# 论信用卡为何被消费者“卡”在门外

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-02-09

*[论文关键词] 商业 银行 信用卡 消费者行为 [论文摘要] 信用卡作为一种 金融 产品，其有助于扩大 社会 消费总量，有利于带动相关产业的快速发展，从而给 经济 带来盎然生机，这些在国外已成不争的事实，然而，对比国内外信用卡的发展现状，却...*

[论文关键词] 商业 银行 信用卡 消费者行为

[论文摘要] 信用卡作为一种 金融 产品，其有助于扩大 社会 消费总量，有利于带动相关产业的快速发展，从而给 经济 带来盎然生机，这些在国外已成不争的事实，然而，对比国内外信用卡的发展现状，却是冰火两重天。本文从消费者的角度考虑，对国内信用卡的这种现状进行探讨，希望能有所收获。

一、 信用卡发展概述

1.信用卡的含义

信用卡的含义有广义与狭义之分。广义上包括贷记卡、准贷记卡、借记卡等。而狭义上，仅指贷记卡，即无需预先存款就可透支消费，是先消费后还款的信用卡。而本文所指与国外含义相同，即狭义上的信用卡。

2.国内外信用卡现状对比——以美国为例

(2)盈利能力对比。据202\_年银联资料，我国国内银行信用卡创收的主要来源依次为：年费（55%）、利息透支（20%）、回佣，其他。美国排名先后为：利息透支（约88%）、回佣（10%）、其他、年费。

信用卡 市场 要想扭亏为赢，除了规模，还与消费者是否有透支行为有密切联系，只有信用卡的收入大部分来源于利息透支，银行才可能获得高额利润。从上面的资料表明，中国银行现阶段的收入结构也是极不合理。

二、从消费者角度考虑造成这些现状的原因分析。

1.经济收入因素

回顾中国信用卡和美国信用卡发展的 历史 ， 总结 其在各个阶段的人均国民收入，如表所示：

表 信用卡在中国和美国各个发展阶段的国民人均收入情况对比

资料来源：联合国《 统计 年鉴》及中国统计年鉴相关数据整理所得

2. 文化 因素

文化给人造成的影响是潜移默化的，难以改变的。在中国人的传统观念中：勤勉节俭是中华的传统美德，而寅吃卯粮是败家的恶习。这一观念与信用卡的提前消费，透支消费是相抵触的，这也是为什么信用卡在中国的发展受到消费者冷遇的原因之一，而且这种影响是深入消费者内心的，是不易改变的。当然关于美国老太太和中国老太太的买房故事，在中国流传甚广，也在逐步改变人们的消费观念。因此目前我们可以营造新文化氛围，逐渐改变传统的消费观念，而20世纪80年后的一代人将是这个信用卡市场的中坚力量，这一代人明显受 传统文化 观念的影响要小，而且对新观念的接受更加积极主动。

3.个人因素

对于信用卡的使用者情况及透支情况，我 国学 者通过对性别、婚姻状况、学历、收入、职业，年龄等个人因素的研究得出如下结论：信用卡的使用者与非使用者相比，其使用者更多的是中等或中等收入以上的人群，受过更好的 教育 ，更有可能处于中年阶段，更多的已婚，且信用卡透支情况男性多于女性，但是信用卡的使用与职业间的关系不太明朗。这一结论与西方学者所做的研究基本相同。

从上面的结论中，我们可以界定出我们的目标顾客——中等或以上收入的人群。当然目前很多商业银行的目标顾客也确实是锁定在此，本来无可厚非。但在性别的选择上，很多银行却更青睐女性，如广发银行发行区隔女性的玫瑰卡，紧随之后的是中信的魔力卡，招商的KITY猫卡，这些细分市场都是女性。这种针对女性好冲动，爱购物的特点，而做的市场细分有其合理之处，但从上面的结论我们可以看出，女性在信用卡透支利息方面的贡献比男性要低得多。所以虽然我们争取了更多的女性顾客，赚取了更多的人气，但对于产生利润的真正来源——利息透支收入，却贡献甚少。所以在以后发卡的过程中，我们不仅仅要从扩大规模赚人气的角度考虑，还更要考虑这个顾客是否是好顾客，是否能给发卡方带来高额利润回报，这才是问题的本质。

参考文献：

[2]江明华任晓炜:信用卡持卡者 人口 统计特征及透支行为关系的实证研究[J].金融研究,202\_

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！