

中国第三方支付商业职能变革 研究报告

2018年

第三方支付发展新背景

1

中国第三方支付各方职能发展现状

2

中国第三方支付未来变革

3

政策环境提高支付牌照价值

牌照监管体系下，支付牌照的价值被集中凸显

随着第三方支付机构的发展壮大和业务规模的持续增长，监管机构也采取相应的措施以规范行业行为，保证支付的健康、长久、有序发展。在第三方移动支付领域，监管的主要领域包括牌照合规、备付金、实名制和反洗钱。与此同时，扫码支付、电子货币与跨境支付领域的规范化管理促进行业良性发展。

核心内容

政策意义



牌照申请环节，全面的市场准入制度和严格的监督管理机制。牌照续展环节，到期前6个月提出续展申请，审核不达标将不能获得延期。

牌照数量有限，市场准入严格，已获准进入的企业需达到详细的监管要求。

支付机构客户备付金集中存管制度，支付机构将备付金按比例交存至指定专用账户，该账户资金暂不计付利息。

纠正和防止支付机构挪用、占用客户备付金，敦促第三方支付机构回归支付业务本源。

客户实名制管理，登记并采取有效措施验证客户身份信息，客户关系存续期间持续识别身份，确保有效核实客户身份及其真实意愿。

实名制底线，保证账户安全，维护正常经济秩序，有效防止洗钱、恐怖融资等行为。

细化管理办法，实现可疑交易报告、反洗钱和反恐怖融资调查、监督和管理。

细化责任，明确义务，维护正常经济秩序。

电子货币发展进程

- 2014
央行成立发行法定数字货币的专门研究小组。
- 2016.1
央行召开数字货币研讨会，表示发行数字货币是央行战略目标。
- 2016.7
国家发改委参与的“数字货币及类货币数字资产运行监管”项目联合课题组在北京启动。

扫码支付监管措施

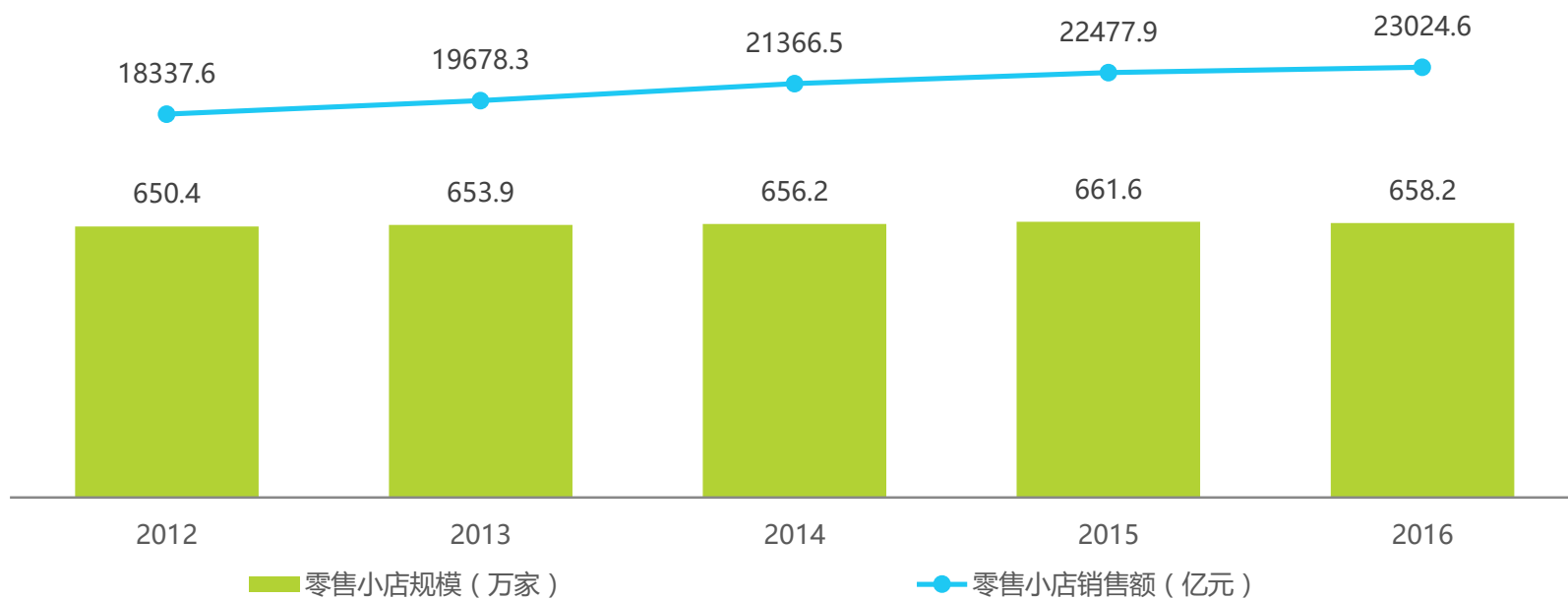
- 2016.12
中国银联正式发布《中国银联二维码支付安全规范》和《中国银联二维码支付安全规范》，二维码支付技术得以正名。
- 281和217号文件。打击无证经营，再次印证牌照的重要性与稀缺性；扫码业务规范要求同时有互联网支付牌照、全国性收单牌照

线下丰富的支付场景有待开发

广阔的市场吸引更多支付公司着力发展线下业务

支付是场景行为极强的业务，目前线上主要的流量场景垄断且增长达到一个瓶颈期，竞争环境比较恶劣。而线下则完全不同，还有大量的支付场景有待开发：仅食杂店、便利店、烟酒店等零售小店的规模在中国就有660万家，2016年销售额高达2.3万亿元。在二维码、智能POS等支付工具的推动作用下，这些小店的销售额均有可能被纳入第三方支付的业务版图。广阔的市场前景，使绝大部分支付公司，都转向线下业务。

2012-2016年中国零售小店数量及销售额



注释：小店包括食杂店、便利店、烟酒店等销售终端。根据国家统计局、国家烟草总局及国家工商总局数据综合推算而来。

技术推动线下支付二次加速

线下支付价值不断增大

科学技术的进步与革新是推动行业进步的动力，支付行业也是如此。移动设备、二维码技术、指纹识别技术与大数据技术是支付行业的基础设施，使得无现金社会成为可能。移动设备的覆盖使得支付手段渗入长尾人群，二维码和指纹识别技术给支付的安全提供保障，大数据使得支付更加便捷。在现在及未来，人工智能、云计算、区块链和生物识别将会让无现金社会具备更高价值。生物识别让移动支付突破空间限制，让远程用户识别成为现实，人工智能让移动支付更加了解用户，云计算让移动支付更加快速便捷，区块链让移动支付更加安全可靠。

技术对线下支付的促进示意图

技术使线下支付成为可能

科技使线下支付价值更高

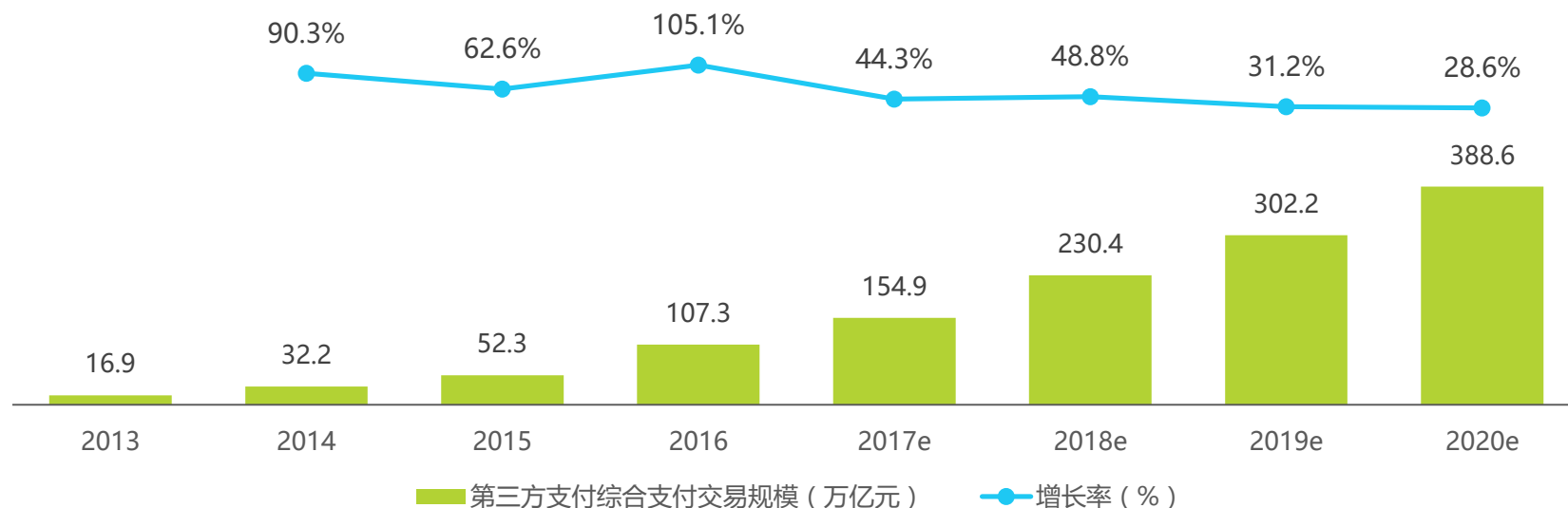


技术脉冲式的促进作用

第三方支付受到技术推动继续增长

用户、资本和技术，是推动互联网产业发展的三个重要动力。其对行业促进的方式也各不相同，用户推动行业爆发式增长，资本推动从业者增多，这两种元素对行业的推动都遵循边际递减效应，随着时间的退役，这二者的促进将逐渐降低。而技术对行业的促进方式则有所不同，由于无法预估下一轮技术的爆发点，所以技术对行业的促进是“脉冲式”的，某一时刻的促进会将行业增速提高，而后自然衰退。而下一次技术推动会产生和上一轮相似的数据表现。因此行业到了以技术为推动的阶段时，增速的变化相对比较跳跃，目前中国第三方支付行业就处在这样一个历史背景中。

2013-2020年中国第三方支付综合支付交易规模



来源：中国人民银行，综合企业访谈，市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

第三方支付发展新背景

1

中国第三方支付各方职能发展现状

2

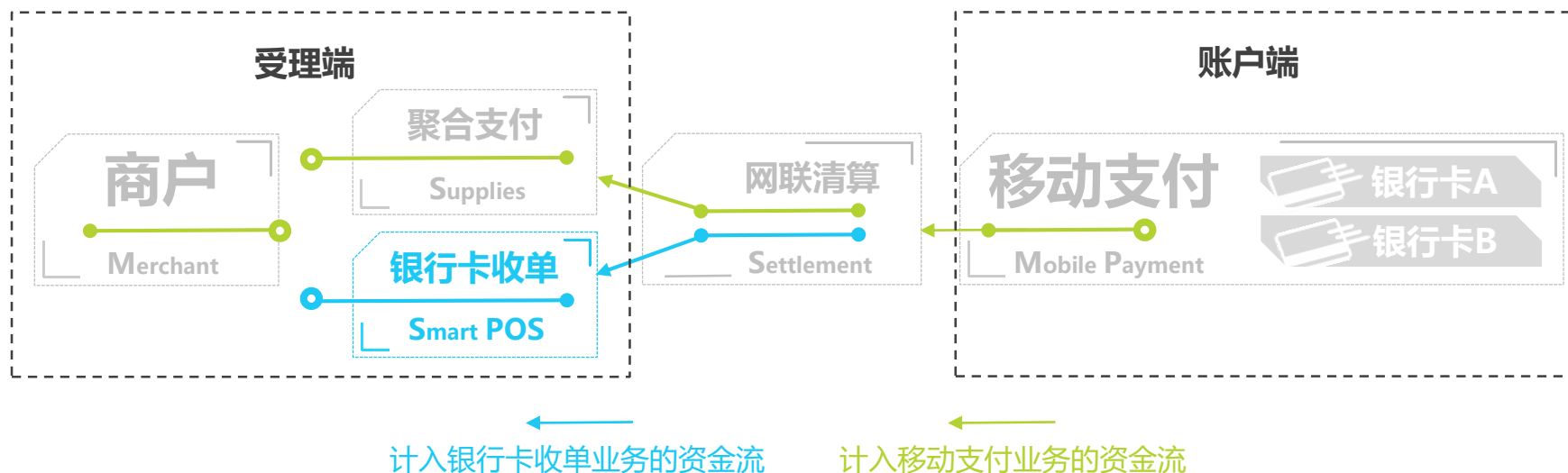
中国第三方支付未来变革

3

移动支付与收单业务的融合趋势

在整条线下支付的商业版图中，银行卡收单是在移动互联网新趋势下，发挥独特历史作用的“古老贵族”。近年来，互联网商业领袖及互联网巨头的战略，都不约而同地集中在线下实体经济。但实际上线下商业环境非常复杂，擅长轻资产运营的互联网公司，在进军线下的过程中并没有想象中那么顺利。比如：线下团队管理、绩效、监督、营销和服务等，每一项都和线上有区别。而互联网公司的不足，却是收单机构的优势，这也造就了中国移动支付线下支付独特的图景，移动支付公司通过两条渠道完成业务，一条是利用自身资源，联合聚合支付公司帮助商户直接转化；另一条是与收单机构合作。而当收单机构的智能POS协助完成了移动支付业务后，这笔业务产生的交易规模既计入移动支付，又计入收单业务。

移动支付与银行卡收单的合作方式示意图

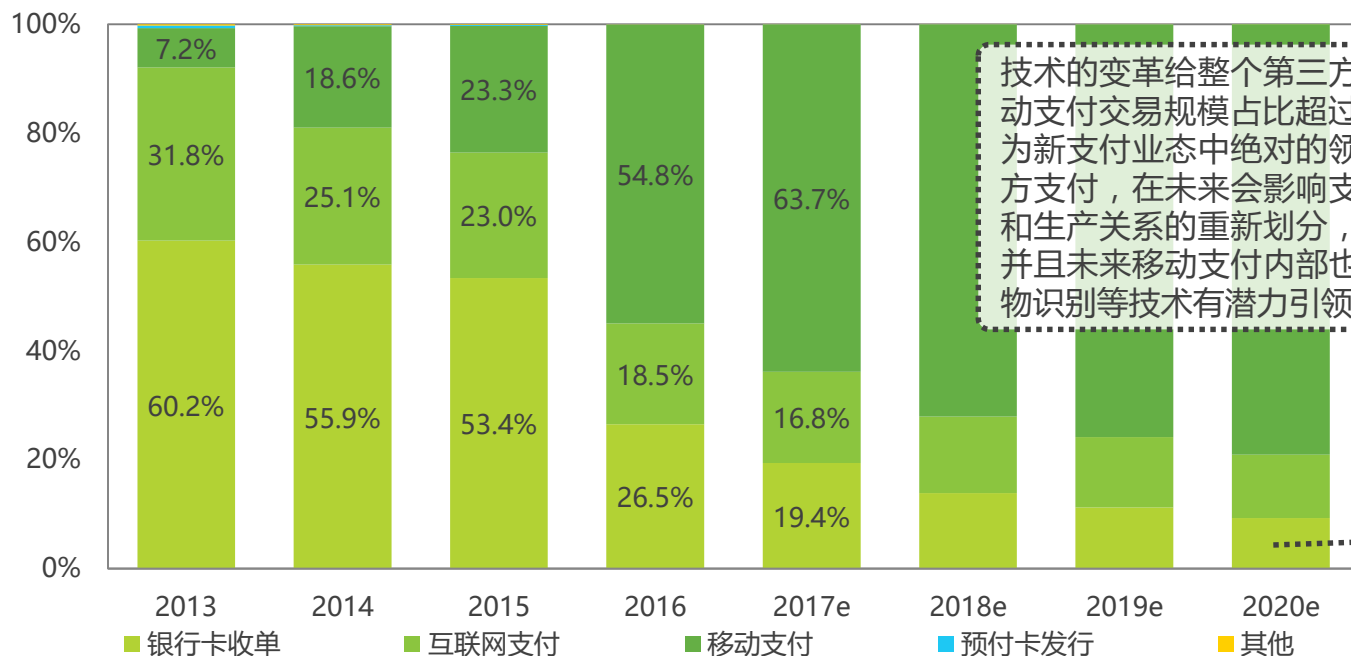


收单业务与移动支付此增彼涨

智能POS同时满足卡基和账基支付，成为线下良好助力

过去银行卡收单对支付行业交易规模的贡献始终最高，占比大于50%。而2015年之后，随着社交支付的兴起，银行卡的使用频率骤降，这对银行卡收单行业中的传统业务产生了巨大打击，但也随之为古老的银行卡收单业务带来了新的活力。当原本仅用于收单的传统POS升级为智能POS后，即可同时满足卡基（基于银行卡）和账基（基于移动支付账户）支付。智能POS丰富的线下布局，使得他们天生地成为移动支付线下扩张中的良好助力，并为收单业务带来了新的机会，使收单业务与移动支付高度融合，并形成此增彼涨的态势。

2013-2020年中国第三方支付交易规模结构



技术的变革给整个第三方支付行业带来了新的活力，移动支付交易规模占比超过50%，意味着移动支付已经成为新支付业态中绝对的领导者，由移动支付引导的第三方支付，在未来会影响支付行业利润分配方式，生产力和生产关系的重新划分，甚至于监管政策的科学制定。并且未来移动支付内部也会受技术变革影响，NFC，生物识别等技术有潜力引领下一轮支付腾飞。

目前银行卡收单行业凭借对传统POS机具的智能化改造，监管政策的辅助，以及丰富的线下资源，暂时成为了移动支付线下拓展过程中的重要助力。但未来有可能因为移动支付自身的商户转化战略产生新的竞争。

来源：中国人民银行，综合企业访谈，市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

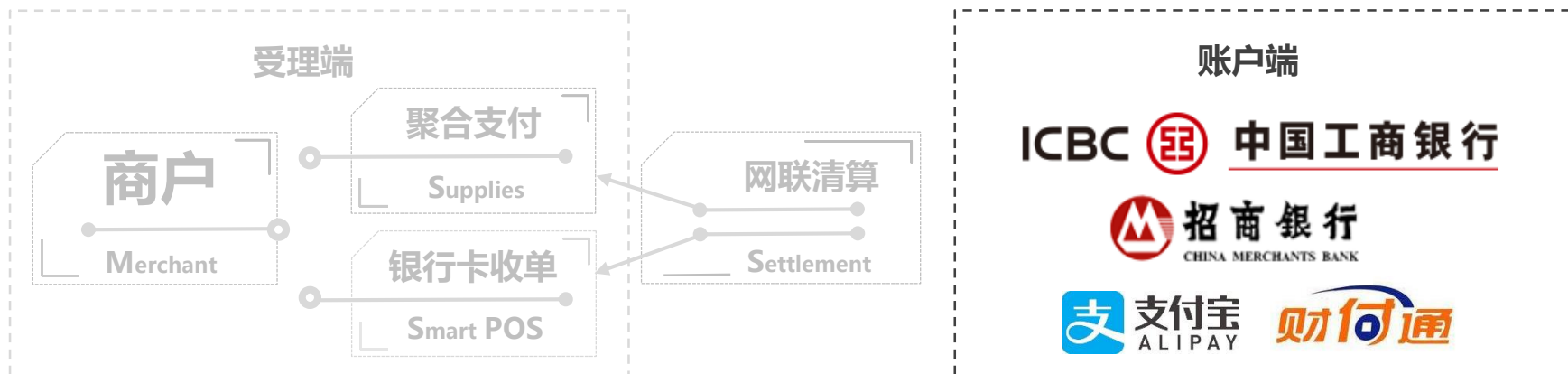
账户端：基于移动支付的账户发展

支付账户是新时代的“虚拟银行卡”

2015年，《非银行支付机构网络支付业务管理办法》的颁布以及后续的实施，从侧面强化了支付账户在新金融环境中的作用。就市场目前情况来看，比较有影响力的支付公司，均不仅从事支付业务，利用各种不同种类的金融牌照，在事实上具备了综合金融机构乃至银行的功能，而其账户体系则与银行卡的定位相当。

在这个基础上，账户端的移动支付公司在整条线下支付产业链中，追求的是用户规模的庞大，交易规模的提升以及用户粘性的增加。一如银行卡之于银行，账户体系的构建和完善，是支付公司从支付这种高级流量业务向利润更高的金融业务、大数据业务、科技业务过度的跳板。因此理论上，能够帮助其完成这个功能的一切合作方，都回被视为重要助力。

移动支付与银行卡收单的合作方式示意图

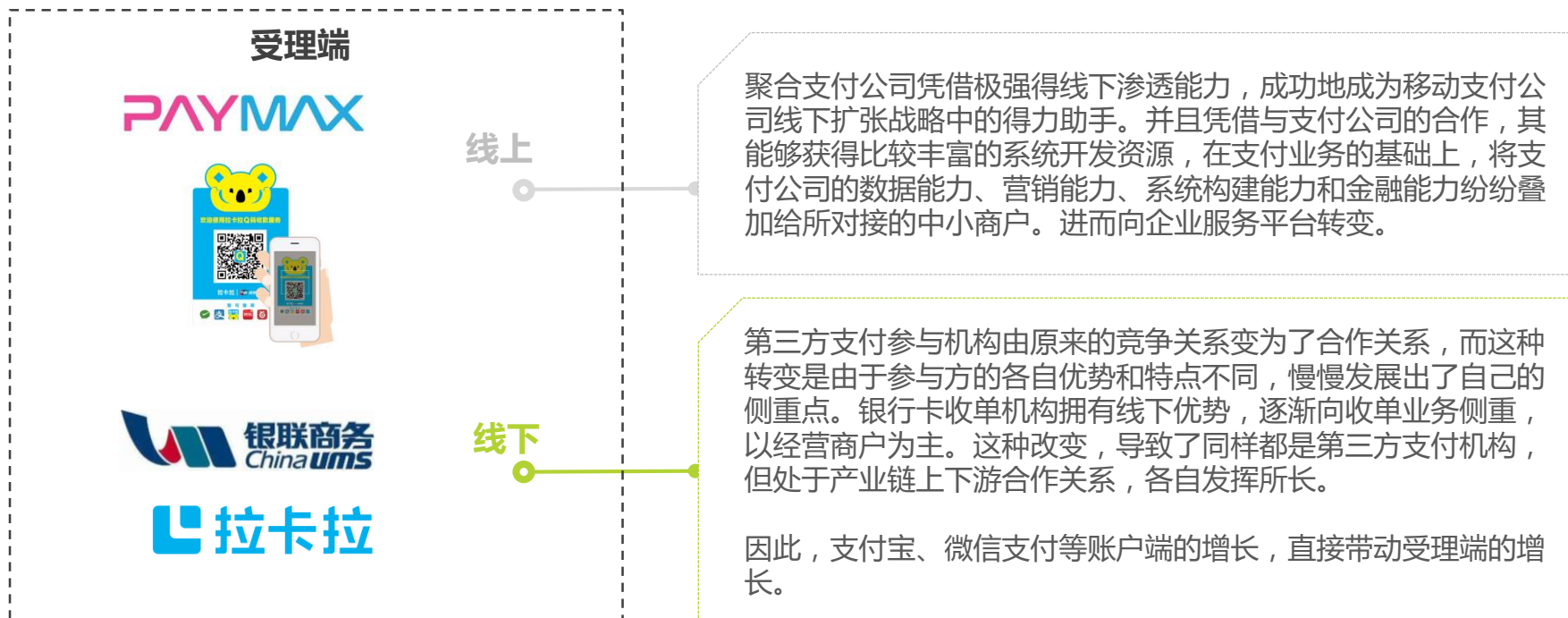


受理端：与账户端成正相关增长态势

覆盖线上线下两种方式，是支付的关键环节

受理端存在两种方式，一种是2016年底比较火热的概念聚合支付，处于线上；另一种是在中国广泛存在的银行卡收单机构，处于线下，例如银联商务、拉卡拉支付。根据监管要求，聚合支付公司仅作为“地推”团队存在，本身不会涉及支付资金流。这也使得银行卡收单机构的地位更加重要。受理端与账户端形成正相关的增长态势，账户端的爆发性增长带来受理端的快速发展。

受理端模式及作用分析



受理端：行业壁垒高，进入门槛高

受理端市场进入规范有序竞争

受理端，以经营商户为主，对牌照资质的要求较高，门槛和壁垒较高。

在高壁垒高门槛的保护及牌照资质的高要求下，受理端形成了相对稳定和封闭的市场，较难有新进入者，而现存参与方对监管政策的敏感度也更高。在监管政策逐渐收紧的态势下，违规成本就显现了出来，例如有的机构被处罚高额罚金，有的被限制业务发展，有的被吊销牌照。因此，走正道、守规矩的企业，才能长久生存发展，受理端市场进入了更加规范有序的竞争。

受理端的高壁垒高门槛，使强者愈强

资质

受理端分为线上受理与线下受理。

根据监管要求，线上受理需要有互联网支付牌照；线下受理需要有银行卡收单牌照（银行卡收单牌照又分为全国和部分地区的牌照资质）。全国性的收单机构，又需要在每个省份设立相应的分公司，进行属地化管理。

因此，稀缺的牌照资质带来的是一连串规模、管理、布局等高企的门槛。

管理

线下的管理，涉及到多方面的壁垒：不仅涉及到专业化团队的培养及考核，专业系统化的支撑，运营成本的控制，商户的运营和服务等整套体制化建设，还涉及到商户接入、商户巡检、支付交易、反洗钱风险的排查和控制能力等。

积累

一方面，受理端尤其是线下收单的前期投入巨大，先进入者对线下商户的覆盖发展多年，具备规模化优势。其他新进者进入线下，学习成本和管理成本高昂，直接与成熟收单机构合作是较好策略之一。

另一方面，多年积累的专业人才与对行业的深入理解，是“看不见的”一道壁垒。

受理端案例：拉卡拉

通过海量移动终端撬动各行业商户应用场景 惠及亿万消费者

作为国内第三方支付领军企业，拉卡拉通过大规模布局线下的智能POS、传统POS、收款宝和线上的Q码、PAYMAX等终端，牢牢掌握受理端市场覆盖领先地位。针对商户在不同场景下的收单和经营需求，拉卡拉研发了不同类型的终端并叠加不同类型的增值服务，通过个性化的服务大幅提高与商户的黏性，形成明显的线下受理端优势。

拉卡拉线下支付服务框架示意图

银行及第三方支付账户

银行
账户



钱包类
账户



全受理

拉卡拉受理端产品

各行业多元化应用场景



拉卡拉智能POS
(目前市场覆盖率第一)

普通收单场景



拉卡拉
传统POS

移动收单场景



拉卡拉
收款宝

便民金融场景



拉卡拉开店宝

聚合扫码场景



拉卡拉
Q码台



拉卡拉
Q码盒子

提供收单和增
值服务

各行业数百万家商户

零售

保险

餐饮

银行

酒店

旅游

教育

门店会员
保单支付
点餐预约
金融服务
.....

订房退房
付款订票
培训分期
.....

商户



来源：拉卡拉提供。

受理端案例：拉卡拉

拉卡拉通过智能POS和云平台为旅游景区提供场景化服务

以拉卡拉智能POS为旅游景区输送场景化服务为例：拉卡拉智能POS在受C端理游客用银行及第三方账户付款的同时，通过业内首家拉卡拉云平台（景区合作平台），将积分业务、营销推送、旅游保险、旅游金融等服务叠加在拉卡拉智能POS上同时输送给景区商户，让商户可以根据自身情况自由选择所需服务。



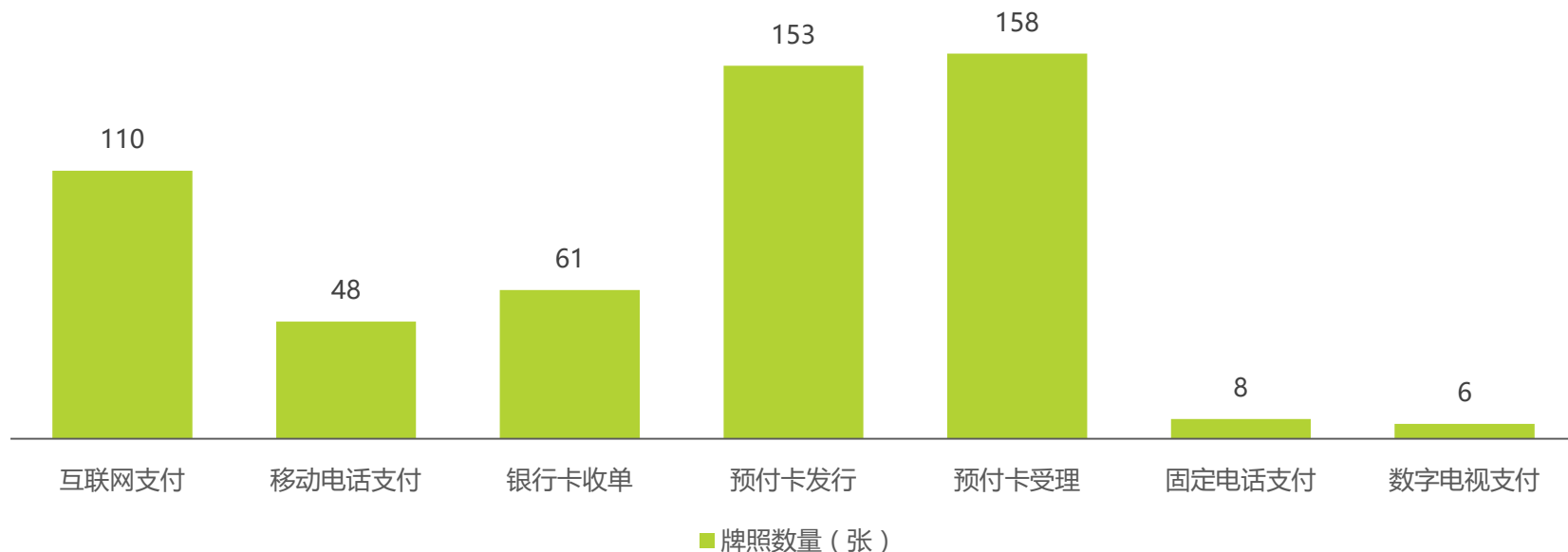
来源：拉卡拉提供。

牌照渐成稀缺资源

牌照成为存量市场之争，不再新增牌照

2017年，中国获得第三方支付牌照的企业共247家，其中预付卡发行与受理占比最高，但是市场价值尚待开发。尽管进入移动时代，互联网支付依旧相当于基础设施，因此牌照数量相对也比较多。处于风口浪尖的移动支付牌照最为稀缺，并且央行明确发过文件，表示不再新发牌照，所以牌照已经成为存量市场之争。未来在银行卡收单和移动支付的配合下，这两张牌照将成为市场稀缺资源。尤其在银行卡收单领域，线下的布局非一朝一夕可以完善，而智能POS的研发亦非低成本投入即可做到，导致目前市场上优秀的，有一定历史积淀，又具备很强科技创新能力的收单机构价值有所凸显。

2017年中国第三方支付牌照分布



来源：中国人民银行，综合企业访谈，市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

第三方支付发展新背景

1

中国第三方支付各方职能发展现状

2

中国第三方支付未来变革

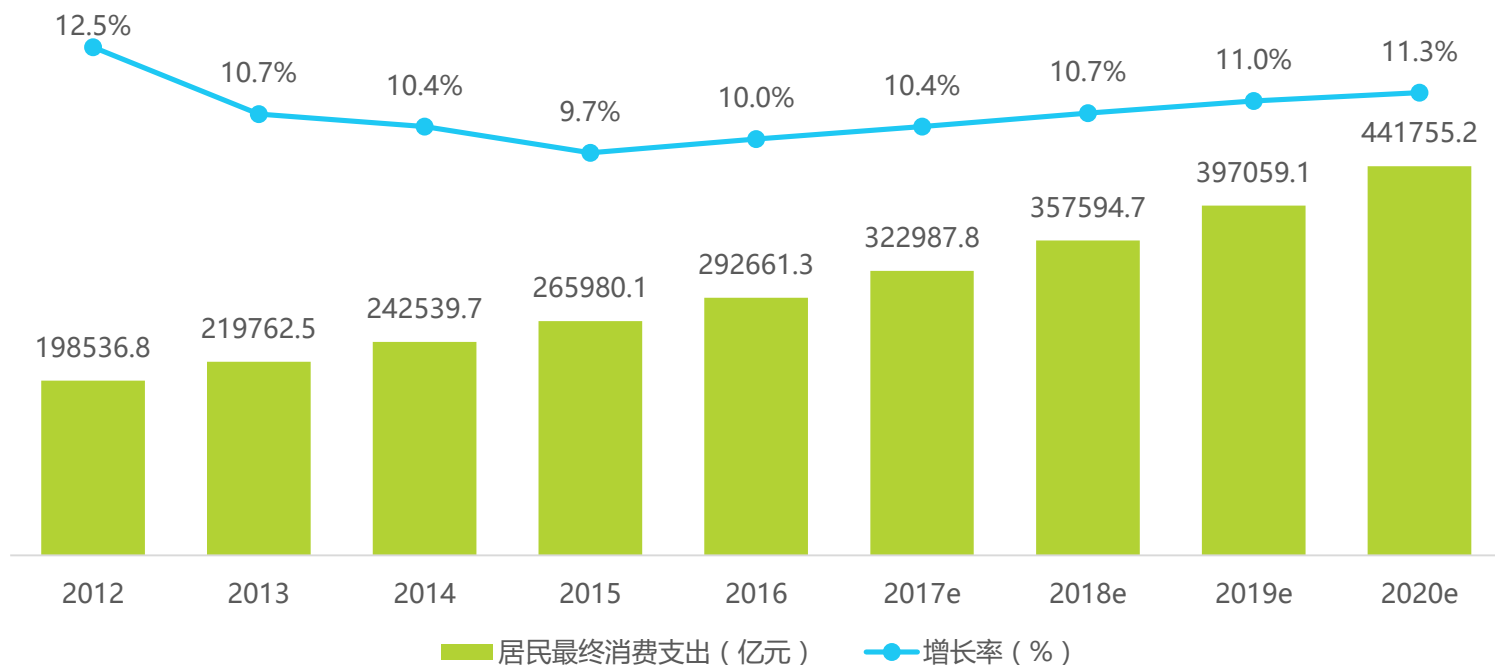
3

线下支付依旧是主战场

线下支付环境场景丰富，渗透率有待提升，前景广阔

2016年，中国居民最终消费支出超过29.2万亿人民币。在中国经济转型的时间节点关口，消费是政府和社会各界普遍关注和推动的领域。作为全球最好的消费市场，在宏观统计过程中，有大量的民间交易未被记录在内，这些民间交易大部分属于线下交易，而随着支付新业态的成熟，未来这些尚未被记录的交易均会成为第三方支付的目标市场，未来发展空间广阔。

2012-2020年中国居民最终消费支出



来源：中国国家统计局，根据公开市场资料，结合专家访谈，基于艾瑞统计模型核算。

政策驱动下的良币驱逐劣币

更多金融创新将集中在现有合规业务的升级领域

在所有互联网金融领域中，第三方支付是监管最早落地，牌照和管理体系最为健全的一个大分支。2016年业内监管进一步趋严，在支付行业内监管目的更加明确，即：让更多的创新发生在走正道、合规且能承担社会责任的企业中。进而形成一种良币驱逐劣币的态势。这会让第三方支付行业产生三种变化。

监管意图对第三方支付可能产生的影响

行业洗牌

已掌握市场优势资源的企业，将在未来继续掌握更多资源。第三方支付将产生3-5家巨头企业，引领市场，与其他体量较小的支付机构拉开差距。它们在支付链条上的强强联合，又使得强者愈强。而体量较小的支付机构可能会专注于某一特定客户群体、特定行业的支付需求。

创新方式

未来在支付业务自身的创新层面上，将更加集中在已有支付方式的效能提高领域，集中到现有支付形式的升级上。绕过各类监管红线，游走于灰色地带的创新将会受到一定抑制。

企业服务

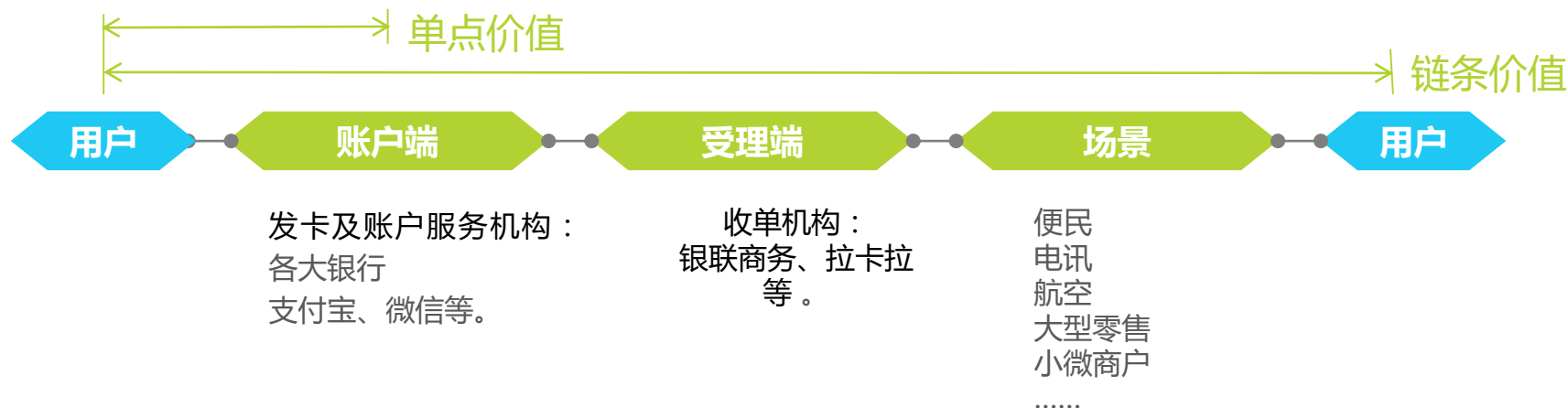
无论是聚合支付公司还是第三方支付公司，将更加重视对企业客户的服务，将自身系统能力向外输出已经成为行业共识。尤其在监管强化支付牌照功能性的基础上，聚合支付公司将更加积极的向企业服务平台转型。

支付交易链的整体价值日益凸显

各支付端口强强联合 在整体的交易链条中实现价值最大化

现阶段，用户量、交易规模等数据是判断支付企业价值的最重要标准。但事实上，大多数交易是由账户端与受理端共同完成的，账户端业务量大也能带动受理端的交易增量。这意味着同一个用户的同一笔交易，在多个平台的价值被分开估算。依照交易的资金流将支付的各个环节横向打通后，整个交易链条的价值则被全面放大。在整个链条中，支付各端的价值不再局限于自身独立封闭的交易规模。所在链条能够接入的优质企业越多，其平台的产业能力就越强，从而带动整个交易链条的价值提升。强强联合也将成为账户端、受理端的各巨头企业的必然选择。

支付行业的交易链价值



来源：结合公开市场信息，专家访谈，由艾瑞研究院自主绘制。

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询