

中国第三方移动支付行业 研究报告

2017年



2016年中国第三方移动支付快速增长，交易规模达到58.8万亿元人民币。2016年市场份额的集中度上升，财付通前三季度市场份额增长十分迅速，但伴随竞争战略调整，支付宝市场份额四季度开始出现明显反弹。

长期来看支付将成为低毛利的业务，第三方支付企业的竞争主要将围绕适用场景、数据维度的丰富展开，有价值的数据积累才是有经济效益的支付。因此不仅要看支付笔数和份额，还要看一个用户是否在多个支付场景活跃。2016年4季度，中国第三方移动支付中具有经济效益的交易规模为11.9万亿人民币，支付宝市场份额约为61.5%，财付通约为26.0%。

艾瑞估算，2016年我国非现金支付渗透率为42.2%，其中线下扫码支付的渗透率只有1.9%。未来2-3年，线下支付市场将进入加速增长阶段，市场竞争将更加激烈，竞争格局仍在动态演进中。

未来，随着金融科技与移动支付的加速结合，生物识别支付将取代手机扫码支付，成为推动无现金进程的主力。相较国外发展更为领先的中国移动支付企业，将进一步“走出去”建立全球化的移动支付网络。

第三方移动支付行业现状

1

移动支付成为线下生态连接点

2

移动支付促进互联网红利扁平化传播

3

围绕移动支付的生态建设

4

移动支付发展趋势

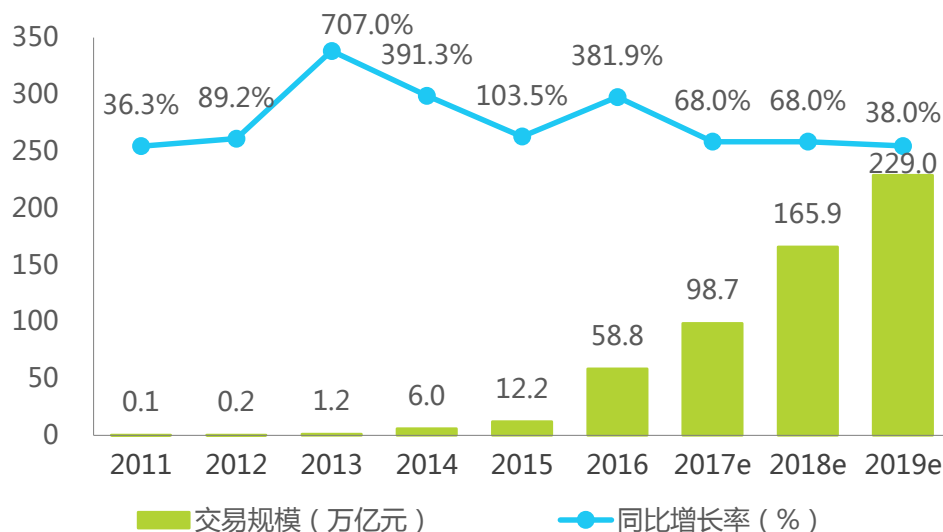
5

第三方移动支付行业大观

行业规模持续增长

数据显示，中国第三方移动支付交易规模持续增长，2016年移动支付交易规模约为58.8万亿元人民币，较去年同比增长381.9%。艾瑞分析认为，这可以归因为以下三点：首先，移动设备的普及和移动互联网技术的提升为第三方移动支付提供了必要的发展环境；其次，现象级产品的出现使得移动支付用户数大幅提升；第三，移动支付对用户生活场景的覆盖度大幅提升使得用户使用频率增加。但随着移动设备渗透率和生活场景覆盖率的日趋饱和，行业规模的进一步发展需要从新的发力点进行推动。

2011-2019年中国第三方移动支付交易规模



注释：1. 统计企业类型中不含银行和中国银联，仅指第三方支付企业；2. 自2014年第3季度开始不再计入短信支付交易规模，历史数据已做删减处理；3. 自2016年第1季度开始计入C端用户主动发起的虚拟账户转账交易规模，历史数据已做增加处理；4. 艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。

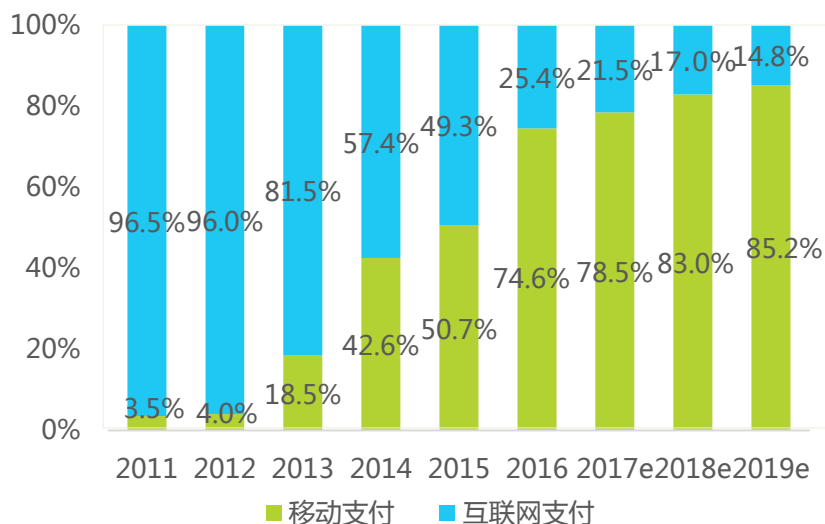
来源：艾瑞综合企业及专业访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

第三方移动支付行业大观

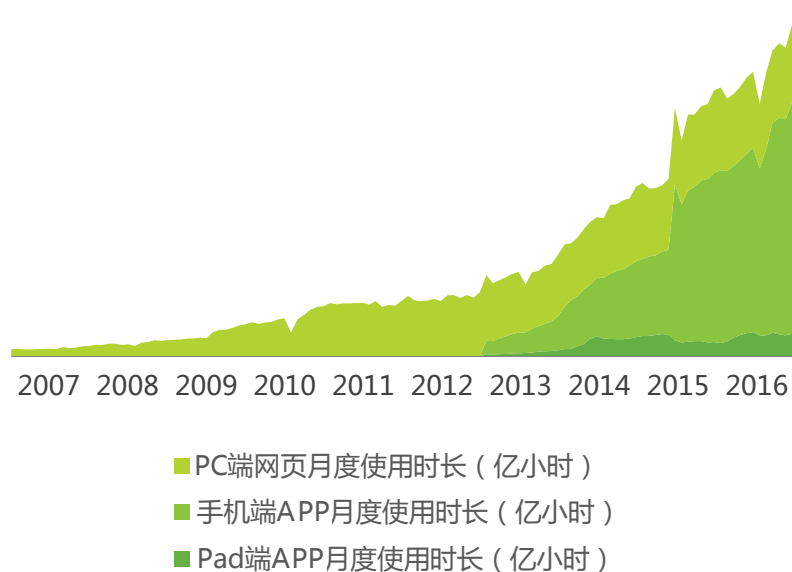
移动支付成为第三方支付行业的主要组成部分

移动互联网和现代移动通信技术的发展以及移动设备价格的下降，带动了移动支付用户规模的增长，使其基础更加牢固。另一方面，互联网时代用户生活趋于碎片化，随之而来的是大量的随机性交易，移动支付受益于移动设备快捷、便携的特性，可以对用户的生活轨迹进行更广阔的覆盖，从而能够满足这种支付需要，使其相对于PC端具有更大的优势。

2011-2019年中国移动支付与互联网
支付规模占比



iUserTracker-mUserTracker
2007-2016年中国
PC端网页、手机端APP、Pad端APP月度
使用时长情况



来源：艾瑞综合企业及专业访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

来源：艾瑞综合企业及专业访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

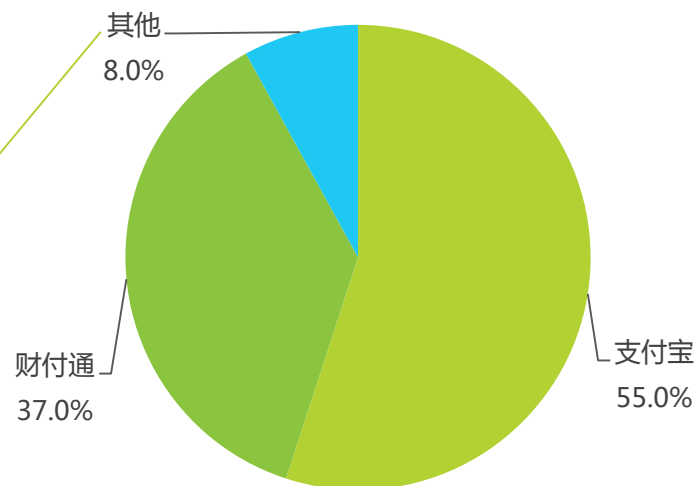
第三方移动支付行业大观

市场份额高度集中于支付宝、财付通

2016年第四季度的数据显示，支付宝的市场份额达到了55%，财付通市场份额约为37%，其他众多支付企业的市场份额之和约为8%。值得注意的是，财付通前三季度市场份额增长十分迅速，但四季度开始行业格局趋于平稳，支付宝市场份额出现反弹。在行业整体规模增长迅速的同时，第三方移动支付行业出现了市场份额集中的现象。支付宝和财付通拥有庞大的用户群体和丰富的支付场景，占据了绝对的市场优势，并且仍在不断培养用户粘性、开拓新的支付场景以巩固行业地位。艾瑞认为，正如其他的互联网细分行业市场份额高度集中在两三家企业一样，移动支付行业形成支付宝、财付通占据主导地位也是市场选择的结果，而其他市场份额较小的企业也在积极发挥自身优势，走差异化发展道路，加之互联网行业创新速度较快，未来的行业格局对各个参与者都充满了机会与挑战。

2016Q4中国第三方移动支付交易规模市场份额

支付企业	交易规模（亿元）
壹钱包	4963.37
联动优势	1694.03
连连支付	1647.43
京东钱包	1621.50
快钱	1315.28
易宝支付	1184.30
苏宁支付	710.60



注释：1.因目前第三方支付企业实际业务具有多元化、集团化、跨行业的特征，核算数据仅代表艾瑞针对支付交易规模这一业务维度的观点；2.交易规模统计口径为C端用户在移动端主动发起的C2C、B2C、B2B2C单边交易规模，不包括资金归集等B2B业务；3.交易规模核算范围为移动消费（移动电商、移动游戏、移动团购、网约车、移动航旅、二维码扫码）、移动金融（货币基金、P2P、其他口径内移动金融产品）、个人应用（信用卡还款、银行卡间转账、银行卡至虚拟账户转账、虚拟账户间转账）、其他（生活缴费、手机充值、其他口径内交易）；4.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行调整；5.部分企业处于缄默期，经与企业协商，艾瑞在发布企业交易规模时不对其业务情况进行单独披露。

来源：综合市场公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

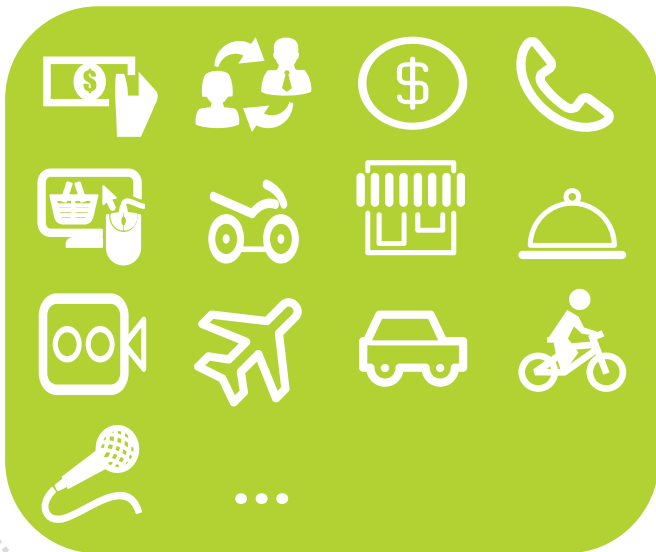
移动支付丰富度不断提升

适用场景增加支撑众多行业发展，多维度数据增添附加价值

随着移动设备的普及和移动互联网技术的提升，移动支付以其便利性、快捷性优势覆盖了用户生活的各个场景，涵盖网络购物、转账汇款、公共缴费、手机话费、公共交通、商场购物、个人理财等诸多领域。伴随着支付场景丰富度而来的是支付数据规模与维度的扩增，对支付数据的挖掘与利用使支付的价值不仅限于其本身。支付作为标准化的服务，长期来看是低毛利业务，但核心价值在于连接和积累数据。场景越全面，客户画像更精准。因此不仅要看支付笔数和份额，还要看一个用户是否在多个场景活跃。

2017年中国移动支付场景丰富度提升

支付场景增加



支撑行业增加

支付场景的增加使得其对接的企业行业分布更加广泛，这不仅可以为各行业的企业提供支付渠道，而且可以提供全面的客户信息，使企业的推广、营销更加有效率。同时，通过移动支付这种具有普惠性质的支付方式，各行业的企业得以对长尾理论进行实践，发展差异化优势。

数据维度增加

移动支付适用场景的增加为支付企业提供了多维度的用户数据，信息规模的扩张、维度的扩展以及不同维度数据间的关联为支付服务提供企业带来了远大于支付本身的附加价值。通过对用户支付数据信息的挖掘，企业能够对用户信用、行为、偏好等进行全面分析和把握，从而为开展其他业务提供基础支撑与独特优势。

支付本质在于连接用户、商户和产品

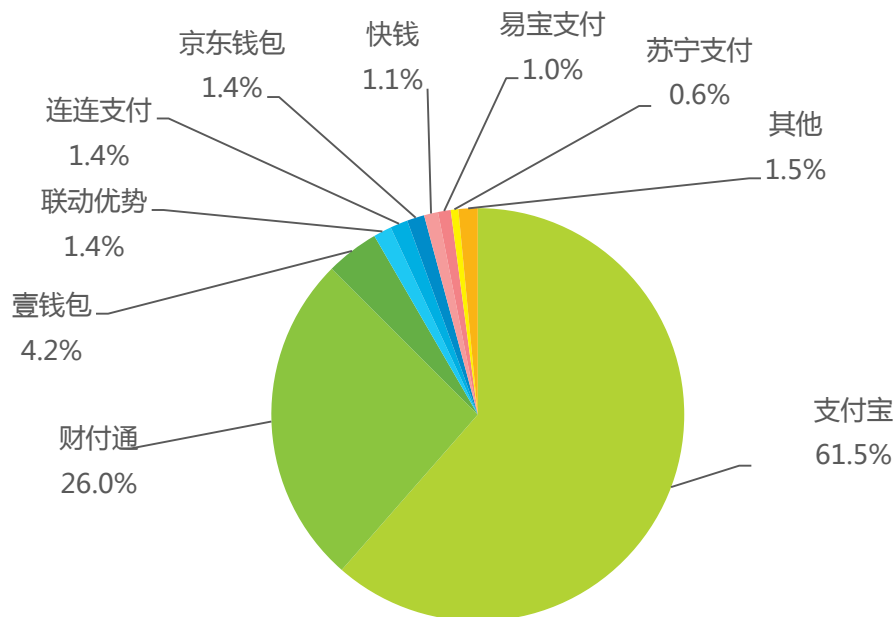
具有经济效益的支付凝聚核心价值

支付的本质在于链接用户、商户和产品，正是因为这种链接的特性，支付能够更多创造商业价值，而其核心价值便在于有效的数据积累。不同类型的支付，数据价值不同，支付场景的丰富度提升，使支付核心价值得以积累。

在第三方支付业务中，单笔支付交易能否产生营收，即具有经济效益的交易额，是对企业进行估值的重要因素之一。

2016Q4，中国第三方移动支付交易规模为18.5万亿元人民币，其中具有经济效益的交易规模为11.9万亿人民币，支付宝的市场规模占比最大，达到了61.5%，财付通次之，占比26.0%。

2016Q4中国第三方移动支付具有经济效益的交易规模市场格局



注释：1. 因目前第三方支付企业实际业务具有多元化、集团化、跨行业的特征，核算数据仅代表艾瑞针对具有经济效益的支付交易规模这一业务维度的观点；2. 交易规模统计口径为C端用户在移动端主动发起的C2C、B2C、B2B2C单边交易规模，不包括资金归集等B2B业务以及虚拟账户间转账等不具有经济效益的业务；3. 艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行调整。

来源：综合市场公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

监管领域日益全面，由牌照合规向多领域扩散

2017年中国第三方支付移动支付监管领域



来源：艾瑞咨询

谨慎中持有宽容的态度

监管部门对移动支付行业在谨慎中持有宽容的态度，一方面不断完善监管领域防范控制风险，一方面实行更加灵活的监管政策，在保证安全的基础上对相关技术也持有更加开放的态度，注重移动支付对政策目标实现的协调作用。

2017年中国第三方移动支付行业监管态势



来源：艾瑞咨询

第三方移动支付行业现状

1

移动支付成为线下生态连接点

2

移动支付促进互联网红利扁平化传播

3

围绕移动支付的生态建设

4

移动支付发展趋势

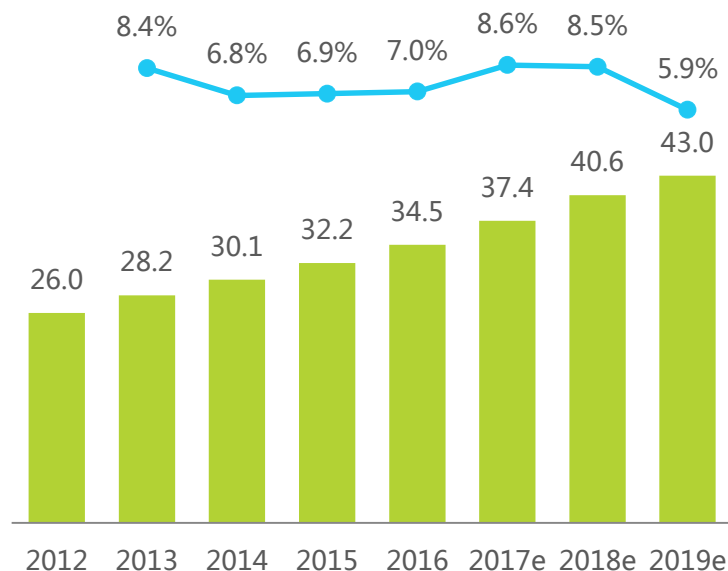
5

线下支付发展现状

无现金社会进程达到42.2%

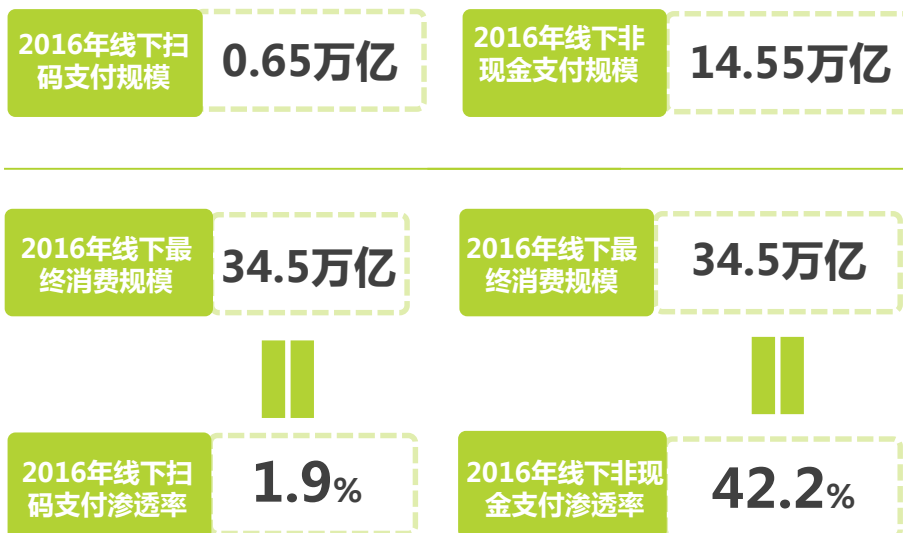
2016年，线下扫码支付的迅速发展成为移动支付行业的一大亮点。艾瑞估算，2016年我国非现金支付渗透率为42.2%，其中线下扫码支付的渗透率为1.9%。随着用户线下移动支付习惯的进一步培养，线下扫码支付规模将迎来进一步地爆发，继而成为推动我国无现金社会进程的主力军。

2012-2019年中国线下最终消费总额



■ 线下消费品零售总额 (万亿元) ● 增长率 (%)

2016年中国线下扫码支付渗透率与非现金支付渗透率

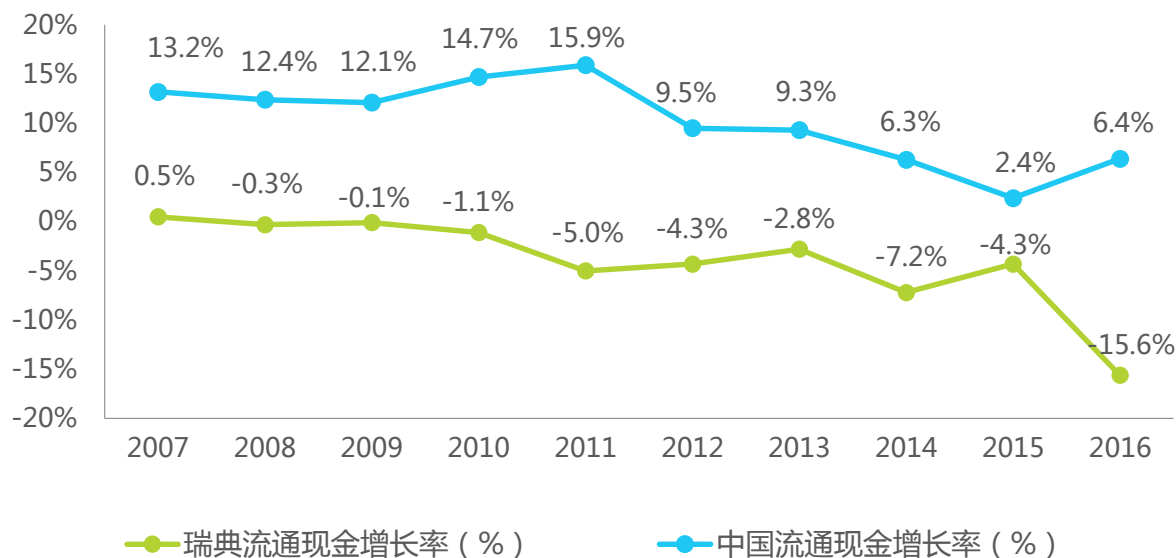


线下支付发展现状

我国线下支付市场仍有巨大潜力

我国的无现金社会进程在线下扫码支付的推动下正快速地增长，但是相比于无现金社会已发展多年的瑞典仍有很大的差距。从2008年开始，瑞典流通现金量就开始逐年减少，2016年流通现金量更是同比减少了15.6%。反观我国社会流通现金量虽然增速放缓，但总量仍是缓慢增加的。这也从一个侧面表现出我国的无现金社会程度并不高，线下支付的市场仍然有很大的上升空间。

2007-2016年中国及瑞典流通现金增长率



线下支付发展现状

线下扫码支付行业进入加速发展期

随着线下扫码支付覆盖的场景不断增多，不同行业的扫码支付解决方案也不断丰富。一方面，线下扫码支付简单快捷，为用户带来了便捷的消费体验，另一方面，接入线下扫码支付的商家也享受到了数字化营销与经营所带来的收益增加。用户与商家双赢的局面极大的促进了线下扫码支付的快速拓展。不过，目前线下支付仍处于竞争的初期，尚处于胶着状态。尽管腾讯略领先，但这个市场即将进入S曲线发展最快的阶段，随着市场主要玩家加大投入，未来市场格局还需观察。而且随着支付连接越来越普遍，以后对于用户和商户来说，差异化的认知更为重要。其中微信的优势是用户活跃、便捷，而支付宝的优势是对商家和用户的综合化金融服务和信用体系。

2017年中国线下扫码支付场景与解决方案



线下支付的价值

线下扫码支付的主要价值在其垂直行业的增值业务

单纯的线下扫码支付业务估值想象空间有限：
费率：0.38% - 返利：0.19% - 成本：0.19% = 无盈利

但是线下扫码支付是承载与连接增值业务的平台，其增值业务是其主要的利润爆发点：

2017年中国线下扫码支付垂直行业增值业务

O2O行业的崛起带动了餐饮行业从线下走到线上。然而对于其他难以提供外卖或外送服务的行业来说，线下商业支付为它们提供了走向线上的新机会。通过移动支付公司推广体系和鼓励金方案，线下店铺在线上获得了更多展示机会，并拥有了吸引客户持续到店的可能。



O2O新入口



会员营销

基于推广体系附加的支付功能及会员功能，商家可通过积分形式促进用户的持续消费，并根据用户的积分及到店情况定向开展新用户到店促销、沉睡用户激活、忠诚用户奖励等方案，提高营销的性价比。在掌握市场数据的情况下，合作方开发出了类似于裂变红包、集点活动、周边商圈推送等创新玩法，为商户精准营销提供了新的渠道。

依托支付，将平台综合金融服务能力打包到各垂直行业。基于线上与线下所积累的用户信息和信用数据与各垂直行业的公司合作，为用户提供类似“先享后付”等更加便捷，完善的服务，推动各垂直行业的发展进步。



行业解决方案



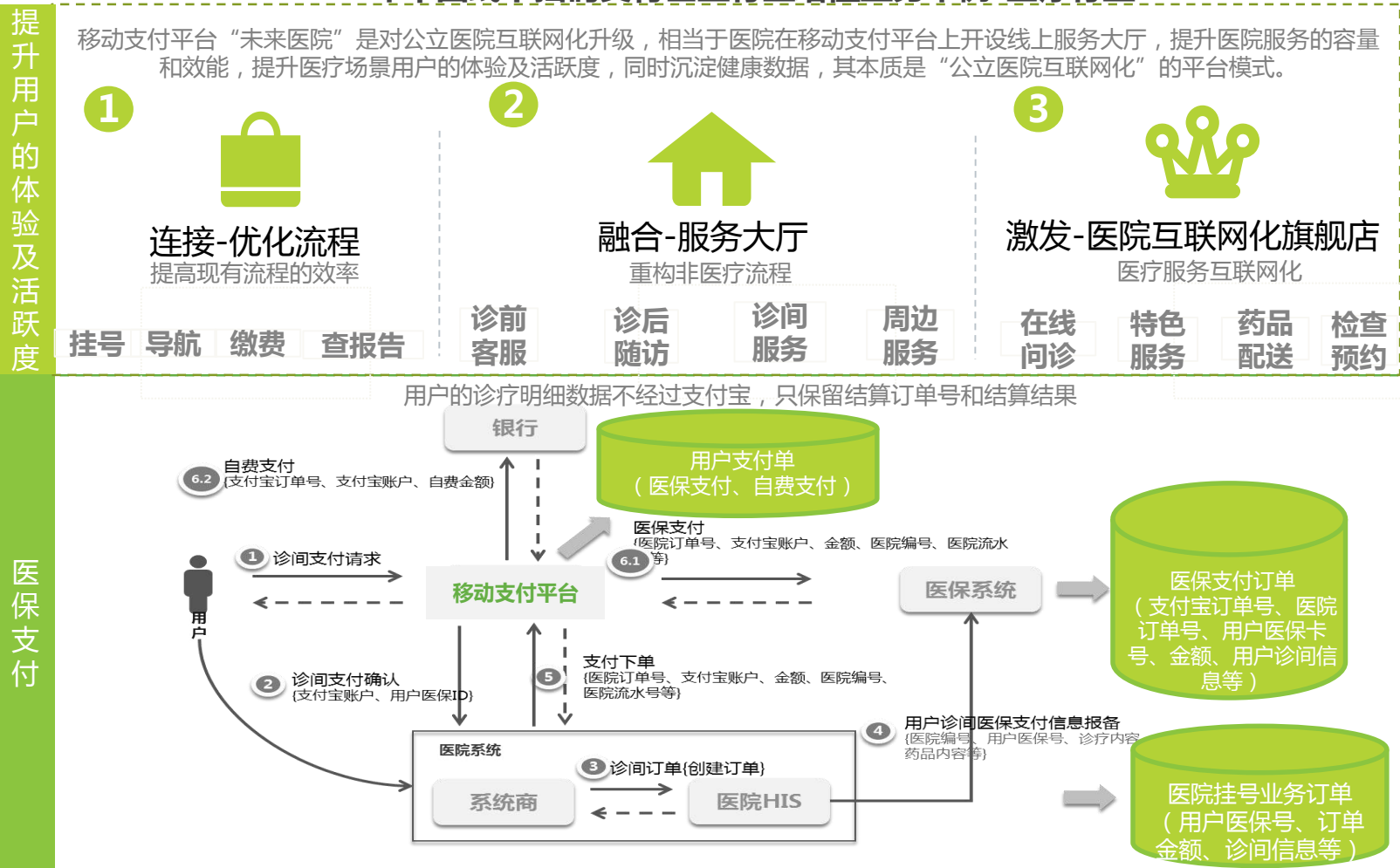
拉近用户距离

在传统的现代商业社会中，用户与商户之间是陌生人关系，双方在交易完成之后并不会产生任何其他交集。而通过线下商业支付，用户可以通过移动支付平台，关注店铺公众号、加入商家用户群等方式与商家进行直接接触。在社交场景下，商户可进一步了解用户实际需求，改善自身产品，宣传店内产品，或是为忠诚客户推出定制化的产品及服务。

线下支付的价值

支付垂直行业的增值业务举例—医疗行业

2017年中国线下扫码支付垂直行业增值业务举例-医疗行业

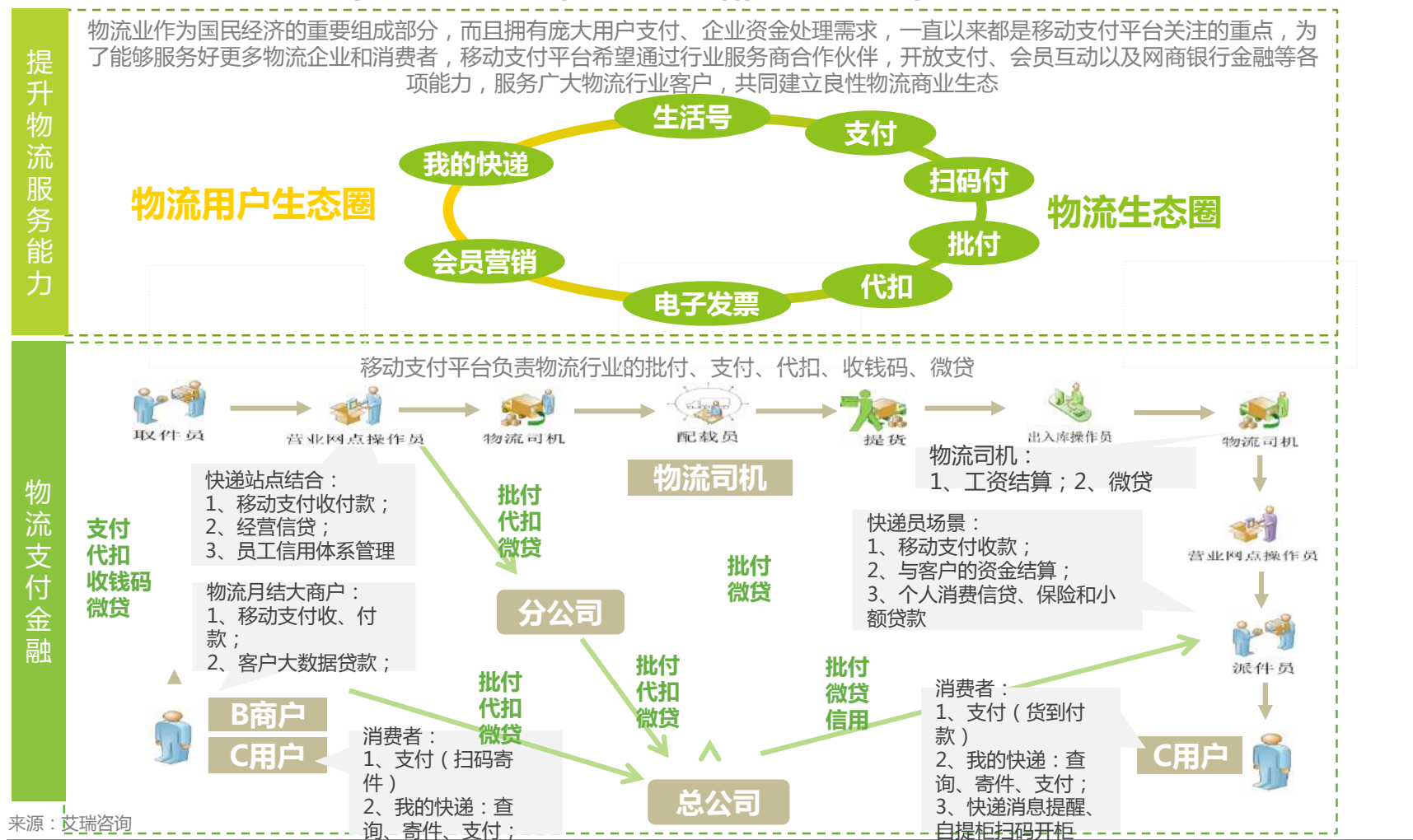


来源：艾瑞咨询

线下支付的价值

支付垂直行业的增值业务举例—物流行业

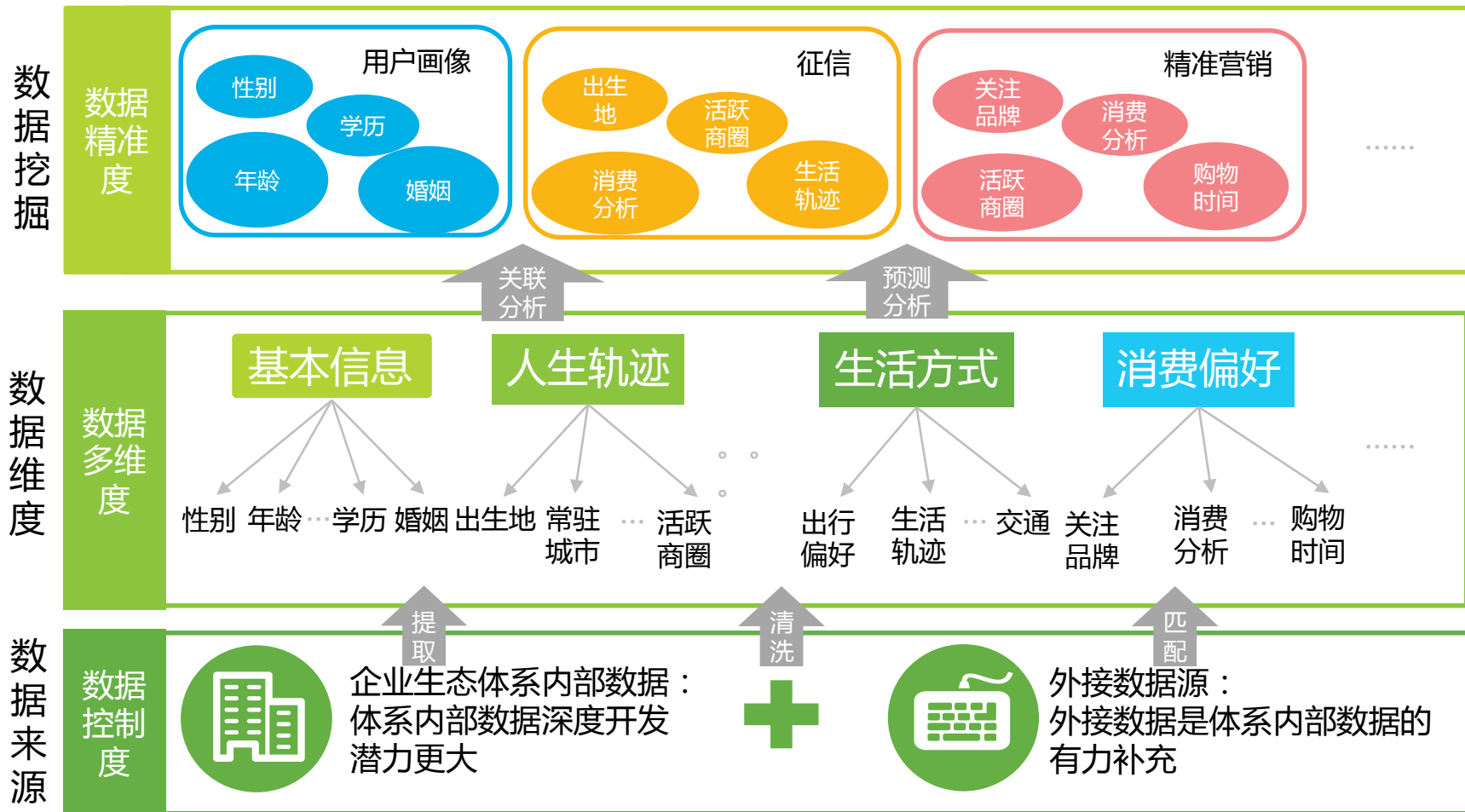
2017年中国线下扫码支付垂直行业增值业务举例-物流行业



来源：艾瑞咨询

线下支付捕捉线下行为数据，完善数据生态体系

2017年中国线下扫码支付行业与数据生态体系的完善

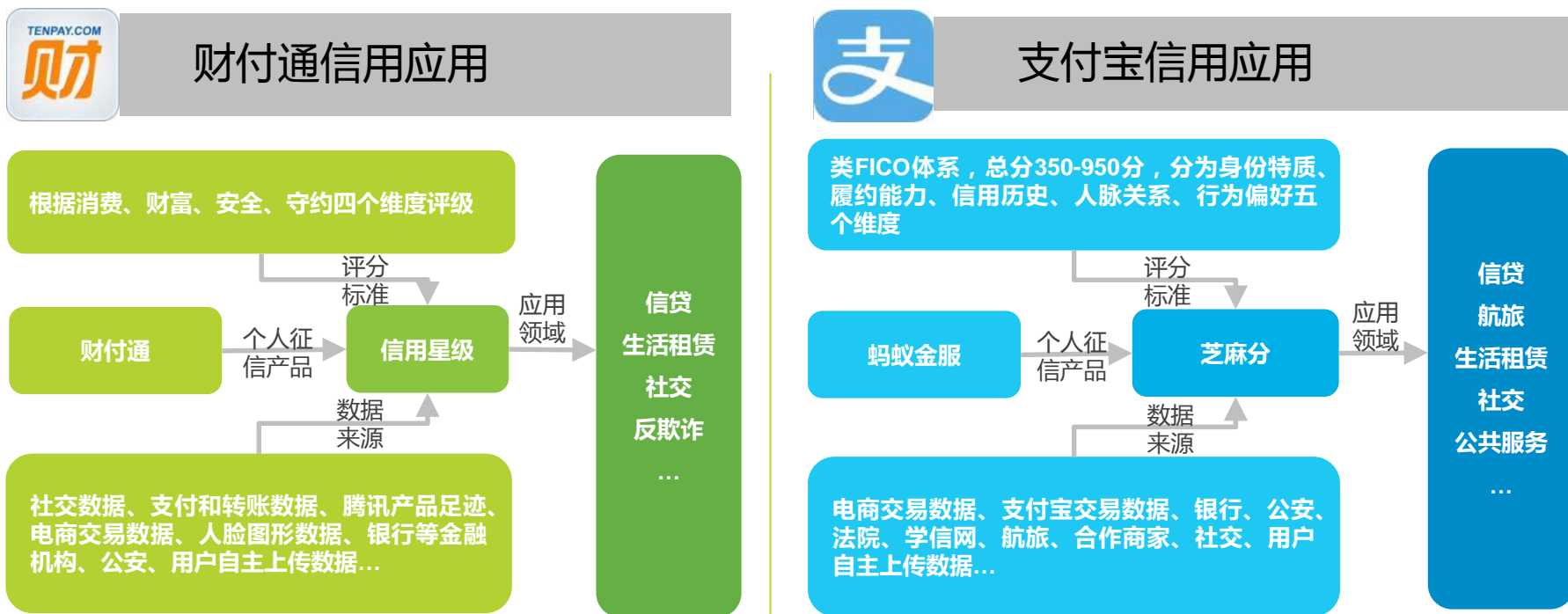


信用应用的差异化

底层数据的属性区别导致信用应用的差异化

由于所掌握的底层数据属性存在不同，所以不同企业产生了数据的信用应用差异。以支付宝与财付通为例，支付宝掌握了大量用户的商业交易数据，正在形成线上和线下的新零售闭环，数据与金融业务的相关度较高，特别是在信贷等方向。而财付通主要掌握用户的社交数据，这意味着财付通能够更好地辨别用户身份，对用户的人际和社交关系进行梳理，这在很大程度上决定了财付通在身份识别的反欺诈具有优势。

2017年中国第三方移动支付企业数据的信用应用差异



第三方移动支付现状

1

移动支付成线下生态连接点

2

移动支付促进互联网红利扁平化传播

3

围绕移动支付的生态建设

4

移动支付发展趋势

5

移动支付促进互联网红利扁平化传播

移动支付为农村金融的发展提供落实手段

移动支付从征信数据和生产闭环两个角度切入，为农村金融发展开拓了可行的模式和必要的支撑，使“三农”更直接地受益于互联网红利，成为了普惠金融体系中重要的一环。

2017年中国移动支付与农村金融



移动支付促进互联网红利扁平化传播

移动支付撬动农村金融后农民的一年

移动支付平台利用自身的资源整合优势，将支付与金融、电商紧密联系，既打造出农产品供销闭环使农民不必为生产资料、产品销路而担心，又可以通过支付行为降低农村信贷门槛，为农民提供低息、快捷的信用贷款。

2017年中国移动支付在农村金融领域应用示例



移动支付促进互联网红利扁平化传播

移动支付为公益传播提供高频载体

2017年中国移动支付与公益传播的主要结合方式



移动支付



公益捐赠

借助自身的平台连接优势与技术优势，移动支付企业可以为用户提供多元化的便捷公益捐赠渠道。移动支付平台对接众多公益组织，为用户提供丰富可选的项目，同时借助数据挖掘技术和用户之间的社交传播使用户更有可能接触到感兴趣的项目。这种“互联网+公益”的模式使得公益捐赠的受捐者可以得到更加广泛的社会支持。

此外，通过对平台的有力监管可以提供募捐项目真实性以及资金使用正当性的保障，这对传统募捐项目公信力缺失的问题是一个有力弥补。但伴随着商业营销的冲击裹挟，监管约束、平台自身完善、公众理性辨别三者都需进一步增强，以促进这种“互联网+公益”模式良性发展。



移动支付



公益理念

除了直接进行捐赠的快捷渠道外，移动支付平台也为公益理念的传播提供了高频的优质载体。以支付宝为例，平台“蚂蚁森林”模块通过种树、“收集绿色能量”等用户间互动行为传播低碳理念。这种将用户支付行为与公益事业相联系的设计一方面可以通过用户较高频次的参与传播公益理念，一方面促进了平台间的用户互动，增加用户粘性，对于企业和公益事业产生双赢的效应。

第三方移动支付行业现状

1

移动支付成为线下生态连接点

2

移动支付促进互联网红利扁平化传播

3

围绕移动支付的生态建设

4

移动支付发展趋势

5

支付宝生态体系建设

直达金融本质的支付宝生态体系

2017年中国支付宝生态体系示意图-1

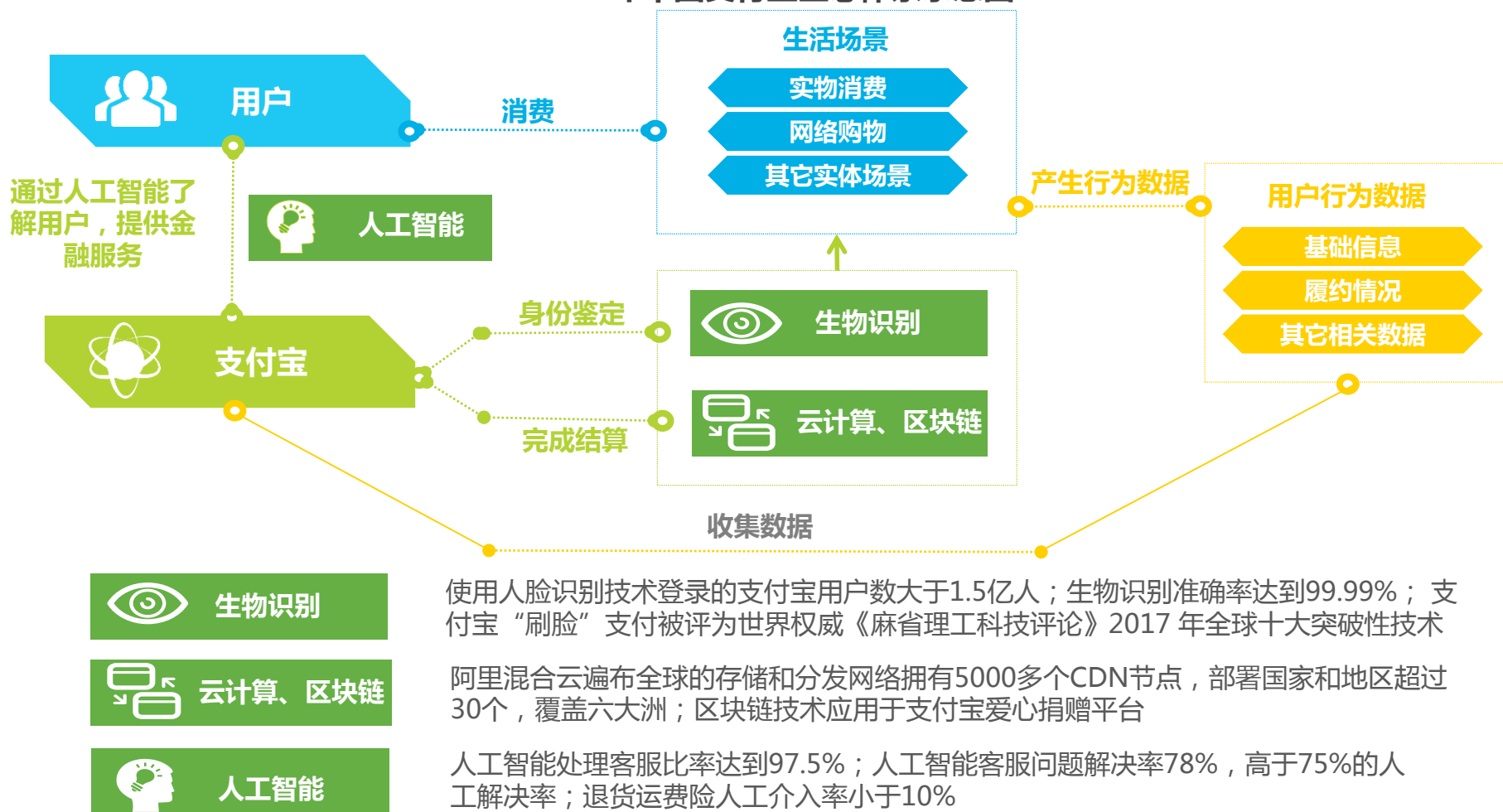


来源：艾瑞咨询

支付宝生态体系建设

金融科技是支付宝生态体系建设的核心驱动力

2017年中国支付宝生态体系示意图-2



使用人脸识别技术登录的支付宝用户数大于1.5亿人；生物识别准确率达到99.99%；支付宝“刷脸”支付被评为世界权威《麻省理工科技评论》2017年全球十大突破性技术

阿里混合云遍布全球的存储和分发网络拥有5000多个CDN节点，部署国家和地区超过30个，覆盖六大洲；区块链技术应用用于支付宝爱心捐赠平台

人工智能处理客服比率达到97.5%；人工智能客服问题解决率78%，高于75%的人工解决率；退货运费险人工介入率小于10%

财付通生态体系建设

依托社交所建立的财付通生态体系

2017年中国财付通生态体系示意图-1



The diagram illustrates the flow of funds and data between various services and the WeChat ecosystem. It shows how services like Tencent, Alipay, and WeChat interact with users and data, leading to the formation of a fund pool in WeChat's Zero Wallet.

Services and Scenarios:

- 腾讯服务 (Tencent Services):** Includes 信用卡还款 (Credit Card Repayment), 城市服务 (City Services), 游戏微商店 (Game WeStore), 生活缴费 (Utility Payments), 手机充值 (Mobile Recharge), 腾讯公益 (Tencent Charity), and Q币充值 (QCoin Recharge).
- 消费场景 (Consumption Scenarios):** Includes 滴滴出行 (Didi), 火车票机票 (Train Tickets/Airplane Tickets), 摩拜单车 (Mobike), 第三方服务 (Third-party Services), 美丽说 (Meishuo), 58到家 (58 Home Services), 美团外卖 (Meituan Takeout), and 酒店 (Hotels).

Flow and Interaction:

- 消费 (Consumption):** Services and scenarios lead to consumption, which flows into the **零钱 (Zero Wallet)**.
- 微信红包与转账 (WeChat Red Packets and Transfers):** These actions also contribute to the fund pool in the Zero Wallet.
- 零钱理财 (Zero Wallet Wealth Management):** Funds in the Zero Wallet can be used for wealth management.
- 微信 (WeChat):** The Zero Wallet is integrated with WeChat, which provides **资产 (Assets)** and **信贷 (Credit)** services.
- 微粒贷借钱 (Micro Credit Loan):** A specific credit service provided by WeChat.

Key Metrics:

- **单机日均打开次数 (Daily Average Open Times per Device):** 微信 8.97次 (WeChat 8.97 times)
- **月度覆盖设备数 (Monthly Covered Device Count):** 微信 9.17亿 (WeChat 9.17 billion)
- **单机单次平均有效使用时间 (Average Effective Usage Time per Device per Session):** 微信 5.25分钟 (WeChat 5.25 minutes)

第三方移动支付行业现状

1

移动支付成为线下生态连接点

2

移动支付促进互联网红利扁平化传播

3

围绕移动支付的生态建设

4

移动支付发展趋势

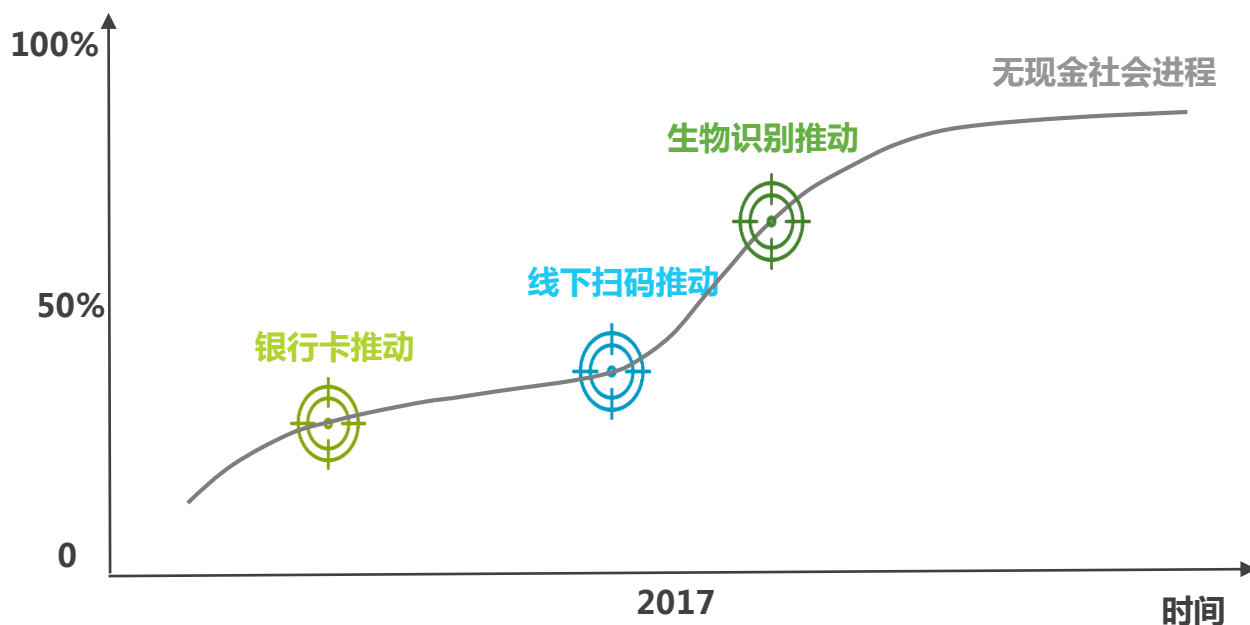
5

无现金社会进程深化

生物识别支付将成为推动无现金社会发展的核心动能

发达国家拥有较为成熟和完善的金融体系，信用卡消费习惯已经养成，在无现金支付方式上主要停留在银行卡支付。而我国由于还没有建好一个信用卡时代，就迎来了更为便捷的移动支付，也是因为这种独特的因素使得无现金社会在我国得到飞速的发展。艾瑞认为，线下扫码支付业务是现阶段推动无现金社会发展的主力军，生物识别支付将成为未来推动无现金社会发展的主要动力。

2017年中国无现金社会发展趋势



金融科技加速移动支付的渗透

金融科技与移动支付将更加紧密结合

科学技术的进步与革新是推动行业进步的最大动力，移动支付行业也是如此。金融科技随着移动支付产业链条的打通，将各个环节纳入其优化的环节。在金融科技的推动下，不同技术间天生的亲和力，通过生物识别、人工智能、云计算与区块链等技术，将移动支付公司和用户紧密联合在一起。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信。

2017年中国金融科技加速移动支付的渗透

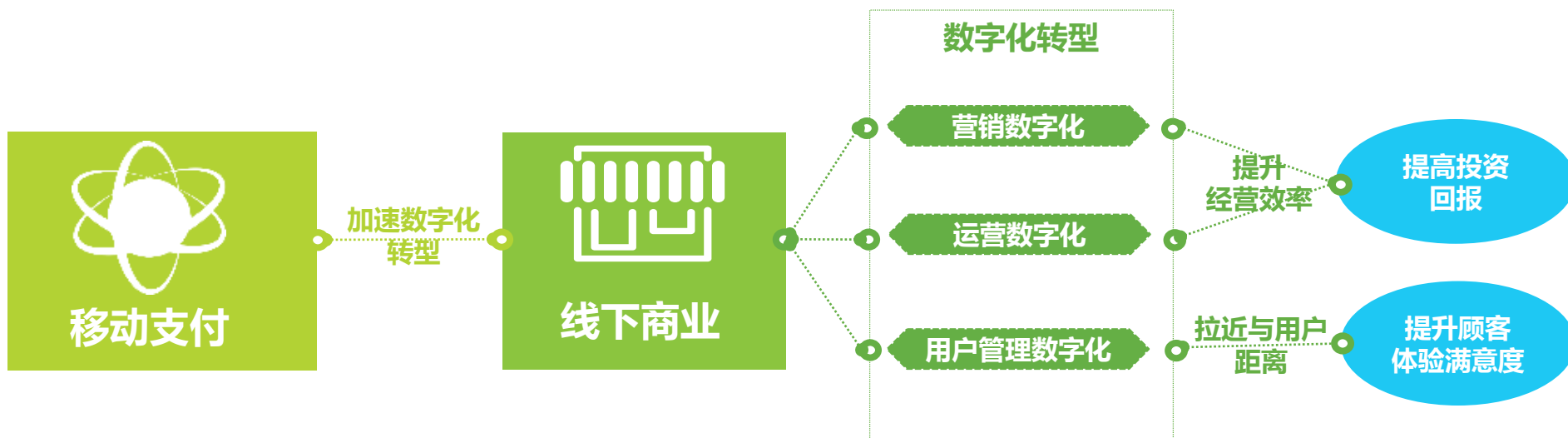


移动支付为线下商业提供新动力

移动支付加速线下商业的数字化转型

虽然我国电商规模一直保持增长势头，但是线下实体商业一直占据着消费主流。而移动支付通过促进线下实体商业营销、运营以及用户管理的数字化转型，带来了传统线下实体商业新的活力与生机。一方面，移动支付在掌握市场数据的情况下，为商户精准营销提供了新的渠道，并根据用户的积分及到店情况定向开展新用户到店促销、沉睡用户激活、忠诚用户奖励等方案，提高投资回报。另一方面，商户可以通过线下扫码支付进一步了解用户实际需求，改善自身产品，提升顾客体验满意度。

2017年中国移动支付加速线下商业数字化转型



移动支付的全球化拓展

我国移动支付将建立全球化的移动支付网络

我国移动支付市场较其他国家而言发展较为成熟，因此我国的移动支付企业具备了走出去进行全球化拓展的基础。而较为可行的两种拓展方式：一是通过战略投资，技术、运营经验输出，入股并扶持国外本土移动支付企业，建立全球化用户移动支付服务；二是通过剧增的中国游客出国消费行为，向国外商家推广移动支付服务，并通过国外商家的改变来进行国外本土化市场的教育，并增强国外本土对移动支付的认知程度，建立全球化商户移动支付网络。

2017年中国移动支付全球化扩展示意图



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