|  |
| --- |
| [中国预付卡行业现状分析与发展趋势研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/9/69/YuFuKaDeFaZhanQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国预付卡行业现状分析与发展趋势研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/9/69/YuFuKaDeFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 1980699　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/9/69/YuFuKaDeFaZhanQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　预付卡是一种便捷的支付工具，近年来在全球范围内迅速普及，尤其在无银行账户或信用记录不足的群体中，预付卡成为了一种可靠的替代支付方式。目前，预付卡市场正朝着数字化和多功能化方向发展，除了基本的购物和支付功能外，还支持在线充值、账单支付、跨境转账等服务。同时，随着移动支付的兴起，预付卡与智能手机的集成越来越紧密，提供更加流畅和安全的支付体验。
　　未来，预付卡将更加注重个性化和安全。一方面，通过数据分析和人工智能技术，预付卡服务提供商能够提供定制化的金融服务，如根据用户消费习惯推荐优惠和奖励，增强用户黏性。另一方面，随着支付安全威胁的增加，预付卡将采用更先进的加密技术和生物识别认证，如指纹识别和面部识别，以防止欺诈和身份盗用，保障用户资金安全。
　　《[中国预付卡行业现状分析与发展趋势研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/9/69/YuFuKaDeFaZhanQianJing.html)》基于多年市场监测与行业研究，全面分析了预付卡行业的现状、市场需求及市场规模，详细解读了预付卡产业链结构、价格趋势及细分市场特点。报告科学预测了行业前景与发展方向，重点剖析了品牌竞争格局、市场集中度及主要企业的经营表现，并通过SWOT分析揭示了预付卡行业机遇与风险。为投资者和决策者提供专业、客观的战略建议，是把握预付卡行业动态与投资机会的重要参考。

第一部分 产业环境
第一章 中国预付卡行业相关概述
　　第一节 预付卡行业相关概述
　　　　一、预付卡的定义
　　　　二、预付卡的分类
　　　　三、预付卡的功能
　　　　四、预付卡的用途
　　　　五、行业收入来源
　　第二节 预付卡市场定位分析
　　　　一、与货币的异同
　　　　二、与票据的异同
　　　　三、与现金、支票的异同
　　第三节 预付卡产业链整体概述
　　　　一、产业链概念综述
　　　　二、产业价值链分析

第二章 中国预付卡行业环境分析
　　第一节 预付卡行业政策环境分析
　　　　一、行业主要法律法规分析
　　　　二、银行业的相关政策分析
　　第二节 预付卡行业经济环境分析
　　　　一、国家宏观经济环境分析
　　　　二、消费者信心指数分析
　　　　三、全社会固定资产投资分析
　　　　四、进出口总额及增长率分析
　　第三节 预付卡行业社会环境分析
　　　　一、国内财富人群规模及分布
　　　　　　30 余年以来，中国经济快速腾飞。其中，民营企业做出了相当大的贡献，不但吸纳了超过 60% 的就业人口，同时也为社会创造了大量的物质财富。社会物质财富的快速积累带动这批造富的民营企业背后的超高净值人群财富量级快速递增，人数规模也迅速增长。这一人群不仅影响了中国，对世界的影响也日益加大。尤其是最近五年，中国富豪动作频频，在世界各地投资、上当地主流媒体的头条早已不是新鲜事。
　　　　　　中国超高净值人群有其鲜明特点：他们中的多数人都是白手起家，凭借自身勤劳与智慧，一步一步打拼“赢天下”。他们不断努力让个人财富保值增值、让个人或者家族的企业发展壮大，因而有着强烈的投融资需求；而在财富不断增值的过程中，他们又居安思危，希望能在分散资金风险、跨境资产配置、移民、财富传承等方面获得专业的帮助。同时，中国的超高净值人士正在通过金融市场的熏陶和自身的创富发展经验，逐步适应从高端零售客户向私人银行客户的角色转变，也在认知、了解甚至选择私人银行和私人银行服务。这就要求市场从业者更加深入、细致、精确地把握客户的需求，进而提供个性化、定制化、专业化的，能真正称之为“金融服务业中最璀璨的明珠”的私人银行服务。
　　　　　　中国超高净值人群这一系列变化和显著的需求越来越得到境内金融机构的关注。通过几年以来的发展，包括中国民生银行在内的各家私人银行已经纷纷从摸着石头过河式的私人银行 1.0 阶段逐步成长起来，走过了一段具有本土特色的发展路径。但在当下，伴随私人银行市场客户争夺战烽烟四起，如何有效融合已发展数百年的境外私人银行先进实践经验，持续优化中国私人银行发展模式，以更加专业、创新的理念迎接中国私人银行 2.0 时代的到来，成为境内金融机构亟待攻克的战略要冲之一。
　　　　　　“高净值” 是中国超高净值人群成长的必经阶段，高净值人群是聚焦超高净值人群开展研究的更为广泛的基础人群。胡润数据显示，截至 末，中国高净值人群约 6.7 万人，比上一年度增加了 2500 人，上升比例为3.9%。，高净值人群规模快速增长，每年增长比例均超过5%。受经济下行因素影响，增长率仅为 1.6%，涨幅为 5 年来最小，而又有所回升。
　　　　　　2025-2031年中国高净值人群数量与增长率
　　　　　　高净值人群主要由三部分人群构成：
　　　　　　企业主：企业的拥有者，占 80%，大约 5.4 万人。企业资产总量占其所有资产的 62%。企业主平均拥有1200 万元以上的自住房产，350 万元的汽车。
　　　　　　炒房者：主要指投资房地产，拥有数套房产的人，占 15%，大约 1 万人。房产投资总量占其所有资产的60%。炒房者平均拥有 2200 万元以上的自住房产，300 万元的汽车。
　　　　　　职业股民：收益主要来自股票投资的人，占 5%，大约有 3350 人。股票、现金和其他投资总量占其所有资产的 73%。职业股民平均拥有 2500 万元以上的自住房产和 200万元的汽车。
　　　　　　中国超高净值人群约 17,000 人，总计资产规模约 31 万亿元人民币，平均资产规模 18.2 亿元人民币。这部分人群主要以企业主为主。
　　　　　　超高净值人群资产规模分布
　　　　　　从地区分布看，北部和东部人数占比最高，分别超过 1/3；中西部涵盖的省市最多，但总人数占比最低；南部虽然只有三个省，但总人数占比近 1/5。
　　　　　　从省市分布看，北京、广东、上海、浙江的占比最高，均超过10%。这四个省市共拥有超高净值人士9,703位，占全国总人数的57%。
　　　　　　中国超高净值人群区域分布
　　　　　　从到，《胡润百富榜》历年的上榜人数始终保持在1,000 位以上。纵观这七年，可以发现上榜门槛从的7 亿元人民币上升到现在的20 亿元人民币；平均财富也由30 亿元人民币上升到64 亿元人民币；百亿富豪人数由50 人扩大到176 人，财富规模和人群数量都在提升。七年中，除了受经济下行因素影响造成上榜人士的财富减少，其余历年财富规模均保持快速上升。 与历年的GDP 总量相比，《胡润百富榜》上榜人士的总财富占GDP 总量的10%-13%。除了和两年，其余五年上榜人士总财富的上升速度均超过GDP 的增涨速度。
　　　　　　2025-2031年《胡润百富榜》历年上榜分析
　　　　　　2025-2031年中国首富身家统计表
　　　　　　高净值人群的十大需求
　　　　　　1.融资需求：七成超高净值人群有融资需求。融资目的中，65%为企业扩张；27%为企业并购；8%为经营周转。银行是他们最重要的融资渠道，占77%。
　　　　　　2.投资主体与目的：超过六成以企业名义投资，只有1/4以个人名义投资。个人投资中八成都主要为了财富增值，只有两成为了财富保值；企业投资中也有四成多是为了资产增值。投资渠道需求中，83%通过自有投资团队直接投资，仅有15%依靠第三方机构。
　　　　　　3.收购并购需求：3/4未来有计划开展收购并购，主要方向依次为上下游整合、扩大企业规模、多元化扩张，分别占33%、30%和21%。
　　　　　　4.海外投资需求：超过八成表示未来有海外投资需求，而目前已有半数在进行海外投资。海外投资目的以企业国际化和资产配置分散风险为主，二者分别占49%和46%。在海外投资中，面临的最大挑战是投资风险评估和了解当地法律税收政策，二者分别占49%和47%。而银行和社交平台成为获取海外投资信息的首选渠道，二者分别占29%。
　　　　　　5.艺术品投资需求：投资珠宝玉石的最多，占45%，其次是古字画，占29%。藏友圈交流是最主要信息渠道，占55%，其次才是拍卖行和专家推荐，分别占38%和34%。最期望获得的服务是专业鉴定。
　　　　　　6.大额保单需求：三成持有大额保单产品，主要为了财富传承，其次是分散风险和保值增值。
　　　　　　7.非金融健康医疗需求：将近六成表示需要固定的私人医生团队和国际医院就医通道。
　　　　　　8.家族传承需求：近七成面临家族传承问题。关注价值观和经营理念传承超过财富传承。企业平稳过度和子女接班意愿是家族传承面临最主要问题。
　　　　　　9.慈善需求：平均捐款金额占平均资产的1.6%，达到2,800万。3/4的期望自己管理慈善基金。开展慈善活动的渠道主要有政府机构、自行自发，其次为社交圈资源。
　　　　　　10.私人银行服务团队需求：近七成客户接触过私人银行服务，主办行选择中资银行与外资银行的占比分别为57%和37%。金融专业性是选择私人银行服务团队时最看重的方面。
　　　　二、国民奢侈品消费状况分析
　　　　三、社会公众支付习惯分析
　　第四节 预付卡行业技术环境分析
　　　　一、芯片卡发展现状分析
　　　　二、EMV迁移的影响分析

第二部分 行业深度分析
第三章 全球预付卡行业发展分析
　　第一节 美国预付卡市场发展分析
　　　　一、美国预付卡行业发展情况及市场前景
　　　　二、美国预付卡行业发展模式分析
　　　　三、美国预付卡市场运行特点分析
　　第二节 欧洲预付卡市场发展分析
　　　　一、欧洲预付卡行业背景因素分析
　　　　二、欧洲预付卡行业发展模式分析
　　　　三、欧洲预付卡市场运行特点分析
　　第三节 日本预付卡市场发展分析
　　　　一、日本预付卡行业背景因素分析
　　　　二、日本预付卡行业发展模式分析
　　　　三、日本预付卡市场运行特点分析
　　第四节 中国香港预付卡市场发展分析
　　　　一、中国香港预付卡行业背景因素分析
　　　　二、中国香港预付卡行业发展模式分析
　　　　三、中国香港预付卡市场运行特点分析
　　　　四、中国香港预付卡市场存在问题分析
　　第五节 中国台湾预付卡市场发展分析
　　　　一、中国台湾预付卡行业背景因素分析
　　　　二、中国台湾预付卡行业发展模式分析
　　　　三、中国台湾预付卡市场运行特点分析
　　　　四、中国台湾预付卡市场存在问题分析
　　第六节 预付卡行业发展模式借鉴
　　　　一、中国发展预付卡的模式选择问题
　　　　二、中国预付卡市场的主体职能分析
　　　　三、中国预付卡本土品牌的创建及维护
　　　　四、预付卡行业利润最大化的途径选择
　　　　五、国际预付卡业务发展经验与启示

第三部分 市场全景调研
第四章 中国预付卡产业链的发展
　　第一节 预付卡市场运行总况
　　　　一、中国预付卡市场发展历程
　　　　二、中国预付卡市场特点分析
　　　　三、市场运行分析
　　　　企业开展预付卡业务，首先可以获得巨额的备付金，进行资本化运作；其次，由于预付卡可按税率较低的商品开具商业发票；第三，卡内残余资金也是企业的另一变相收入。因此，预付卡在市场上一经推出，便受到企业追捧。
　　　　目前预付卡大致分为两类：一是多用途预付卡，由专业的第三方发卡机构发行，可以在众多加盟的特约商户中支付使用，如资和信、福卡等，由人民银行监管；二是单用途预付卡，一般是商业主体自行发售的卡，使用范围也仅限于本商业主体，如家乐福卡、沃尔玛卡、北京华联卡等，由商务部监管。
　　　　目前，这些琳琅满目的预付卡，遍布北京、上海、广东、深圳等一线甚至二线城市。这些卡，不仅广泛地使用于各大商场、超市等，甚至可以实现跨地区支付。在北京市场，现在流行的储值卡包括：商通卡、资和信信贷卡、苏宁礼品卡、家乐福卡、北京华联卡、开联连心卡、润京卡、瑞通卡、商联通卡、兆亿通储值卡、恒信通易付卡、e龙卡、雅高E卡等。
　　　　据统计，国内多用途和单用途预付卡销售规模为9068.8亿元，有关部门估算，一半以上的份额已经人民银行批准或商务部备案，但仍有大量发卡行为未纳入监管。据上海市工商局估计，全市发卡主体近10万家，而在上海市商务委备案的企业只有351家。近几年我国预付卡销售规模如下图所示：
　　　　2025-2031年我国预付卡销售规模情况
　　第二节 预付卡发卡环节分析
　　　　一、中国预付卡市场需求分析
　　　　二、预付卡用户开发策略选择
　　　　三、中国预付卡发卡现状分析
　　第三节 预付卡营销环节 分析
　　　　一、预付卡营销的基本要素分析
　　　　二、成熟市场营销模式分析借鉴
　　　　三、中国预付卡行业的营销概况
　　　　四、第三方支付发展的影响分析
　　　　五、中国预付卡营销策略的选择
　　第四节 预付卡服务环节分析
　　　　一、国外预付卡业务的发展趋势启示
　　　　二、中国预付卡服务业务发展现状分析
　　　　三、银行在预付卡服务环节 的竞争分析

第五章 中国预付卡细分市场分析
　　第一节 银行预付卡市场分析
　　　　一、产品定位解析
　　　　二、消费者消费特征
　　　　三、各行产品比较
　　　　四、竞争态势分析
　　第二节 移动通讯预付卡市场分析
　　　　一、产品定位解析
　　　　二、产品特点分析
　　　　三、各行产品比较
　　第三节 第三方支付预付卡市场分析
　　　　一、产品定位解析
　　　　二、产品特点分析
　　　　三、各行产品比较
　　　　四、市场发展现状
　　　　五、竞争态势分析
　　　　六、市场营销策略
　　第四节 商业预付卡市场分析
　　　　一、产品定位解析
　　　　二、商业预付卡消费评价
　　　　三、商业预付卡发行和受理状况
　　　　四、单用途商业预付卡受理情况

第六章 中国预付卡区域发展分析
　　第一节 北京市预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场发展分析
　　　　六、预付卡市场竞争分析
　　第二节 上海市预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、征信体系建设情况
　　　　四、预付卡市场发展分析
　　　　五、预付卡市场竞争分析
　　第三节 广东省预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、征信体系建设情况
　　　　四、预付卡市场发展分析
　　　　五、预付卡市场竞争分析
　　第四节 天津市预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场发展分析
　　第五节 福建省预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场发展分析
　　　　六、预付卡市场竞争分析
　　第六节 浙江省预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场发展分析
　　　　六、预付卡市场竞争分析
　　第七节 江苏省预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场竞争分析
　　第八节 陕西省预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场发展分析
　　第九节 山东省预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场发展分析
　　　　六、预付卡市场竞争分析
　　　　七、预付卡市场潜力分析
　　第十节 吉林省预付卡行业发展分析
　　　　一、经济环境发展分析
　　　　二、银行业基本情况
　　　　三、支付体系发展分析
　　　　四、征信体系建设情况
　　　　五、预付卡市场发展分析
　　　　六、预付卡市场竞争分析

第四部分 竞争格局分析
第七章 预付卡行业主要企业发展分析
　　第一节 中国移动
　　　　一、移动预付卡分类及发展分析
　　　　二、移动预付卡发展优劣势分析
　　　　三、移动预付卡发展战略分析
　　第二节 中国联通
　　　　一、联通预付卡分类及发展分析
　　　　二、联通预付卡发展优劣势分析
　　　　三、联通预付卡发展战略分析
　　第三节 中国电信
　　　　一、电信预付卡分类及发展分析
　　　　二、电信预付卡发展优劣势分析
　　　　三、电信预付卡发展战略分析
　　第四节 支付宝（中国）网络技术有限公司
　　　　一、支付宝预付卡分类及发展分析
　　　　二、支付宝预付卡经营现状分析
　　　　三、支付宝预付卡市场占有率及市场规模分析
　　　　四、支付宝预付卡发展战略分析
　　　　五、支付宝预付卡发展前景预测
　　第五节 交通银行
　　　　一、太平洋世博非接触芯片预付卡分类及发展分析
　　　　二、太平洋世博非接触芯片预付卡经营现状分析
　　　　三、太平洋世博非接触芯片预付卡发展战略分析
　　　　四、太平洋世博非接触芯片预付卡发展前景预测

第八章 2025-2031年预付卡行业前景及趋势预测
　　第一节 2025-2031年预付卡市场发展前景
　　　　一、2025-2031年预付卡市场发展潜力
　　　　二、2025-2031年预付卡市场发展前景展望
　　第二节 2025-2031年预付卡市场发展趋势预测
　　　　一、2025-2031年预付卡行业发展趋势
　　　　二、2025-2031年预付卡市场规模预测

第五部分 发展前景展望
第九章 2025-2031年预付卡行业投资价值评估分析
　　第一节 预付卡行业投资特性分析
　　　　一、预付卡行业进入壁垒分析
　　　　二、预付卡行业盈利因素分析
　　　　三、预付卡行业盈利模式分析
　　第二节 2025-2031年预付卡行业发展的影响因素
　　　　一、有利因素
　　　　二、不利因素
　　第三节 2025-2031年预付卡行业投资价值评估分析

第十章 预付卡行业发展战略研究
　　第一节 预付卡行业发展战略研究
　　　　一、战略综合规划
　　　　二、技术开发战略
　　　　三、业务组合战略
　　　　四、区域战略规划
　　　　五、产业战略规划
　　　　六、营销品牌战略
　　第二节 对我国预付卡品牌的战略思考
　　　　一、预付卡品牌的重要性
　　　　二、预付卡实施品牌战略的意义
　　　　三、预付卡品牌战略管理的策略
　　第三节 预付卡经营策略分析
　　　　一、预付卡市场细分策略
　　　　二、预付卡市场创新策略
　　　　三、品牌定位与品类规划
　　　　四、预付卡新产品差异化战略
　　第四节 预付卡行业投资战略研究
　　　　一、2025年预付卡行业投资战略
　　　　二、2025-2031年预付卡行业投资战略

第六部分 发展战略研究 427 ---
第十一章 研究结论及投资建议
　　第一节 预付卡行业研究结论及建议
　　第二节 中^智林^－预付卡行业发展建议
　　　　一、行业发展策略建议
　　　　二、行业投资方向建议
略……

了解《[中国预付卡行业现状分析与发展趋势研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/9/69/YuFuKaDeFaZhanQianJing.html)》，报告编号：1980699，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/9/69/YuFuKaDeFaZhanQianJing.html>

热点：预付卡和购物卡是一样吗、预付卡发票如何入账、单用途预付卡管理办法2023、预付卡退款最新法规、2023新消法对预付卡规定、预付卡会计分录、顾客自愿办卡又要退怎么解决、预付卡管理新规定、不记名预付卡可以设置有效期吗

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！