



洞察网络 Internet Insight



中国移动支付行业用户行为研究报告



DCCI互联网数据中心
DCCI Data Center of China Internet
中国互联网监测研究权威机构&数据平台



移动支付使用率高，但移动支付安全仍导致部分用户不使用移动支付

关键发现



移动支付用户使用度高，超6成用户使用过移动支付



操作便捷性成促进用户使用移动支付最主要原因



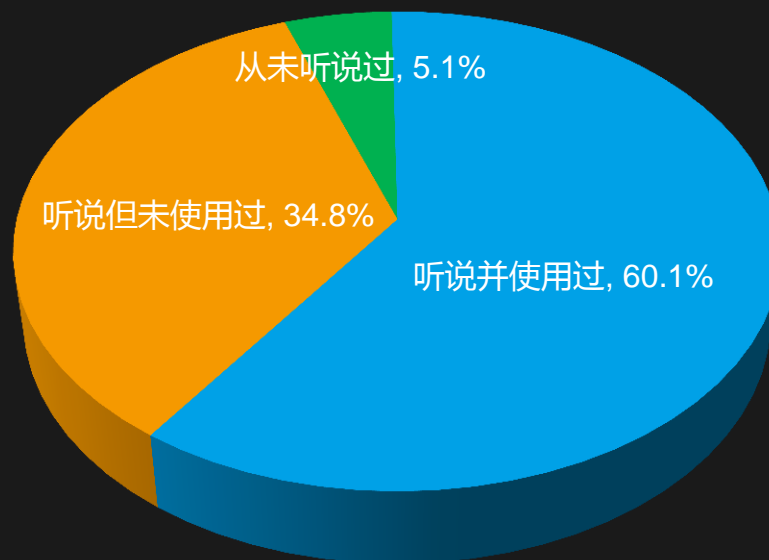
制约因素仍在，安全性成主因，移动端支付习惯仍需培养



移动电商发展促进移动支付，网上购物成主要使用场景



中国移动互联网用户对移动支付的认知情况

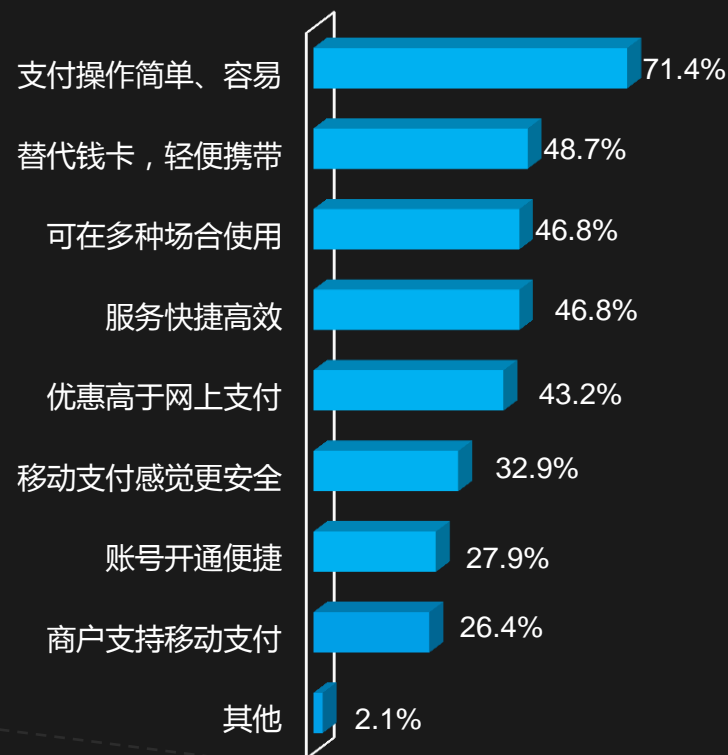


听说并使用过移动支付



60.1%

中国移动互联网用户使用移动支付原因



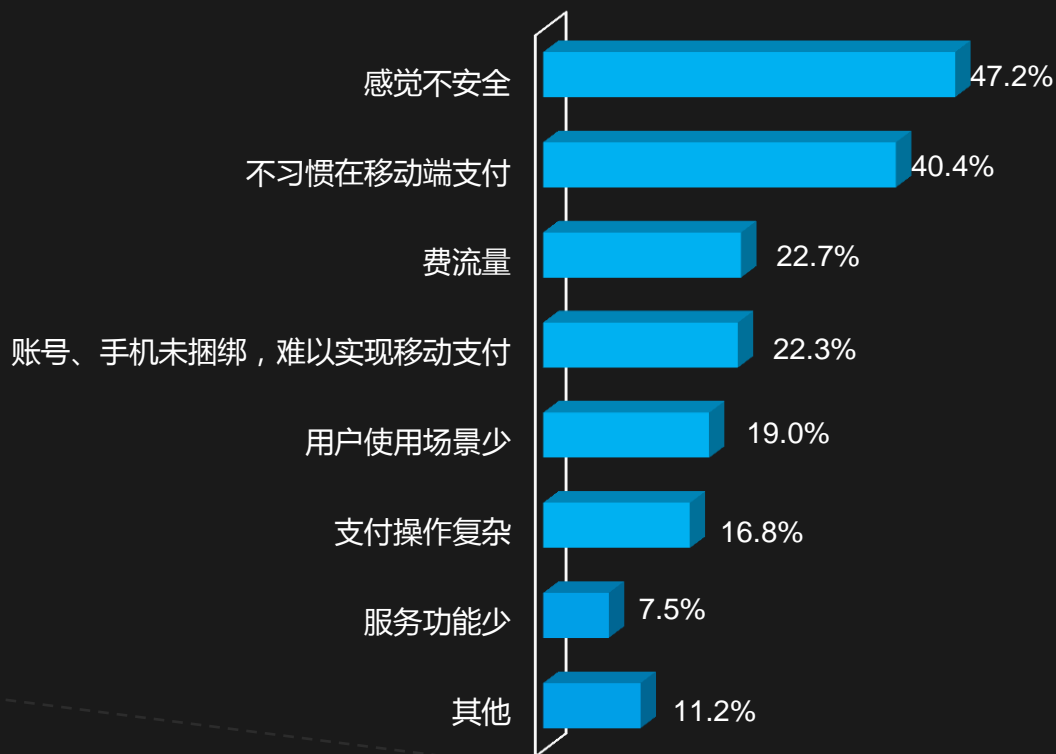


听说但未使用过移动支付



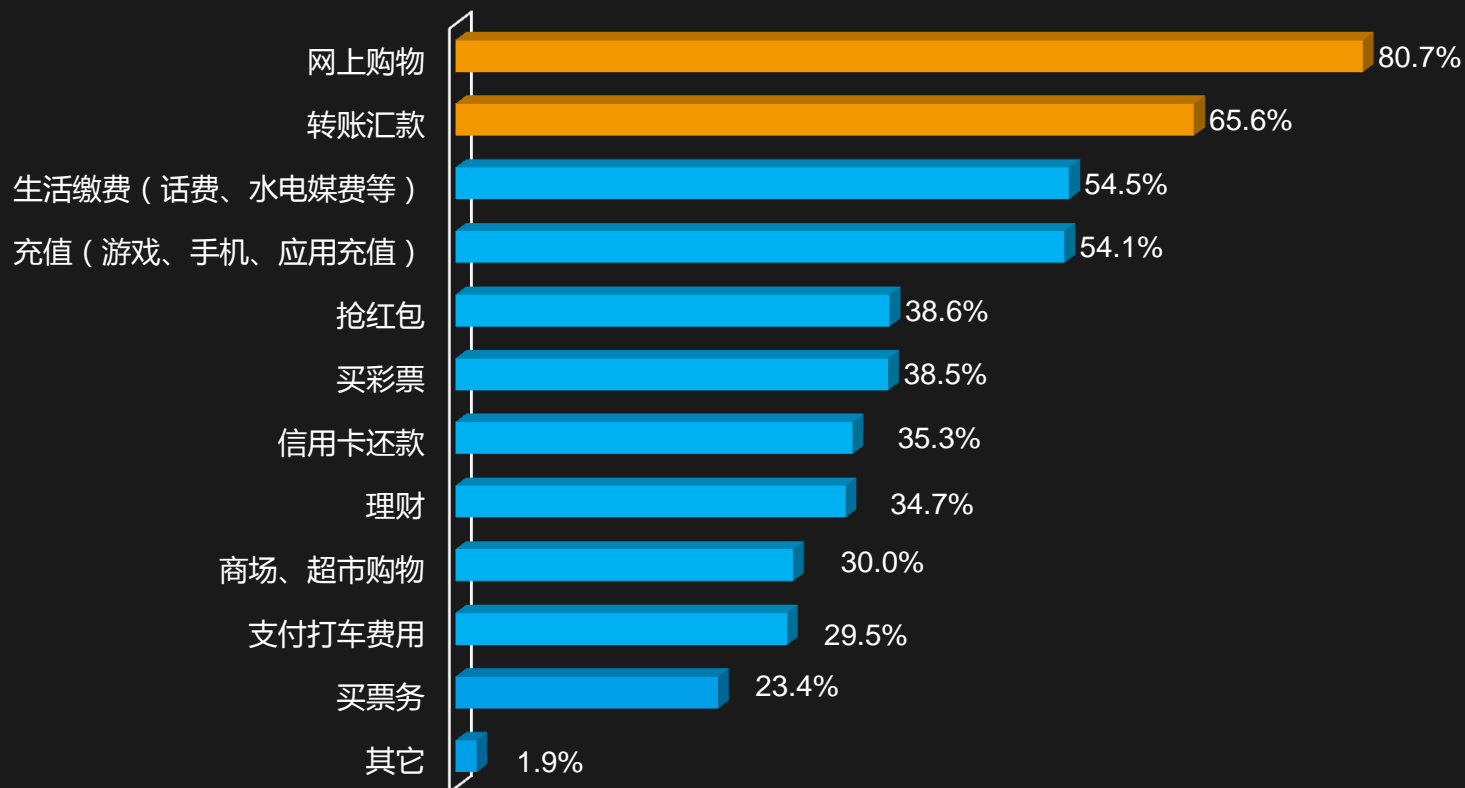
34.8%

中国移动互联网用户不使用移动支付原因





中国移动互联网用户移动支付的主要用途





第三方支付工具使用率高，不同支付方式使用情况迥异

关键发现



第三方支付工具使用率高，多种支付工具丰富不同支付场景



普通密码支付在第三方支付工具上使用率高，二维码支付普及广



近场支付使用率低，支付场景少及安全性成主要原因



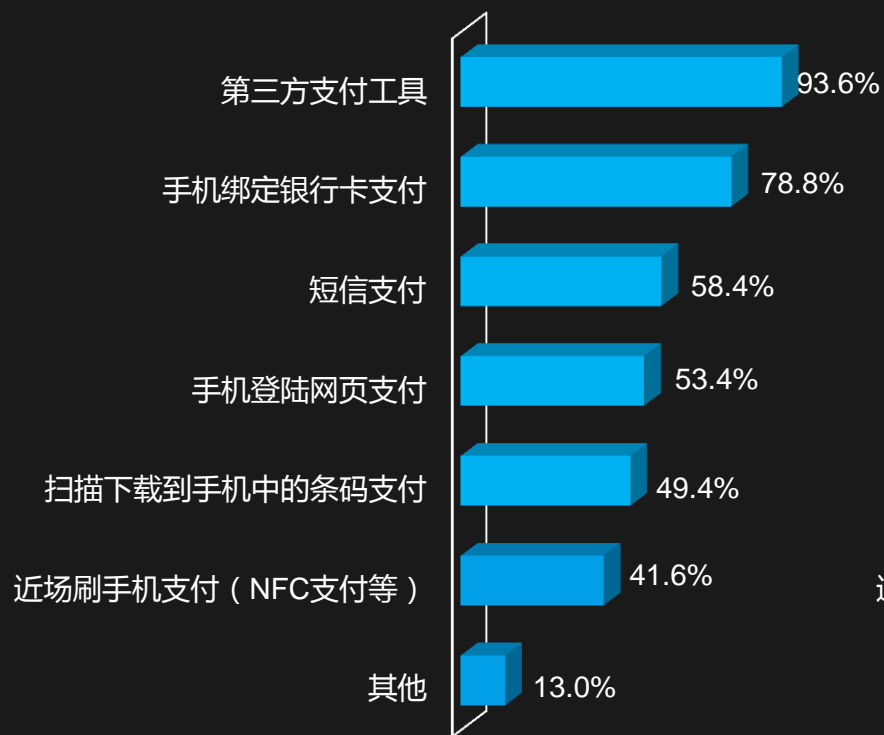
二维码支付使用率高，但安全问题仍制约部分用户使用



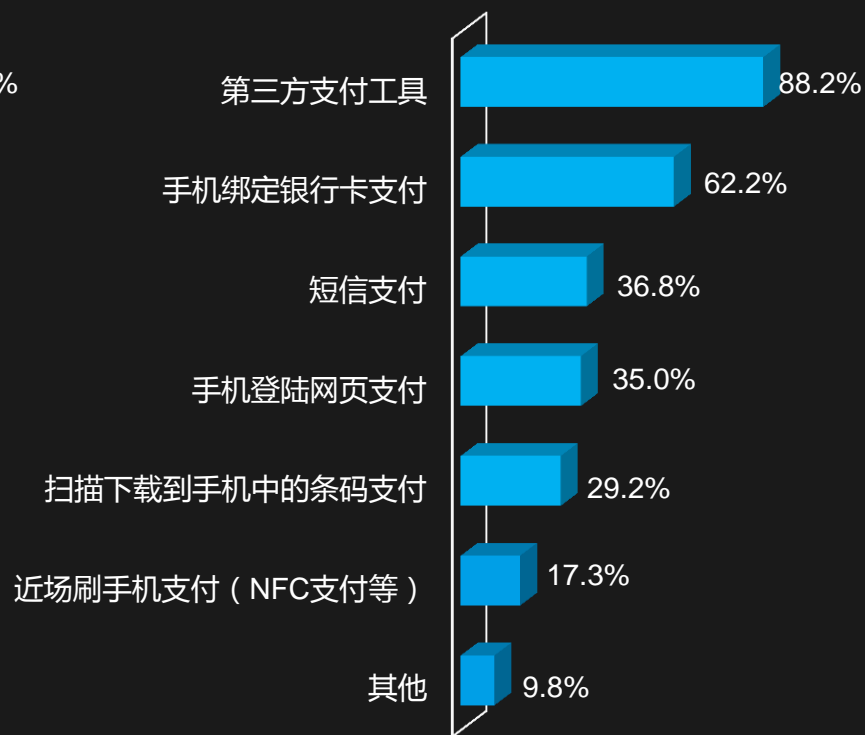
当面付使用率较低，安全问题同样为主因



移动互联网用户听说过的移动支付工具

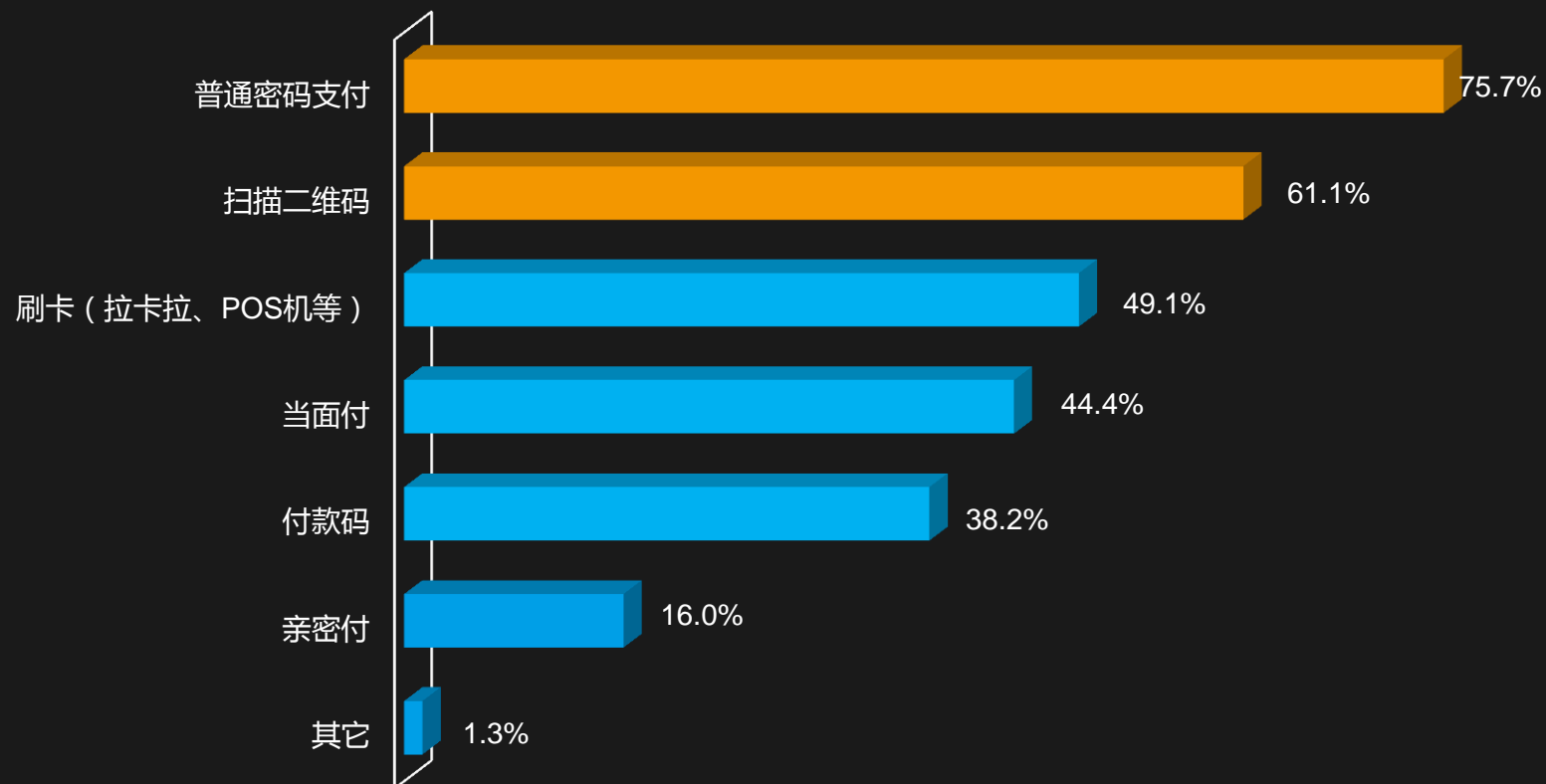


移动支付用户使用过的移动支付工具



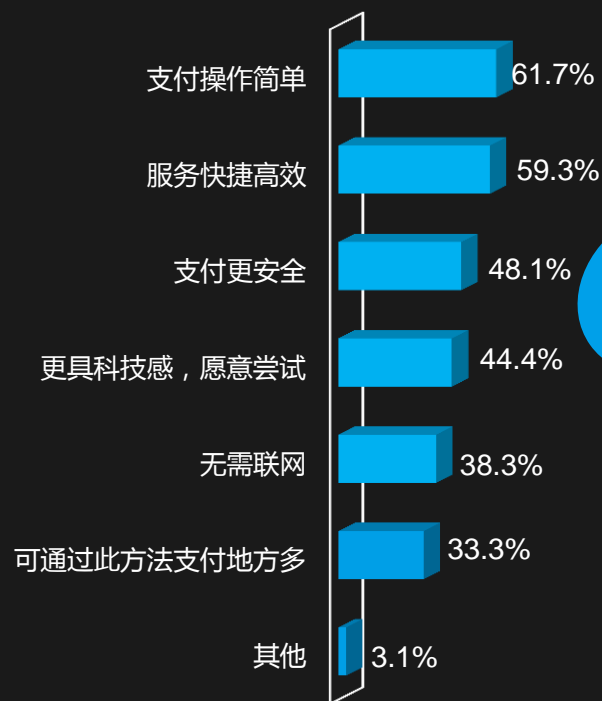


第三方支付工具用户使用第三方支付工具的方式





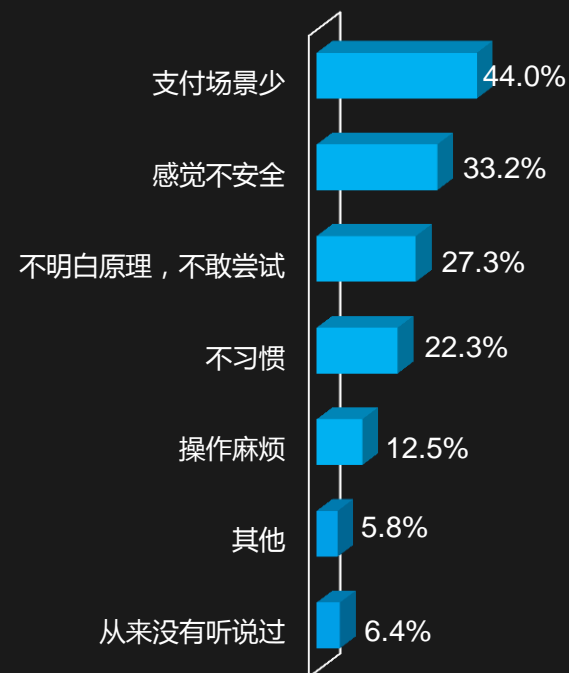
移动支付用户**使用**近场刷手机支付原因



使用过
17.3%

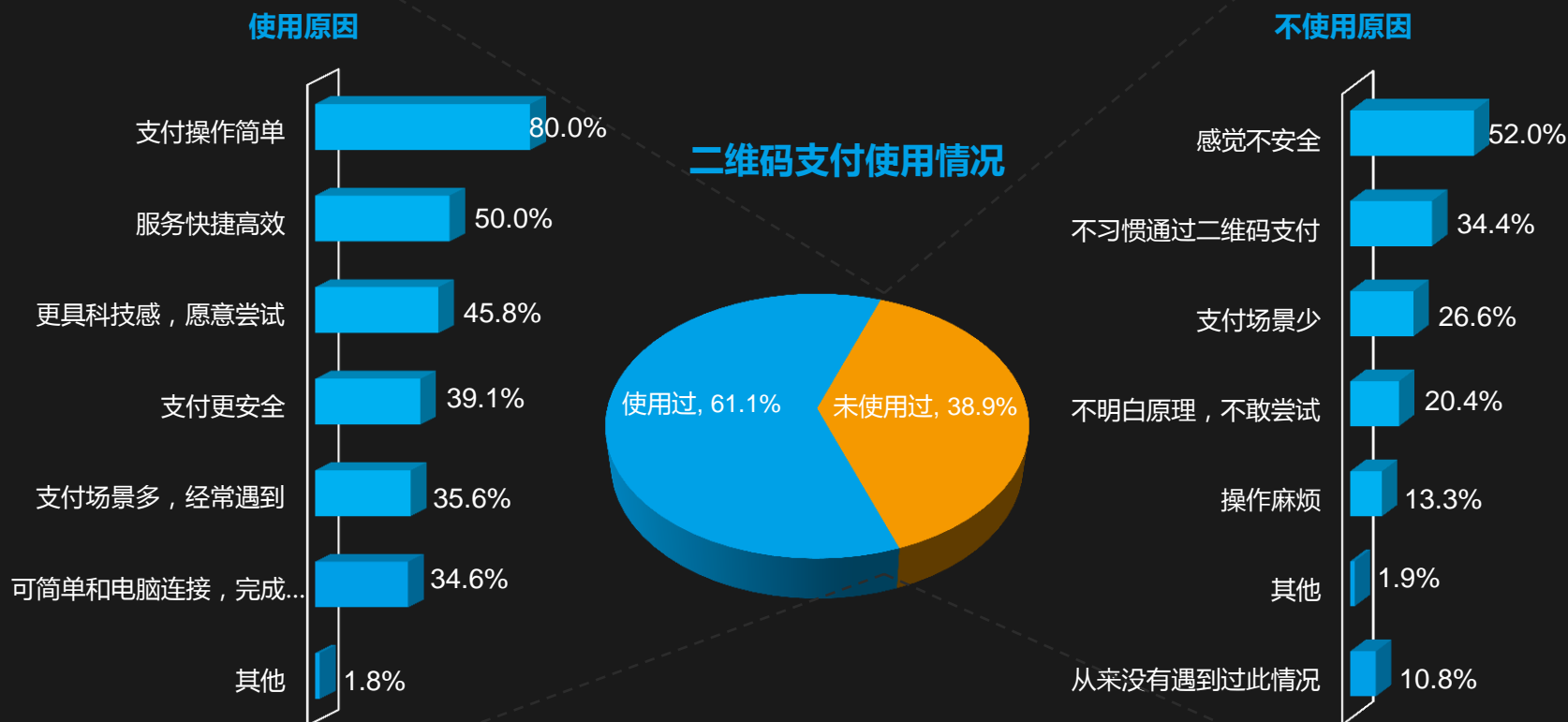
没有使用过
82.7%

移动支付用户**不使用**近场刷手机支付原因



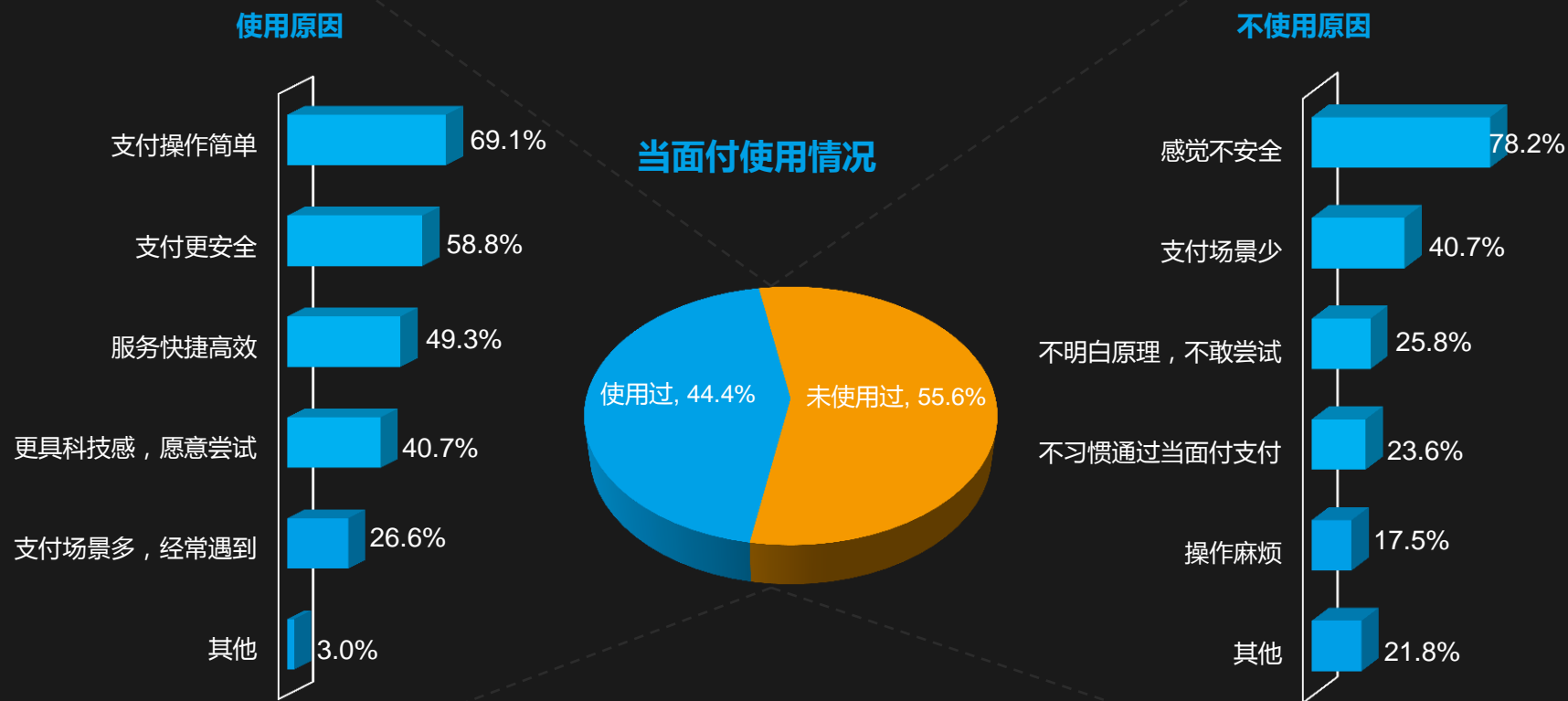


第三方支付工具用户使用扫描二维码支付的情况及原因





第三方支付工具用户使用当面付支付的情况及原因





用户遭遇移动支付安全问题频繁，移动安全软件成主要解决方式

关键发现



移动支付安全问题频发，亟待移动支付行业解决支付安全问题



诈骗电话或短信成最主要支付安全问题，诈骗号码辨识需解决



下载移动安全软件成用户解决移动支付安全最主要手段



移动安全软件使用率高，全方位保护移动支付安全



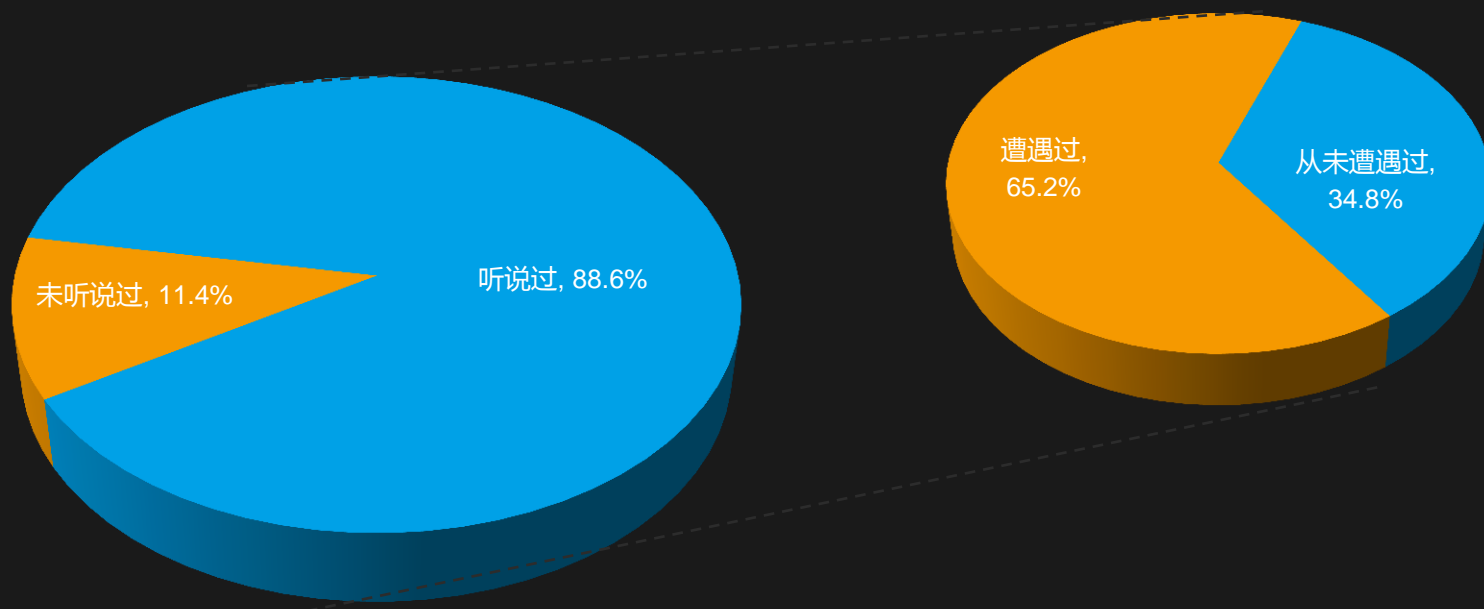
用户对移动安全软件及支付工具期望高，安全保护成主要期望



移动安全软件及支付工具采取多种手段保护支付安全

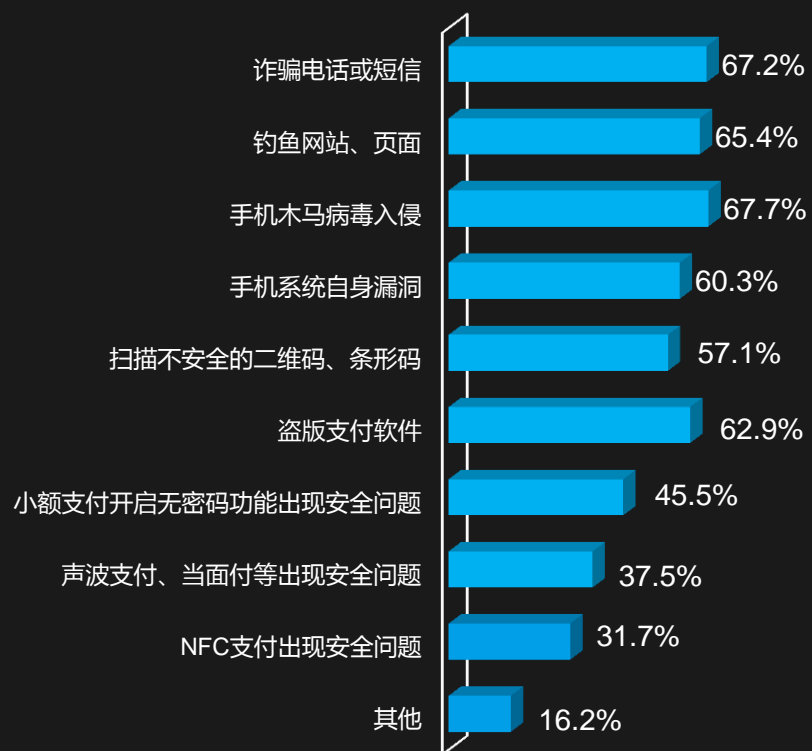


移动互联网用户移动支付安全问题知晓情况及遭遇情况

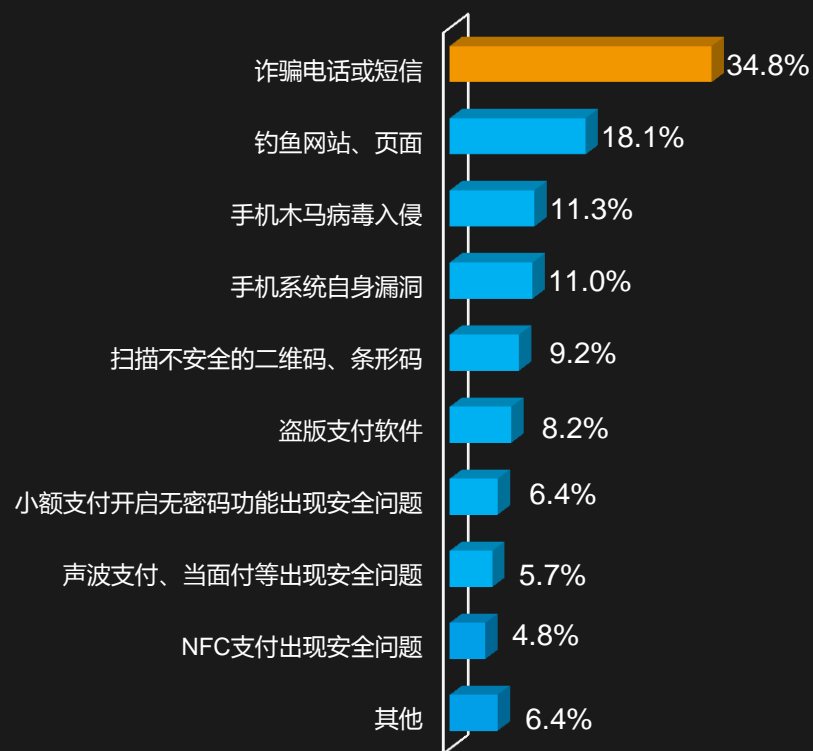




移动互联网用户听说过的移动支付安全问题

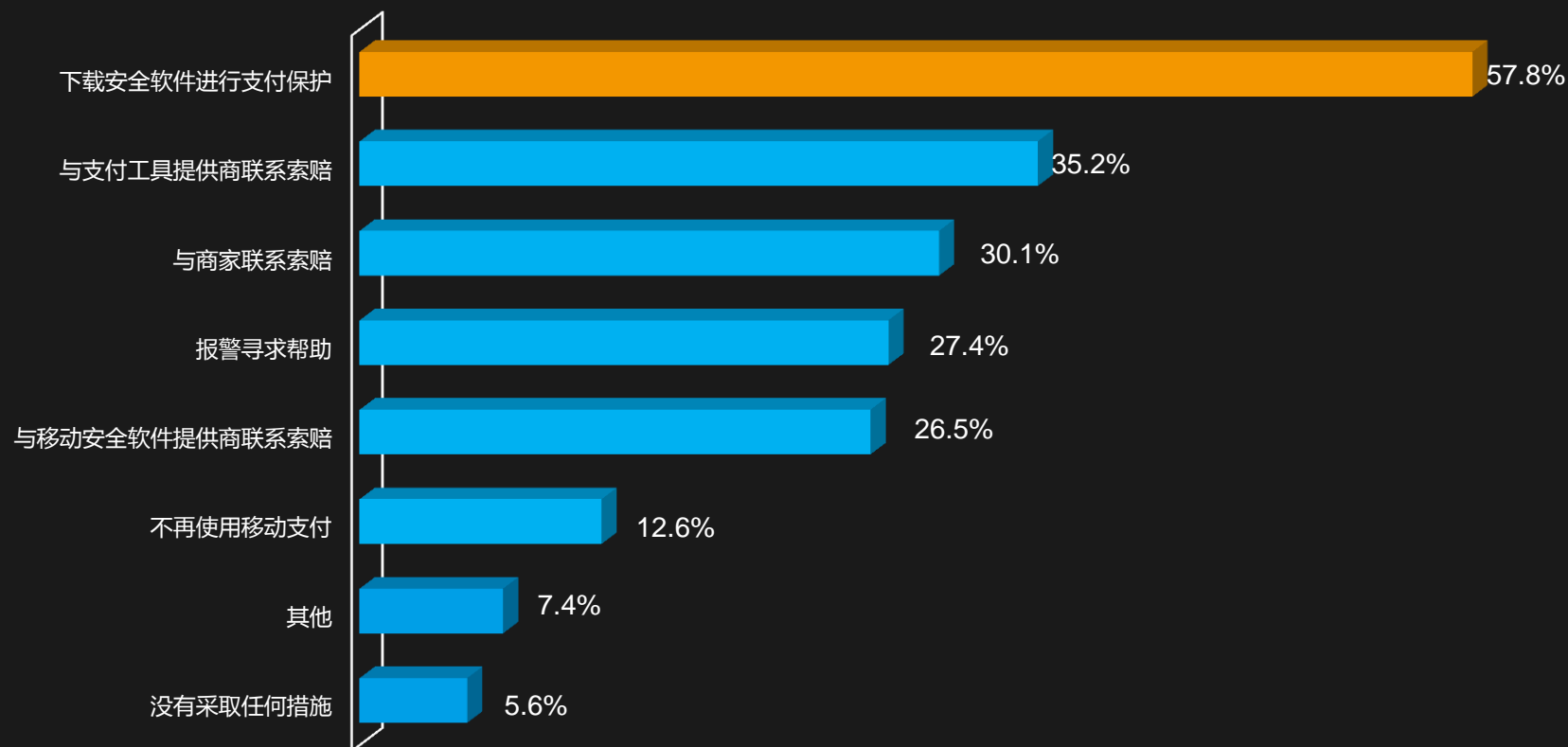


移动互联网用户遭遇过的移动支付安全问题

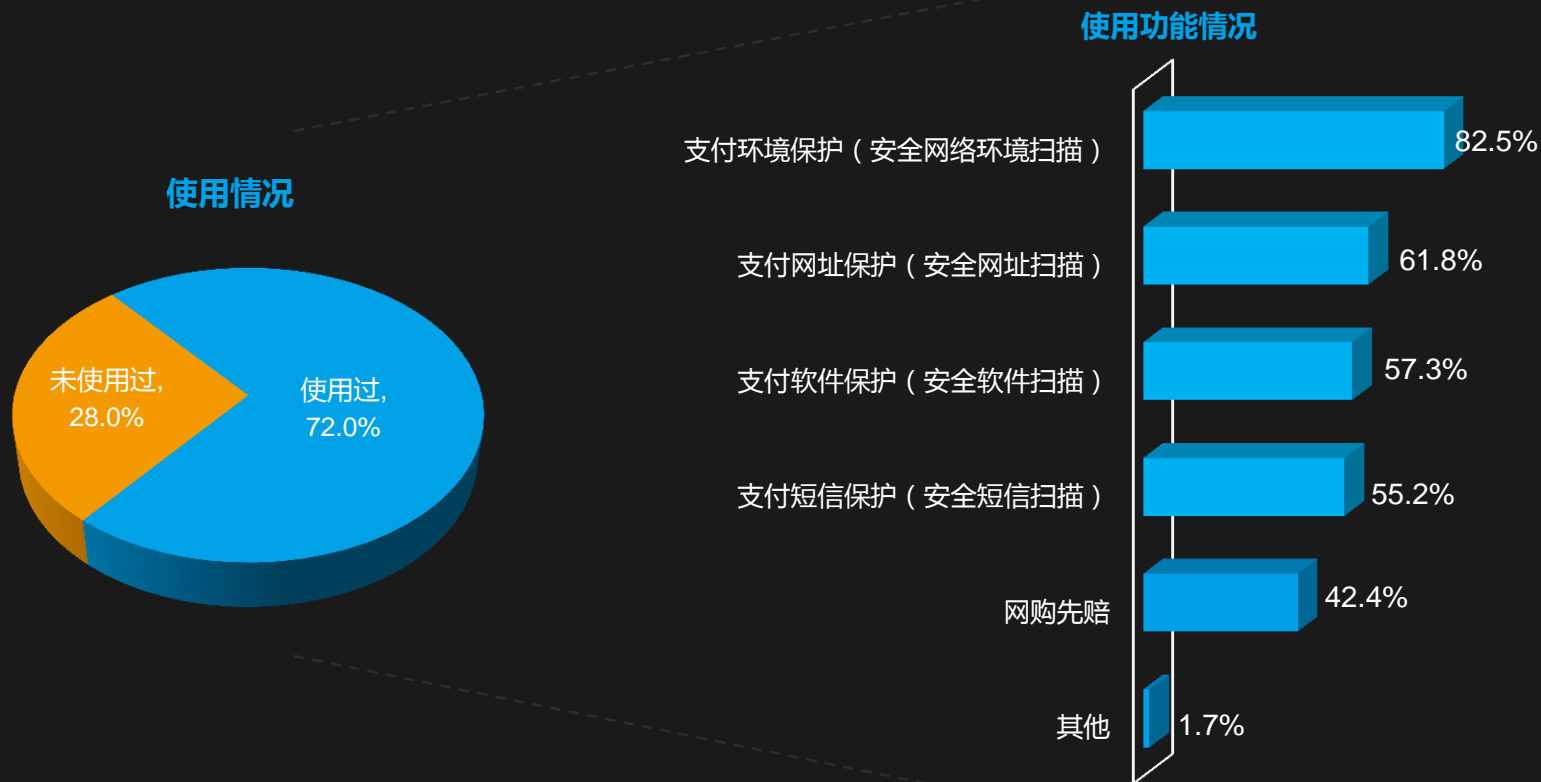




移动互联网用户遭遇安全问题后的解决方式



移动互联网用户使用移动安全软件保护移动支付安全情况

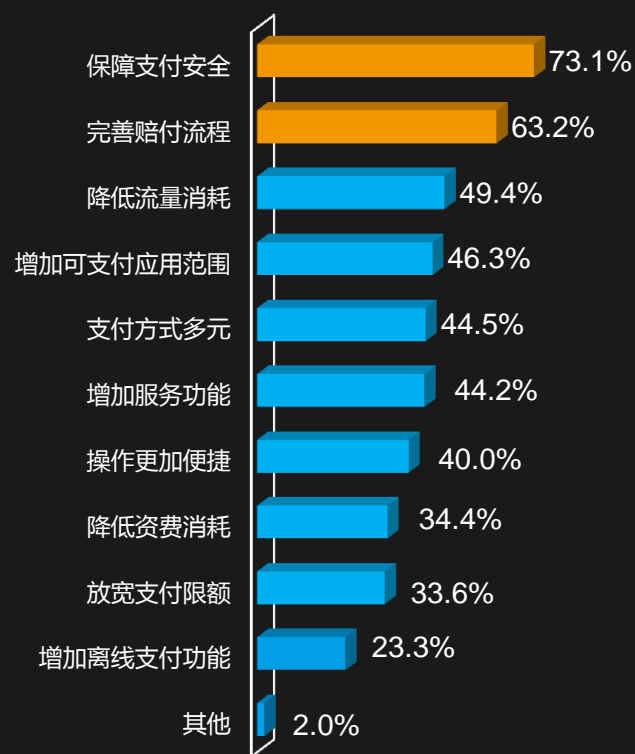




移动互联网用户对移动安全软件的期望



移动互联网用户对移动支付工具的期望





- 不要使用公共网络进行支付行为
- 设置手机开机密码及第三方支付工具独立密码
- 安装360手机卫士等手机安全软件进行支付保护
- 不ROOT手机
- 不乱安装软件，在正规软件商店或者官方网站下载网购、网银、支付类APP
- 不轻易扫描陌生二维码、不乱点击链接
- 使用数字证书、宝令、支付盾、手机动态口令等安全工具
- 收到如“电子密码失效”、“银行升级”等短信，要保持警惕，可直接拨打官方客服电话确认



DCCI互联网数据中心（DCCI DATA CENTER OF CHINA INTERNET，简称DCCI，www.dcci.com.cn），中国互联网第三方研究机构&数据平台，最富实验探索、创新前沿色彩的互联网洞察引领者。

以市场调研、Panel软件、代码嵌入、海量数据挖掘、语义信息处理等多种领先技术手段为基础，DCCI进行网站、APP、网民、广告、品牌、消费的动态测量研究。在数据测量基础上，以统一体系方法、统一指标定义、统一数据结构，结合多种线下线上调查手段、数据产品、研究方法、专家智库，为企业互联网相关决策提供全面深入的互联网数据测量、市场调查、产业研究、策略咨询等专业服务。

作为公共数据平台，DCCI互联网数据中心负责实施每年一度规模最大的中国互联网调查，实施中国互联网市场数据发布（年度、半年、季度、月度），定期向各方披露总体市场、细分领域的调查数据、监测研究成果，定期发布总体各个细分领域的蓝皮书。过去数年来得到国内外机构、媒体、企业的广泛引用，成为各方高度认可的数据-调查-研究-咨询专业机构。依托客户端样本，DCCI对中国市场网站媒介、受众消费、访问行为等长期进行连续性测量；依托专业研究团队和业界专家智库，DCCI对中国互联网50多个细分领域相关企业长期进行连续性的跟踪研究。每年一度的《中国互联网调查年度报告》、《中国网络广告市场年度报告》、《中国网络媒介监测报告》、《中国互联网用户调查报告》、《中国市场品牌传播监测报告》等已经成为相关领域的核心市场报告。

DCCI互联网数据中心面向各行各业企业、互联网公司、互联网广告营销上中下游等3类对象，重点提供四个方面的监测研究服务和产品，帮助各行各业企业完成互联网相关市场决策，优化互联网相关产品和服务，帮助广告主、代理商和媒体洞察市场、优化计划、评估效果、提升营销ROI。

1.定制调查研究分析服务：分为产业&市场、网站&媒体、用户&受众、广告&营销、品牌&产品等五个方面，重点面向移动互联网、互动营销、社会化网络、网络视频、电子商务、垂直行业等关键领域，以及云管端、感营销、大数据、微金融、轻电商、O2O、物联网、OTT、泛智能设备及可穿戴设备等热点领域。

2.第三方测评服务：Admeasure广告营销效果追踪监测与测评，Netmeasure网站流量测评认证分析。

3.监测研究数据产品：Netmonitor网络监测数据中心，Netbrand品牌口碑监测系统，Netguide市场情报管理系统，Netuser用户调研社区，Admonitor网络广告投放监测系统。

4.交流活动：每年一度的Mworld移动互联世界、Eworld电子商务世界、iworld（原Adworld）互动营销世界及金赢销大奖，是中国在相关领域最具规模和影响力的标志性年度交流盛典和市场风向标。



洞察网络 Internet Insight



DCCI互联网数据中心

微博 : weibo.com/dcci Website : www.dcci.com.cn Email : dcci@dcci.com.cn