

张友栋 荆宝声 合编
裴桂芬 陈虹

信用卡 及其应用



中国经济出版社

信用卡及其应用

张友栋 荆宝声 合编
裴桂芬 陈虹



中国经济出版社

(京) 新登字 079 号

内 容 简 介

信用卡在我国已悄然兴起，它也必将像其在国外一样，成为我们时代的“宠儿”。作为现时代的公民，不具备一定的信用卡的知识是不行的，本书将会为您提供这方面的帮助。

信用卡及其应用

张发栋 荆宝声 合编
裴桂芬 陈 虹

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

(邮政编码: 100037)

各地新华书店经销

机工出版社印刷厂印刷

850×1168 毫米 1/32 7 印张 160 千字

1991 年 11 月第一版 1993 年 2 月第二次印刷

印数: 3,001—13,000

ISBN 7—5017—1557—2 / F·999 定价: 6.25 元

前 言

世界正步入信用卡时代，现在已经是“一卡在手，走遍天下”。在西方社会里，从重大的经济往来，如置房地产、买小轿车、乘飞机、百货购物、治病住院，到细小的如打公共电话、乘车、公园门票、美容理发等都在利用信用卡。信用卡已成为人们生活的一部分，在购物或消费时使用信用卡比付现金更受欢迎，它甚至已成为表示持卡人社会地位的证件了。

我国随着经济改革和对外开放政策的日益扩大，对外经济关系的发展和国内市场经济的兴旺，信用卡业务也正在蓬勃兴起。

鉴于我国目前还缺少一部比较全面、完整地介绍信用卡的书籍，我们参照了一些国内外的资料、书刊编写成了这本小册子，目的是为广大群众及经济工作者提供有关信用卡的知识，争取为推广信用卡略尽微力。

本书是本着从浅到深，从一般理论到实际应用，从国际到国内，从现状到今后的展望分别编写的。同时，摘录了一部分国际信用卡常用词汇，采用中、英对照的形式编序，以便为阅读英文信用卡资料及从事信用卡业务的同志们提供一点方便。

我们的能力和收集到的资料有限，写作上还存在很多不足之处，只希望这本小册子能起到抛砖引玉的作用，并希有识之士给予批评指正，以期今后能进一步完善它。

在本书编写过程中，承蒙中国银行信用卡部及 JCB 北京办事处提供了大量宝贵的资料，谨致以谢意。

编者

目 次

第一章 迎接信用卡时代的到来	(1)
1.1 什么是信用卡	(1)
1.2 信用卡的应用简况	(3)
第二章 为什么信用卡能发达起来	(6)
2.1 信用卡的起源及发展	(7)
2.1.1 信用卡发源地美国	(7)
2.1.2 急起直追的日本信用卡业	(16)
2.2 信用卡的优缺点	(29)
2.2.1 信用卡的优点	(29)
2.2.2 信用卡的缺点及存在的问题	(31)
第三章 信用卡的分类及功能	(33)
3.1 信用卡的分类	(33)
3.1.1 卡片的结构分类	(33)
3.1.2 结算方式分类	(36)
3.1.3 功能分类	(38)
3.1.4 发行主体分类	(39)
3.1.5 发行形态分类	(40)
3.2 信用卡的功能	(41)
3.2.1 卡片制造者赋予信用卡本身的功能	(42)

3.2.2	发行者所赋予信用卡的服务功能	(43)
3.2.3	持卡人所赋予信用卡的促进应用功能	(45)
3.2.4	信用卡功能的三面性	(46)
3.3	信用卡的结构	(46)
3.3.1	信用卡的基本性质	(47)
3.3.2	信用卡的结构	(49)
3.4	今后的信用卡	(54)
3.4.1	从国际形势来看	(54)
3.4.2	从信用卡发行公司的角度来看	(54)
第四章	信用卡的领取及应用	(59)
4.1	入会与退会	(59)
4.1.1	入会的准则	(59)
4.1.2	入会的手续	(59)
4.1.3	要正确地填写申请表	(60)
4.1.4	信用卡的更新	(60)
4.1.5	退会时要把卡片折断	(61)
4.2	入会前应具备的知识	(61)
4.2.1	认真阅读信用卡公司的规章	(61)
4.2.2	培养对利率的认识	(63)
4.3	选择信用卡的方法	(66)
4.3.1	了解发卡公司的特点	(67)
4.3.2	选择服务质量好的公司	(68)
4.3.3	正确地用好信用卡	(68)
4.4	国外的消费者教育与生活指导	(74)
4.4.1	生活指导的方法	(74)
4.4.2	美国的生活指导机构	(74)

第五章 我国的信用卡 (78)

5.1 我国推广信用卡的历史及意义 (78)

5.1.1 经济体制改革的产物 (78)

5.1.2 旅游事业促使我国开发信用卡业务 (79)

5.1.3 推动结算方式的改革 (79)

5.2 我国信用卡的现状 (80)

5.2.1 现状 (80)

5.2.2 性质及种类 (81)

5.2.3 申领手续 (82)

5.2.4 审核制度 (85)

5.2.5 信用卡的流通与管理 (87)

5.2.6 挂失与止付 (90)

5.2.7 利息计算 (91)

5.2.8 各种费用 (92)

5.3 我国信用卡存在的问题及发展趋势 (93)

5.3.1 健全规章制度 (93)

5.3.2 提高服务质量 (93)

5.3.3 加强信用卡风险控制 (94)

5.3.4 广泛宣传 (94)

5.3.5 加强电脑化 (95)

5.4 外国信用卡在中国 (95)

第六章 国际信用卡 (97)

6.1 各国信用卡的发行情况 (97)

6.1.1 美国的信用卡 (97)

6.1.2 日本的信用卡 (98)

6.1.3 欧洲各国的信用卡 (100)

6.2 几种主要的国际信用卡及其特征	(102)
6.2.1 维萨卡及万事达卡	(102)
6.2.2 运通卡及大来卡	(104)
6.2.3 JCB 卡	(105)
6.2.4 几种主要信用卡公司的附加价值服 务的对比	(107)
6.3 竞争舞台由美国转向世界	(110)
6.3.1 三大主要信用卡的现状	(110)
6.3.2 2000 年美国市场展望	(113)
6.3.3 国际各大信用卡集团 90 年代的战略	(114)
6.3.4 各大国际信用卡的“商标形象”	(119)
6.3.5 维萨卡争霸世界市场	(122)
6.3.6 维萨卡改进结算方式	(123)
6.3.7 IC 卡及超级卡在三、五年内实用化	(125)
6.3.8 安全对策的现状	(127)
6.4 国际主要信用卡的系统网络	(129)
6.4.1 国际系统网络的高速处理	(129)
6.4.2 信用卡系统网络的具体情况	(133)
6.5 国际信用卡的展望与课题	(134)
6.5.1 2000 年日本信用卡市场的预测	(134)
6.5.2 国际信用卡的发展与差别化	(139)
6.5.3 竞争激化与新势力的抬头	(142)
6.5.4 在国际信用卡竞争中获胜的条件	(146)
6.5.5 利用国际信用卡的优点	(149)
6.6 美国有关保护信用消费的立法	(154)
6.6.1 美国的消费者信贷保护法	(154)
6.6.2 日本维护信用消费的立法	(156)

第七章 信用卡纠纷及对策 (164)

7.1 信用卡犯罪..... (164)

7.1.1 使用他人的信用卡 (164)

7.1.2 持卡人非法使用 (164)

7.1.3 伪造、篡改信用卡 (164)

7.1.4 特约商号填写虚构的传票 (164)

7.1.5 通过捏造的申请骗取信用卡 (165)

7.2 信用卡保险、挂失及赔偿..... (165)

7.2.1 信用卡保险制度 (165)

7.2.2 挂失手续 (166)

7.2.3 保险公司不负赔偿责任的条件 (167)

7.3 用户与特约商号之间的纠纷问题..... (168)

7.3.1 出现信用卡合约中未曾指定应由信用卡公司负责的事件时 (168)

7.3.2 从保护消费者利益出发来解决问题 (168)

7.3.3 用信用卡购买的物品的所有权问题 (169)

7.4 信用调查机构中存在的问题..... (170)

7.4.1 信用调查机构(征信所) (170)

7.4.2 登记事项及程序 (171)

7.4.3 登记了不守信用情况后对持卡人的影响 (172)

7.4.4 登记了错误信息时的处理方法 (172)

7.4.5 对拖欠不守信用时的处理对策 (173)

第八章 国际信用卡常用词汇 (176)

第一章 迎接信用卡时代的到来

1.1 什么是信用卡

目前我们有很多人对于什么是“信用卡”，它有什么作用，还不大了解或从未接触过。甚至有的人参加或已取得信用卡，却也还对它认识不足。当然，这与我国的经济发展阶段有着直接关系。但是随着商品经济的发展，对外贸易的扩大，国际旅游事业的兴旺，我国也在逐步打开信用卡的大门。预计随着经济的腾飞，信用卡必将进入人们的经济生活，并起到一定的作用。

在信用卡发源地美国，到 1988 年末在 1.0850 亿持卡人当中，已经发行的信用卡达 8.7920 亿张，平均每人保有 8.1 张之多。日本从本世纪 60 年代开始从美国引进信用卡，短短 30 年中已跃居世界信用卡第二大国，1989 年 3 月末，信用卡的发行总数已达 1.4447 亿张，按持卡户头计算平均每户达 3.5 张（根据日本信用产业协会调查数字），而且其增长率还在逐年上升。信用卡已经深入到大众生活的各个方面，成为日常生活的一个重要组成部分了。

“信用”一词来自英文 Credit，其含义包括：信用、信誉、信贷、赊销及分期付款等。正如流行于美国的一句话：“Go Now, Pay Later”（先买下，后付款），持卡人凭借信用卡，可以在暂不支付现金的条件下，先取得所需物品或服务，进行各种消费活动。这样，从售方来说，可以迅速推销商品，加速流通；从买方来说，即使没有现金，仍然可以达到自己的消费目的；从发行信

用卡的企业或银行来说，可以收取手续费发放贷款取得利息，扩大资金的流通，各方面都可以从中受益。因而它能以飞跃的速度取得惊人的发展。但是，信用卡之所以在较短时期内迅速推广甚至泛滥成灾，其基础是扎根于市场经济及消费者社会。

在市场经济的激烈竞争中，尤其是在商业贸易处于疲软的时期，从生产厂家、批发行业到零售商店都在千方百计设法推销商品。信用卡便成为一种最有效的手段。因此，便出现了企业系统的信用卡，如汽车制造厂、家用电器生产公司、百货公司及零售店、服务行业等独立发行的信用卡。但是，这类独立发行的信用卡在使用上有着很大的局限性，因而发行多功能，适用范围大的信用卡专业公司便应运而生。信用卡公司一方面在各行各业中发展网点、吸收特约关系户，另一方面与银行联合，由银行提供金融和代办结算工作。一般市民只要按照信用卡公司所规定的程序及条件，提出信用保证，交纳一定的会费及年金，便可以取得该公司提供的信用卡。持卡人可以在该公司的所有特约商店，根据该卡所定的限额购物、消费或提取现金。事后按各信用卡公司所规定的限期及限额返还所消费的款数，或从持卡人的银行户头内自动扣除。

同时，各家银行为了发展业务、扩大金融市场，也各自发行信用卡，这些总称为“银行系统信用卡”。

这样，各个系统纷纷发行信用卡，扩大特约商号，争夺市场与用户，展开了一场激烈的信用卡争夺战。为了争取更多的用户，各信用卡公司采取各种手段，放松信用保证条件及放宽限额，对持卡人提供各种方便和附加价值。发卡对象也从过去的仅限于有固定职业、收入和一定财产者，扩大到了青年学生阶层。

可是，持卡人如果对信用卡认识不足，轻则导致不能如期如数归还欠款而形成利滚利不能自拔，重则造成个人破产或铤而走险，步入犯罪的歧途。信用卡纠纷及犯罪事件的与日俱增，已成

为资本主义社会的一种新的“癌症”。

因此，我们想利用这本小册子一方面介绍信用卡的历史背景、性质、功能和当代信用卡的发展现状与趋势，帮助读者加深对信用卡的认识；同时，也介绍如何正确地选择及应用信用卡，充分发挥信用卡的优势，在迎接信用卡的发展中，避免因不当发行与不合理使用而造成损害。这对信用卡发行者及持卡人都将会有一定的补益。

1.2 信用卡的应用简况

尽管信用卡存在着一些缺点和问题，但它的优点却大大超过缺点，所以才能在世界各国迅速发展。尤其是当前国际贸易日益扩大，作为其推销及结算手段的国际信用卡，也随之而发展开来。也就是说，不论是否愿意接受，信用卡时代的到来已不是个人意志所能转移的了。特别是电子计算机的应用和飞跃发展，联机作业已形成国际间的严密网络。国际信用卡的持卡人，在世界任何一国的信用卡公司特约商号，都能凭借所发行的信用卡购物、消费和提取现金。该特约商号通过计算机的终端机，可以在短暂的时间内完成查证、核实、授权、记账和存储各种信息的一系列工作。这样，既可减少支付现金和兑换外汇等烦琐事务，又可方便顾客提高服务质量以及扩大销售额。所以，各国的信用卡公司也随着国际商业的日益发展，纷纷开拓国际市场。

就目前情况来看，在国际市场上实力雄厚的信用卡首推美国的维萨卡 (VISA CARD)、万事达卡 (MASTER CARD)、运通卡 (AMERICAN EXPRESS、简称 AMEX CARD) 和来卡 (DINERS CLUB CARD) 四大国际信用卡集团。亚洲比较有名的有日本的 JCB 卡 (JAPAN CREDIT BUREAU CARD, 百万卡 (MILLION CARD) 和香港的发达卡 (FEDERAL CARD)，它们都在不同程度上以多种形式和上述

四家美国大信用卡公司携手联合，来发展国际业务。

我国最先推出的信用卡，是中国银行发行的长城卡。该卡也分别于 1987 年 3 月和 1987 年 10 月先后加入了万事达和维萨两大国际信用卡集团，在国内、外发行了“长城万事达卡”和“长城维萨卡”（以下皆简称长城卡）。虽然它起步较晚，但在沿海开放城市及特区，已经大量发行，并取得了一定成果，同时正在积极努力跻身于国际信用卡之林，发展有自己特色的信用卡。1989 年 11 月中国工商银行发行了全国通用的牡丹卡。1990 年中国人民建设银行在广州地区发行了万事达卡，中国农业银行也在积极筹划发行金穗卡。

以下，本书在对信用卡进行探讨中，也将着重以上述几种国际、国内的信用卡为蓝本，来加以论述。

旅游与娱乐 T&E (Travel and Entertainment) 已成为当代人生活中的重要一环。由于航空交通事业的发展，国际旅游业正日益兴旺发达。很多国家把旅游业作为一项重要的非生产性财政收入，纳入了国民生产计划之中。我国有着丰富的旅游资源，旅游业的收入也逐年增加。信用卡在旅游与娱乐事业中，也发挥着它所具有的特殊职能，从定飞机票、住旅馆、饮食、娱乐、购物及取现金等，只凭一张小小的信用卡就完全可以充分发挥作用，确能达到方便、安全的目的。真是“一卡在手，走遍世界”。这也是信用卡能风行于世界的一个重要因素。

以近年来发展为经济大国的日本为例，由于国际收支大量盈余，日元升值以及一些大企业采用了每周五天工作日的制度，利用周末出国旅游的青年人猛增。据日本交通公社 (JTB) 的预计，1990 年日本人到国外旅行的人数将突破 1000 万人次大关。这对于信用卡公司来说，是难得的好机会，为到国外旅游而取得信用卡的人数在大量增多。

各种销售、服务行业为了提高业务，适应顾客的需要，就必

然要和某个或几个国际信用卡集团发生联系成为其特约商号。当然，也就必需对各个国际信用卡公司的经营战略、战术有个正确的认识，以便达到高水平的业务质量和安全无误地接受顾客提出的信用卡，免遭意外的损失。

有的人认为我国的经济体制与西方国家不同，信用卡在我国暂时还行不通。但是，我国的经济开放政策表明，我们不仅要开放，而且还要更大地开放。我们不仅是政治大国，还要成为一个经济大国。在商业上，为了方便顾客，合理地经营，提高服务质量，开发新商品，投身到国际化的经营战略中去，我们就必然要适应时代的发展，迎接时代的“宠儿”信用卡的到来。有远见的企业家，站在时代的前列或要投身国际活动的人们，都需要对信用卡及其应用具备一定的知识。

当信用卡逐步在中国大地上推广以后，通过实践必将出现一批从事信用研究的专业人员，会取其精华去其糟粕，总结出适应我国形势的新型信用卡制度、管理方法及立法，来迎接信用卡时代。

第二章 为什么信用卡能发达起来

在商业经济中，经营者（卖方）为了尽快地推销商品，加速资金周转，采取多种手段，如赊销、记帐、分期付款等。主要是使商品进入消费阶段，然后再收回资金。消费者（买方）需要这些商品，但又苦于缺乏现金，便进行赊购、挂帐或分期扣款，以便先占有商品。或者为了取得现金借高利贷、向当铺抵押借款或参加拔会（会员分期存款，按抽签决定的顺序借款使用）。其中，除了抵当借款是以财产为担保外，其它的赊购、记帐、分期付款、高利贷及拔会等，原则上都是“信用”活动，它的范围也比较狭窄，有很大的局限性。

第二次世界大战前和战后初期，城市经济日趋兴旺，主要的消费者是在国家机关工作的公务员或在企业、公司服务的职员，也就是以工资为生活来源的工薪阶层。他们为了取得生活必需品，尤其是一些家电产品、缝纫机等耐用消费品，最好的办法是接受分期付款方式或者从金融机关贷款。所以，这个时期分期付款方式极为流行，信贷业也非常兴旺。只要有一定的固定收入和所在单位公司的担保，就可以先占有所需的商品或得到贷款。这个时期的销售信用和消费者信贷（货币信用），分为两个系统。销售信用系统出现了专门从事信用推销的“信用贩卖公司”（以下简称“信贩”），建立特约商号，扩大成员，统一发行票据取代前期各商业公司推行的单独分期付款方式，使分期付款购销方式发展到一个新高度。

但是，分期付款还是在发达经济环境中出现的，重点以低

收入阶层为服务对象。总的来说，它是“卖方经济”，而且从销售到收款的业务大都依靠人工操作，它的外围工作主要是收款。因此，采用分期付款方式，其销售量越大，管理业务也就越膨胀，需要更多的人力和经费。加之，分期付款的商品多是二流货，顾客的选择余地比较小。所以，当新型的信用卡方式一经问世，便取而代之，成为主要的销售手段。因为，信用卡除了具备分期付款的功能以外，还有取现、透支、赊购等多种功能、应用范围极广。加上采用电子通讯技术，引进了电子计算机网络，简化了手续，节省了大量人力，结算简便、迅速。随着经济的繁荣发展，顾客有着充分的选择余地，市场经济也从过去的“卖方经济”转向了“买方经济”。各个系统的信用卡公司竞相用更优惠条件吸收顾客，扩大特约商号并建立国际市场。各类信用卡如雨后春笋，蓬勃发展。

以下，为了进一步说明信用卡的起源和发展历史，将着重介绍信用卡最发达的美国和日本的情况。

2.1 信用卡的起源及发展

2.1.1 信用卡发源地美国

美国是信用卡的发源地，也是当代信用卡大国。据统计，到1990年6月美国发行的信用卡总数已超过10亿张，超过了其他发行信用卡国家的总和。在美国使用信用卡购物、消费，比付现金更受欢迎，信用卡已成为一种社会身份的化身。另外，美国的治安状况恶劣，夜晚单身一个人走在纽约街道上，不知什么时候就会从身后捅过来一把刀子或手枪，让你“Hold Up!”（举起手来！），然后把口袋洗劫一空。在百货公司或超级商场购物付款时，不留神将提包放在一边，就会被小偷抓起拿跑了。所以人们出门尽量不带或少带现金，购物消费时尽量使用信用卡。这也是促使信用卡发达的一个社会因素吧。

2.1.1.1 早期的美国信用销售

在说明美国现代信用卡之前，首先应该回顾一下它早期的信用销售——分期付款及信贷情况，这样才能更好地理解信用卡发展的实况。

美国的信用销售是在南北战争结束（1885 年）后，全国进入城市化及工业化时代开始的。分期付款的商品，最初是家具、乐器、缝纫机等，进而发展到衣服、书籍、钟表及宝石等。个人贷款、当铺、放印子钱等也随之兴旺起来。但是，当时分期付款商店中商品的质量都很差，多数是一些代替生产厂商推销商品的委托代理商（Commission Agents），有时将一些次品或不合规格的货物交给顾客。私人贷款者多是一些放“高利贷”的，他们或者不遵守各州规定的“限制高利法（Usury Laws）”，或者与借款人私定合约，到期不偿还时便向雇主告发，从借款人的工资中扣取等。因借用高利贷而受害者越来越多，救济这类受害人已成为一个社会问题。结果，便产生了根据各州的“小额贷款法”规定批准的消费者金融公司（Consumer Finance Companies），允许它们收取稍高于州的限制高利法规定的利息。并规定下每笔贷款的限额及未还清剩余部分的计息办法等，并将其经营置于州的严格监督下进行。大多数州规定的贷款限额为 500 美元，但随着美国经济的发展，限额逐渐扩大，后来最高的加利福尼亚州曾达到 5,000 美元，纽约州为 2,500 美元。利息早期为月息 3%～3.5%，后有所降低，各州还分别制定了一些保护消费者利益的措施。

2.1.1.2 面向消费者的金融机构

在消费者金融公司陆续问世的同时，也出现了面向消费者的金融机构——信用合作社和莫里斯式银行。信用合作社最初是根据各州法律设立的，1934 年以后也有按联邦法律获得特许权的。这类信用合作社都是由（1）、同一教会的信徒；（2）、在同