

C端场景逐渐饱和 移动支付竞争向B端升级

中国移动支付市场专题分析2018


本产品保密并受到版权法保护


Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



蜜蜂学堂

 每天给你3份前沿资讯报告

 HRD资源交流互换



扫码回复【报告】
拉你进【HRD前沿资讯群】

分析内容：

本报告重点研究移动支付行业，**分析内容将按照行业从业人士关心的包括行业规模、利润分配、政策趋势判断、用户画像研究、金融科技对支付领域影响等方面进行逐一论述。**

分析方法：

分析内容中的资料和数据来源于易观自有数据、对行业公开信息的研究、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。

分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。

数据说明：

易观干帆“A3”算法升级说明：易观干帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观干帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：

- 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”
- 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等
- 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

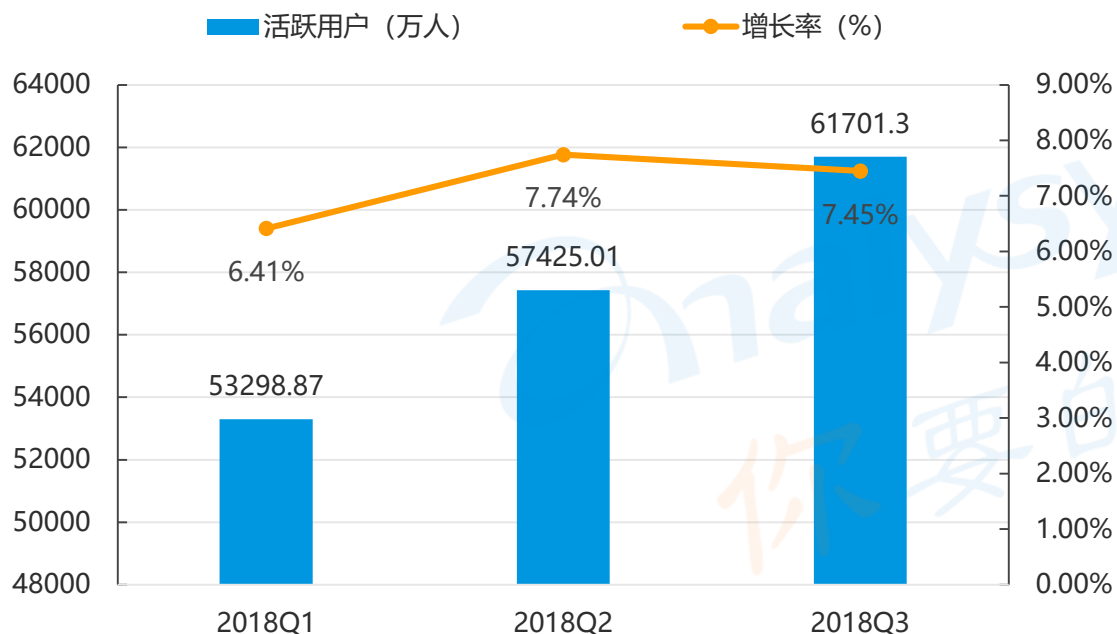
移动支付行业产业图谱



易观千帆数据 支付领域活跃用户和启动次数均保持高位稳定

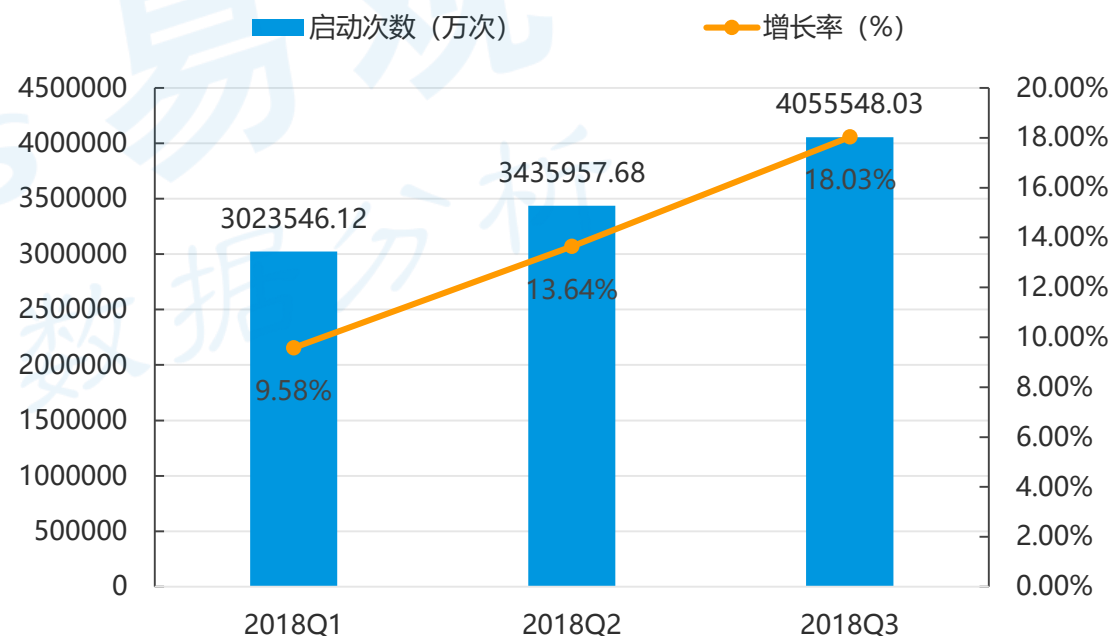
易观千帆统计数据显示，支付领域活跃用户数量和用户启动次数均保持高位稳定。其中，季度活跃用户规模2018年均徘徊在5.5亿人上下，季度用户启动次数增速明显，2018年均保持在300亿之上。

支付领域活跃用户



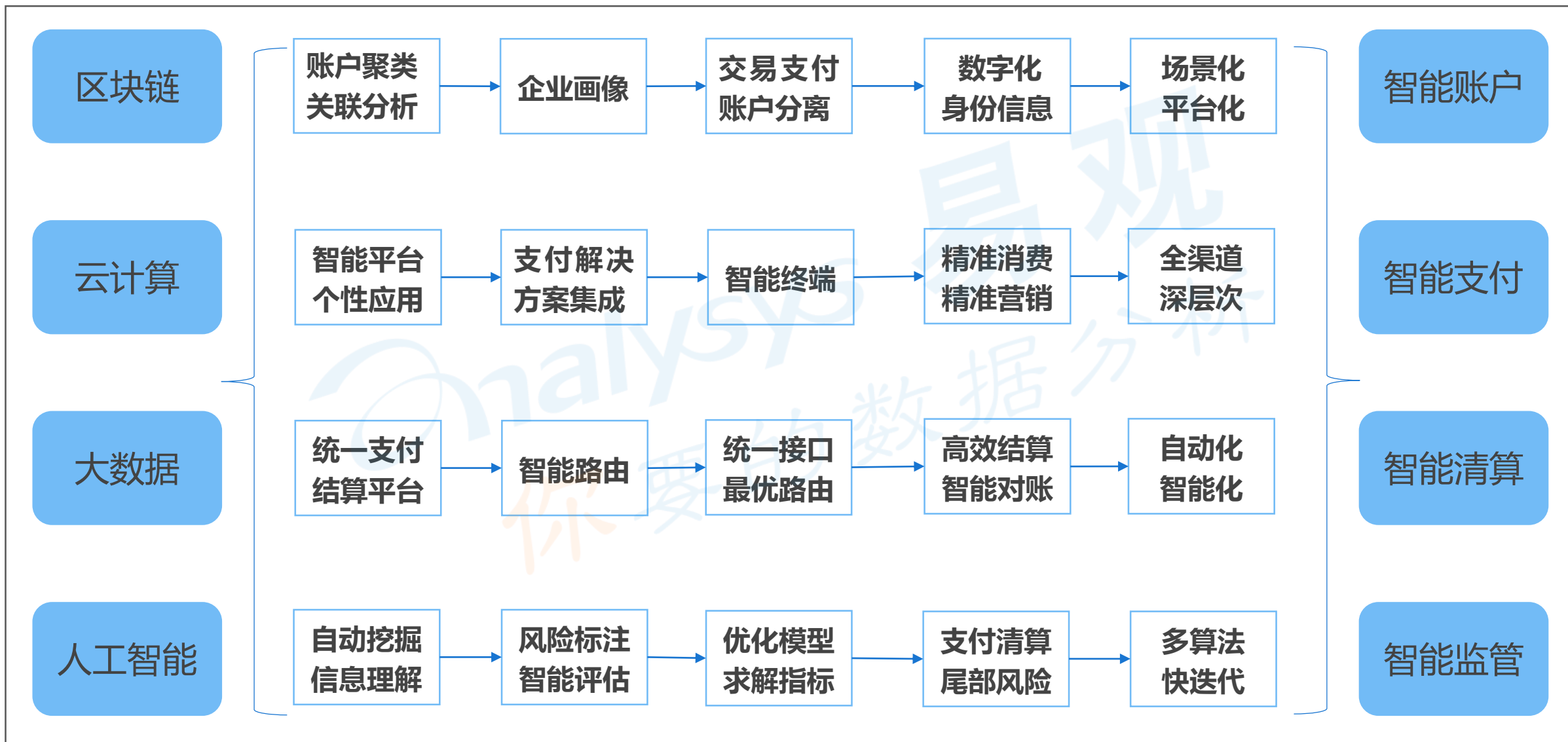
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

支付领域应用启动次数

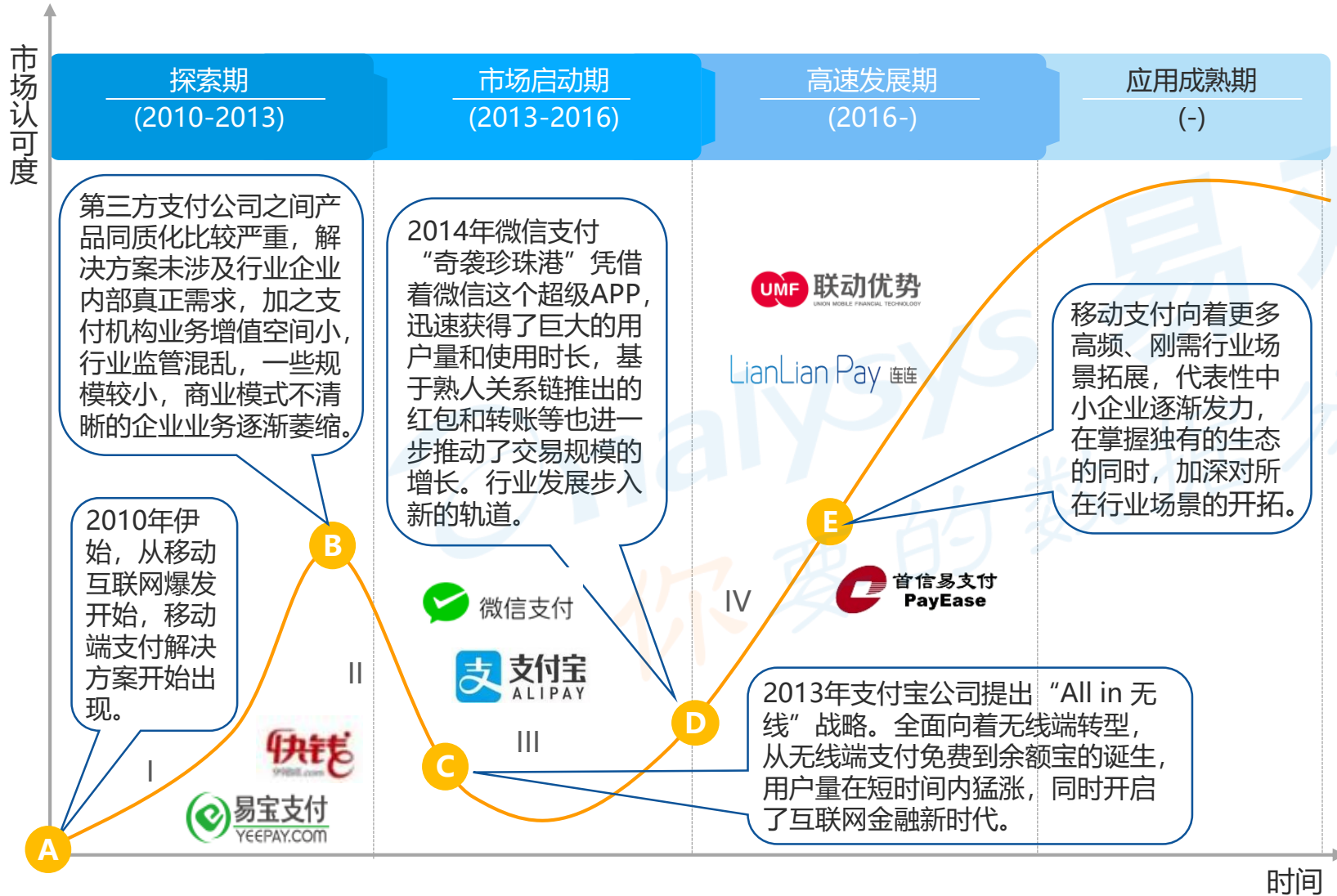


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观千帆基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

金融科技带动支付领域全方位持续变革



第三方移动支付市场AMC模型 向场景纵深开拓



易观分析认为，随着二维码支付解禁和96费改的开始，移动支付正式步入了高速发展期。移动支付向着更多场景拓展，两大巨头的线下巨额补贴直接带火聚合支付行业。移动支付正在深入到用户生活的方方面面，同时也在加速线下商业的互联网化进程。

移动支付全面渗透生活场景



易观分析认为，移动支付这场没有硝烟的鏖战早已打响。移动支付发展多元化，主流场景覆盖基本饱和。在监管严控、牌照重启暂时无望的背景之下，场景争夺不断加剧。支付巨头着力于个人交易、线上消费、线下消费及金融交易四类场景的竞夺，线下场景拓展深耕。

移动支付行业业务发展多元化

• 线上购物

- 移动支付解决了互联网购物的信用问题，电子商务及网络消费成为常态。



• 普惠金融

- 移动支付服务满足长尾原则，推动农村金融、消费金融发展，健全农村征信体系。



• 电子转账

- 移动支付通过社交关系、场景覆盖，拓宽用户账户余额使用途径。



• 线下扫码

- 扫码支付在居民生活场景中普及，财付通、支付宝通过营销战和补贴推广培养了庞大的用户群体。



• 跨境支付

- 海外购物、跨境电商、留学及大额贸易等跨境支付场景催动移动支付向跨境领域发展。



移动支付与传统支付相比，具有随时、随地、随身等方便快捷的特性。随着移动设备的普及，移动支付行业业务朝向多元化发展。线上购物、普惠金融、电子转账、线下扫码以及跨境支付等业务的发展加速移动支付生态圈的建设。



支付产品多元化



支付通道多元化



支付功能多元化



支付增值服务多元化

移动支付技术不断进步 近场及远场支付方式呈现多样化

技术分解		相关定义
远程支付	SMS+IVR支付	短信、语音交互作为支付信息流载体的支付
	WAP+手机客户端支付	WAP与手机客户端软件结合实现支付业务
	智能卡移动支付	手机与智能IC卡集成，通过移动通信网络支付
近场支付	红外、蓝牙支付	通过红外、蓝牙技术实现非接触近场支付
	RFID支付	通过RFID技术实现非接触近场支付
	NFC支付	通过NFC技术实现非接触近场支付

- 移动支付通过技术创新实现聚集流量、开拓场景、整合数据。
- 移动支付替代刷卡支付已经不可逆转，移动支付机构以脸庞、语音、指纹为依托，争抢生物识别未来的主流入口。
- 人工智能打通移动支付线上线下融合、消费产业衔接的通道。
- 区块链集中解决、重塑支付中的信任机制，对未来模式产生颠覆影响。

起步期

- 语音识别支付
- 移动电话和网络支付
- 文本语音图像支付

快速发展期

- 智能卡移动支付
- RFID技术支付
- NFC技术支付
- 红外、蓝牙技术支付

全面发展期

- 二维码支付
- 指纹支付
- 虹膜支付
- VR支付

刷脸成为支付新趋势 短时间内主流支付方式仍是二维码

推广成本巨大

二维码支付的快速推广与微信以及支付宝巨大的用户量是分不开的。用户再去接受一个新的支付方式，需要巨大成本。

支付效率较高

支付是一件高频的事情，对于用户而言，安全、快捷才是高频动作的核心。目前刷脸支付对于整个行业效率的提升没有太大的帮助。

教育成本升高

支付宝和财付通为了推广二维码，付出了巨大的成本去教育用户，用户和商户的习惯已经形成，短时间内改变的成本和难度都比较大。

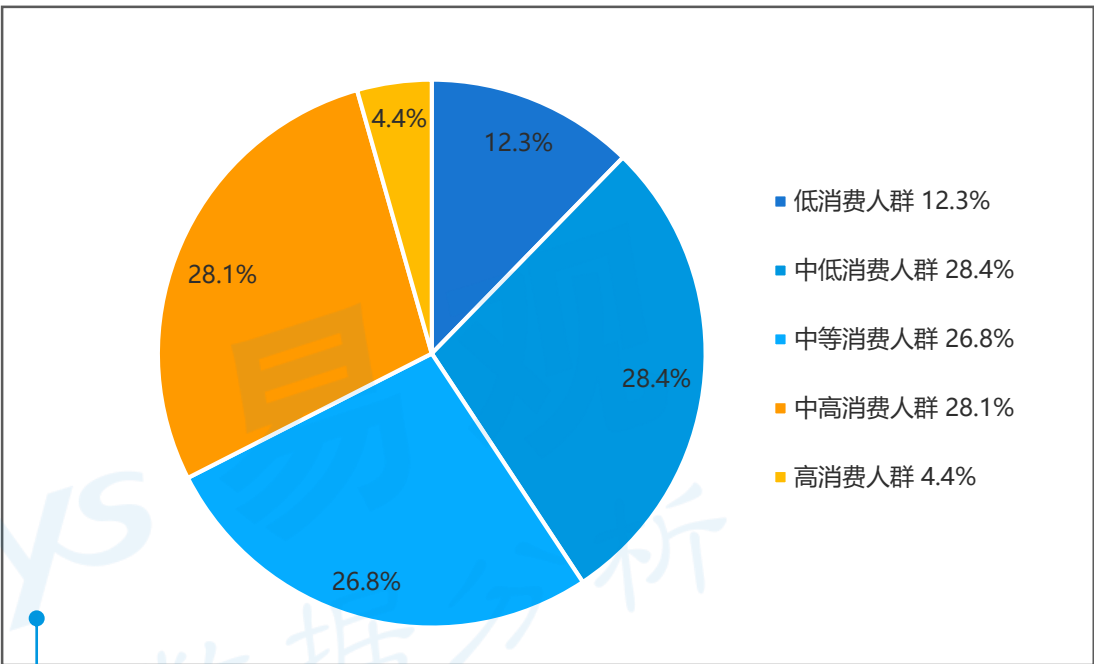
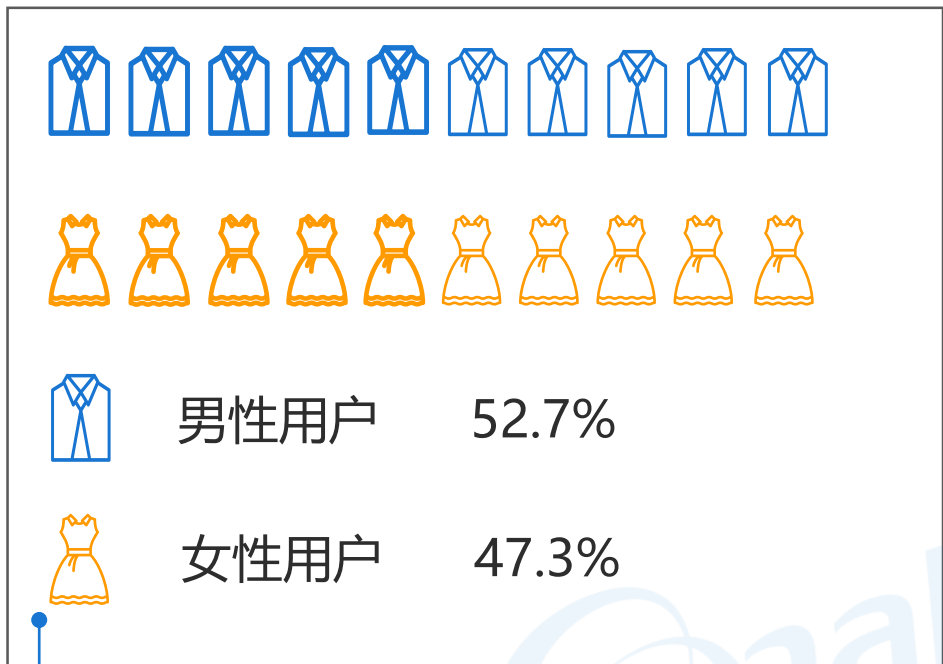
终端成本较低

二维码支付对于商户而言，成本非常低。而刷脸支付终端成本远远高于二维码，加之刷脸支付存在诸多不稳定性。



易观分析认为，刷脸支付已经成为了一种新的趋势。但是，短时间内刷脸支付更多应用于一些特定场景中，比如超市的自助服务。目前，刷脸支付与二维码支付相比而言，对于支付效率以及用户价值没有显著提升，用户从中感受不到更多的便利。因此，未来短时间内，主流的支付方式仍是二维码。

移动支付用户画像 男女比例相当 以中高消费为主



数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观万像基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观 · 易观万像

www.analysys.cn

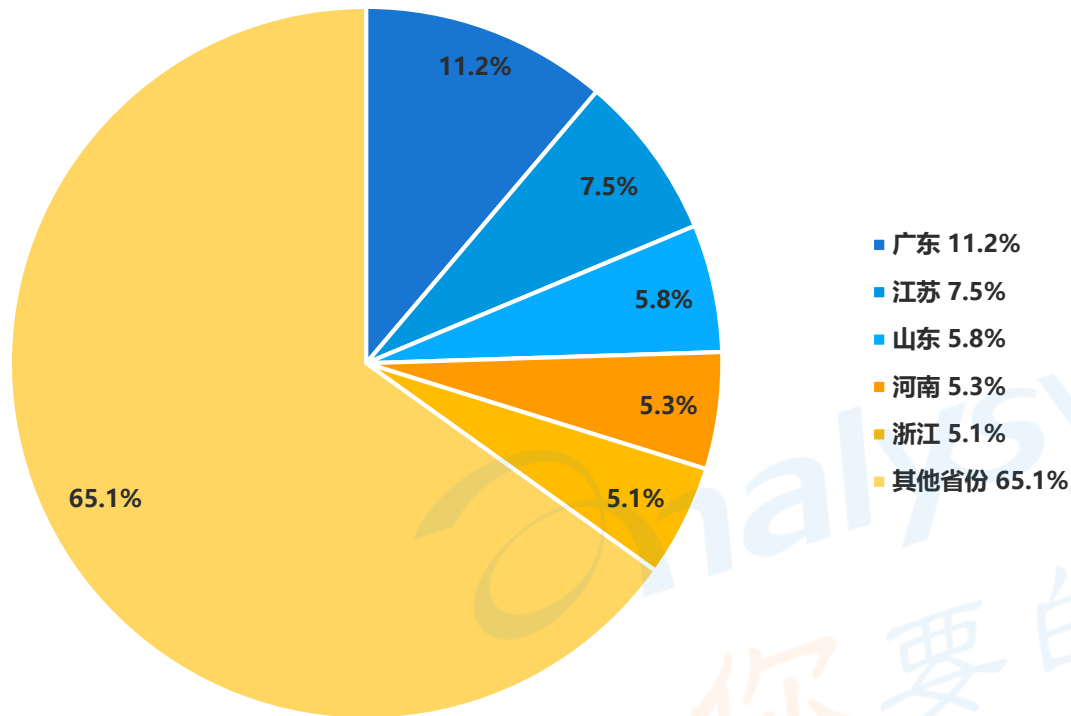
1 用户性别

易观万像数据显示，使用移动支付的用户52.7%为男性，剩下47.3%的用户为女性，二者大体相当。

2 消费能力

中等消费及以上人群约为60%，移动支付首先在中高等消费人群兴起，逐步中低消费人群发展。

移动支付用户画像 用户集中全国GDP强省



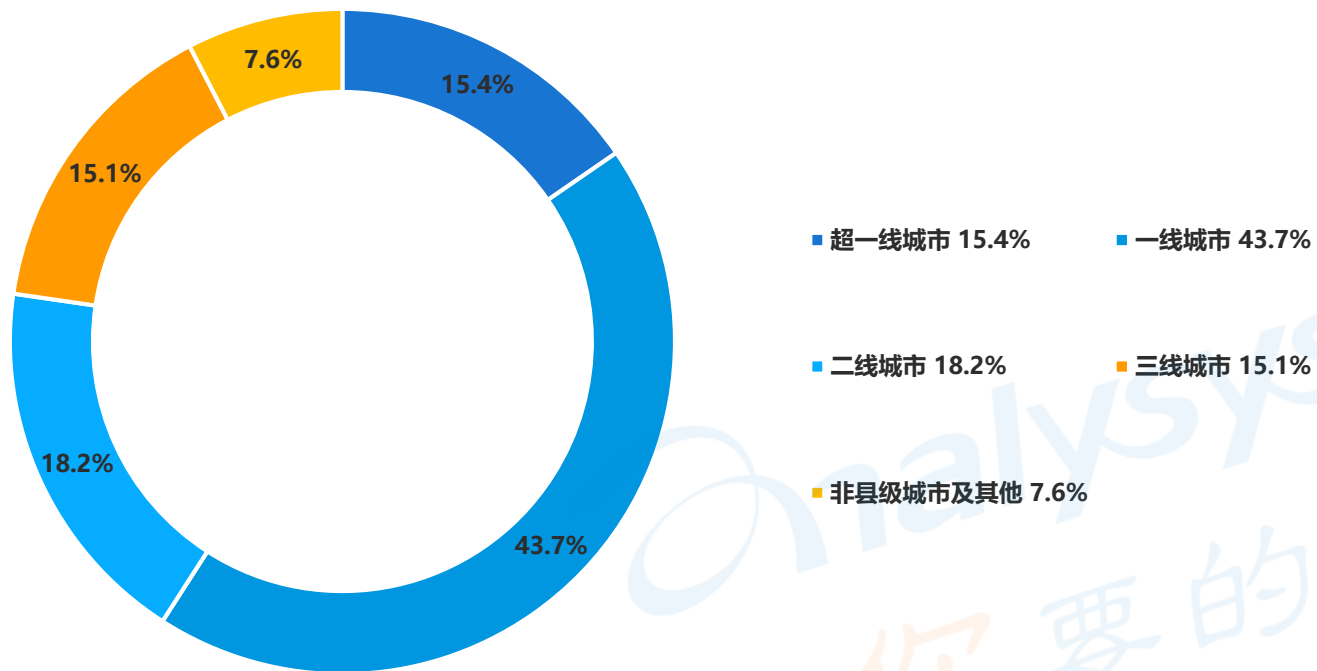
数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。
截止2018年第3季度易观万像基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观 · 易观万像

www.analysys.cn

根据易观万像数据监测显示，移动支付用户主要来自于广东、江苏、山东、河南、浙江等全国GDP强省，用户排名与2017年中国各省份GDP排名一致。符合移动支付先在一线城市以及重点互联网行业兴起的规律。

移动支付用户画像 一线及超一线城市用户集中



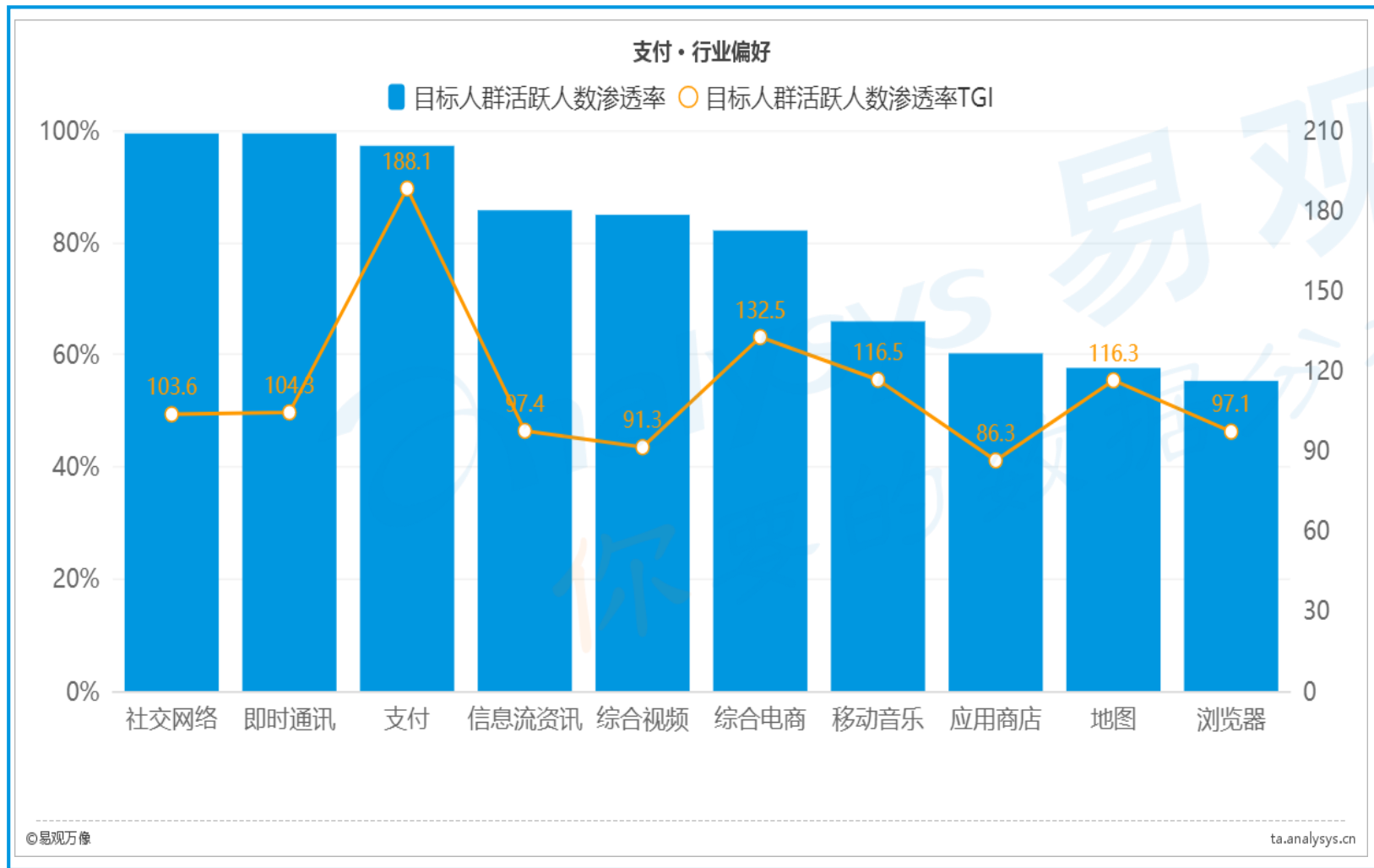
数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第3季度易观万像基于对23.6亿累计装机覆盖及5.93亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观 · 易观万像

www.analysys.cn

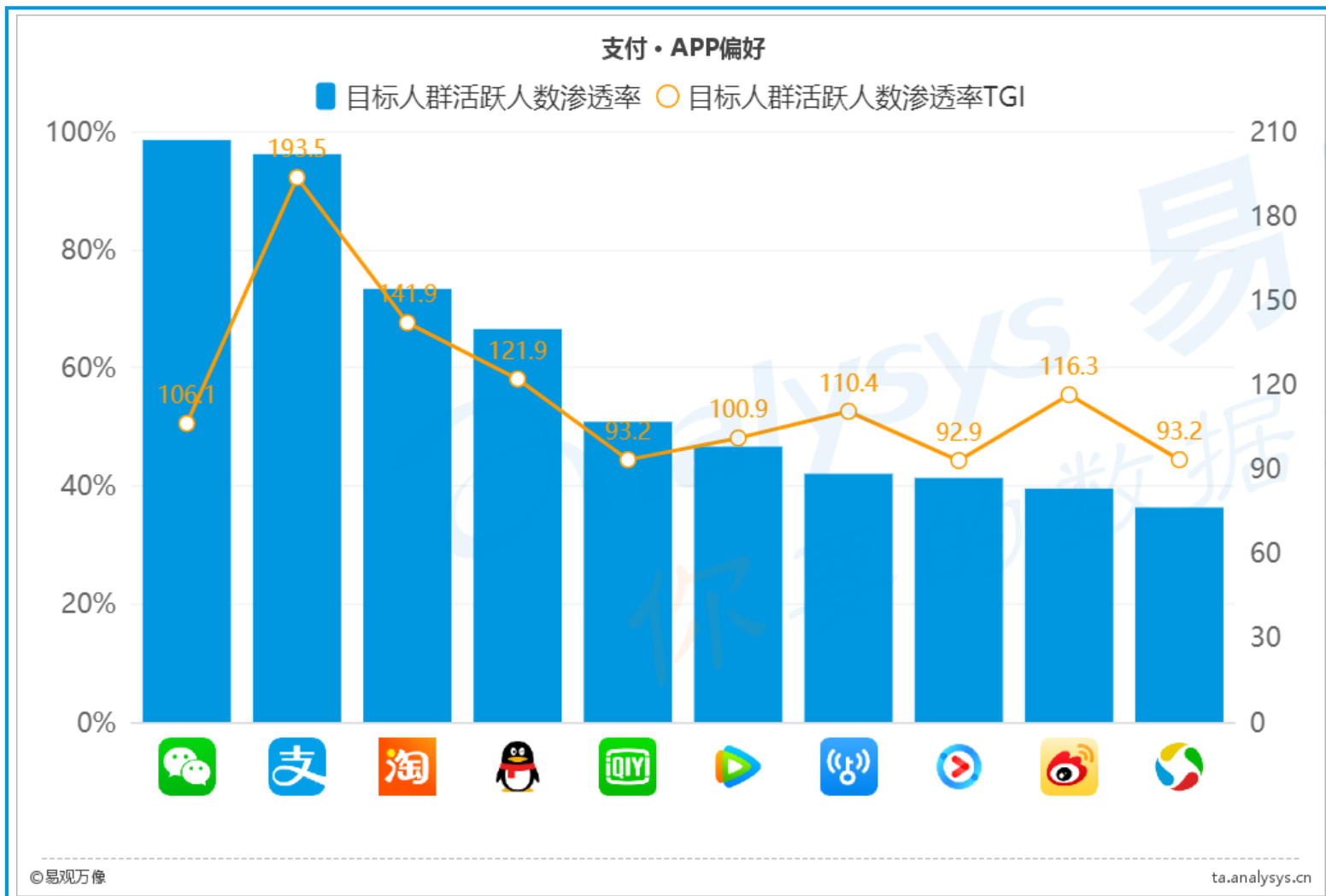
根据易观万像数据监测显示，移动支付用户集中在一线和超一线城市中，二者占有59.1%的用户群体。非县级及其他城市拥有的移动用户仅占总量的7.6%。可以看出移动支付地域下沉的潜力巨大。

移动支付用户画像 触媒习惯行业偏好综合电商占比最高



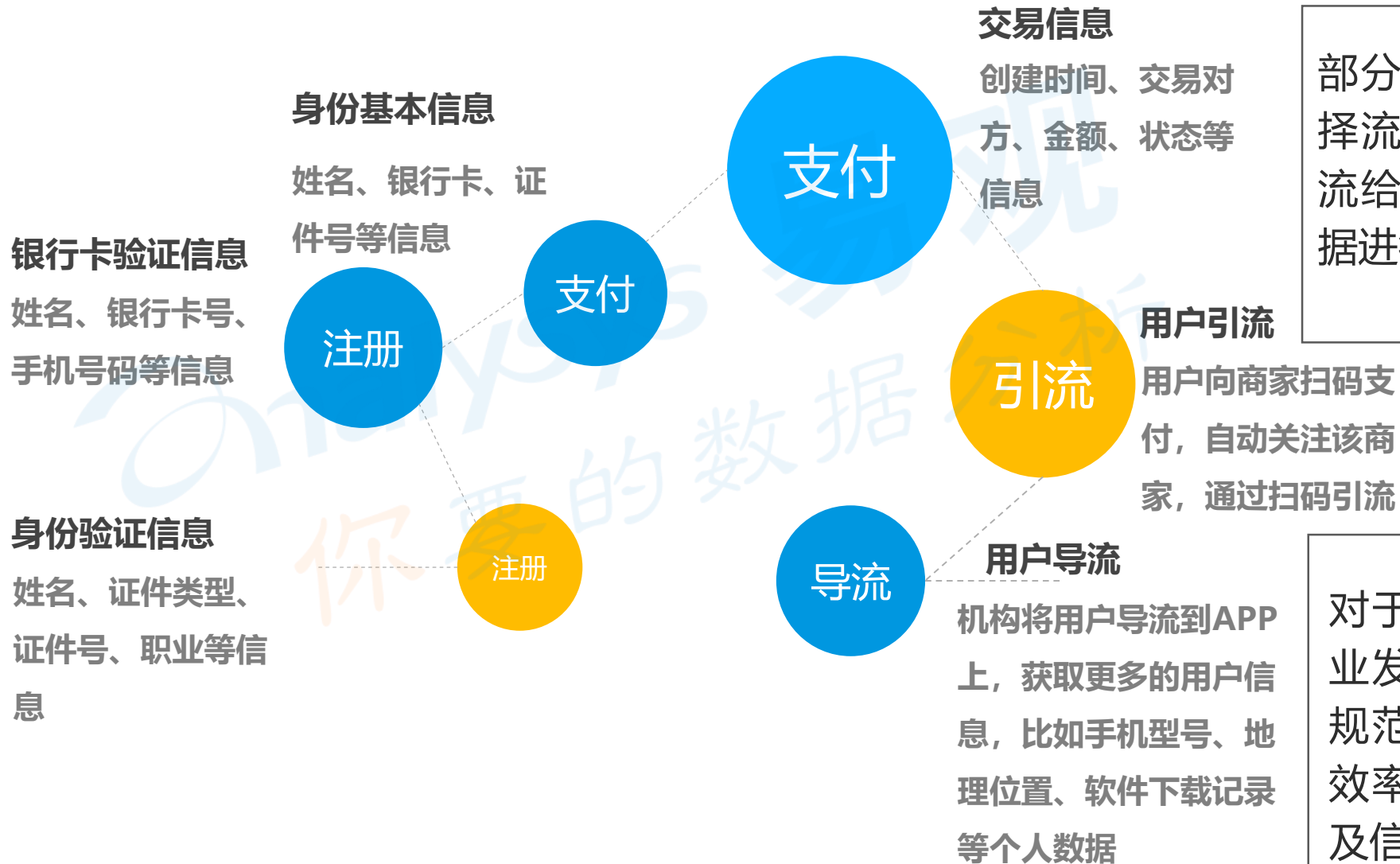
根据易观万像数据监测显示，移动支付用户除了使用移动支付工具以外，触媒习惯行业偏好中，综合电商占比最高，符合移动支付作为支付网关这一特性。另外，移动音乐、地图、社交网络、即时通讯等占比排在前列，说明移动支付对于线上休闲娱乐、线下交通出行等场景布局争夺激烈。

移动支付用户画像 触媒习惯APP偏好与行业偏好基本一致



根据易观万像数据监测显示，支付宝、微信的活跃人数渗透率位于前两位，这也侧面反映了支付宝、财付通两大移动支付巨头地位。除移动支付工具外，触媒习惯APP偏好中，淘宝、QQ、爱奇艺视频、腾讯视频等占比也较高，这与行业偏好基本一致。

监管机构对支付行业严要求 规范支付信息保护



部分支付机构为了抢占市场, 选择流量快速变现路径。将用户导流给平台或服务号, 利用用户数据进行流量变现。

对于监管机构而言, 规范支付行业发展的核心是信息安全保护。规范支付行业, 在提高资金使用效率的同时, 确保消费者权益以及信息安全。

利润之争 支付业务利润下降 盈利向增值服务变迁

市场增量减少

- 移动支付快速发展得益于移动互联网场景快速开拓。
- 高频场景入口逐渐被把控，移动支付正在从增量市场向存量市场演变。

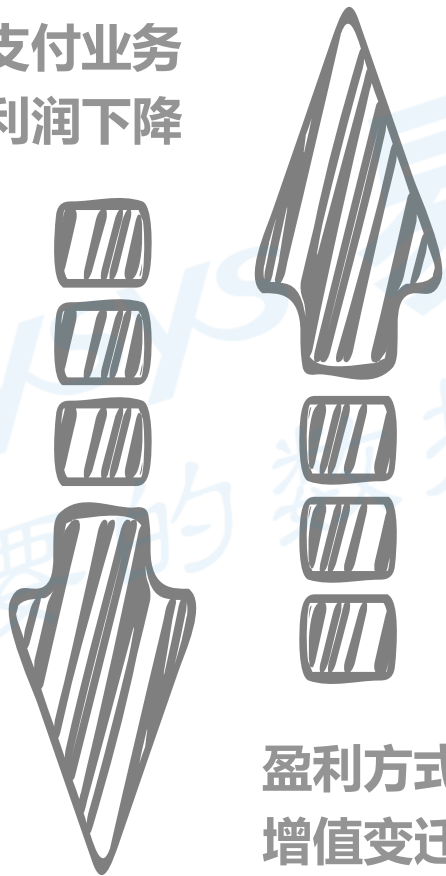
监管力度增大

- 网联设立、备付金集中存管、账户分类监管等政策，一定程度上加大了第三方支付机构成本。

推广补贴投入

- 各家能够提供的服务趋同。
- 支付厂商对于大客户的补贴加强。
- 巨头为获取C端用户，加强对线下场景的推广补贴力度。

支付业务
利润下降



盈利方式
增值变迁

增值服务

- 硬件收入和流水分润所占比例正在变小，增值服务占收入所占比例将提高。
- 增值服务延伸至大数据应用、会员系统建设、顾客行为分析等更高层次。

服务系统

- 移动支付厂商利用在商业交易过程中获得的大数据优势和流量入口优势。
- ERP等软件厂商进一步接入移动支付，增值服务开始出现。

流水分润

- 移动支付厂商依靠流水分润获利，无增值服务收益。
- 获利方式相对单一且对商户依存度高。

- 易观分析认为，增值服务的核心在于商户需求的把握。商户需求主要是与交易相关的基础性服务。
- 提供增值服务的关键在于满足商家在经营过程中所涉及的支付、管理、营销、资金等一系列需求。
- 为商家提供一揽子综合服务，包括培训、宣传、维护等平台，建立一套发展客户、服务客户的流程。
- 通过支付入口，以商户为载体衔接支付场景，为商户提供融合支付服务，布局更多的增值服务。





用户营销

- 随着用户平台数据的不断积累，支付机构能够为用户打更多的标签，从而可以进行更加精准的广告推送。
- 支付机构将标签分享给客户公司，通过接口对数据进行计算，从而判断出合适的潜在客户和广告投放对象



智能风控

- 支付机构了解商户的流水、了解用户的支付行为，因此可以根据这些数据与小贷公司合作进行放贷。
- 支付机构更加了解借款人的历史信用情况，降低了借款人的违约风险，也降低了出借人的风控成本。
- 支付机构将用户和数据分享给小贷公司，通过数据清洗，筛选用户进行放贷。



商业智能化

- 用户平台积累了大量数据，支付机构可以通过对数据的分析，来制定对应的市场、销售和定价策略。
- 支付机构使用平台数据进行分析，帮助客户公司制定商业决策。

支付的价值远在支付之外 移动支付开启新零售端口

新零售界以移动支付为端口，通过线上、线下融合运营，率先打响新零售之战。新零售不仅是移动支付技术发展的产物，更是运营商多年累计数据价值的延伸。

互联网、电信运营商、第三方支付公司等企业运营服务中积累的运营数据是新零售甚至更多领域发展的宝贵基础资源，数据能力的竞争是整个产业变革的拐点。

移动支付加新零售的本质是供应链效率的提升。移动支付围绕着整个企业的成本、效率、体验三个方面，促进企业、客户不同层次的提升，以及企业获客成本、运营成本的降低。

新零售未来的市场竞争是以技术为核心开展的场景之争。移动支付风控能力不断提升，也为新零售格局的快速拓展提供了有力保障。以技术手段提升应对安全隐患的能力，保障用户账户资金安全成为移动支付产业必须面对和解决的问题。



移动支付竞争向B端升级 支付机构加紧开拓B端商户服务



- 易观分析认为，移动支付竞争向B端升级，国内移动支付B端市场大有可为。
- 易观认为，目前国内企业端服务呈现出基础设施比较差和滞后性的特点，导致一段时间以来更多企业专注于C端用户服务，对B端的投入成本远低于国外同类企业。
- 易观认为，国内支付机构应该借鉴国外 B 端成功企业的经验，通过系统化建构，改善企业资产配置效率，进而打破产业链信息壁垒，实现业务、资金与信息的统一。

数据驱动精益成长

● 易观方舟 ● 易观千帆 ● 易观万像 ● 易观标签云



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号