中国信用卡区域发展特点
 - 7.1.1 区域使用习惯差异分析
 - 7.1.2 区域使用频率差异分析
 - 7.1.3 区域使用场所差异分析
 - 7.1.4 区域品牌选择差异分析
 - (1) 品牌知名度
 - (2) 品牌办理频率

(3) 品牌使用频率

7.2 重点区域信用卡发展情况

7.2.1 北京市信用卡行业发展分析

7.2.2 上海市信用卡行业发展分析

7.2.3 广东省信用卡行业发展分析

7.2.4 天津市信用卡行业发展分析

7.2.5 福建省信用卡行业发展分析

7.2.6 浙江省信用卡行业发展分析

7.2.7 江苏省信用卡行业发展分析

7.2.8 陕西省信用卡行业发展分析

7.2.9 辽宁省信用卡行业发展分析

7.2.10 山东省信用卡行业发展分析

7.2.11 重庆市信用卡行业发展分析

7.2.12 吉林省信用卡行业发展分析

第8章：中国信用卡市场主体分析

8.1 银行信用卡业务对比分析

8.1.1 还款便利程度对比分析

8.1.2 各项费率制度对比分析

8.1.3 安全保障服务对比分析

8.1.4 积分相关制度对比分析

8.1.5 分期付款业务对比分析

8.1.6 网络支付情况对比分析

8.1.7 境外消费情况对比分析

8.1.8 银行信用卡业务综合评价

8.2 国有商业银行经营分析

8.2.1 中国工商银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.2 中国建设银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.3 中国银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.4 交通银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.5 中国农业银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3 股份制商业银行经营分析

8.3.1 招商银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.2 中信银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.3 民生银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.4 浦发银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.5 兴业银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.6 光大银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.7 广东发展银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析

- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.8 平安银行银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.9 华夏银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4 城市商业银行的经营分析

8.4.1 上海银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4.2 宁波银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4.3 南京银行经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4.4 北京银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4.5 天津银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4.6 重庆银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.4.7 东莞银行经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.5 外资银行的经营情况分析

8.5.1 汇丰银行（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.5.2 东亚银行（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.5.3 渣打银行（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.5.4 花旗银行（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.5.5 恒生银行（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

第9章：博思数据关于中国信用卡市场前景预测

9.1 信用卡行业风险因素及其防范

9.1.1 信用卡业务风险分类及成因

(1) 信用卡业务的风险分类

1) 信用风险

2) 欺诈风险

3) 道德风险

4) 操作风险

5) 系统运行风险

(2) 信用卡业务的风险成因

9.1.2 信用卡业务的风险现状分析

(1) 风险总量

(2) 信用风险

(3) 欺诈风险

9.1.3 信用卡业务的风险管理对策

(1) 建立高效准确的信用评级体系

(2) 形成顺畅的信用卡风险管理模式

(3) 培养良好的信用卡风险管理方法

(4) 选拔优秀的信用卡风险管理人才

9.1.4 信用卡业务风管的具体措施

(1) 风险回避

(2) 风险预防

1) 透支风险管理

2) 挂失止付风险管理

(3) 风险分散及转移

1) 向担保人转移

2) 向持卡人转移

3) 向保险机构转移

(4) 风险补偿

9.2 行业环境的STEEP远景分析

9.2.1 行业宏观环境发展趋势

(1) 政治环境

(2) 经济环境

(3) 社会环境

(4) 技术环境

(5) 生态环境

9.2.2 行业运行环境发展趋势

(1) 顾客因素

(2) 供应商因素

(3) 劳动力因素

(4) 竞争因素

(5) 利益相关者因素

9.2.3 行业环境对主体的影响分析

9.3 信用卡行业的发展趋势分析

9.3.1 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

9.3.2 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

9.3.3 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

9.4 中国信用卡行业发展前景分析

9.4.1 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

9.4.2 中国信用卡行业发展策略建议

图表目录

图表1：主要统计指标计算公式说明

图表2：专业名词解释一览

图表3：信用卡的相关收费项目

图表4：信用卡的分类

图表5：信用卡的功能

图表6：信用卡的用途

图表7：2014年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

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：信用卡产业链示意图

图表16：信用卡产业价值链的运动模型

图表17：信用卡产业价值链运动模型的内涵

图表18：2007-2013年电力电子元器件制造行业总体情况（单位：亿元，%）

图表19：2009-2014年我国软件行业销售收入及增速（单位：亿元，%）

图表20：2012-2014年我国软件行业分类收入占比情况（单位：%）

图表21：2012-2014年我国软件行业累计出口额及同比增长（单位：亿美元，%）

图表22：2008-2013年中国印刷行业工业总产值及增长情况（单位：亿元，%）

图表23：2008-2014年我国商业银行资产和负债规模增长情况（单位：万亿元，%）

图表24：2008-2013年商业银行净利润变化情况（单位：万亿元，%）

图表25：2008-2014年商业银行不良贷款情况（单位：万亿元，%）

图表26：2008-2014年社会消费品零售总额情况（单位：万亿元，%）

图表27：2008-2014年中国网络购物交易规模及占全社会消费品零售总额的情况（单位：亿元，%）

图表28：2008-2014年中国邮政企业和规模以上快递服务企业业务收入情况（单位：亿元，%）

图表29：2008-2014年中国快递业务量和快递业务收入情况（单位：亿件，亿元，%）

图表30：2008-2013年我国固定电话和移动电话用户数量变动情况（单位：万户，%）

图表31：2008-2014年我国网民数和互联网普及率（单位：万人，%）

图表32：关联行业对信用卡的影响比较

图表33：信用卡行业主要法律法规

图表34：2011-2014年存款准备金率调整（单位：%）

图表35：2011-2014年房地产贷款余额变化情况（单位：万亿元，%）

图表36：2011-2014年中国主要住房信贷政策汇总

图表37：个人信用制度建设进展表现

图表38：个人信用制度建设中存在的问题

图表39：制约我国个人信用制度建设的主要因素

图表40：2014年上调最低工资标准的地区（单位：元）

图表41：促进国内消费的有关政策

图表42：消费环境建设措施

图表43：2007-2014年上半年GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表44：2008-2014年我国社会消费品零售总额变化情况（单位：万亿元，%）

图表45：2008-2014年中国货币供应量余额（单位：万亿元）

图表46：2013-2014年消费者信心指数走势（单位：%）

图表47：2008-2013年中国信用卡成交额与GDP的关系（单位：万亿元）

图表48：2008-2013年中国信用卡成交额占GDP的比重（单位：%）

图表49：2013年中国高净值人群省市数量及分布（单位：人，%）

图表50：2011-2013年中国国内奢侈品消费情况（单位：亿元）

图表51：2008-2014年中国住户消费贷款余额（单位：亿元）

图表52：2008-2014年中国银行卡交易笔数和交易金额（单位：亿笔，万亿元）

图表53：2008-2014年中国银行卡渗透率情况（单位：%）

图表54：线下受访者日常消费习惯付费方式（单位：%）

图表55：线上受访者日常消费习惯付费方式（单位：%）

图表56：2008-2014年信用卡授信总额和应偿授信总额（单位：万亿元）

图表57：2G信用卡的特点

图表58：IC卡的特征

图表59：2010-2014年金融IC卡累计发卡量（单位：亿张）

图表60：VISA基本情况

图表……

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/jinrong1411/831984Y9EE.html>