

中国第三方支付行业 数据发布报告

2019H1



行业概览

第三方移动支付：2019年上半年，第三方移动支付交易规模约110.4万亿元，伴随着用户移动支付习惯的建立以及移动支付场景覆盖率的不断提高，我国移动支付市场交易规模进入到了稳步增长阶段。

第三方互联网支付：2019上半年，中国第三方互联网支付交易规模约12.9万亿元，



核心数据

第三方移动支付交易规模结构：移动消费和移动金融板块表现亮眼。

移动支付市场竞争格局：支付宝财付通保持垄断地位，第二梯队支付企业在各自细分领域发力。

线下扫码支付市场：2019年上半年，线下扫码支付市场交易规模约15.4万亿元。线下扫码支付在场景覆盖上已经较为完善，用户扫码习惯已经逐步养成，线下扫码支付市场也步入了稳定增长阶段，各季度之间的环比增速受消费市场的季节性波动影响较大。

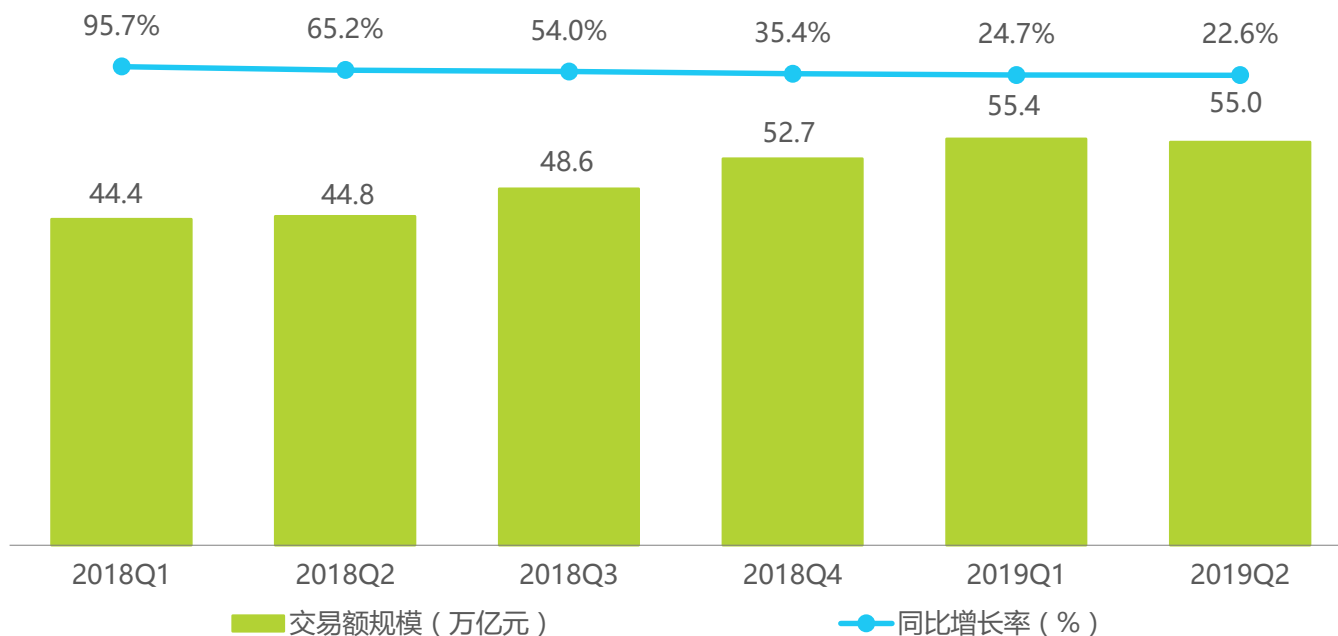
移动智能终端NFC支付：交易规模约154.8亿元，占整体移动支付交易规模的比例较小，但增速较快。

2019H1第三方移动支付交易规模

2019H1第三方移动支付交易规模约110.4万亿元

2018年一季度以来，第三方移动支付交易规模的同比增速持续放缓。艾瑞分析认为，伴随着用户移动支付习惯的建立以及移动支付场景覆盖率的不断提高，我国移动支付市场交易规模已经结束了快速增长期，进入到了稳步增长阶段。

2018Q1-2019Q2中国第三方移动支付交易规模



注释：1.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，历史数据已做相应调整；2.统计企业中不含银行，仅指规模以上非金融机构支付企业；3.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。

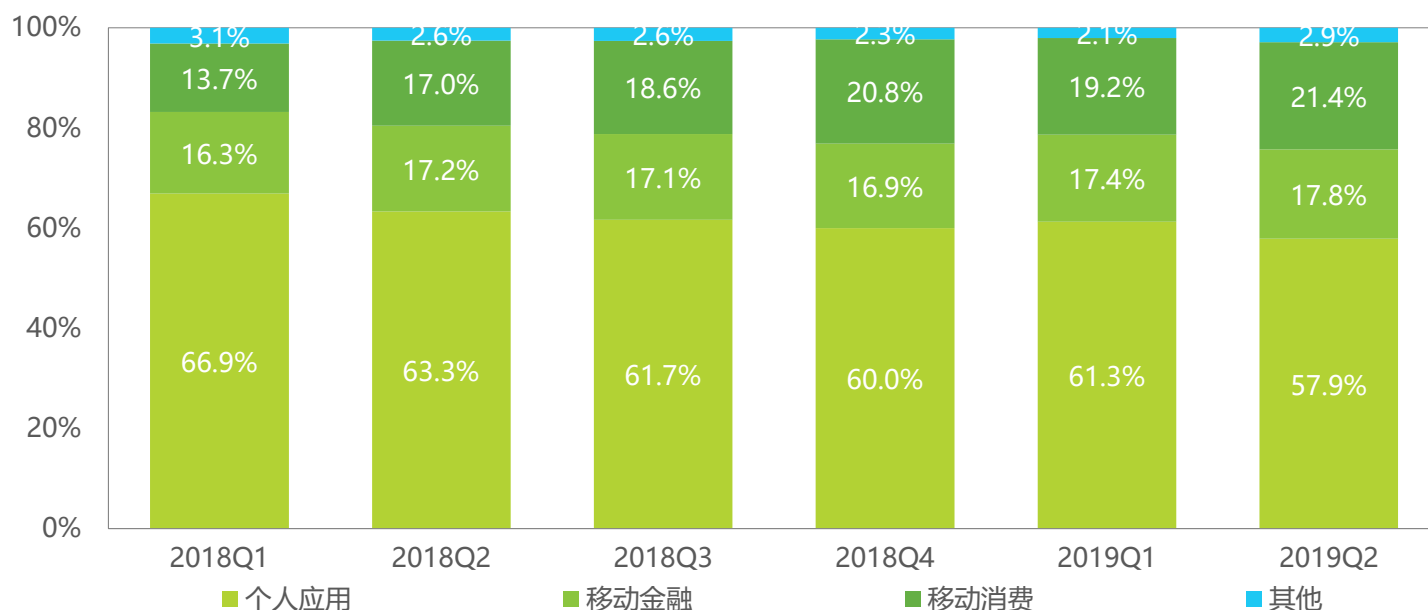
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2019H1 第三方移动支付交易规模结构

移动消费和移动金融板块表现亮眼

2019年第一季度移动金融板块保持回暖态势，这主要得益于头部市场参与者在互联网理财领域的持续发力。2019年第二季度，受“6.18”大型促销活动影响，移动消费板块占比2019Q1的19.2%增长到了2019Q2的21.4%，移动消费板块表现亮眼。同时，由于2019Q1个人应用板块受春节红包转账交易行为增加的推动效果明显，2019Q2个人应用板块占比明显回落，从2019Q1的61.3%减少到了2019Q2的57.9%。

2018Q1-2019Q2中国第三方移动支付交易规模结构



注释：1. 自2016年第1季度开始计入C端用户主动发起的虚拟账户间转账交易规模，历史数据已做相应调整；2. 艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行调整；3. 移动消费包括移动电商、移动游戏、移动团购、网约车、移动航旅和二维码扫码，移动金融包括货币基金、P2P和其他口径内移动金融产品，个人应用包括信用卡还款、银行卡间转账、银行卡至虚拟账户转账、虚拟账户间转账，其他包括生活缴费、手机充值和其他口径内交易。

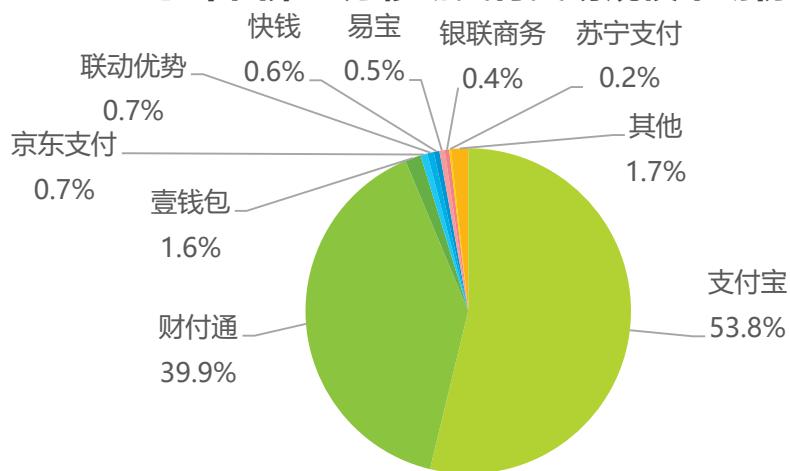
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2019H1第三方移动支付市场竞争格局

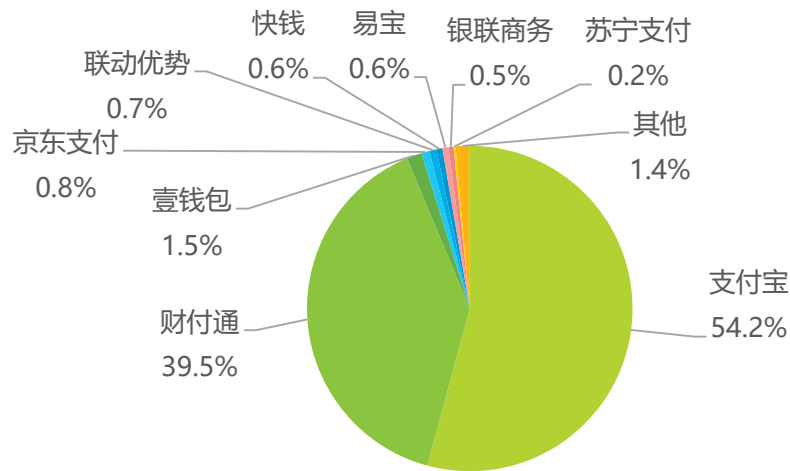
支付宝财付通保持垄断地位，第二梯队支付企业在各自细分领域发力

2019H1数据显示，中国第三方移动支付市场依然保持市场份额比较集中的情况，第一梯队的支付宝在Q1、Q2分别占据了53.8%和54.2%的市场份额；财付通在Q1、Q2分别占据了39.9%和39.5%的市场份额。第二梯队的支付企业在各自的细分领域发力：其中，壹钱包联合上海迪士尼度假区推出上海迪士尼度假区官方礼品卡“迪士尼奇梦卡”，持续丰富用户消费场景，同时壹钱包继续在金融、电商、航旅等优势领域发力，并加速向线下商户渗透，壹钱包通过综合金融解决方案已服务200万+线下商户；京东支付依托其较强的产品创新及用户运营能力，一方面在京东集团内部的交易支付占比逐步提升，另一方面，京东支付大力拓展外部场景，在公共交通及线下零售领域取得快速增长，交易规模排名第四；联动优势受益于平台化、智能化、链化、国际化战略，推出面向行业的支付+供应链金融综合服务，促进交易规模平稳发展；另外，快钱在万达场景如购物中心、院线、文化旅游等场景快速扩展；易宝支付加大营销力度，在互金、航旅领域持续发力；苏宁支付致力于O2O化发展，为C端消费者、B端商户提供便捷、安全的覆盖线上线下的全场景支付服务。

2019Q1中国第三方移动支付交易规模市场份额



2019Q2中国第三方移动支付交易规模市场份额



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。

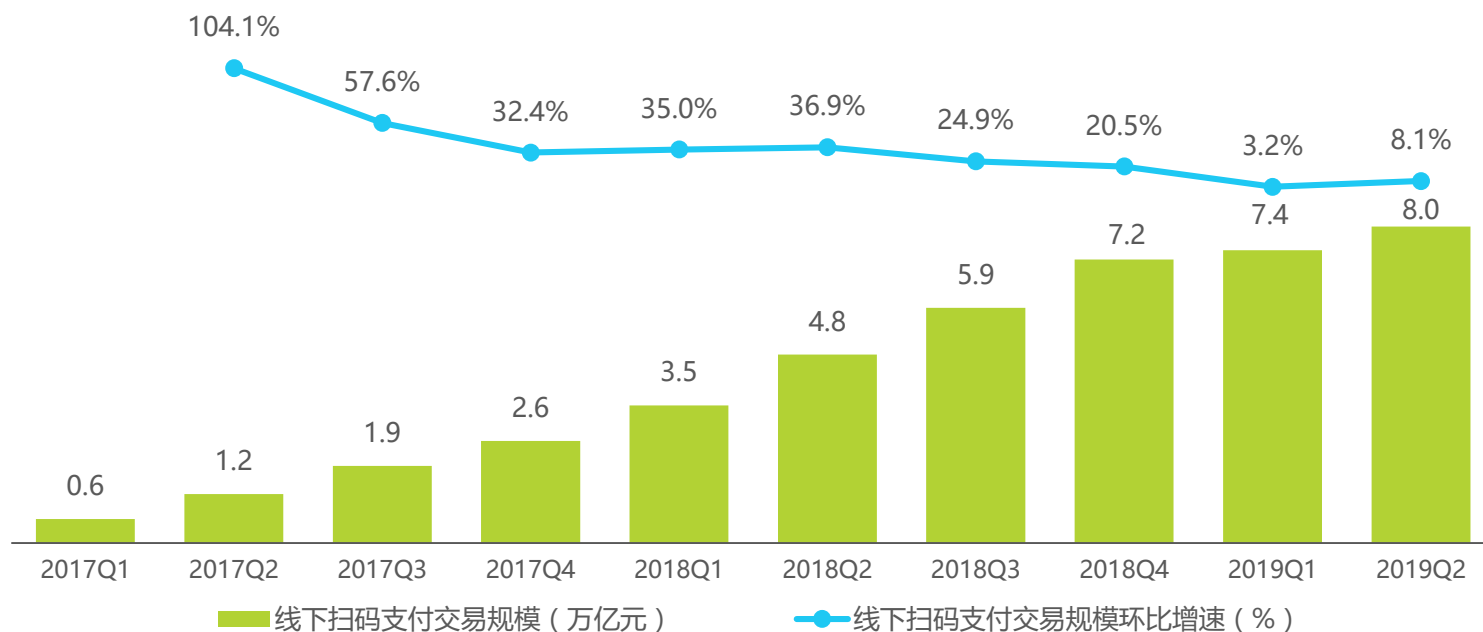
来源：综合市场公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2019H1线下扫码支付交易规模

线下扫码支付市场步入稳定增长阶段

艾瑞认为，线下扫码支付在场景覆盖上已经较为完善，用户扫码习惯已经逐步养成，线下扫码支付市场也步入了稳定增长阶段，各季度之间的环比增速受消费市场的季节性波动影响较大。因此，所以春节期间用户消费较弱使2019年第一季度的线下扫码支付市场规模增速放缓，但在2019第二季度部分大型促销活动的推动下，线下扫码支付市场有所回暖，环比增速回升至8.1%。

2017Q1-2019Q2中国线下扫码支付交易规模



来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

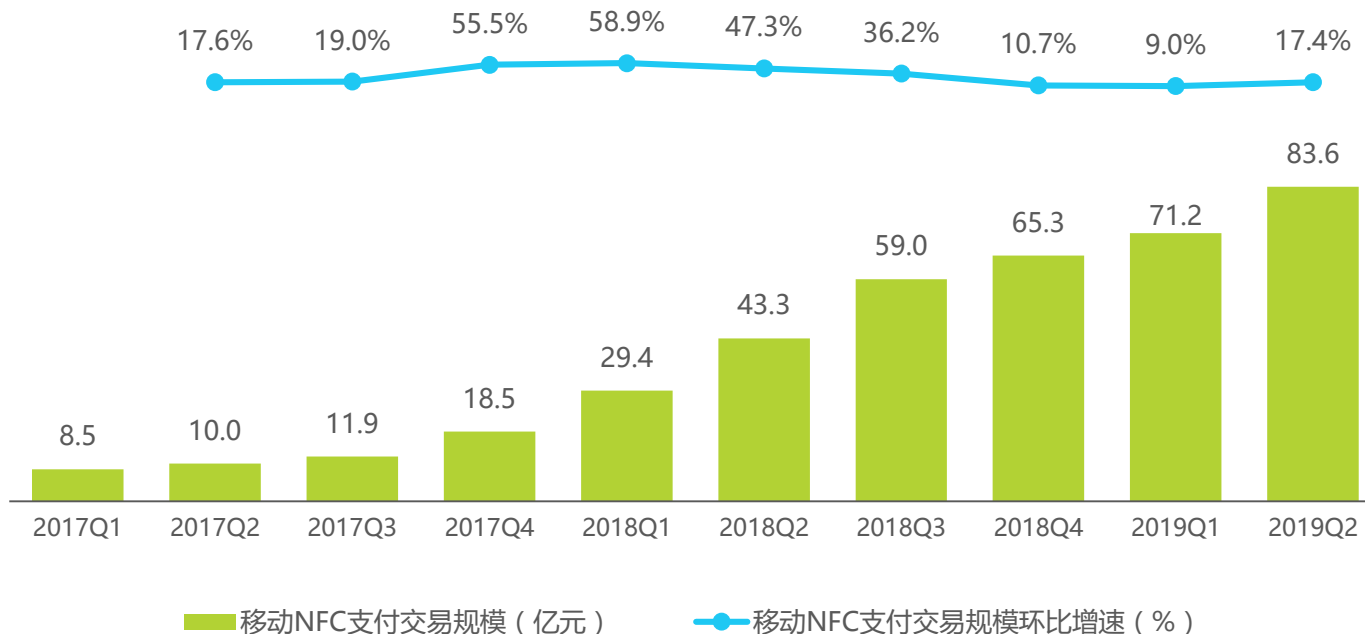
2019H1移动智能终端NFC支付规模

2019H1我国移动智能终端NFC支付交易规模约154.8亿元

2019H1，我国移动智能终端NFC支付交易规模为154.8亿元，占整体移动支付交易规模的比例较小，但增速较快。

2017年以来，在银联的推动下，Apple pay、Huawei pay等智能终端商与京东闪付、美团闪付等部分第三方支付机构一起共同促进移动智能终端NFC支付的推广。其中，京东闪付依托安全、便捷、优惠力度大等优势，成为移动智能终端NFC支付市场的领先企业，移动智能终端NFC支付交易规模超过其他第三方支付机构位列市场第一。

2017Q1-2019Q2中国移动智能终端NFC支付交易规模



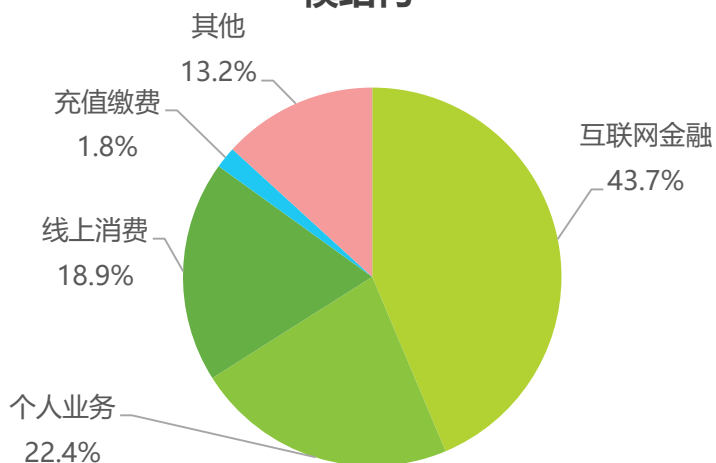
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2019H1第三方互联网支付概况

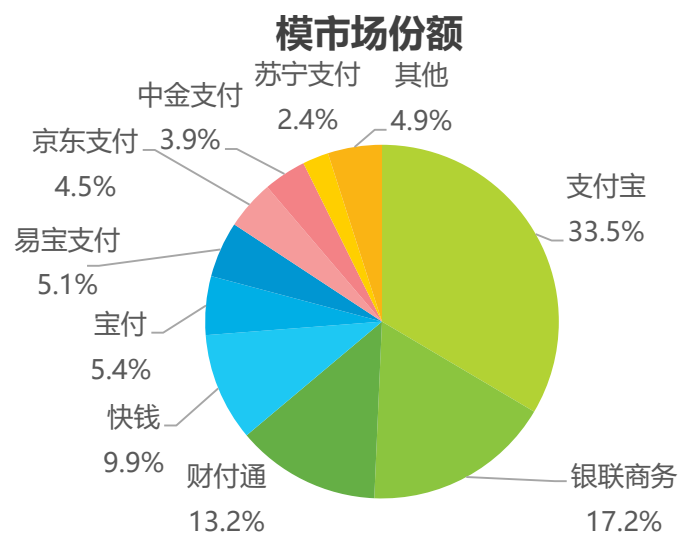
2019H1中国第三方互联网支付交易规模约12.9万亿元

艾瑞咨询认为：受监管“三降”要求影响，网络借贷交易规模持续下降，互金业务交易规模的增长受到较大限制。第二梯队的互联网支付企业正在发挥自身优势，积极探索互金以外新的业务增长点，以宝付为例，宝付立足垂直细分领域，通过创新深入场景的支付+理念、深挖大金融行业的转型发展需求，以支付+金融行业整体解决方案为行业用户赋能，在消费金融、信托、金融租赁、互联网保险、物流、航旅、跨境几大业务板块均衡发展支付业务，建立起自身的核心竞争力。

2019H1中国第三方互联网支付交易规模结构



2019H1中国第三方互联网支付交易规模市场份额



注释：1.互联网支付是指客户通过台式电脑、便携式电脑等设备，依托互联网发起支付指令，实现货币资金转移的行为；2.统计企业中不含银行；3.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。

来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

注释：1.互联网支付是指客户通过台式电脑、便携式电脑等设备，依托互联网发起支付指令，实现货币资金转移的行为；2.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。

来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询