

银行、企业、个人
信用卡操作指南

电子工业

50.4

银行、企业、个人 信用卡操作指南

● 杨德勇 主编



● 电子工业出版社

95
F830.46
18
2

银行、企业、个人

信用卡操作指南

主 编 杨德勇
副主编 盛 烨

Y0122/01

电子工业出版社

C

150117

(京)新登字 055 号

内 容 提 要

本书以详尽的资料,通俗的语言,介绍了信用卡的产生、发展、作用和特点,推行信用卡的计划;信用卡的风险防范,信用卡的发行,信用卡市场与市场推广,信用卡经营部门,发行信用卡机构的资金与财务管理,我国信用卡概况,国际信用卡市场等。本书实用性、可操作性强。是我国金融部门、企业、商品流通部门和广大消费者使用信用卡的必备读物。

银行、企业、个人信用卡操作指南

主 编 杨德勇

副主编 盛 烨

责任编辑 张文生 杨丽娟

电子工业出版社出版(北京市万寿路)

电子工业出版社发行 各地新华书店经销

北京市顺义县天竺颖华印刷厂印刷

*

开本:787×1092毫米 1/32 印张:11.125 字数:240千字

1994年3月第1版 1994年3月第1次印刷

印数:4,000册 定价:12.00元

ISBN 7-5053-2398-9/F·169

前 言

电子货币信用卡的出现，昭示着人类经济文化的一次飞跃。从购买日用品到购买小汽车；从打公用电话到出国旅行；从美容理发到治病住院，信用卡已深入到现代人们生活的每一个角落，它不仅是现代社会生活的一种标志，也是高效率工作的保障。专家预测和市场趋势都表明，信用卡在我国迅速推广的高潮已经来临。长城卡、牡丹卡、金穗卡、维萨卡、运通卡在我国广大居民中已并不陌生。信用卡继股票热、房地产热之后，揭开了我国经济生活的又一热点，其影响将更为深远。

我国由于使用信用卡起步较晚，关于信用卡的普及性、实用性读物还不多，为了配合我国各类信用卡的发行和推广，我们组织编写了该书。

本书以详尽的资料，通俗易懂的语言，介绍了信用卡的产生和发展，作用和特点，推行信用卡的计划；信用卡的风险和防范；信用卡的发行；信用卡市场与市场推广；信用卡经营部门，发卡公司的资金与财务管理；目前我国的信用卡市场和国际信用卡市场的内容。

本书实用性、可操作性强，是我国金融部门、商品流通部门和广大消费者使用信用卡的指南性读物。

本书由杨德勇任主编，盛烨任副主编，参加编写的人员有李自达、彭江红、杨正南、王健、王若羽、张子凌、郝秀

兰、邸兰、庞好转、赵强、孟杰、李俐、薛瑞芬、董红力、马桂芳、王波、姜永刚、王庆和、易小平、霍爱芝等。

本书在编写过程中参阅了国内外有关文献，并受到许多专家和信用卡部门工作人员的帮助，在此一并表示感谢。

由于水平所限，书中不足和疏漏之处在所难免，望各位读者批评指正。

编 者

1993年9月

目 录

第一章 信用卡概述

1.1 信用卡及其运作过程	(1)
1.2 信用卡的产生背景	(2)
1.3 商业信用卡和银行信用卡	(3)
1.4 信用卡的发展趋势	(4)
1.5 我国推广与发展信用卡的意义	(5)
1.6 信用卡的主要内容	(7)
1.7 信用卡的功能	(8)
1.8 信用卡的特点	(9)
1.9 信用卡的类型	(10)

第二章 推行信用卡的准备工作

(12)

2.1 电子数据处理与设备安装	(12)
2.2 市场推销与公共关系	(13)
2.3 银行对商户推销的计划及其内容	(14)
2.4 新帐户部门的准备	(16)
2.5 顾客服务项目	(17)
2.6 授权计划	(18)
2.7 信用管制内容	(19)
2.8 人事和行政管理	(20)
2.9 实验性推行计划	(21)
2.10 正式营业	(21)

第三章 信用卡的发行	(24)
3.1 为什么要对发卡对象进行信用度评估	(24)
3.2 对企业进行信用度评估的程序	(27)
3.3 信用度评估使用的具体技术方法	(28)
3.4 什么是信用卡持卡人市场	(30)
3.5 信用卡与其他结算工具比较有哪些优点	(32)
3.6 对持卡人信用度评估的内容	(34)
3.7 信用卡的发卡对象有哪些,申请条件是什么	(47)
3.8 对信用卡的担保有哪些规定	(50)
第四章 信用卡风险与防范	(55)
4.1 信用卡风险防范和控制的意义	(55)
4.2 信用卡业务风险的特点	(56)
4.3 信用卡业务风险的主要种类	(57)
4.4 信用卡业务风险责任如何划分	(59)
4.5 持卡人信用风险如何控制	(60)
4.6 商户操作不当的风险如何控制	(62)
4.7 银行内部的风险如何控制	(64)
4.8 对不法行为的风险如何控制	(65)
4.9 风险控制的补充措施有哪些	(66)
4.10 信用卡止付的范围及程序	(66)
4.11 信用卡止付的种类及止付名单的编制和传送	(68)
4.12 信用卡保险防范风险如何利用	(70)
第五章 信用卡业务操作	(73)
5.1 信用卡授权的手续	(73)
5.2 信用卡结算的特点	(74)
5.3 信用卡结算有哪些规定	(75)
5.4 信用卡结算的方式有哪些	(79)

5.5 如何做好信用卡的咨询、信件、电话、来访等服务工作	(82)
5.6 怎样做好寄发信用卡对帐单工作	(84)
5.7 如何为客户办理信用卡挂失手续	(85)
5.8 如何为客户办理到期换卡及临时换卡手续	(86)
5.9 怎样为客户办理销户	(87)
5.10 信用卡存款手续有哪些	(88)
5.11 信用卡保险有哪些手续	(90)
第六章 信用卡的市场与市场推广	(91)
6.1 什么是信用卡市场	(91)
6.2 信用卡市场是如何构成的	(91)
6.3 市场推广应包括的范围	(94)
6.4 市场推广的意义	(95)
6.5 什么是特约商户	(96)
6.6 发展特约商户的意义	(97)
6.7 特约商户发展的对象	(97)
6.8 特约商户发展的方法	(99)
6.9 特约商户建立的程序	(102)
6.10 信用卡特约商户的管理应包括哪些内容	(106)
6.11 信用卡特约商户如何维护	(108)
第七章 信用卡电子系统	(110)
7.1 信用卡组织的电脑网络是如何运行的	(110)
7.2 信用卡应用系统有哪些功能	(111)
7.3 自动取卡机(CD)有哪些功能,其工作程序如何	(114)
7.4 什么是自动收付两用机(AT)	(116)
7.5 自动柜员机系统的结构和功能	(117)
第八章 信用卡经营部门	(120)

8.1 基本卡经营中心的构成	(120)
8.2 发展持卡人部门目标和职责	(120)
8.3 保留持卡人部门目标和职责	(122)
8.4 市场推销部门目标和职责	(123)
8.5 商户推展部门目标和职责	(124)
8.6 新信用卡户口部门目标和职责	(124)
8.7 持卡人服务部门目标和职责	(125)
8.8 商户服务部门目标和职责	(127)
8.9 授权部门目标和职责	(128)
8.10 信用管制部门目标和职责	(130)
8.11 欺诈管制部门目标和职责	(131)
8.12 收帐部门目标和职责	(133)
8.13 出纳部门目标和职责	(134)
8.14 财务管制部门目标和职责	(135)
8.15 质量保证部门目标和职责	(136)
第九章 信用卡发卡公司的资金和财务管理	(138)
9.1 信用卡公司资金来源的管理	(138)
9.2 信用卡公司资金运用的管理	(142)
9.3 信用卡公司财务管理的意义	(147)
9.4 信用卡公司财务管理的目标	(148)
9.5 信用卡公司财务管理的原则	(149)
9.6 信用卡公司财务管理的内容	(150)
第十章 目前我国信用卡概况	(154)
10.1 目前我国信用卡发展状况	(154)
10.2 中国银行长城卡	(157)
10.3 中国工商银行牡丹卡	(160)
10.4 中国人民建设银行万事达卡和维萨卡	(164)
10.5 中国农业银行金穗卡	(171)

第十一章 国际信用卡市场	(177)
11.1 美国信用卡	(177)
11.2 日本信用卡	(178)
11.3 欧洲各国信用卡	(180)
11.4 维萨国际组织与维萨卡	(182)
11.5 万事达国际组织与万事达卡	(183)
11.6 运通公司信用卡	(186)
11.7 大莱信用卡公司	(188)
11.8 JCB 信用卡公司及其在中国的业务	(189)
11.9 几种主要信用卡公司的附加价值服务的对比	(190)
11.10 三大主要信用卡的现状	(193)
11.11 2000 年美国信用卡展望	(195)
11.12 国际各大信用卡公司九十年代采取的战略	(196)
11.13 各大国际信用卡的“商标形象”	(201)
11.14 维萨卡争霸市场	(203)
11.15 维萨卡结算方式上的改进	(205)
11.16 超级卡的研究与进展	(207)
11.17 对信用卡犯罪采取的安全措施有哪些	(208)
11.18 国际主要信用卡的系统网络的运行	(210)
11.19 美国消费者信贷保护法	(212)
11.20 日本维护信用消费的立法情况	(214)
11.21 国际信用卡的发展趋势	(221)
 第十二章 信用卡业务拓展和发展趋势	 (241)
12.1 信用卡业务拓展的意义	(241)
12.2 信用卡业务拓展的目标	(243)
12.3 信用卡业务拓展应采取的战略思想	(244)
12.4 信用卡业务拓展应采取的战略措施	(247)
12.5 发展我国信用卡事业势在必行	(251)

12.6 为迎接信用卡时代的到来我们应做的工作	(253)
12.7 我国信用卡的前景	(255)
12.8 电子计算机的发展与银行业务现代化的关系	(256)
12.9 EFTS 系统与信用卡的关系	(259)
12.10 现代化手段对信用卡业务拓展的意义	(261)
12.11 我国银行现代化的前景	(262)
附 录	(264)
一、各种信用卡章程	(264)
二、特约商户协议书	(275)
三、商户办理信用卡操作程序	(285)
四、信用卡业务投保	(291)
五、国际信用卡常用词汇	(298)

第一章 信用卡概述

1.1 信用卡及其运作过程

所谓信用卡就是银行或公司签发的证明持有人信誉良好,可以在指定的商店或场所进行记帐消费的一种信用凭证。普通信用卡其尺寸大小如同身份证,一般用特殊塑料制成。信用卡上印有持有者的姓名、号码、有效期限等,这几项均为凸起的文字。当顾客购货结帐时,只需将信用卡交给商店,由收款员把信用卡放在压印机上压印一下,那些凸字便会印在一式三联的单据上,然后持卡人在单据上签字,商店将单据上的签字与信用卡上的签字式样核对相符后,即承认记帐消费,持卡人不必要付现金就可以购买所需的货物。为了加强保密性,信用卡上有一个磁性带,上面记录着持卡人的帐号、个人密码等信息资料,这些只有机器才能辨别,人眼是看不见的。信用卡的持有人除了可以在指定的商店、旅馆、娱乐场所、饭店等处凭卡签字购买各种商品、就餐、娱乐、住宿外,还可以向发卡银行的分支机构透支小额现金。那些和银行签有合约的商店、公司、饭店等商业部门凭持卡人签字的帐单向银行收款,再由银行送持卡人核对,持卡人在规定期限内向银行付清欠款。信用卡的运作如图 1-1 所示。其具体过程是:

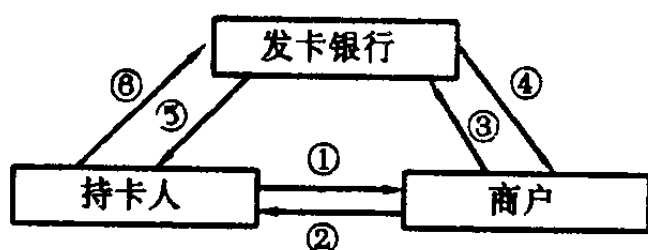


图 1-1 信用卡的运作过程

①持卡人用卡购物或消费，并在签购单上签字。②商户向持卡人提供商品或劳务。③商户向发卡银行提交签购单。④发卡银行向商户付款。⑤发卡银行向持卡人发付款通知。⑥持卡人向发卡银行归还贷款。

1.2 信用卡的产生背景

信用卡是产生于经济发达国家和地区的一种新型的消费信贷方式和支付手段。它是商品经济发展，买方市场的形成、电脑及现代通讯技术普及的产物。在买方市场产品交换中，卖方具有扩大销售的需要，而买方的消费欲望受到当时有效购买力的制约。这种矛盾导致流通领域出现了诸如分期付款、商品赊销、信用卡等支付方式。信用卡的发卡机构需要对持卡人进行信用控制和授权，掌握持卡人的有关资料，而且需要准确、及时地发出对帐、止付及追付等通知。电脑和现代通讯设备的普及，为银行发展信用卡业务创造了条件，因此说，商品经济的发展，科学技术的发达，电脑技术在金融领域中的应用，是信用卡业务赖以生存与发展的物质基础。

信用卡于 1915 年起源于美国。当时，美国的一些商店、饮食业为了扩大销售，招揽生意，方便顾客，曾使用了一种“信用筹码”，其雏型类似一种金属徽章，后来演变成为塑料制成的卡片，作为客户购货消费的凭证。持卡人可以先赊购

货物或消费，事后付款。这就是世界上信用卡的萌芽。1920年，美国各大电气、石油公司推出了签帐卡（赊帐卡），为顾客提供用电和加油服务。

1.3 商业信用卡和银行信用卡

商业信用卡是指由非银行发行的信用卡，属于商业信用性质。1946年，美国狄纳斯俱乐部和运通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信用卡。为了进一步扩大经营，1950年，狄纳斯俱乐部在全美组织信用卡联合经营，凡是参加联营饭店、餐馆所发行的信用卡均可以通用，大大扩展了信用卡的使用范围，这种用于赊购的信用卡，起到了缓解卖方市场销售困难，促使消费者提前购买的作用。它使发卡人和持卡人双方的经济关系较好地联系起来。就其信用性质来说，这种信用卡属于商业信用范畴。这种信用卡多适用于零售业务，它具有较强的竞争力和生命力。时至今日，这种信用卡的发卡量约占全世界各类信用卡总数的一半左右。

银行信用卡起源于五十年代，银行信用卡具有银行信用的性质。当时，资本主义经济迅速发展，个人消费水平有较大提高，电脑、现代通讯技术开始在银行中应用，为银行发展信用卡业务提供了较好的环境和条件。1952年，美国加州富兰克林国民银行首先发行了银行信用卡，从而带动了银行发行信用卡的运动。到1959年，美国有60多家银行发行信用卡。银行发行信用卡是对持卡人的一种消费信贷，使仅限于买卖双方的商业信用性质的信用卡，发展为涉及持卡人、特约商户和银行三方关系的银行信用性质的信用卡。银行信用卡信用程度高，使用范围广，同时具有购物、消费、汇兑、取

现等多种用途，竞争能力强，因此，它成为当今世界信用卡的主流。

1.4 信用卡的发展趋势

无论是商业性质的信用卡，还是银行信用卡性质的信用卡，无论是过去，还是现在，信用卡的发展过程都经历了由分散作业到联合经营的道路，这也代表了未来信用卡业务发展的趋势。例如，1946年美国狄纳斯俱乐部发行了用于旅游、娱乐用的信用卡，1950年，该公司在全国组织联营。其他各个领域的商业信用的信用卡也出现了联合经营与兼并的现象。

银行发行信用卡也是这样。随着信用卡业务在世界各地不断发展，信用卡已经成为一种非常普遍的支付形式，其使用范围已不再局限于本地、本国，而是跨越国界，在国际上通用。这时，一家银行独立发行信用卡已不可能，信用卡的联营成为一种趋势。在许多银行发行信用卡的基础上，1966年，美国美洲银行卡公司，为各银行提供信用卡服务，并委托其他中小银行代为发行美洲银行卡。1970年该公司扩大经营范围，1977年该公司正式改名为VISA卡集团，成为全球性的信用卡联合公司。其会员机构、信用卡交易量占信用卡市场的50%。与此同时，1969年，美国加州四大银行组成了万事达卡联合公司，为美国各银行提供发卡服务。1979年该公司正式改名为万事达卡国际组织，其会员机构、信用卡交易量占信用卡市场的35%左右。目前，国际上通用的主要信用卡除VISA卡和万事达卡外，还有美国运通卡、大莱卡，其发行公司也都是联合经营公司。日本的JCB信用卡公司也是这样。

当今发达国家与发展中国家都在普及信用卡，到了六十

年代，信用卡不仅在美国，而且在英国、日本、加拿大以及欧洲各国也盛行起来。从七十年代开始，一些发展中国家和地区也开始发行信用卡业务，如香港、台湾、新加坡、马来西亚等。信用卡作为安全、方便的结算方式，经过几十年的发展，已经成为现代化银行为客户服务的重要手段，信用卡已发展成为人们普遍采用的支付方式。有些国家提出，要以信用卡代替现金，向无现金社会发展。

据报载和有关资料表明：①在美国有 52% 的各种收入水平的家庭都使用信用卡，在高收入家庭中有 70% 以上使用信用卡。②近 20 年来，世界上发行信用卡的各大城市的商店、旅店的经营收入，约有 60% 是由接受信用卡而获得的。③美国每百人持卡 300 张，日本每百人持卡 120 张，香港每百人持卡 25 张，台湾每百人持卡 3 张。

总之，信用卡作为安全、方便的结算方式，已成为现代化银行联系消费者的一项基本业务。

1.5 我国推广与发展信用卡的意义

我国实行对内搞活、对外开放以来，对外经济贸易、文化交流，旅游事业迅速发展，国外来华旅游及公务人员要求以信用卡进行结算的呼声甚高，这就从客观上要求在我国发展信用卡。国内随着经济体制改革的不断深化，出现了多种经济成份、多种流通渠道、多种经营方式。一方面，企业之间的交易使用现金货币的数量增加，外出旅行携带大量现金，个体经营者手持巨额现金既不方便、不安全，又不利于国家对现金货币的管理与调控；另一方面，银行结算方式不灵活，不能满足社会商品流通对结算的需要。在此情况下发展我国的信用卡事业将对我国经济生活产生十分重大的意义。

(1) 有利于减少现金货币的使用，节约流通费用；有利于扩大银行转帐结算业务，增加银行信贷资金来源。信用卡的服务对象较大量的是个人，服务范围主要是零售商品和劳务供应，这些领域原来主要是由现金货币来充当流通媒介与支付媒介。推行信用卡，把零售商品和劳务供应的大量现金货币交易转化为转帐结算，一方面，可以节约现金货币的使用，从而节约相对应的现金货币流通费用；另一方面，有利于将分散于个人手中的社会闲散消费基金集中于银行，扩大银行信贷资金来源。此外，推行信用卡还可以减少游离于银行体系以外的现金流通，为有计划地调节货币流通，促进国民经济持续、稳定、协调发展创造条件。

(2) 提供结算服务，方便购物消费，增强安全感。银行开办信用卡业务，顾客持卡可以十分方便地在特约商店购物或消费，还可以在指定的银行储蓄所提取现金。顾客出差旅行，也不用携带大量现金，仅凭一张信用卡就可以在外地（本信用卡流通区域之内）购物、消费或支取现金，为顾客免除了“腰缠万贯”，被窃被抢之忧虑。同时，使用信用卡，一旦不慎丢失，或者被盗，可以挂失止付，银行便可以维护持卡人的资金安全。

(3) 简化收款手续，节约社会劳动。信用卡简捷的转帐结算，减轻特约商店或服务部门售货收款、清点现金以及银行印制、调运、保管现金货币等繁重劳动，节约社会劳动。

(4) 促进商品销售，刺激社会需求。一方面，顾客持卡购物、消费，一反过去“一手交钱，一手交货”之作法，有利于促进接受信用卡的商业、服务企业单位招揽顾客，扩大商品销售和消费服务，增加财源，提高经济效益；另一方面，由于信用卡本身是一种消费信贷，在加速社会消费，刺激社