

无现金移动生活

全解码

[完整版]



⋮



⋮



报告内容：



中国移动支付大事记



中国移动支付江湖一览



移动支付人类ID



中国移动支付24小时



关键词：便捷、安全、
中国特色“社会主义”



中国移动支付 大事记



改变生活的移动支付...



2012年
“移动支付”潜入生活
支付宝手机支付功能上线



2013年8月
“移动支付”进一步渗透
微信支付正式上线



2014年1月
打车从此靠手机
滴滴、快的出现，引爆打车移动支付

0.16亿

2014年春节
第一次手机“抢红包”
除夕夜微信红包收发总量为
0.16亿个



2014年
生活缴费和政务办理
微信支付和支付宝先后推出“
城市服务”



2014年
出国也能移动支付
境外商户广泛介入支付宝、微信
支付



2015年春节
春晚首次“发红包”
联合春晚“摇一摇”，除夕微信红包
收发10.1亿次

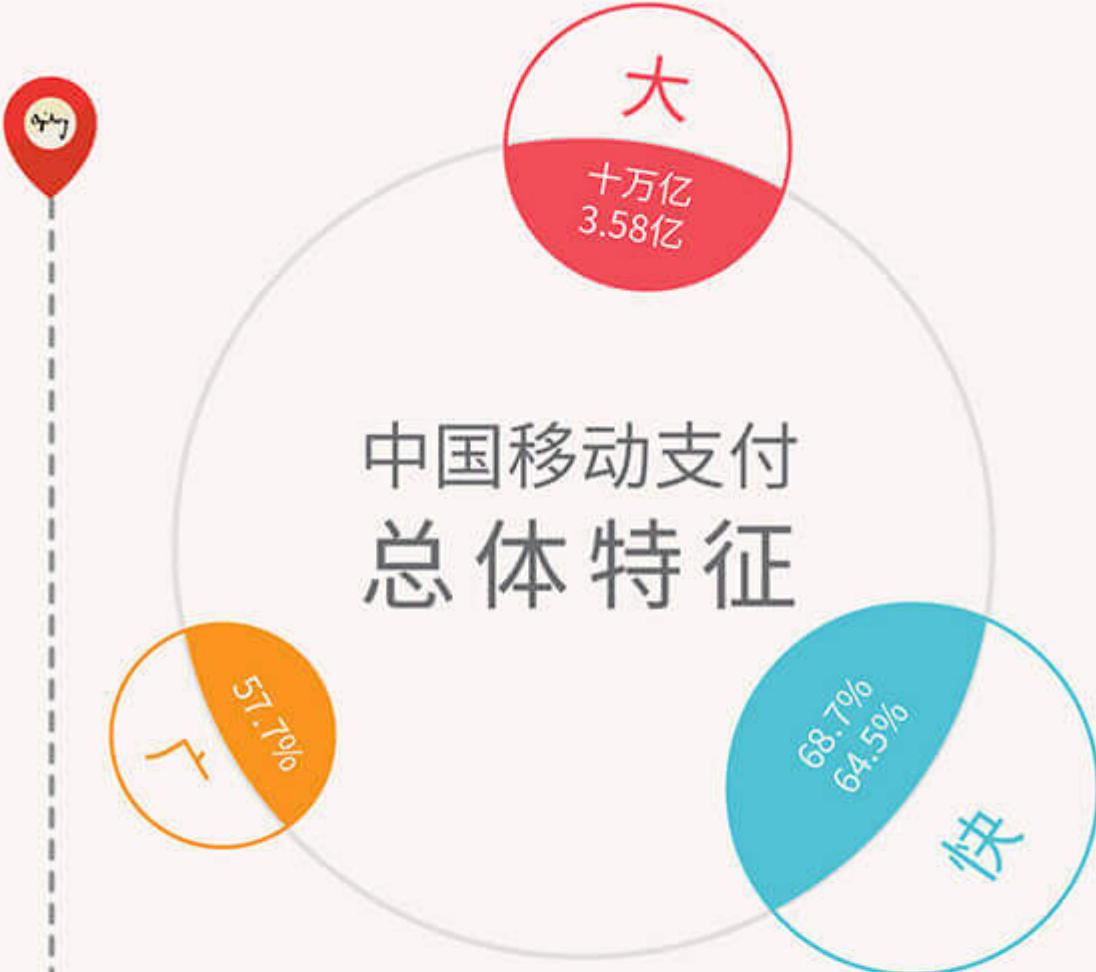


2016年春节
吉时一扫“咻一咻”

中国移动支付 江湖一览



中国移动支付 总体特征



规模大

2015年，中国第三方移动支付交易规模达十万亿。移动支付用户规模达3.58亿。



增速快

移动支付交易规模同比增长68.7%，移动支付用户规模增长率达64.5%。



覆盖广

网民移动支付的使用比例由39.0%提升至57.7%。

○ 中国移动支付江湖之最



● 市场份额 **51.8%**



● 用户每月使用超过 **50** 次



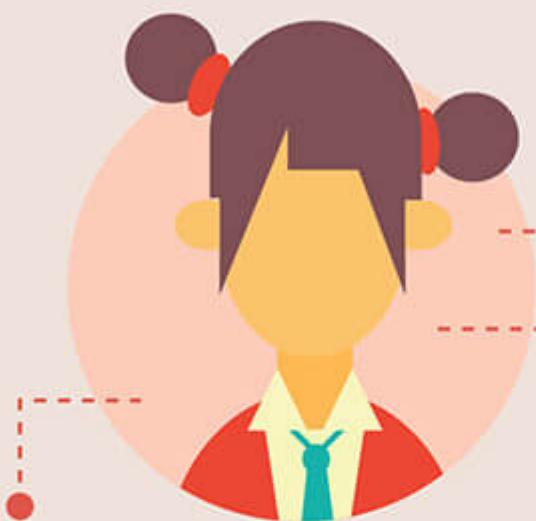
微信支付+手机QQ市场份额
● 从2015Q1的**13.5%**
增长至2016Q1的**38.5%**

移动支付 人类ID



● 90后学生&职场新贵 引领移动支付

90后大学“僧”超前、革命性的移动支付族



年龄: 17-22
一、二线城市为主

最不爱带现金

12.7% 大学生出门不带钱
58.1% 大学生携现少于100元

既爱御宅 也爱聚会

79%的移动支付用于外卖
52.5%的转账用于AA付款

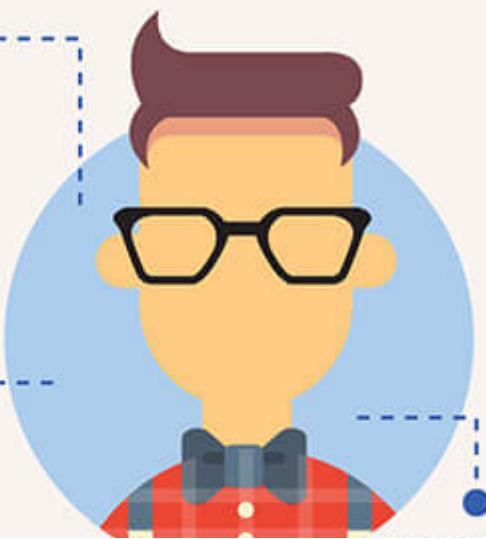
职场新贵 移动支付的中坚力量

无现金最普及

移动支付普及率98%
30.5%出门现金少于100元

社交性强的无现金

主要用于朋友转账(77%)



这两类人群 移动支付热情不输其他

已婚一族 柴米油盐酱醋茶



年龄: 30-39
一、二线城市无明显差距

● 生活化, 更灵活

超市和就餐使用
移动支付频次更高
线下场景比例远高于其他组

● 最有孝心

11%会选择移动转账孝敬父母

年轻态 银发族 有钱买买买, 付钱更谨慎



不爱叫外卖 转账也谨慎

“我也喜欢买买买, 不光喜欢、

支付能力高

有35%的银发族携带现金超过500块, 远高于其它

移动支付者主要特征：



年纪越小，越爱移动支付

59%的移动支付使用者年龄在30岁以下



学历越高，越爱移动支付

38%移动支付者大学本科及以上学历，远高于其他群体



工作了的人，更爱移动支付

45%的移动支付者为普通公司职员



中国移动支付

24小时



在中国移动支付一天 “金”非昔比

NOW

PAST

一日之计在于晨
早餐移动钱包付



8AM

早餐排队愁找零

水电煤费不逾期
喝杯咖啡就搞定



为了交水电煤各种
“局”跑断腿

午饭从不需找零
微信AA零距离



12PM

午餐聚会AA
刷卡很麻烦

下班高峰很淡定
滴滴打车不用急



约车约不到
高峰很煎熬

闲逛商场没带钱
手机扫码快一点



20PM

只能刷卡或现金

十一打算去旅行
票务酒店手机订



旅行社报团、火车
站提前N天买票

○ 衣

手机“淘”到线下“扫” 移动支付也能靓一身

刷卡越来越少，扫二维码越来越多。71%的人在线上购买衣服时使用过移动支付。40%的人在线下购买衣服时使用过移动支付。

例如：顾客买单可打开移动支付客户端或微信中的“付款”界面让店员扫一下，整个过程不过短短几秒。不必再像过去付款时现金找零或者刷卡打印凭条和签字，从而大大提升了收银效率。



线下使用移动支付购买衣服的场景



商户

支付身份绑定，方便维护关系。大型商场和品牌专卖店通过移动支付记录用户身份，可以在用户离店后继续与其互动。

例如：用户在移动支付时，品牌能够识别新客或老客。对于新客，可以支付后自动关注的公众号，使用权益展示等方式吸引其成为会员；而对于老客，则可在下一次进点直接使用微信“摇一摇”功能，店铺基于他的个人信息、等级权益、购物历史，为其提供个性化的导购服务。



为小本服饰生意带来方便。越来越多“个体户”开通了移动转账，方便收钱，所有在线下购衣时使用过移动支付的人中，有**34%**线下移动支付用户曾在路边服饰店和小摊扫描二维码及移动端转账支付。

终端

支付宝统领网购，微信抢夺线下。网上购衣时，71%的人首选支付宝，23%人首选微信支付；而线下购衣两者则呈现抢夺态势。



移动支付与品牌深度结合。据统计，移动支付比现金支付节约80%的时间，比传统刷卡节约50%的时间。

例如：微信支付与美特斯邦威在“支付”环节深度结合，满足目标年轻人群快节奏消费习惯，并累积消费者购物数据，以提供更好服务。全世界最大的服装集团之一INDITEX在国内门店接入支付宝。

线下购衣分布



● 奥美观点

在线上、线下普及移动支付将是每一个品牌的必修课。品牌需要在布局移动支付时合理设计数据的搜集分析机制，继而充分利用移动支付提供的消费者信息，分地域抓取潜在消费者，同时利用社交平台提升消费者忠诚度。

食

御宅一人食 聚餐AA付

打包给钱越来越少，外卖预付越来越多

无论是外卖、网络订餐、还是堂食，71%的受访者表示他们曾使用过移动支付。

请客刷卡越来越少，朋友AA越来越多

45%的受访者在聚会聚餐AA的时候用过移动支付。



扫扫桌上二维码，点餐买单新方法

顾客扫一扫餐厅桌面的二维码，即可在其微信公众号内自助点菜、确认菜单，吃完后还可直接微信支付买单。41%的人在餐厅买单时最常用的支付方式是由商家扫码进行支付。

移动支付买早餐的人高学历居多

此外，早餐虽不是移动支付的重头（在餐饮场景使用过移动支付的受访者，仅有4%

商户

就餐现场手机团优惠越来越多

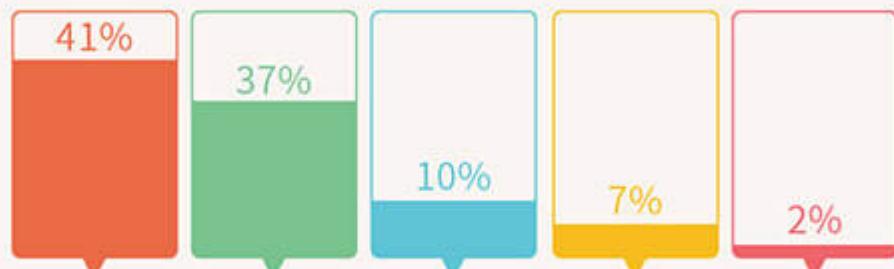
移动支付还成为了常规的促销及吸引潜在客户的工具。所有在堂食使用过移动支付买单的人中，63%的人最常在快餐厅或本地小馆子使用移动支付购买团购券或优惠买单。

效率、品牌双丰收，带来更多回头客

例如，九毛九餐厅大胆拆掉收银台，店内可无现金营业，移动支付据统计可将翻台率最高提升20%，顾客平均用餐时间减少11%，月人力成本减少5%；每位顾客在九毛九移动支付买单后，自愿成为九毛九公众号粉丝，每月新增关注5万以上，短短3个月新增关注达30万。



西式概念餐饮移动支付商户普及率较低



终端

微信支付与支付宝竞争激烈

点外卖时47%的人首选微信支付，餐厅堂吃41%的人首选微信支付；而大众点评等点餐类APP将微信支付作为推荐方式，也潜在导致了微信支付使用率较高。



在外卖和餐厅场景中首选支付方式



● 奥美观点

餐饮连锁品牌应更灵活地运用移动支付为消费者带来的便捷，以其为纽带收集消费数据、建立高频互动、管理客人关系。

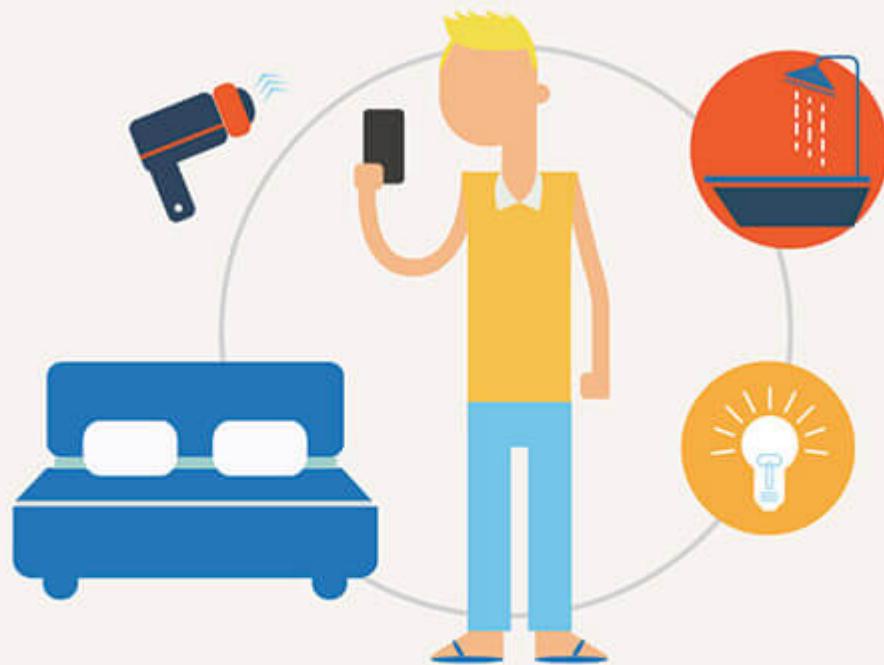
而消费品牌更应充分认识到移动支付对消费者生活和社交行为习惯深层次的改变，从而挖掘可利用的洞察。



移动支付是生活的“水电煤” 也是生活的“柴米油盐”

更多人选择移动端处理账单

在此前益普索的调研报告中，有多达77%的受访者会使用支付宝或微信支付处理各类生活账单。这改变了过去水电煤缴费多家跑的局面，用户还能在线查询整合的缴费记录，方便帐务管理。



移动支付与社区服务深度结合

居民可以通过移动支付缴纳物业费的同时，接收社区通知，还可使用人脸识别、访客二维码授权、智慧停车场、事故报修、社区Wi-Fi等功能，大大方便了社区生活。

寄快递在线预约支付一条龙

此外，无论在微信公众号还是淘宝我的主页，用户能够了解物流情况。

68%的消费者在超市和便利店有过移动支付体验

商户

一、二线城市商户明显多于三四线城市

其中，连锁性商户在早期极大地推动了移动支付触角伸向各类城市。

商户自建微账号参与生活移动支付竞争

例如：支付宝、微信等第三方移动支付平台相继在各城市开放了生活缴费的渠道。上海付费通和微信携手在账单支付领域，探索并打造首个便民缴费类政务微信平台该公众号上线三日就收获一万余名粉丝，和一千八百笔生活账单支付。



超市、便利店移动支付成新常态

知名便利店和超市基本已支持无现金移动支付，大多数支持3种以上移动支付方式。这让大家通过移动支付获取“柴米油盐”成为新常态。

例如：大润发、家乐福、沃尔玛、华润万家和永辉等国内商超品牌密集接入微信支付或支付宝。

终端

移动支付终端助力用户和社区互动

借助第三方移动支付终端背后互联网平台的强大网络，物业、小区周边商家、上门服务创业企业及用户连通互动，实现线上和线下的真正无缝融合。



移动支付终端助力快递行业提升效率

在过去，快递员线下收取快递费用为行业的资金归集和整理带来极大不便，现在通过无现金移动支付，所有的钱款即刻到帐，大大提升了效率。

● 奥美观点

移动支付彻底改善了用户基于人居的日常缴费、生活需求的体验，与此同时，用户在第三方支付平台支付的各种记录形成了极具价值的行为数据，将为商户和品牌锁定特定用户所做的运营和营销提供依据。

因而，品牌，特别是快消和生活类品牌，要改变传统的营销模式，通过开拓新的营销渠道去建立更紧密的消费者关系。



行 从黄土高坡到异域风情 移动支付行遍天下

旅行计划越来越少，即刻支付享受更多

根据第三方研究报告表明，2015年，50%的人用移动应用规划并订购行程（2014年该数字仅为17%），通过电话或者代理订购的人从2014年的34%下降至13%；旅游景区实现扫码买门票，游客仅需扫描二维码便能实现“移动支付购票+快速通道入园”。



打车找零越来越少，指纹支付越来越多

在德勤的中国移动消费者调研报告中，45%的人认为打车是移动支付的高频场景。滴滴出行公布的数据显示，滴滴出行专快车日订单突破1100万。

外币兑换越来越少，移动场景越来越多

有越来越多境外商家接通支付宝和微信支付，免税店购物、旅游包车越来越方便。例如：Uber成为移动打车付款新时尚，此外，赴美旅行的中国游客，直接打开手机里的“滴滴出行”移动端就可像国内一样打车，并使用微信支付付款。

商户

移动支付催生商户“智慧化”

例如：据统计，基于移动支付的智慧客运节省70%缴费时间，降低40%人力成本，节省80%排队购票时间；而智慧景区通过移动支付解决了景区最大的难题：人流量大、排队拥挤、购票难；此外加油站通过无现金化支付提升效率，中石油因接入移动支付在支付环节节省30秒每单，每年每店平均降低人工费用12000元。



终端

境外出行移动支付布局加速

2015年中国出境旅游已达1.09亿人次，中国游客的境外消费达2290亿美元。中国各家移动支付提供商正不遗余力地“走出去”加速境外布局。

例如：以微信支付为例，实现了“人民币支付，外币结算”功能，微信用户跨境购物无需再兑换外币，只要结账时让收银员扫描微信钱包中的二维码，输入密码即可用人民币支付。这一功能已经广泛地运用于世界各地的免税店、化妆品店、便利店、餐厅、酒店、景区等场景，以中国游客集中的境外旅游目的地为主。

又例如：在哥本哈根举办的Money2020大会上，蚂蚁金服披露了“全球商户共享平台”计划，准备用3年时间帮助100万家境外商户进驻支付宝，为增长快速的中国出境游客提供更多的当地服务。同时，支付宝推出了一系列退税，免税店消费优惠等惠民举措。



● 奥美观点

中国出境游的消费已是全球第一，但只有4%的中国公民有护照。全球各地会看到原来越多的中国面孔，服务好他们需要对其更深刻的了解。品牌需要在消费者每个触点去影响他们，从希望去一个地方体验，到查看攻略，到规划行程，后续体验，到最后的晒图分享。



电影票平台优惠多 KTV轻松享周末

影院排队越来越少，移动优惠越来越多

移动端购买电影票是移动支付中第一大娱乐场景。在休闲娱乐活动场景下使用过移动支付的人中，有超过74%的人最常使用移动支付购买电影票。

延伸：2016年5月中国票房网络售票占比达到76.2%，传统线下柜台占比23.8%，线上购票成为观众主要购票渠道，预计2016年底线上票房占比将达到80%。



电话预约KTV越来越少，欢唱移动套餐越来越多

在休闲娱乐活动场景下使用过移动支付的人中，17%的人预订KTV时用移动支付；在许多KTV，用户可在微信直接预约KTV的包房并支付定金，到场即可自助取房。

例如：K歌结束后，用户通过扫描点歌屏的二维码，或扫码收银小票的二维码即可直接支付房费。同时，服务员通过耳麦确认收银成功即可完成包房的结账。

娱乐使用场景分布



商户

KTV接入移动支付 提升经营效率

例如：智慧KTV移动支付解决方案有效解决传统KTV高峰集中、电话预约管理困难、包房互动手段落后、促销渠道单一等痛点，并利用移动支付终端的社交性和连接特性，让传统KTV变得更有趣，同时大大提高KTV的经营效率。



夜店接入移动支付 提升点单率

例如：一些夜店的微信公众号里实现在线预定、微信点单等功能，可微信支付直接付款。据统计，在线点单的交易额迅速增长，某夜店在小长假期间在线点单率甚至可以突破36.7%。

终端

终端迅速布局娱乐生活

多达79%的受访者表示在休闲娱乐活动时会选择微信支付或支付宝完成付款。



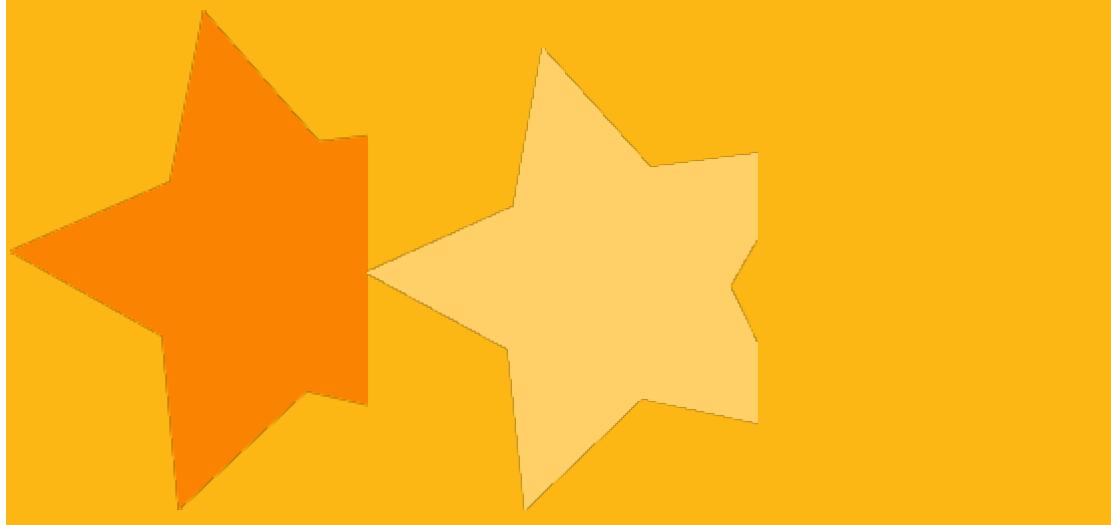
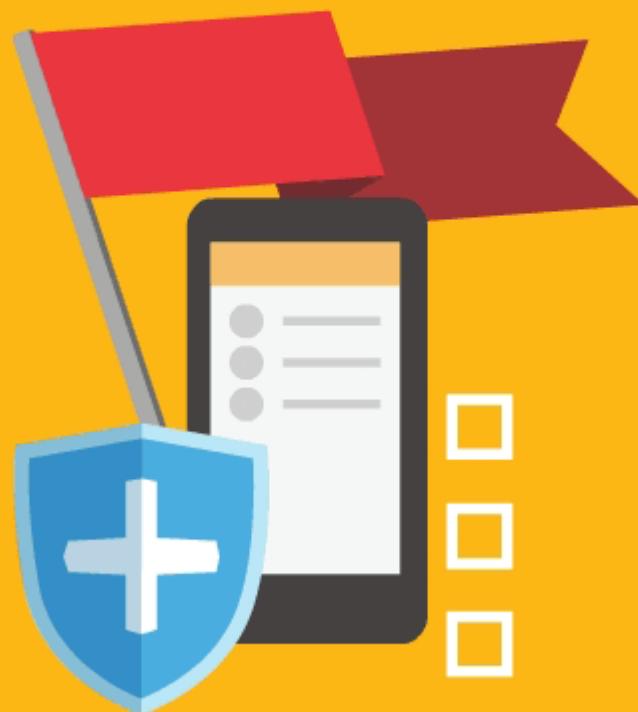
移动支付绑定线上娱乐生活

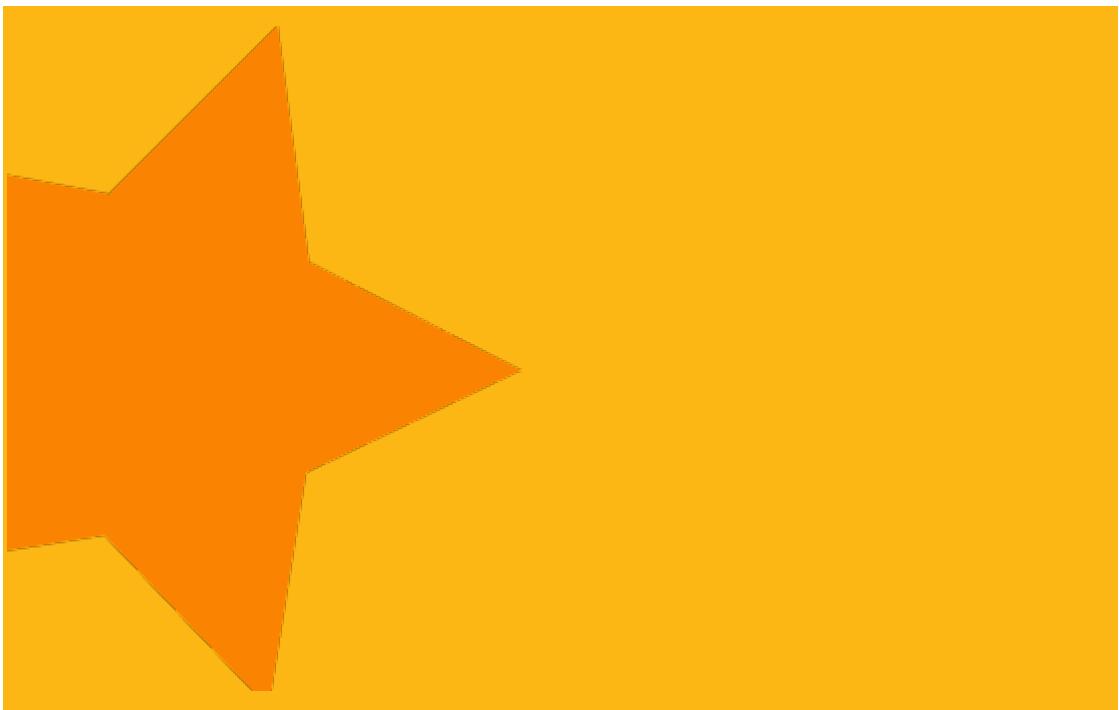
大量在线游戏跟社交打通可通过社交账号登录，并使用微信支付充值。

● 奥美观点

在与娱乐相关的生活场景中，无现金移动支付迅速普及，为消费者的休闲生活带来前所未有的便利和实实在在的优惠。未来的无现金支付还将进一步围绕用户休闲主题的改变增加场景，例如健身房、按摩店、SPA店等。品牌可以充分利用消费者的碎片时间，开拓新的渠道，与其进行精准沟通。

关键词：
便捷 安全
中国特色“社会主义”







“移动支付”的根本动力是“便捷” 使用移动支付的主要原因

便利是王道

75%的受访者认为使用移动支付主要是因为移动支付提供了便利。

比传统支付更具安全性

14%

有很多促销活动／优惠

28%

越来越多的商户可以用移动支付

45%

无需携带现金或银行卡

68%

使用移动支付很方便

75%

“安全”是阻碍用户使用移动支付的最大顾虑

高学历高收入的人普遍看重移动支付“安全性”

没有使用过移动支付的人中23%的高学历人群(本科及以上)认为安全是他们不使用移动支付的原因。而中低学历人群意识到移动支付安全性问题的只有12%。

管理公司、钱财和家庭的人也对移动支付安全性颇为重视

私企老板(38%)和家庭主妇(31%)认为安全是最主要的顾虑;此外中(24%)、高层管理人员(29%)对安全也颇为重视。



这些举措让
移动支付更安全

- ✓ 中国人民银行起草了网络支付业务管理办法,确立了支付账户实名制、保护消费者权益和推动支付创新等监管思路。
- ✓ 微信支付开设密码逻辑、认证体系、打通社交信用的风控

“中国特色‘社会主义’”

深植中国移动支付生活



中国的移动支付行为表现出极强的社交动机，人们不仅享受移动支付的方便，更用它增进感情，形成别具一格的“中国特色社会主义”。



移动支付下的“新红包文化”

亲情

在线红包的“人情味儿”

调查显示，11%的受访者表示孝敬父母是他们转账的目的之一

爱情

发红包也可以很有“爱”

调查显示，5%的受访者历史上发出的最大红包与爱情相关

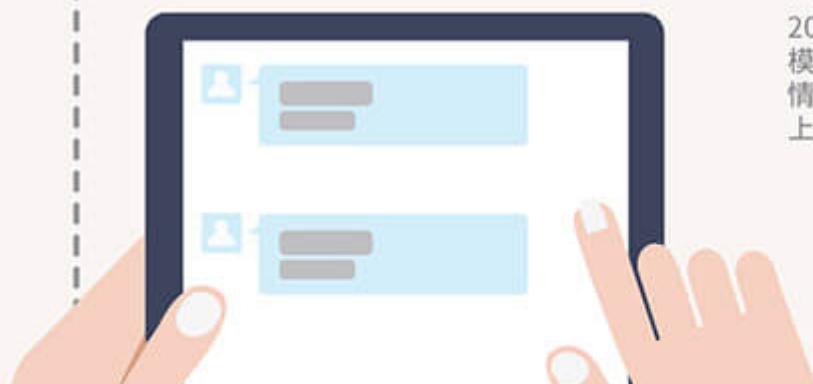
友情

转账也能聊天儿，“没钱”不伤感情

亲戚、朋友之间的转账使用移动支付的比率也相当高，达到75%

移动支付终端“社交化”

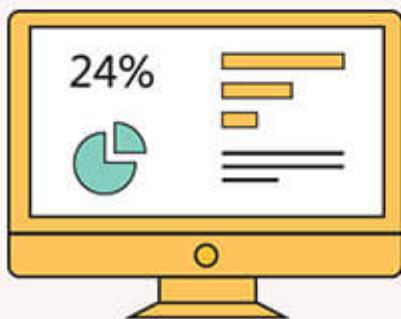
迎合国人社交需求



2015年，支付宝钱包进行大规模改版，引入加好友、聊天和亲情账户等功能，一时间引发线上“打钱聊天”热潮。

● 微信支付成为“高频社交支付王”

得益于微信先天具备的社交属性，微信支付在用户社交相关的移动支付行为中占有重要席位



“不同于其他任何移动支付工具，登录微信支付跟朋友转账、AA、发红包、抢红包，甚至编辑每一笔交易里想说的话，对我来说像一件自然而然的事情。”

—— 用户

微信红包在每一个社交时节“绽放”

2015年各重大节日微信红包收发总量



2015微信转账笔数增长惊人



● 奥美观点

移动支付在中国的迅速发展，让我们看到一个新兴经济的活力；其发展的方向，让我们看到了中国特有的文化。移动支付赋予了消费者前所未有的力量 — 让他们追“我”所要、选“我”所需，爱“我”所爱。

N个移动支付 无厘头事实



N个移动支付无厘头事实



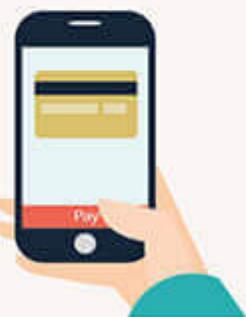
1

数据显示，移动支付最活跃城市依次为北京市、广州市、深圳市、上海市、杭州市、成都市、武汉市、西安市、沈阳市、天津市



3

上海城市的智慧化水平领先北京28位，已渗透到水电煤缴费、超市便利店、餐厅、医疗挂号、政府服务等众多场景。在上海，带个手机出门就可以吃喝玩乐一整天，而挂号就诊、驾照违法查询等也都可以收集搞定



4

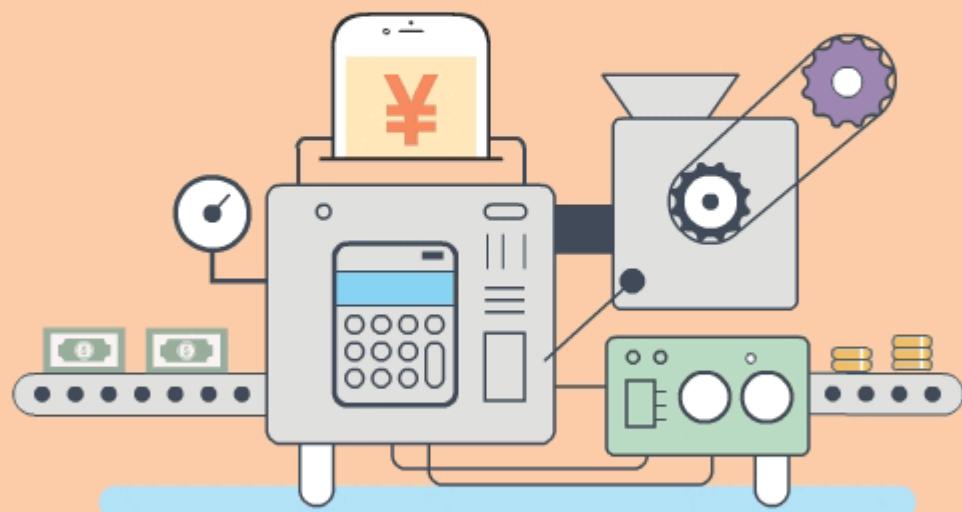
80后是发手机红包的主力军，发红包的“土豪”过半是80后

5

2016年，不同性别间春节红包的发送比例分别为：男发男29%，男发女



移动支付 如何改变世界



移动支付如何改变世界

移动支付也能靓一身



瑞典2030年或告别现金。



中国移动支付在交易规模、
用户和增速上均领先全球。



德国：无现金化的“阴暗面”
受传统观念中“负债厌恶”影响，
德国只有33%的消费者
使用移动支付。



韩国许多商户纷纷接入微信
支付、支付宝和银联，用来吸引
中国客人购物。



丹麦是移动支付发展较快的
国家，今天即便在教堂门口，
也可以不用现金完成捐款。



改善非洲改善现金交易不安
状况在肯尼亚内罗毕和非洲
其他地区，许多小额贷款组织
从2008年就开始支持移
动支付服务放贷。

○ 移动支付，还有什么值得期待？

A blue circular icon containing a white, pixelated stylized letter 'ID'.

可穿戴到可植入

大量基于身份认证的交易其实都能够通过植入物轻松完成，这可被看作是目前生活当中部分设备的替代，实现许多用途，比如用于身份认证和支付。

虚拟货币

2016年1月人民银行数字货币研讨会宣布对数字货币研究取得阶段性结果。央行行长周小川表态将争取早日发行数字货币。



安全便捷性提升

安全与便捷的平衡、技术与体验的平衡以及社会层面的现金管理成本、流通效率将是移动支付未来发展考虑的重点内容。

免密支付和识别技术

如何在没有密码的情况下进行安全的认证成为了迫切的问题，如瞳孔识别、指纹识别、声音识别。

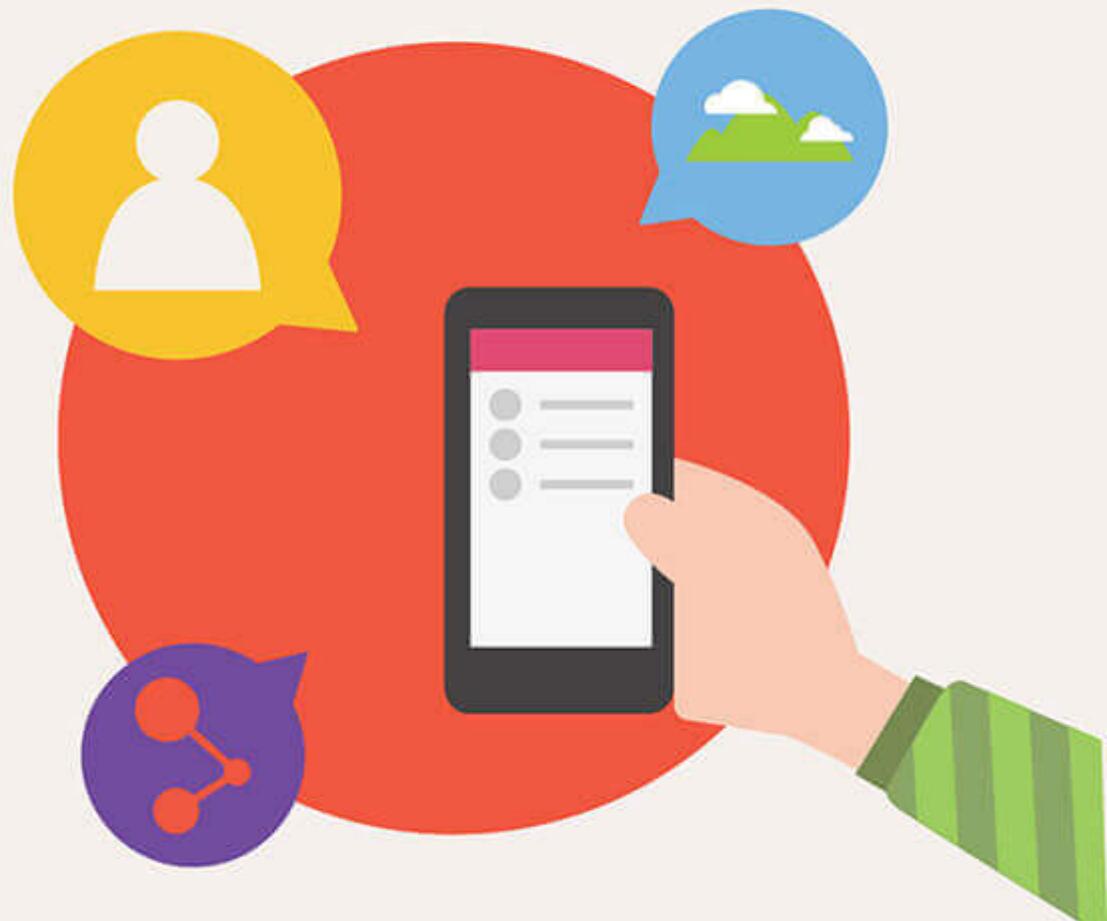


启示



技术的变革在衣食住行娱各个方面改变人们的生活，移动支付在带来便捷的同时，也赋予了消费者更多的力量。品牌要突破传统的方式去影响消费者 — 充分利用新科技所带来的大数据，更深刻的了解消费者，开辟新渠道和新场景，去建立更紧密的消费者关系。

关于“无现金移动生活”研究



研究简介：

我们从[用户](#)、[场景](#)、[过去](#)和[未来](#)探究中国无现金移动生活背后的秘密，洞察中国的移动支付生活全景。

数据来源：

覆盖中国[8180](#)网友的问卷调查；
过去一年[微信支付](#)、[支付宝](#)等发布的大数据整理；
过去一年近[20个行业](#)移动支付商户代表公开发言。

引用作品

- Gfk. (2016.01). 检索来源:
<http://www.gfk.com/zh/insights/press-release/20152290/>
- Hotel.com & 益普索 (IPSOS). (2016). 2015 China International Travel Monitor.
- KPCB. (2016.06). 2016互联网趋势报告.
- 中国互联网络信息中心 (CNNIC). (2016.01). 中国互联网络发展状况统计报告.
- 国家电影资金办, 比达咨询 (Big-Data Research). (2016).
2016年5月在线电影票市场报告.
检索来源: <http://www.cnsoftnews.com/news/201606/48617.html>
- 微信公开课, 刘鹏 (微信支付产品总监). (2016). 流量, 数据, 生意. 微信公开课.
- 微信公开课, 封欣 (上海付费通信息服务有限公司). (2015). 再小的个体也有自己的
品牌. 微信公开课.
- 微信公开课, 王易 (中油广州销售有限公司董事会监事). (2016). 营运车辆, 运营流量.
微信公开课.
- 微信公开课, 王川 (成都慧联天下 CEO). 线下娱乐行业如何利用微信提高客户粘性及
活跃度?. 微信智慧工坊.
- 德勤 (Deloitte). (2016.04). 2015 China Mobile Consumer Survey.
- 益普索 (IPSOS). (2016.05). Mobile Payment Report.
- 艾瑞咨询 (iResearch Inc.). (2016.06). 2016Q1第三方移动支付达到62011.3亿元.
检索来源: <http://report iresearch cn/content/2016/06/262153.shtml>
- 艾瑞咨询 (iResearch Inc.). (2016.03). 2011-2019年中国第三方移动支付交易交易
规模.

