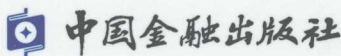


商业银行 信用卡业务





现代商业银行业务丛书

商业银行信用卡业务

本书概述了信用卡的业务特征和我国信用卡产业的特殊性，提出了我国商业银行信用卡业务的发展战略，阐述了信用卡业务在市场营销、销售推广、客户服务、风险管理等方面的思路 and 做法，介绍了信息科技在信用卡业务发展中的作用，描述了信用卡公司的组织形式和信用卡业务的主要经营指标，介绍了信用卡业务经营成本的构成和核算方法。

上架类别 ○ 银行·岗位培训

ISBN 978-7-5049-4345-3



定价：35.00元

网上书店: www.chinafph.com



现代商业银行业务丛书

商业银行信用卡业务

主编◎徐志宏

 中国金融出版社

责任编辑：张 铁

责任校对：潘 洁

责任印制：裴 刚

图书在版编目 (CIP) 数据

商业银行信用卡业务 (Shangye Yinhang Xinyongka Yewu) / 徐志宏主
编. —北京: 中国金融出版社, 2007. 6

(现代商业银行业务丛书)

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4345 - 3

I. 商… II. 徐… III. 商业银行—信用卡—银行业务—中国
IV. F832. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 060635 号

出版

发行

中国金融出版社

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 号

市场开发部 (010)63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 三河市利兴印刷有限公司

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 16.75

字数 300 千

版次 2007 年 9 月第 1 版

印次 2007 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—4090

定价 35.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4345 - 3/F. 3905

如出现印装错误本社负责调换 联系电话(010)63263947

总 序

商业银行是现代市场经济中金融体系的主体，在一国的经济运行中发挥着重要作用。改革开放以来，我国商业银行的数量不断增加，规模不断扩大。加入世贸组织后，我国金融业改革开放的广度和深度发生了质的变化，这给我国商业银行提供了加快发展和参与国际竞争的良好机遇，也带来了更大的挑战，即我国商业银行不仅面临国内同业的竞争，还面临着国际强手的挑战。为了应对来自国内外的竞争挑战，商业银行相继进行了股份制改造，构建规范的公司治理结构，引进先进的商业银行经营管理理念，为缩小与国际先进银行的差距，提高核心竞争力奠定了坚实的基础。同时，信息技术的发展促进了商业银行金融产品的创新和经营环境的变化，伴随着新业务和新产品的出现以及传统业务和产品的改造，商业银行的业务领域不断拓宽，经营品种不断增加，服务功能日益扩大，银行业的智力密集型特征越来越明显，商业银行发展的新趋势对从业人员的素质提出了更高的要求。

商业银行的核心竞争力集中体现在产品、服务竞争力和抵抗风险的能力上，商业银行间的竞争，归根到底还是人才的竞争。为了从整体上提高我国商业银行从业人员的业务素质，我们组织编写了《现代商业银行业务丛书》。本套丛书以商业银行业务人员，特别是一线业务人员为读者对象，以国际上先进的银行经营理念为指导，以新的思路和视角进行编写，并以我国商业银行股份制改造后的新变化为立足点和出发点。目的是更新商业银行从业人员的业务知识，提高业务素质，促进商业银行股份制改造后的产品创新，为商业银行综合经营做好人才准备，增强服务意识，提高防范风险的能力，以及树立对当代银行业发展趋势的前瞻认识。

本套丛书涵盖现代商业银行业务的各个方面，以及必须具备的



其他相关知识，主要包括以下内容：商业银行票据业务、商业银行投资银行业务、商业银行电子银行业务、商业银行资产托管业务、商业银行信用卡业务、商业银行清算业务、商业银行外汇业务、商业银行资金营运业务、商业银行国际业务、商业银行个人金融业务、商业银行中间业务、商业银行会计、商业银行信息技术、商业银行市场营销、商业银行英语，等等。

本套丛书的作者大多是商业银行业务部门的领导或骨干，他们亲身经历了我国商业银行发展的全过程，密切关注着现代商业银行业务的发展轨迹，主导并参与我国商业银行业务和产品的开发与创新，对现代商业银行的发展趋势有着深刻的理解，他们是具有扎实理论功底和丰富从业经验的业界精英。由他们执笔，可以为广大的商业银行从业人员带来更先进的理念、更实用的知识，以及解决实际问题的新思路和新方法。

本套丛书的特点是：

◆ 突出新产品和业务创新。本套丛书不是对一般业务知识的泛泛讲述，而是针对国内图书市场上的空白，或者已有出版物不适合实际工作需要的情况，重点介绍传统业务的新变化、出现的新产品和新业务，以及新产品和业务发展的趋势。

◆ 内容新颖。本套丛书立足于我国商业银行股份制改造后面临的新形势，并结合我国商业银行的实际做法，阐述了我国银行业务的新理念、新知识、适用的新法规、采用的新的运作程序和新的管理方式等，没有照搬照抄国外的、不适合我国情况的经验和做法。

◆ 突出全新的理念。本套丛书具有前瞻性，能够帮助商业银行从业人员加深对现代银行业务运作模式与管理模式的理解，树立创新意识和服务意识，促进银行业务创新和经营管理有突破性的发展。

◆ 具有实务性、操作性。本套丛书的内容具有指导性和启发性，编写时注重一般原理与实务操作相结合，以实际操作为主，原理为业务操作服务。

◆ 可读性强。本套丛书内容上避免空洞的理论介绍，没有充斥

抽象深奥的理论模型和枯燥无味的数学推导过程；结构上层次清楚，力求简洁；写作上注重可读性和适当的趣味性，并列举实际工作中的例子以加深对内容的理解。

◆ 便于读者自学。本套丛书采用教材的编写体系，每章提示出重点和难点，注明必须具备的知识与技能；章后有复习思考题。

本套丛书适合商业银行新员工培训、岗位培训、个人自学。相信本套丛书的出版对提高我国商业银行从业人员的素质，增强我国商业银行的竞争力大有裨益。

北京金培伟业教育科技有限公司在本套丛书的选题策划、组稿等方面协助做了大量的工作，在此表示感谢。

中国教育技术协会金融教育技术专业委员会

中国金融出版社

2006 年 7 月

目 录

商 业 银 行 信 用 卡 业 务

➤ 第一章	绪论
1	第一节 信用卡的产品类型和业务特点
7	第二节 信用卡产业发展简况与趋势
10	第三节 现阶段我国信用卡产业的总体特征
16	第四节 信用卡业务在商业银行经营中的作用和地位
20	第五节 我国商业银行信用卡业务发展战略与策略
➤ 第二章	信用卡市场策略
31	第一节 信用卡目标市场
41	第二节 产品服务的规划与开发
56	第三节 信用卡促销活动
62	第四节 信用卡宣传与品牌建设
67	第五节 信用卡收单业务简介
➤ 第三章	信用卡销售管理
77	第一节 信用卡销售模式与销售渠道
87	第二节 联名卡项目管理
100	第三节 大客户销售
105	第四节 区域商业发展
➤ 第四章	信用卡客户服务管理
113	第一节 信用卡客户服务概述
116	第二节 信用卡客户关系管理
121	第三节 信用卡客户服务渠道
129	第四节 信用卡客户服务流程
140	第五节 信用卡呼叫中心管理



151	第六节 客户服务中的资金清算
159	第七节 客户服务中的调单拒付
➤ 第五章	信用卡风险管理
165	第一节 信用卡申请表的设计
171	第二节 个人信用评分模型
175	第三节 信用卡交易授权
178	第四节 信用卡坏账管理
181	第五节 信用卡催收管理
189	第六节 信用卡操作风险管理
➤ 第六章	信用卡科技应用
195	第一节 以科技为依托的信用卡业务
204	第二节 运用先进科技手段的客户关系管理
210	第三节 信用卡业务与科技的关系
215	第四节 信用卡科技应用的发展阶段和发展趋势
➤ 第七章	信用卡经营体制与经营促进
223	第一节 信用卡经营体制和经营指标
227	第二节 信用卡成本核算与成本控制
240	第三节 信用卡人力资源管理

第一章 绪论

► [本章学习要求]

了解信用卡的定义和类型，理解信用卡业务的特征及其与其他商业银行业务的区别。在了解国内外信用卡产业发展情况的基础上，掌握现阶段我国信用卡产业的特殊性，进而充分认识信用卡业务在商业银行经营中的特殊地位和作用，思考我国商业银行发展信用卡业务的战略和策略框架。

第一节 信用卡的产品类型和业务特点

一、信用卡的产品类型

随着银行卡业务的发展，银行卡用途多种多样，其种类不断增多。银行卡主要有借记卡、准贷记卡和贷记卡三类，其中准贷记卡和贷记卡被称为信用卡。借记卡不具有消费信用功能，不能提供信用透支。借记卡可分为转账卡（含储蓄卡）、专用卡和储值卡等。准贷记卡是由发卡行发行的、持卡人按要求交存一定金额的备用金、当备用金账户余额不足支付时可在规定的信用额度内透支的信用卡。贷记卡是由发卡行发行的、给予持卡人一定信用额度、允许持卡人在信用额度内先消费后还款的信用卡，具有信用消费、转账结算和存取现金等功能。准贷记卡和贷记卡的最大区别在于：贷记卡存款不计息，卡内透支享受一定期限的还款免息期，是真正意义上的信用卡；而对准贷记卡中的存款予以计息，但透支没有还款免息期，还不是真正意义上的信用卡，因此只能称为“准贷记卡”。表1-1以××银行的银行卡产品为例，其银行卡产品包括：

表 1-1 银行卡产品示例

名 称		不能透支	小额透支	信用贷款	境内使用	境外使用
准贷记卡			✓		✓	
贷记卡	人民币贷记卡			✓	✓	
	国际卡			✓	✓	✓
借记卡	人民币借记卡	✓			✓	
	国际借记卡	✓			✓	✓

根据不同的划分标准，信用卡存在不同的分类方式，下面做一简要介绍。

（一）按照发行对象不同

按对公对私用途的不同，分为商务卡和个人卡。

（1）商务卡（单位卡）。商务卡（单位卡）是由发卡银行向企事业、部队、院校等单位发行的信用卡，其使用对象为单位指定的人士，由持卡人所在单位承担最终清偿责任。

（2）个人卡。个人卡是由发卡银行向个人发放的信用卡，由持卡人承担最终清偿责任。按照持卡人的清偿责任不同，个人卡又可分为主卡和副卡（附属卡）。

（二）按照币种不同

（1）人民币卡。人民币卡属于地区卡，以人民币结算，仅限在我国境内使用。

（2）外币卡。外币卡属于国际卡，以某种外币结算，可在世界各地使用。

（3）双币卡。以人民币和某一指定外币两种货币结算，既可以在我国境内使用也可以在境外国家和地区使用。

（三）按照是否联名、认同

按照是否联名、是否认同可以分为联名卡与非联名卡，认同卡与非认同卡。

联名卡。联名卡是由发卡银行与营利性机构（单位）合作发行的银行卡附属产品。其所依附的银行卡品种必须是发卡银行已经发行的卡产品，并应遵守相应卡产品的业务章程或管理办法。发卡银行与合作单位往往为联名卡持卡人在合作单位用卡提供一定比例的折扣优惠或特殊服务。

认同卡是由发卡银行与非营利性机构（单位）合作发行的银行卡附属产

品。其所依附的银行卡品种必须是发卡银行已经发行的卡产品，并应遵守相应卡产品的业务章程或管理办法。认同卡的持卡人领用认同卡也就表示对认同单位事业的支持。

非联名卡和非认同卡就是一般的信用卡。

（四）按照信息载体不同

（1）磁条卡。磁条卡是将银行卡的有关信息置入银行卡卡片专用的磁条内。

（2）芯片（智能 IC）卡。芯片卡是将银行卡有关信息置入银行卡卡片专用的芯片内，它既可用于单一的银行卡品种，又可应用于组合的银行卡品种，即磁条与芯片合一的复合型银行卡品种。

（3）磁条芯片复合卡。磁条芯片复合卡是兼具上述两者功能的复合卡。

从信用卡发展的国际趋势看，芯片卡因其具有以下特点而受到诸多发卡行的青睐，是信用卡未来发展的必然方向。芯片卡较磁条卡在卡片应用技术上产生了质的飞跃，主要有以下优势：（1）安全性。芯片卡采用具有独立运算、加解密和存储能力的芯片，其存储能力大大高于磁条卡。当芯片的智能电路结构检测到非法读取卡内数据信息时，可以自行销毁芯片，保护卡内数据，其安全性较磁条卡有相当大的提高。（2）快捷性。芯片卡具有可以脱机处理交易的特点，可以缩短客户等待时间，节省联机的通信费用，简化交易过程，芯片卡交易的快捷性得到了很好体现。（3）多应用。芯片卡存储容量大并具有自我运算的功能，可以在同一张芯片卡上加载不同应用的功能，还可以将接触式和非接触式两个芯片集成在一张卡片上，使一张卡同时具有借记/贷记、电子钱包及小额支付等功能，还可支持个人信息管理、积分和忠诚计划等诸多附加功能。

此外，按提供服务 and 信用额度不同，分为普通卡、金卡、白金卡甚至更高级别的钻石卡。按照是否带有持卡人彩色照片，可分为彩照卡和非彩照卡。

上述各种分类方式并非是完全孤立的，某一特定的信用卡按照不同的划分标准往往同时属于不同的类型。随着经济生活的日益复杂和人们对信用卡功能需求的多样化，信用卡的分类方式必将在信息技术的支持下愈加丰富。

二、信用卡的业务特点

信用卡是一种信用支付工具，具有透支功能，究其内在含义，其本质上是一种信贷产品，是一种小额、循环、信用免担保的消费信贷业务。

信用卡业务是信贷业务。信用卡账户是具有一定信用额度的循环贷款账



户，而不是存款账户。持卡人持卡消费时，不需要卡中有存款，而是使用银行的贷款进行消费结算，凭卡自动办理全部的借款手续。发卡银行根据持卡人的还款能力和信用记录做出综合评定，授予持卡人最高可使用的贷款额度，持卡人无须提供任何担保。信用卡的循环信用性质决定了发卡银行在为持卡人借款和还款提供方便的同时，可以通过信用卡贷款逐月计收复利，创造高额收入，并可以对持卡人的还贷能力进行监控，防范信用风险。信用卡的主要用途是日常消费的结算，银行通过信用卡发放的贷款主要用途是个人消费，而不是投资创业或支取现金等目的。发卡银行可以从持卡人用卡消费行为中获取结算手续费收益。按照中国人民银行的现有规定，信用卡（个人卡）单笔透支金额不得超过2万元人民币，账户月透支余额不得超过5万元人民币。与公司贷款业务相比，信用卡业务具有单笔交易金额小、交易频率高、交易笔数多、风险分散的特点。

信用卡的信贷业务性质决定了其在盈利模式、风险控制和业务处理上与借记卡业务有着本质的区别。

（一）高投入

信用卡业务的主要投入项目有：信用卡业务处理系统的构建与相关项目开发建设费用，中等系统一般需要上千万元，大系统则需上亿元；提供透支消费的信贷资金的筹措成本；经营管理费用，其中营销与宣传推广费用在信用卡业务整体投入中占有较大的比重；呆坏账的核销费用；信用卡中心的建置费用等。信用卡的高投入主要表现在初期的一次性固定投入和每年持续的营销、宣传与推广费用投入以及运营费用投入，而且前几年的持续投入一般还没有相应的产出。

（二）高风险

信用卡业务具有资产业务的风险性。任何信用贷款业务都具有风险特征，信用卡也不例外，而信用卡小额贷款还具有催收成本更高的不利因素。信用卡是一种信用免担保的信贷业务，以客户个人资信作为贷款保证，这种信用免担保性质是信用卡业务获得持卡人青睐、方便持卡人使用的重要因素，但对于发卡银行而言却增加了业务风险，不可避免地会出现一些客户恶意透支和信用卡欺诈损失的现象。

但从整个社会来看，随着个人信用体系建设步伐加快以及对失信人惩罚机制的建立等，信用卡的高风险是可以得到有效控制的。从银行自身来说，银行必须严格进行风险管理，必须加强信用政策的制定和调整，对信用卡客户必须进行严格的筛选；对持卡人的资信条件、信用审查、信用额度、交易

授权、欠款催收等方面建立一套完整的规章制度,进行有效的管理和监控。此外,只有当信用卡业务达到一定规模时,才能依照大数法则将风险度控制在一定比例内。

(三) 高收益

信用卡业务是国际金融行业公认利润最高的业务之一,其主要收益来源有年费收入、贷款利息收入、商户交易手续费收入等。信用卡业务为持卡人提供消费信贷,属于发卡银行的资产业务,其收入来源主要不是依靠卡中存款获取利差收益,而是为客户提供消费贷款而取得高额的透支贷款利息收入和其他中间业务收入。而借记卡是发卡银行吸收存款的一种金融工具,是发卡银行发展个人负债业务和中间业务的手段,发卡银行主要依靠存贷利差和中间业务收入获得收益。

银行开办信用卡业务,只要能够大力拓展持卡人队伍,使发卡量达到一定规模,每年便可稳定地获得可观的年费收入;通过消费激励措施引导持卡人多刷卡消费,便可获得一定的结算手续费收入;通过举办分期还款等优惠购物活动,鼓励持卡人多使用循环信用,便可获得较高利率的利息收入。同时,信用卡业务的相关手续费收入也很可观,这也是信用卡业务比重较高的银行盈利能力较强的一个重要原因。

(四) 对宣传营销推广的依赖性强

信用卡业务的客户定位是消费旺盛的群体,在营销方式上,不能“坐等客来”,必须主动出击,发掘潜在客户,通过长期、持续、有效的营销激励活动,刺激客户刷卡消费,以此带动客户透支消费、使用循环信用。

开办信用卡业务必须树立品牌形象,提高客户的用卡消费意愿和忠诚度,因此营销宣传与推广工作有着不可替代的作用。一方面是由于个人客户具有冲动与感性的特点,容易受广告促销和宣传的影响,推陈出新的宣传营销推广活动能够激发持卡人刷卡消费的积极性;另一方面各家银行信用卡产品的功能差异性较小,只有宣传营销推广活动才能体现各家银行的特色,吸引持卡人的注意力。

在信用卡业务中,发卡银行不是以借款人而是以贷款者的身份出现,它必须掌握翔实的客户资料,获得持卡人收入、资产等方面的客户相关信息,通过系统实时把握持卡人的交易动态,这不仅是为了降低风险,同时也是为了向每个客户提供更好的服务。信用卡业务必须实现深层次的客户关系管理。

(五) 对信息科技支持依赖性强

信用卡的小额贷款性质决定了信用卡业务不可能采用公司贷款和传统个



人消费信贷业务的审批、监管和催收模式，必须将其业务流程按标准化、工厂化处理，以减少银行在人力、物力上的损耗，降低单笔业务处理时间和成本，达到规模效应，实现集约化经营。

信用卡业务流程复杂，涉及开卡申请、资信审核、发卡、授权、清算和催收等多个系统模块，利息和各类费用的计算复杂，同时业务管理人员还要对客户的消费行为和还款情况进行实时跟踪分析。信用卡业务系统仅有 10% 用于交易处理，其他 45% 主要用于统计分析，45% 用于处理风险控制和授权管理；此外信用卡业务系统还必须实现 24 小时不间断处理，同时要与国际组织进行网络连接、系统连接和资金清算，该系统既要有稳定性，又必须具备一定的灵活性，才能满足业务开展的需要。采用先进的信息技术建立功能完善的信用卡业务处理系统，不仅有助于各项业务、各个环节的有效协调运作、提高效率，还可节省大量的人工成本、减少差错，同时监控、预防信用卡业务各环节的风险，因此信用卡业务对内外部信息科技支持的依赖性非常强。但这同时也增加了发卡银行在业务操作和系统与技术支持上的难度，对信用卡系统的功能提出了很高的要求。

（六）对专业人员和业务经验依赖性强

银行信用卡业务与其他零售银行业务一样，是一项劳动密集型业务。国外商业银行开办信用卡业务一般都设有专业信用卡中心或信用卡公司，吸纳产品设计、资信审核、宣传策划、营销促销、客户服务、风险控制等各方面的管理和经营专业人员，保持这些专业人员的一定配置比例。没有一支数量充足、结构合理、协调配合、专业经验丰富的专业经营管理人员队伍，很难从信用卡业务中取得良好的盈利。

（七）对机构网点数量依赖性较小

国外经验证明，95% 以上的信用卡交易（如商户消费、ATM 取款和电话银行查询等）都发生在银行营业机构网点之外，信用卡业务的经营管理工作主要集中在信用卡中心统一办理。因此，信用卡业务不需依附银行的营业机构网点就可实现大规模发卡，这使得中小银行能够突破零售业务发展中的有形机构网点制约的“瓶颈”，通过信用卡业务大力拓展银行零售业务空间。当然，开办信用卡业务的银行还必须解决资金入口和还款渠道的问题，跨行转账业务开通以及无形电子服务渠道（电话银行、网上银行）的打通有助于这些问题的解决。

第二节 信用卡产业发展简况与趋势

一、信用卡的发展阶段

信用卡是市场经济发展的产物，也是货币信用发展的一种表现。

(一) 国际信用卡产业发展的三个阶段

国际信用卡发展的轨迹可归纳为三个阶段：

第一阶段（20 世纪初至 20 世纪 40 年代末），商业信用阶段。

信用卡最早起源于美国。1915 年，美国的一些商店、饮食业为了扩大销售、招揽生意以及方便顾客，创立了一种“信用筹码”，其雏形类似一种金属徽章，后来演变为用塑料制成的卡片，作为客户购物消费的凭证，持卡人可以先赊销货物或消费，事后付款，这可以说是信用卡的萌芽；1920 年，美国各大电气公司、石油公司推出了签账卡，供顾客用电和加油使用，其实质相当于先消费、后付款的信用卡；1946 年，美国大莱俱乐部和运输公司发行了用于旅游、娱乐的信用卡；1949 年，美国大莱公司推出了在餐馆使用的签账卡；1950 年，美国大莱俱乐部在全美组织信用卡联合经营，大大扩展了信用卡的使用范围。

第二阶段（20 世纪 50 年代至 80 年代），银行信用阶段。

1952 年，美国加州富兰克林国民银行首先发行了银行信用卡，开银行信用卡之先河。到 1959 年，美国有 60 多家银行开始发行信用卡。银行发行信用卡是对持卡人的一种消费信贷，它将仅限于买卖双方的商业性质的信用卡发展为涉及持卡人、特约商户和银行三方关系的银行性质的信用卡。银行信用卡信用程度更高、使用范围更广、功能更多，它使商业性质的信用卡发生了质的升华。

第三阶段（20 世纪 90 年代至今），综合信用阶段。

在这一阶段，随着网络技术和银行卡应用领域的扩大，银行卡实现了国际化，银行卡的发行主体出现了多样化，信用卡出现了融合银行信用和商业信用的综合特征。

(二) 我国信用卡的发展历程

到目前为止，我国的信用卡发展历程也可分为三个阶段：

第一阶段（20 世纪 80 年代中期至 90 年代初期），培育阶段。

这一阶段，中国银行、中国工商银行、中国建设银行、中国农业银行等



相继发卡，开创了我国银行卡事业的先河。1986年，中国银行发行了国内第一张信用卡——人民币长城信用卡；1987年和1989年，中国工商银行先后发行了红棉卡和牡丹卡；1990年，中国建设银行发行了龙卡；1991年，中国农业银行发行了金穗卡；1992年，深圳发展银行发行了发展卡；1993年，交通银行发行了太平洋卡。与此同时，各商业银行电子化建设同时起步，投资建设了大量的计算机业务处理系统，为银行卡业务的起步和发展奠定了系统和网络基础。

第二阶段（20世纪90年代中期至90年代末），初级阶段。

在这一阶段，全国“金卡工程”开始启动。此后，不仅国有商业银行各分支机构在大中城市独立发展信用卡业务，股份制银行也纷纷加入发卡行列。在各商业银行积极参与和各地政府的积极配合下，总共建立了18个城市银行卡跨行信息交换中心，基本覆盖了全国经济发达地区。1993年，国务院办公厅批准实施“金卡工程”，由中国人民银行牵头组织实施，在12个试点城市组建城市银行卡网络服务中心和全国总中心，实现联网通用。1994年以后，各商业银行在大中城市加大信用卡业务拓展力度，发卡银行数量、发卡总量、信用卡种类、业务范围、交易金额等方面都呈现出快速增长趋势。除了国有商业银行各分支机构以外，国家邮政储汇局（1994年10月）、广东发展银行（1995年3月）、招商银行（1995年6月）、上海浦东发展银行（1995年4月）等都加入了发卡行列。广东发展银行于1995年3月发行了国内第一张贷记卡——广发信用卡，中国工商银行于1996年3月发行了国内第一张双币贷记卡——牡丹国际信用卡。

第三阶段（20世纪90年代末至今），联网通用阶段。

在这一阶段，我国信用卡逐步实现了全国联网通用。1998年12月底，全国银行卡信息交换总中心建成异地跨行信息交换系统，各城市银行卡中心逐步开始同总中心联网，也有一些城市中心开始向周边城市扩展，扩大联网范围。银行卡业务在跨行交换的基础上逐步实现跨行异地交换。2002年3月，中国银联成立，标志着中国信用卡产业进入一个新的发展时期。在国务院和中国人民银行的支持下，中国银联全力推动“341”计划。截至2005年末，全国共有300多个地级以上城市和近400个县级城市实现了“联网通用”，并进而实现“通用好用”。同时，信用卡的功能、发行主体、发行程序等均在逐步规范发展。尤其是2002年5月，中国工商银行牡丹卡中心成立，标志着我国信用卡产业开始进入专业化运作阶段。