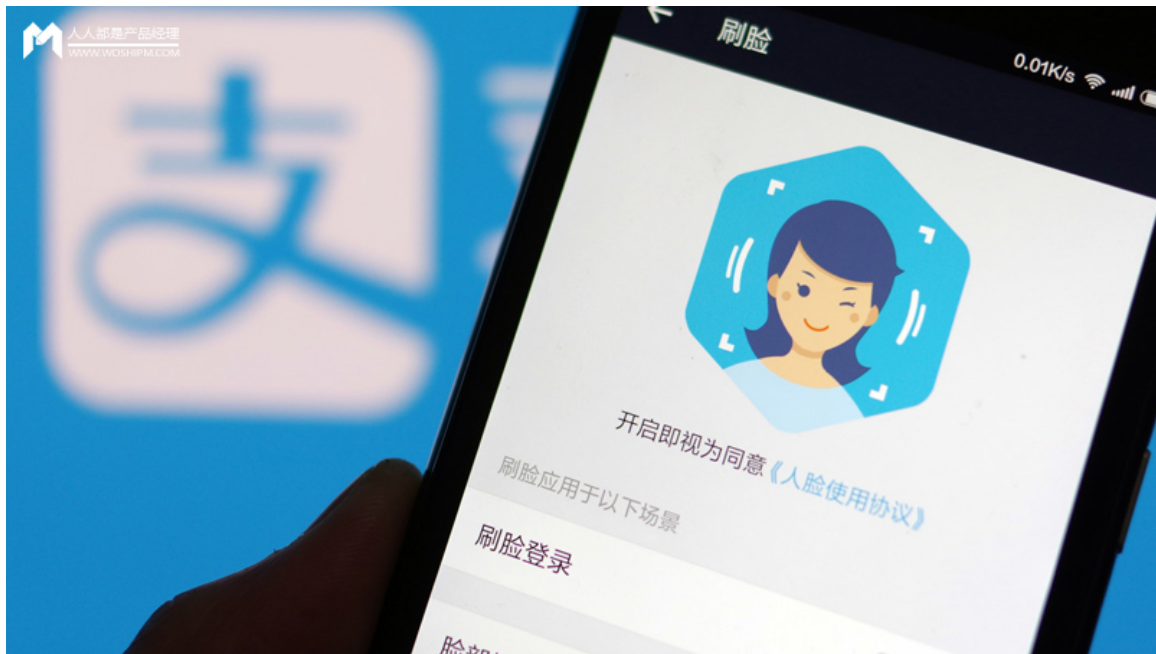


本文从支付+新零售的场景、运营主体、服务商三个部分说明国内支付+新零售的产业链、市场格局以及应用现状态并展望了支付+新零售的未来预期。



2016年10月，马云在阿里云栖大会上第一次提出了“新零售”的概念。

自此，零售行业线上线下的融合开始逐渐起步。腾讯，京东，苏宁等巨头公司也纷纷开始进行自身在新零售领域的业务布局和拓展。

2020年初的新冠疫情让大量的线下零售商户更加清楚地意识到了线上线下融合和线下零售数字化的重要意义——新零售的重要性被进一步凸显。

另一方面，随着新零售的发展和线下零售企业数字化程度的不断提高，移动支付也由原来的交易终结点逐渐转变为商户进行用户精细化运营的发起点；其对于零售企业的重要性正在不断增大。

加上断直连、备付金存管等监管政策的出台对很多支付企业传统的盈利模式造成了一定的冲击。越来越多的支付企业开始拓展自身增值服务的相关业务，加快自己在企业服务市场的业务布局。

## 一、分析定义

新零售：个人、企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。

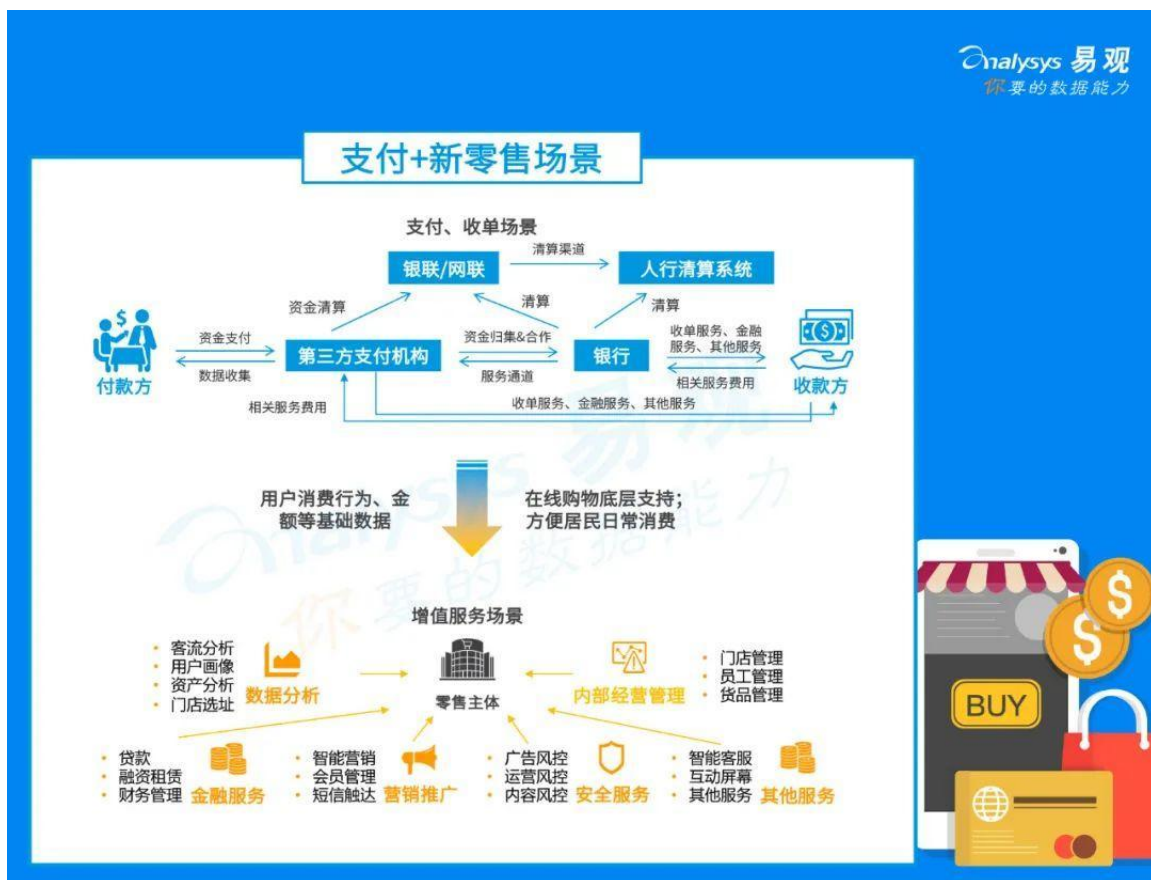
支付+新零售是指：支付公司以自身的支付业务为基础，借助人工智能、云、大数据等先进技术，基于线上线下零售企业的相关需求，向其提供金融、营销、数据分析、风控等一系列配套的增值服务或整体的解决方案；帮助线下的零售企业更快更好的完成自身的数字化升级；优化消费者的消费体验；提高线上线下零售企业的经营效率；为经营者提供更有针对性的经营方案和策略、提升现金流和资产估值获得新的增长空间。

## 二、支付+新零售产业图谱



本部分将从支付+新零售的场景、运营主体、服务商三个部分说明国内支付+新零售的产业链、市场格局及应用现状等。

## 1. 支付+新零售场景



目前阶段，支付+新零售的场景主要可以分为：支付、收单场景和增值服务场景两部分。

### 1) 支付、收单场景下：

支付机构为付款方和收款方主要提供的是支付和收单的相关服务。断直连和备付金集中存管之后，消费者进行支付时的资金安全程度和整个行业的监管透明度得到了进一步的提高；

一方面，以上政策也使得支付机构在整个支付产业链当中的话语权和影响力被进一步压缩，很多支付机构依靠备付金利息的传统盈利模式受到了冲击，纷纷开始进行业务的转型和自救。

尽管很多第三方支付机构在支付、收单场景下的盈利难度正在变得越来越大，但是另一方面，移动支付对于零售商户的重要性也在变得越来越明显——这也就给了支付机构通过支付切入增值服务场景的机会。

2) 在增值服务场景之下：

支付机构可以根据自身的能力和商户的相关需求，为零售商户提供数据分析、内部经营管理、金融、营销推广、安全等多种类型的增值服务。

一方面，支付机构提供的增值服务可以更好的帮助有需求的快消零售商户完成自身的数字化升级，提升店铺的经营效率和盈利能力；

另一方面，增值服务业务也增强了支付机构自身的行业竞争力，使得其可以通过更多的产品和服务与商户形成更加强有力的合作关系，提升自己在行业内的话语权和影响力。

2. 支付+新零售主体



目前，整个新零售行业的运营主体主要可以分为三大类：

以世贸天阶、大悦城等为代表的大型购物中心；以大润发、711、淘宝店等为代表的商超/便利店/网店和其他小 B 零售商；以及国内外的各大品牌零售商。

1) 对购物中心来讲，其对于支付、收单的需求相对复杂。除了对于 C 端消费者的需求之外，购物中心还存在收取商户房租，水电费用等方面的业务需求。相对复杂的场景和客户需求也造成了此类项目本身的操作难度相对较大，对支付机构业务能力的要求也比较高。

2) 第二种运营主体目前是大多数支付机构主要的服务对象。



体量、规模更具优势的大型商超、连锁便利店、大型网店往往客单价相对较高；但是此类客户的需求和项目难度往往也会更大，很多对支付机构的业务能力是不小的挑战。

而数量庞大的线下实体零售小店虽然有着巨大的想象空间，但是这些小店在现阶段对于服务产品的价格往往相对敏感，加上线下实体零售小店数量庞大、分布分散、对服务产品的需求相对简单，使得该行业的竞争较为激烈，支付机构往往需要付出较大的地推成本来获得商户。

3) 第三类运营主体以成立时间相对较长的传统零售品牌商为主，但是也包括一些成立时间相对较短的新锐零售品牌商。

传统零售品牌商往往拥有数目众多的线下实体店铺，在近些年很多零售品牌商也纷纷开始建立自己的线上电商渠道。

如何为这些零售品牌商建立一个高效、安全的支付收单系统；帮助其更好的进行收、付款的相关工作，同时嵌入自己的增值服务和解决方案，也成为近几年很多支付机构在努力尝试的一个方向。

3. 支付+新零售服务商



支付+新零售的服务商方面，除了第三方支付公司之外，易观将其他服务商分成了金融相关服务商、技术相关服务商、流量及其他服务商三个大的种类。

1) 金融相关服务商

主要包括了银行等传统金融机构、智能支付终端硬件厂商、聚合支付服务商三个种类。

其和第三方支付企业之间更多扮演的是产业链上下游的角色：

第三方支付企业提供对应的企业借款需求和线索，银行等传统金融机构则负责提供资金服务；第三方支付企业提供对应的支付资质、支付通道、网关等软性服务，支付终端硬件厂商则主要负责相关支付收单硬件的生产研发；第三方支付企业主要提供对应的支付资质、支付通道、网关等相关服务，聚合支付服务商则主要负责将不同支付企业的服务进行聚合，并为商户提供配套的营销等增值服务。

另一方面，随着时代的发展，很多企业的业务边界也在逐渐地拓展，部分第三方支付企业的业务开始难以避免的和聚合支付服务商、智能支付终端硬件厂商的部分业务产生交集和竞争；但是从大的趋势上来看，第三方支付企业和金融相关服务商之间的关系还是以合作共赢为主。

## 2) 技术相关服务商

主要包括了：软件服务商、云计算服务商、数据分析服务商、智能用户运营服务商和人工智能服务商五个种类。

这一类型的服务商所处的行业通常有着较高的产品、技术或运营壁垒。新的市场进入者往往需要付出较高的资金或时间成本才有可能在该领域当中获得一席之地。

不可否认的是，部分切入企业服务市场的第三方支付机构未来在业务上可能会与一些软件、数据分析等类型的服务商产生竞争。

但是在目前的阶段，第三方支付企业和技术相关的服务商更多的还是处于一种合作、学习、相互借鉴、追求共赢的状态。

## 3) 流量及其他服务商

主要包括了：本地生活服务平台、流量运营平台、物流配送服务商三大类。

该部分服务商为智慧零售行业主要提供的是不同场景的线上流量入口和配套的物流快递服务。

上述三种服务商所处的行业基本都进入了相对成熟的发展阶段，每个行业的头部企业基本上都已经建立了相对较高的行业护城河。

在不考虑同一家公司不同业务线的情况下，第三方支付公司与该类型服务商的关系同样是合作为主，另外在很多公司纷纷进行业务扩张的大背景下可能存在小范围的业务竞争。

### 三、支付+新零售产业未来发展展望

从行业总体的发展趋势来看：随着零售行业线上线下融合的逐渐推进，新零售和线下零售门店的数字化预计将成为未来零售行业极为重要的增长引擎。而随之产生的线下零售门店数字化升级等相关需求预计也将催生大量的行业服务商。

从第三方支付企业的角度看：

一方面，基础的 C 端支付业务市场格局趋于稳定、市场增速开始放缓、很多第三方支付企业相对传统的盈利模式已经难以维系，这也使得很多支付企业产生了业务转型或升级的想法；

另一方面，零售行业数字化的快速发展也催生了大量的线下门店数字化升级需求。

在这样的背景下，越来越多的第三方支付机构开始进行产业互联网、企业服务等市场的业务布局和尝试。希望这些业务能成为公司下一阶段发展和增长的全新引擎。

考虑到零售产业互联网和企业服务市场整体的想象空间巨大，场景复杂，企业需求多种多样，易观预计不同类型的第三方支付公司在进行对应产业布局的时候也会选择不同的战略和打法：

支付宝、微信等背靠流量巨头的支付企业在未来或更加侧重自身跨场景生态与开放平台的打造，希望通过开放与赋能的方式帮助线上线下的零售企业更好地实现自身的数字化运营；而体量相对较小的支付企业在短期内则可能将更多的注意力放在某些特定场景、业务或客户的突破上，希望通过重点聚焦的方式来建立自身的业务护城河。

作者：易观分析，微信公众号：yiguanguoji

题图来自正版图库 图虫创意