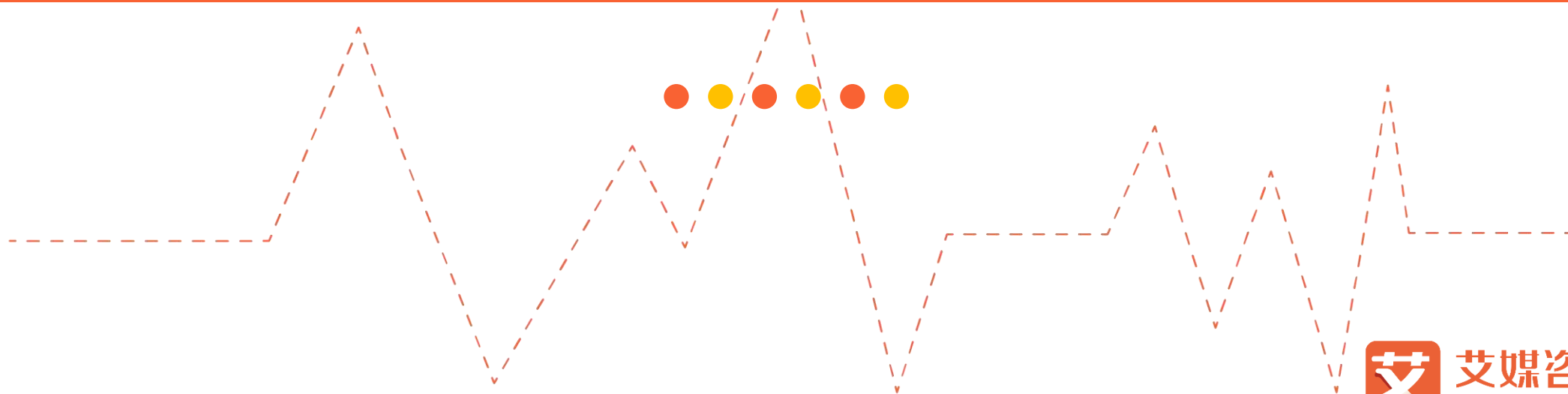


2018-2019中国线下零售 交易现金与网络支付行为状况调查



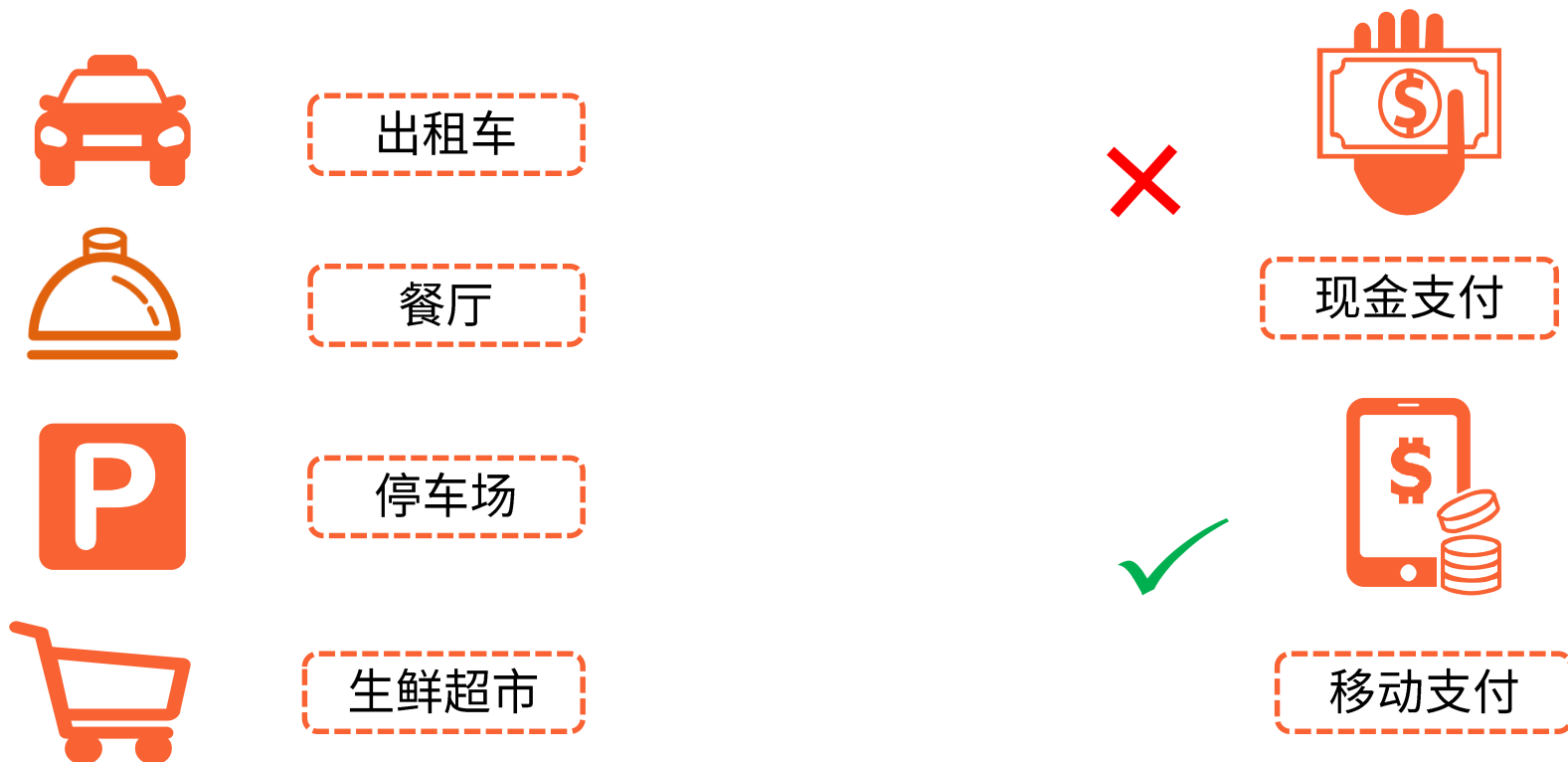
本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

2018中国“拒收现金”现象热点回顾

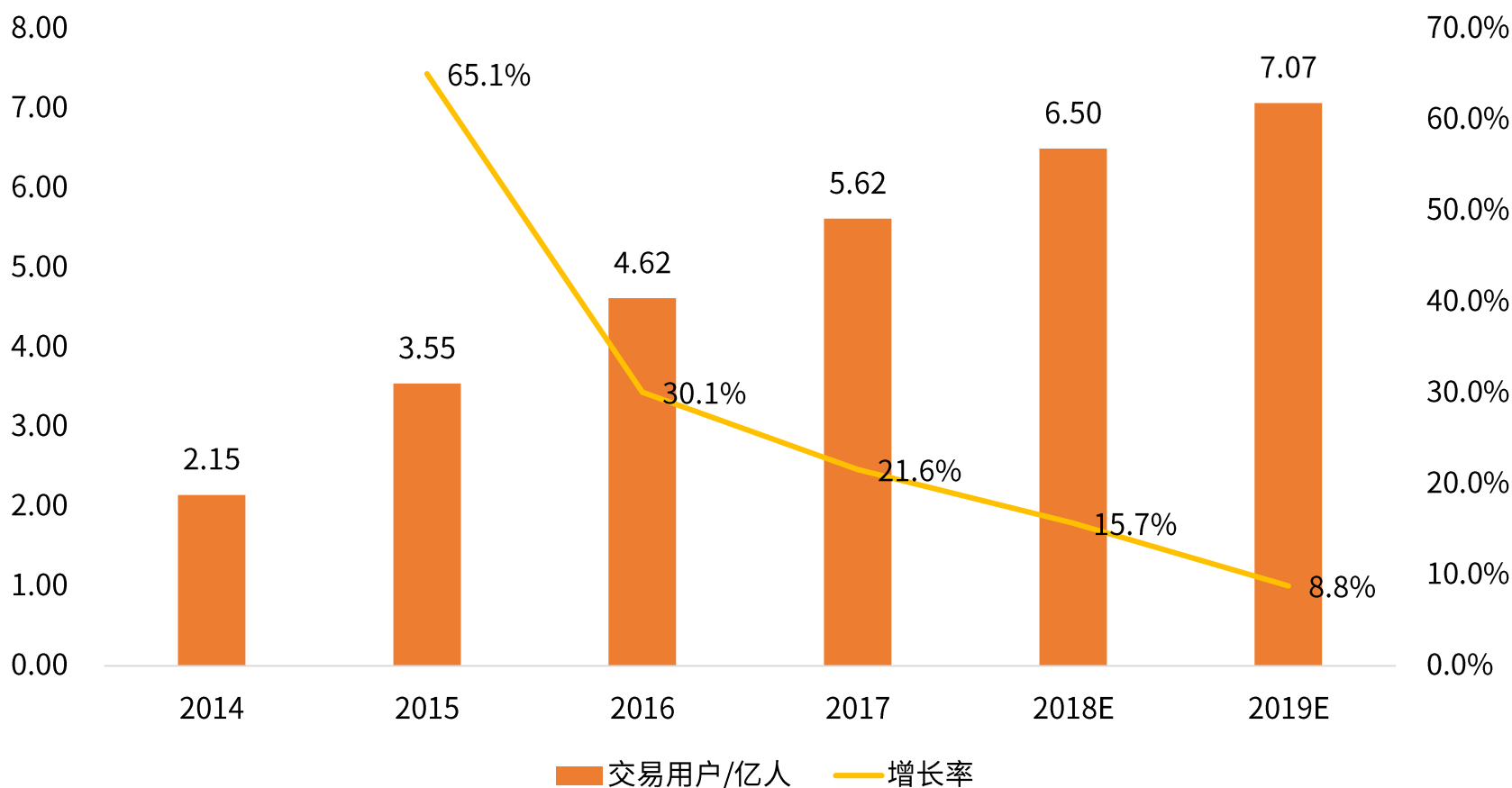
盒马鲜生因“拒收现金”被央行约谈

近期人民银行上海总部在接到针对盒马鲜生拒收现金的投诉后立即展开调查，经查证，在盒马鲜生消费必须使用其APP，现金无法使用，为保障消费者的自主支付选择权、居民特别是老年人等偏好现金人群的正常生活，人民银行上海总部第一时间要求盒马鲜生做出整改。



预计2019年中国移动支付用户将超7亿人

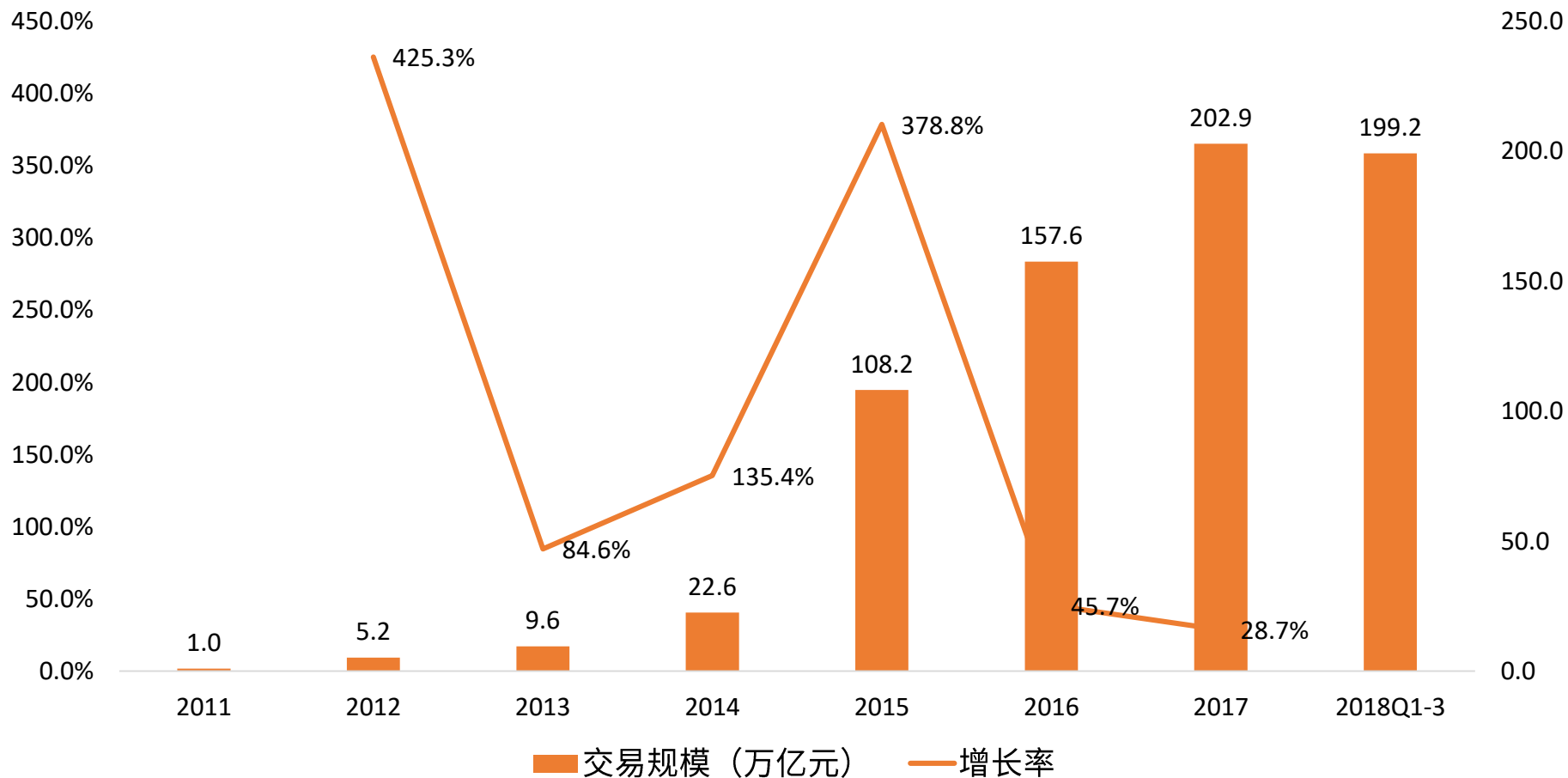
2014年-2019年中国移动支付用户规模及预测



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

中国移动支付交易规模持续增长

2012-2018Q1-3中国移动支付交易规模



数据来源：艾媒咨询、中国支付清算协会

2018中国“拒收现金”现象集中整治

2018年7月13日，中国人民银行发布公告，对拒收现金行为进行整治。整治焦点集中在政务和公共服务、水电煤缴费、新零售、交通类、餐饮业、景区等人口密集和涉外场所。



整治焦点

政务和公共
服务

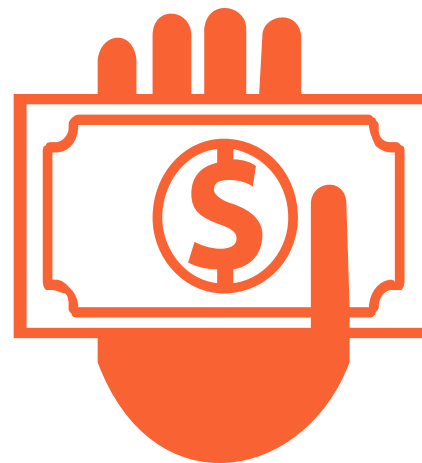
餐饮业

交通类

水电煤
缴费

景区等人口密
集和涉外场所

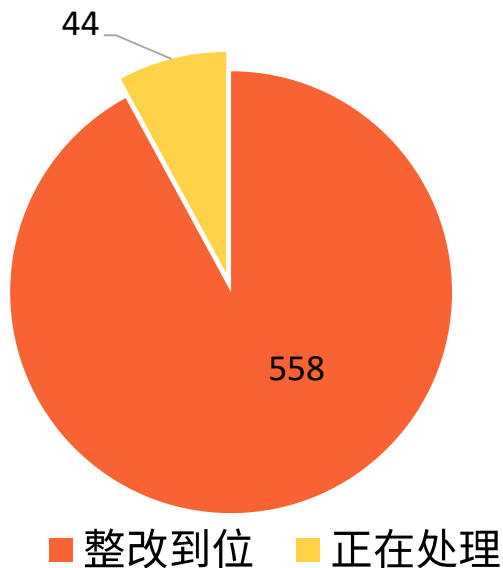
新零售



2018中国“拒收现金”现象整治现状

2018年7月至12月是人民银行整治拒收现金工作的集中整治期，自该工作开展以来，全国共处理拒收现金行为602起，经约谈、政策宣传和批评教育，截至12月初，558起已全部整改到位，44起正在处理过程中。

2018中国“拒收现金”整治工作进展



整治成效



“拒收现金违法”观念深入人心

公众对“拒收现金违法”的认识显著增强，能够主动监督举报拒收现金行为。



商家主动张贴“欢迎使用现金”

部分商户已撤下“不收现金”的提示牌，主动张贴“欢迎使用现金”字样。

2018中国“盒马鲜生”舆情热度分析

2018中国“盒马鲜生”事件热度指数分析



“盒马鲜生”主题词云



网络热度指数：指在从互联网平台采集海量信息的基础上，提取与指定事件、人物、品牌、地域等相关信息，并对所提取的阅读量、评论量、点赞转发量等进行标准化计算后得出的指数

舆情监测时间区间：2018年12月5日-12月11日
艾媒报告商城用户17611700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

2018中国“拒收现金”舆论言值负向

“拒收现金”言值



艾媒大数据舆情监控系统数据显示，系统监测期间“拒收现金”言值数据为25.0，整体舆论偏负面。艾媒咨询分析师认为，移动支付的普及给很多人带来了便利，然而对于年长者来说却是一个很大的难题。更何况身为消费者，我们有依法选择支付方式的权利，“拒收现金”是对正当权利的无理剥夺。

言值：客观实时反映网友对事件、人物、品牌的评论态度，数值范围0~100；50以上时正向言论越多数值越大，言论偏负面时数值常低于45

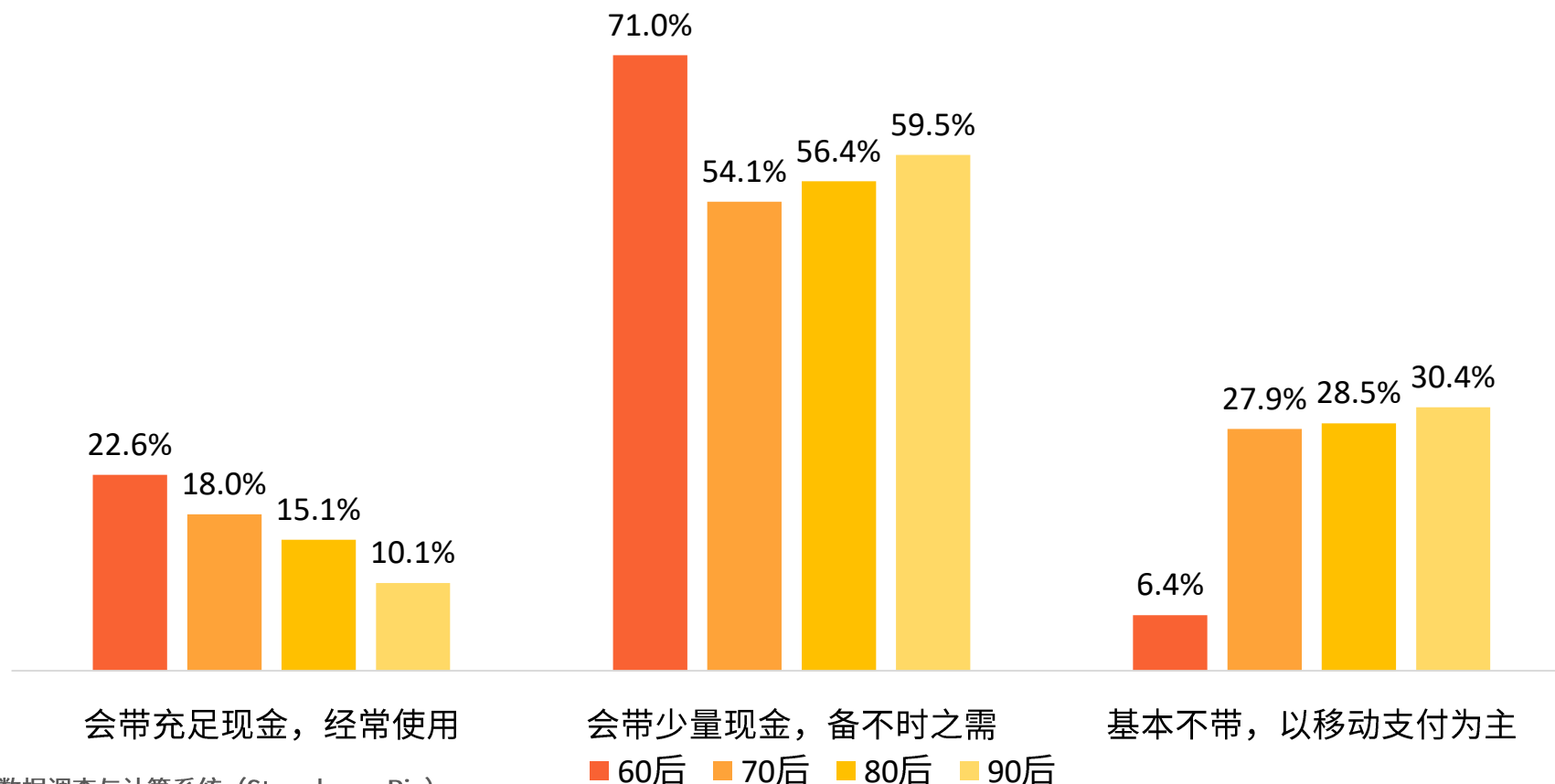
艾媒舆情监测系统用户17611700专享，尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统

过半受访网民外出仍选择携带少量现金

- 过半受访网民外出时仍会选择携带少量现金。
- 超九成60后受访网民外出会携带现金，仅有6.4%的60后受访网民外出不带现金。
- 超三成90后受访网民外出不带现金，以移动支付为主。

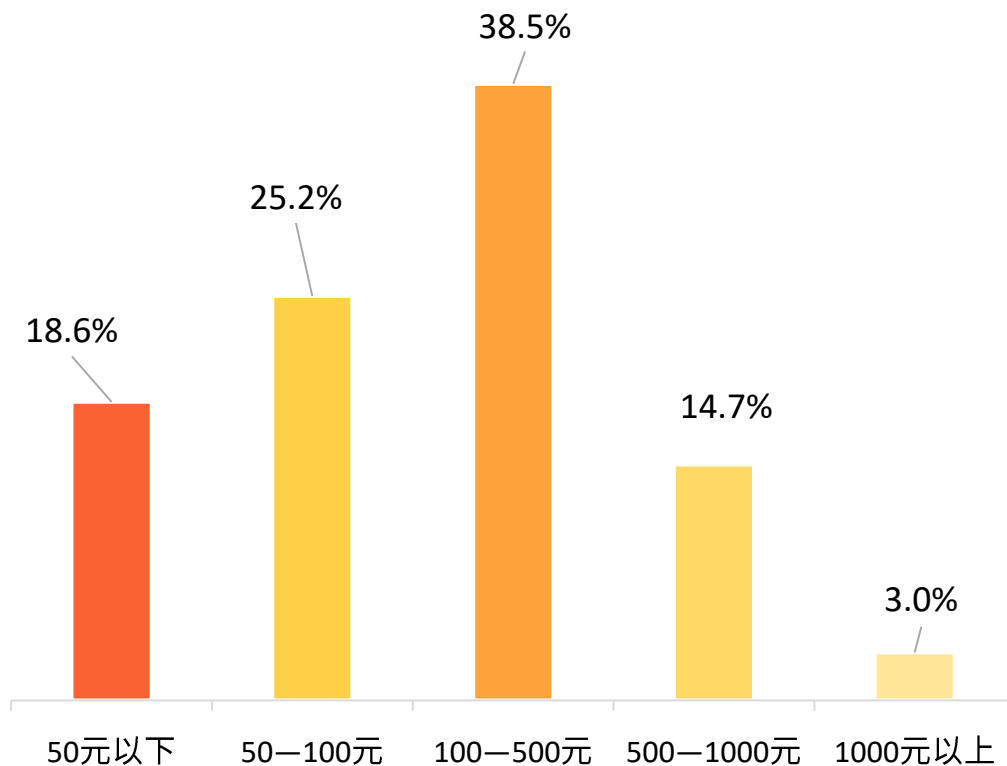
2018中国受访网民外出携带现金情况调查



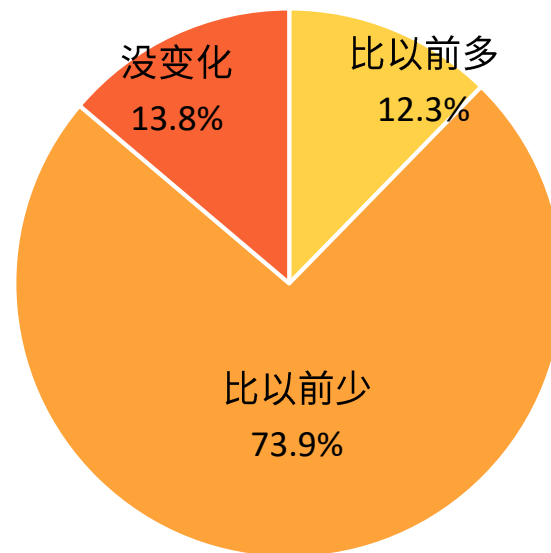
移动支付普及后近七成受访网民减少携带金额

- 38.4%受访网民外出携带金额为100—500元，仅有3.0%的受访网民外出携带金额超过1000元。
- 超七成的受访网民在移动支付普及后选择减少外出携带现金数量。

2018中国受访网民外出携带金额调查



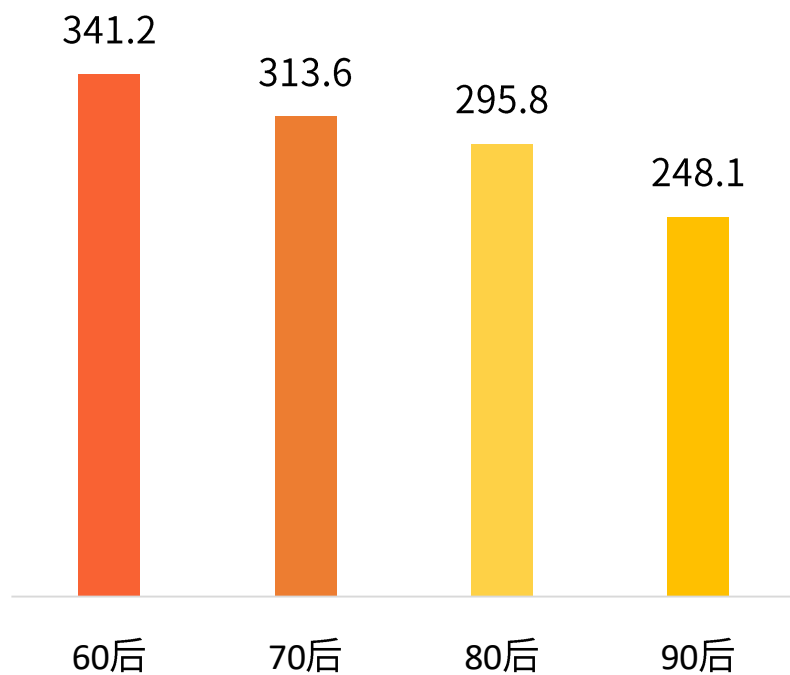
2018中国受访网民移动支付普及前后外出携带金额对比调查



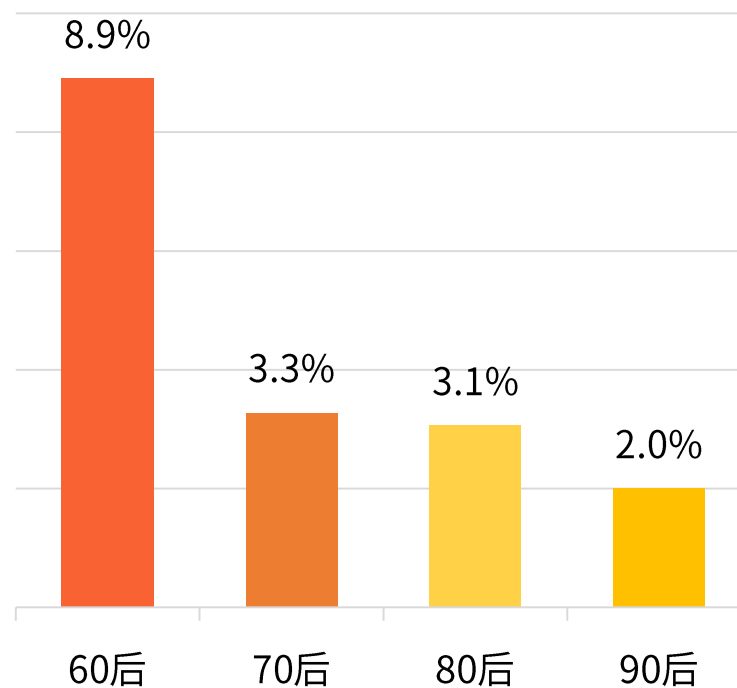
外出携带现金数量与年龄增长呈正比

- 60后受访网民日常外出携带金额平均为**341.2元**，而90后受访网民仅为**248.1元**。
- 60后受访网民中，外出携带金额**超过1000元**的占比达8.9%，而70、80、90后群体占比均低于3.5%。

2018中国不同年龄阶段受访网民
日常外出携带金额平均值

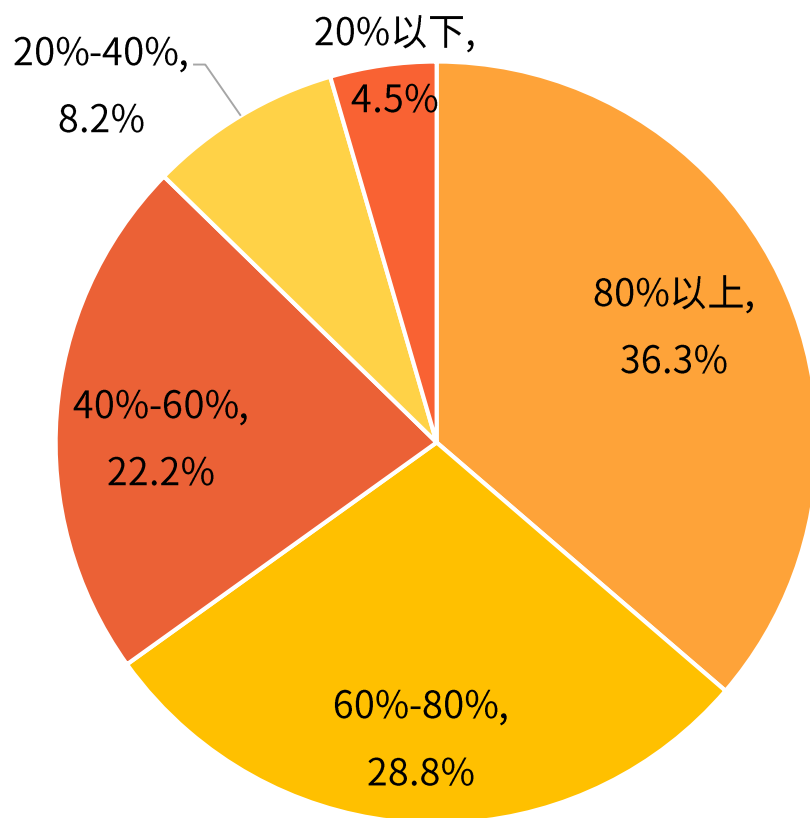


2018中国不同年龄阶段受访网民
外出携带现金超千元占比情况



超六成受访网民每日移动支付金额占比过半

2018中国受访网民移动支付金额占每日支付总金额百分比

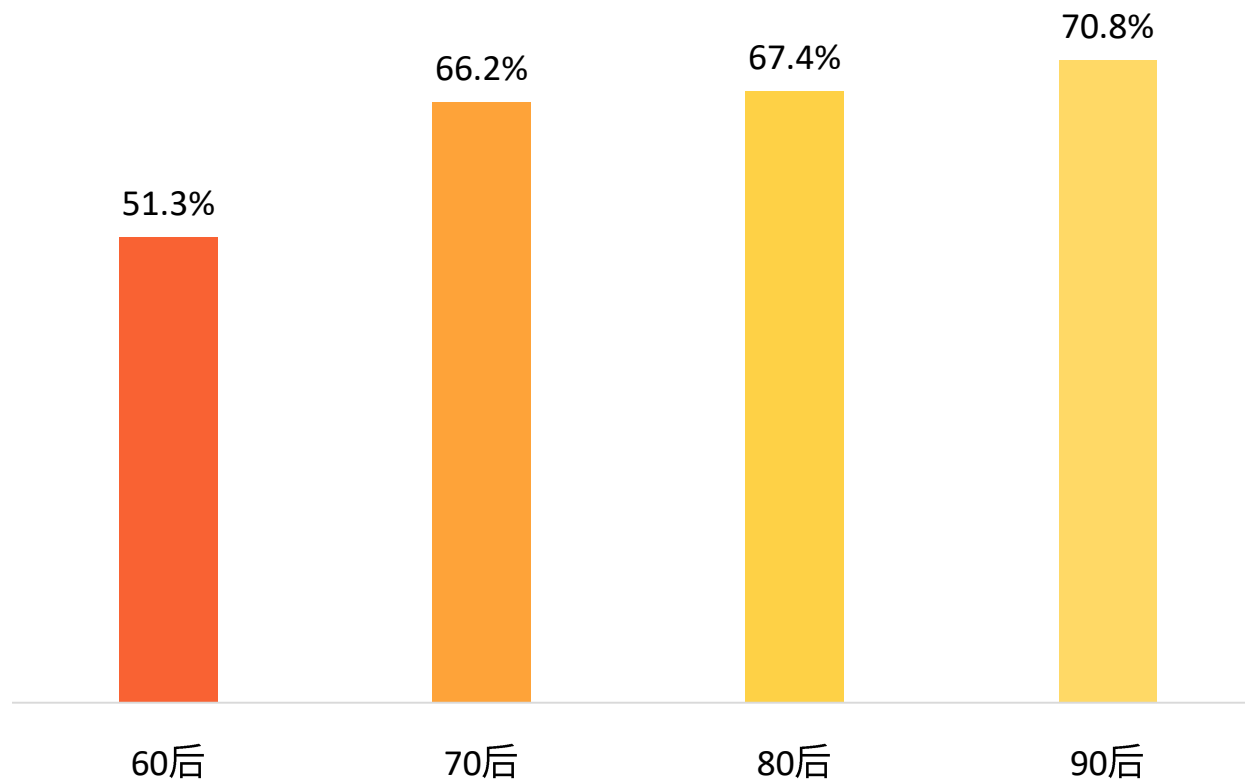


iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,超过六成的受访网民每日使用移动支付占总支付金额的60.0%以上,只有4.5%的受访网民移动支付支付金额占比低于20%。艾媒咨询分析师认为,随着支付宝、微信支付等移动支付方式的迅速普及,“出门只带手机”成为大部分人的选择,越来越多的商家也提供移动收款。因此,大多数受访网民每日移动支付金额占比较大。

90后移动支付占每日支付总金额比重最大

·90后受访网民每日移动支付占总支付金额比例的平均值为70.8%，60后仅为51.3%。

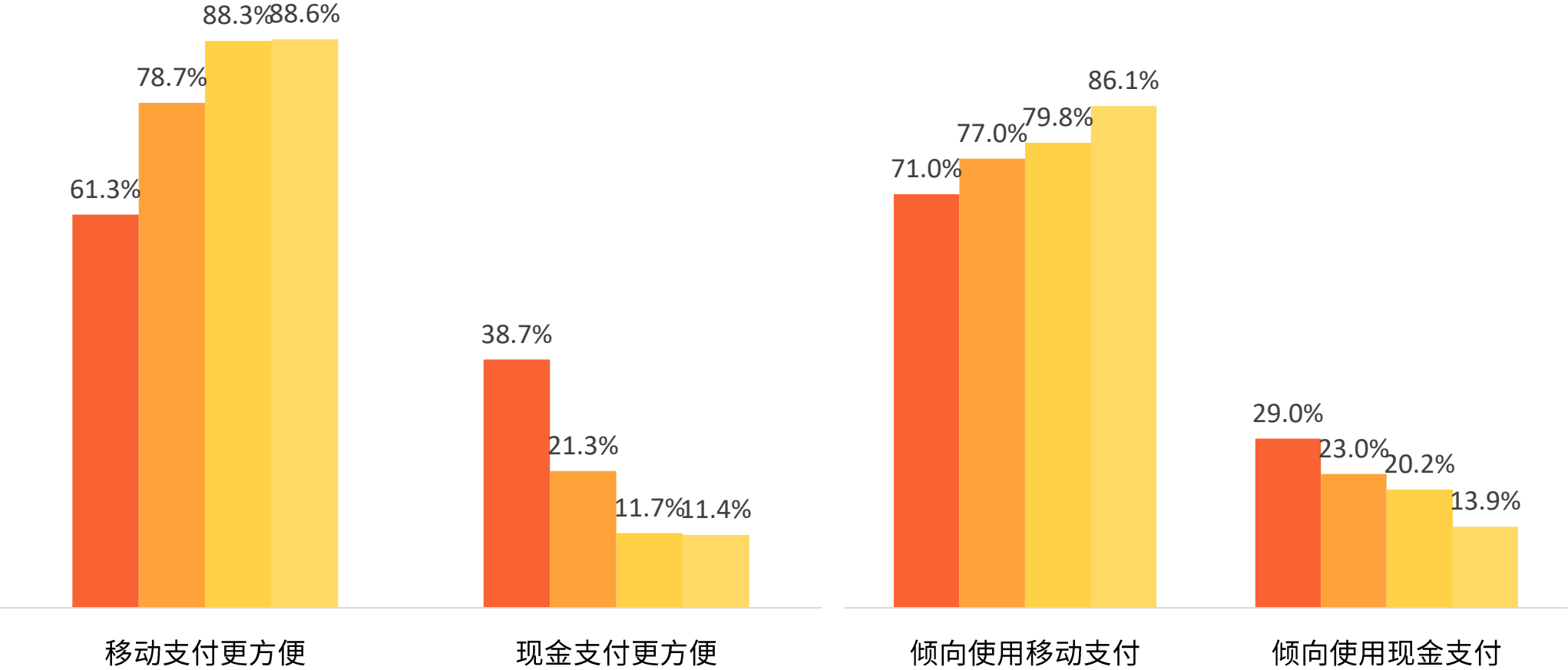
2018中国不同年龄段受访网民移动支付占
每日支付总金额平均百分比



现金支付方式支持者数量和年龄增长呈正比

2018中国受访网民
对于现金支付和移动支付便捷度认知调查

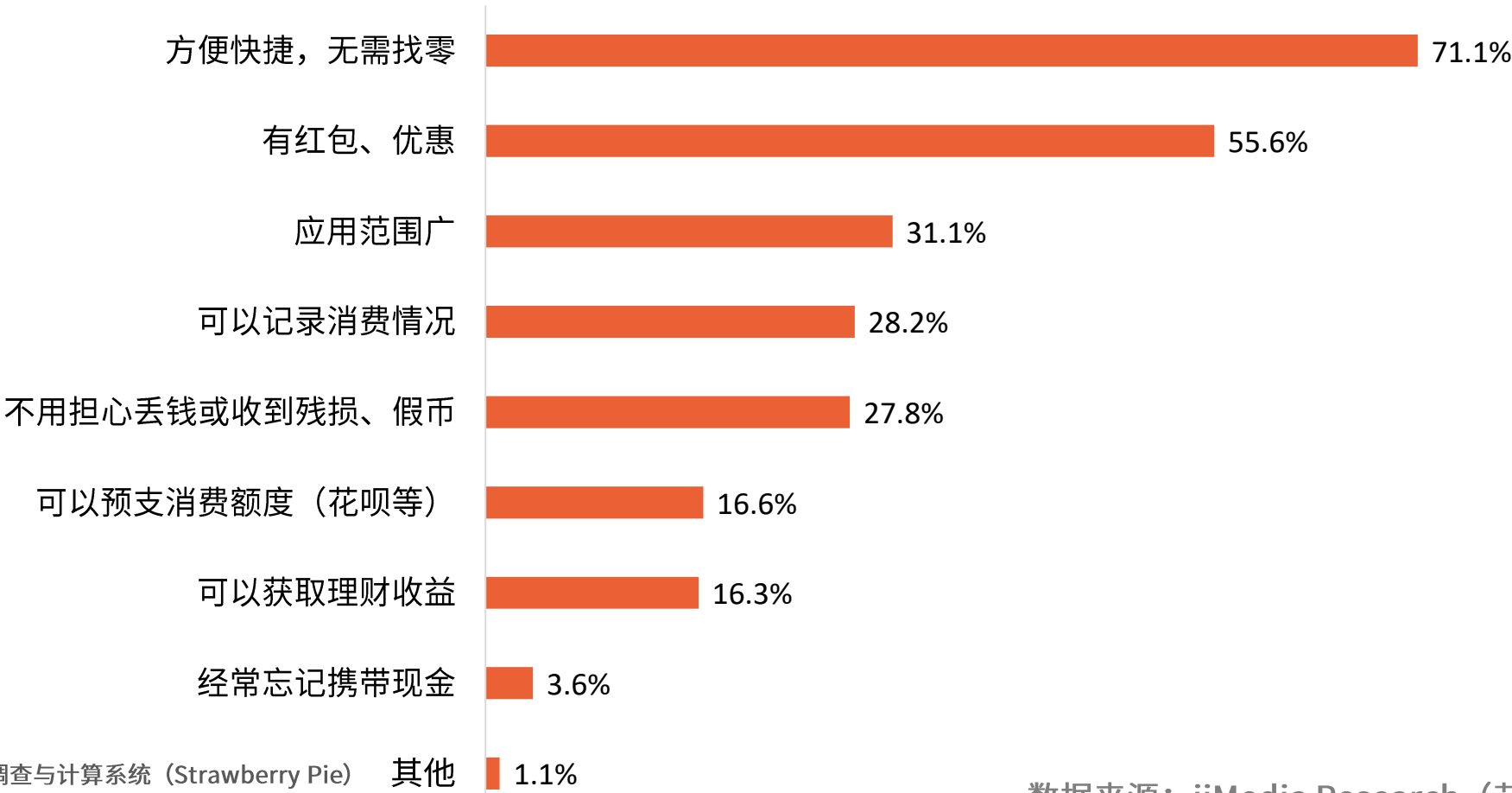
2018中国受访网民
对于现金支付和移动支付的使用倾向度调查



无需找零是受访网民倾向选择移动支付的首要原因

- 超七成的移动支付倾向者认为方便快捷、无需找零是他们选择移动支付的原因。
- 过半移动支付倾向者因为红包优惠而选择移动支付方式。

2018中国受访网民移动支付倾向原因调查



无需找零和红包优惠是移动支付受欢迎主要原因

· 无需找零、红包优惠、应用范围广是受访网民倾向于选择移动支付的三大主要原因。

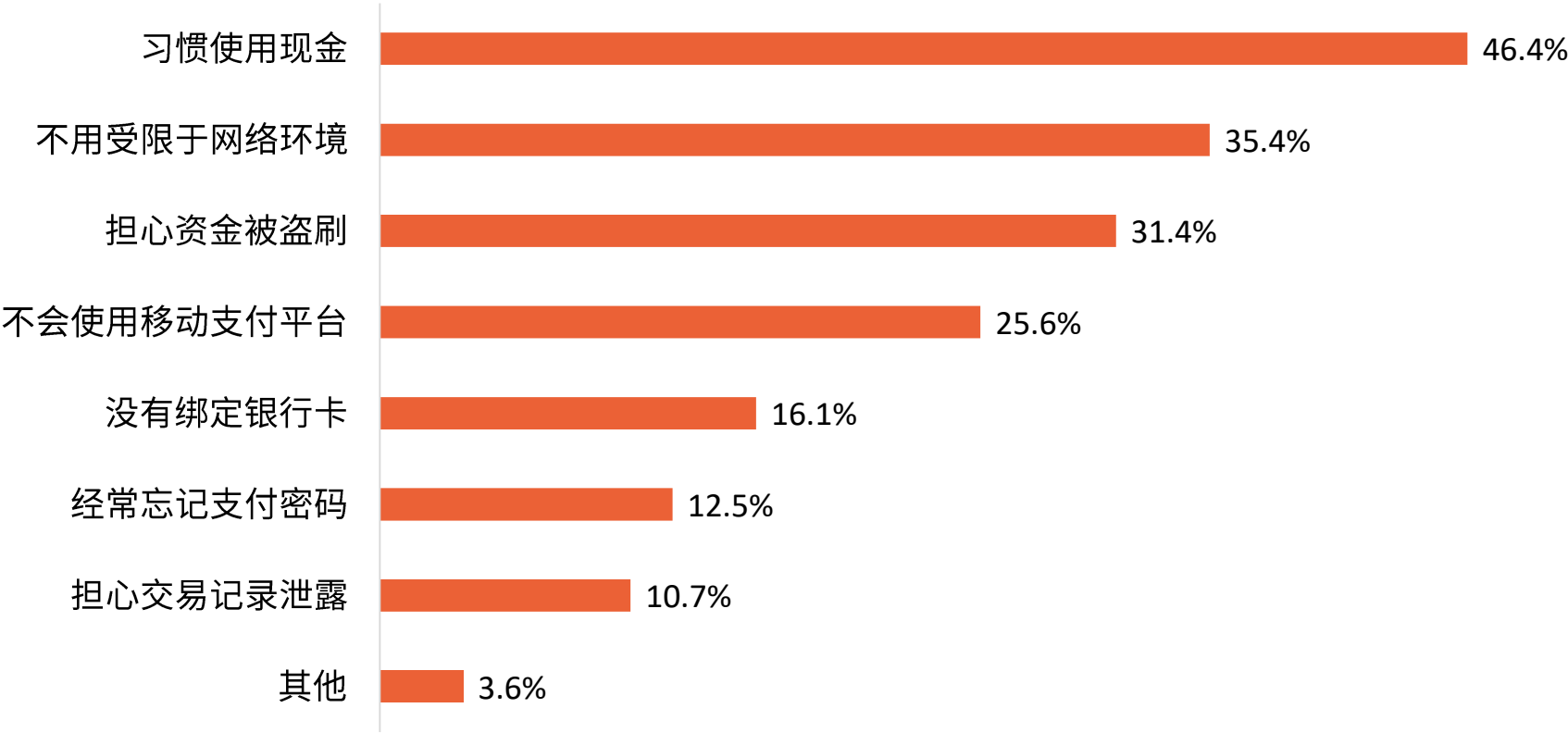
2018中国不同年龄段受访网民移动支付倾向原因调查

	60后	70后	80后	90后
1	无需找零	无需找零	无需找零	无需找零
2	有红包、优惠	有红包、优惠	有红包、优惠	有红包、优惠
3	不用担心丢钱或假币	应用范围广	应用范围广	应用范围广
4	应用范围广	可以记录消费情况	不用担心丢钱或假币	不用担心丢钱或假币
5	可以记录消费情况	不用担心丢钱或假币	可以记录消费情况	可以记录消费情况

支付习惯是受访网民倾向选择现金支付的首要原因

- 46.4%的现金支付倾向者认为他们选择现金支付方式的原因是支付习惯导致的。
- 网络环境限制和担心资金被盗刷也是受访网民放弃选择移动支付的主要原因。

2018中国受访网民现金支付倾向原因调查



银行卡绑定、支付平台操作成60后移动支付使用重要门槛



- 支付习惯、未绑定银行卡、不会使用移动支付平台是60后人群倾向于选择现金支付的三大主要原因。
- 担心资金被盗刷成为各年龄人群倾向选择现金支付方式的重要原因。

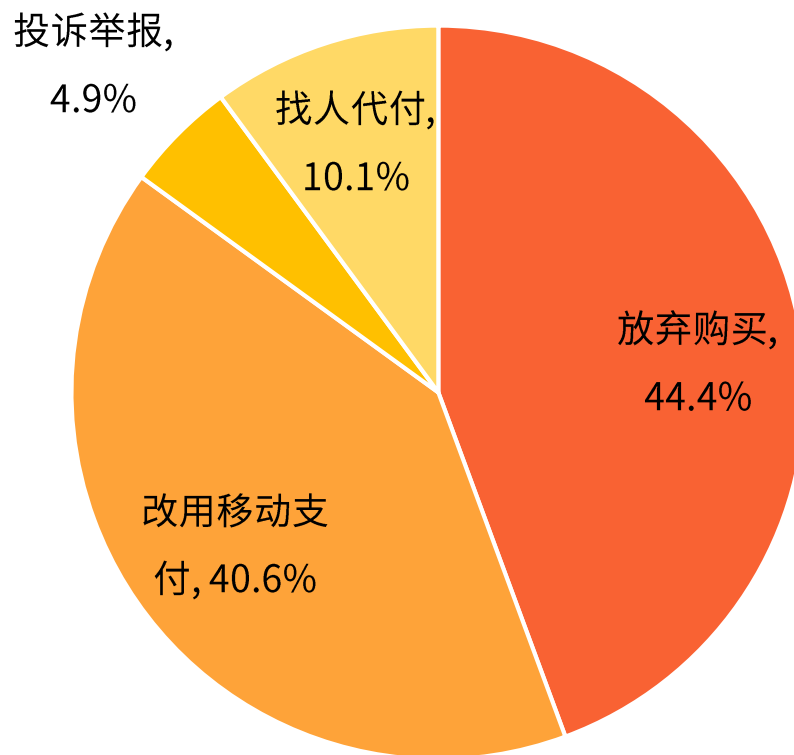
2018中国不同年龄段受访网民现金支付倾向原因调查

	60后	70后	80后	90后
1	习惯使用现金	习惯使用现金	习惯使用现金	习惯使用现金
2	没有绑定银行卡	没有绑定银行卡	不受网络限制	不受网络限制
3	不会使用移动支付	担心资金被盗刷	担心资金被盗刷	没有绑定银行卡
4	忘记支付密码	不受网络限制	担心交易记录泄露	忘记支付密码
5	担心资金被盗刷	不会使用移动支付	不会使用移动支付	担心资金被盗刷

仅4.9%受访网民遭遇“拒收现金”后选择投诉举报

- 大部分受访网民表示遭遇“拒收现金”后会选择**放弃购买**或**改用移动支付**方式付款。
- 选择**投诉举报**的受访网民仅为**4.9%**。

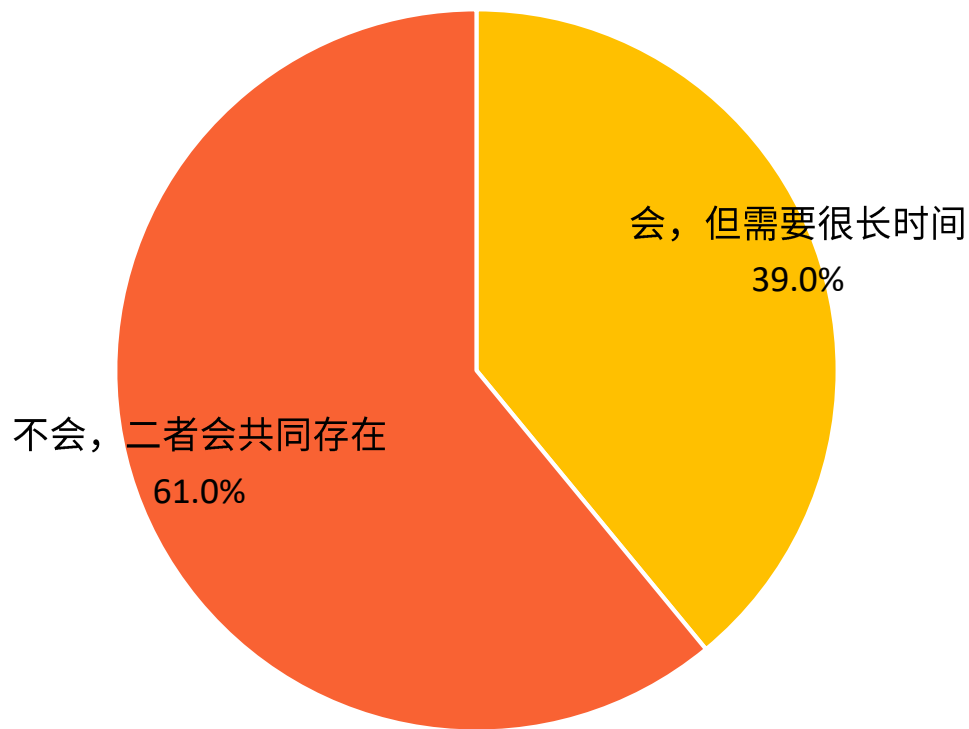
2018中国受访网民遭遇“拒收现金”后行为调查



超六成受访网民认为现金支付不会被移动支付取代

· 现金支付和移动支付会长期处于互为依存，互为发展的状态，现金支付前景仍然乐观。

2018中国受访网民对于现金支付前景的看法调查



2018中国“拒收现金”现象观点总结

01

“无现金”社会的发展需要放慢脚步

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，仍有近三成的60后受访用户倾向于使用现金支付方式付款，60后受访用户每日移动支付仅占总支付金额的一半。这表明现金支付仍是年长者偏好的付款方式。老年人的支付习惯已经养成，他们对新生事物的接受程度大大下降，支付方式的变革要以保障所有人的生活需求和权利为前提，“无现金”社会的发展也要放慢脚步等等掉队的老年群体。

02

消费者维权意识仍需进一步加强

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，不足一成受访网民表示遭遇“拒收现金”现象后会选择投诉举报，超八成消费者选择放弃购买或改用移动支付。这表明大多数消费者对于“拒收现金”违法的观念仍不够深入，法制社会下消费者维权意识仍需进一步加强。

2018中国“拒收现金”现象观点总结

03

新零售模式下支付方式创新不能突破法律界限

为保障消费者自主支付选择权，保障居民特别是老年人等偏好使用现金的人群正常生活、消费需求。7月12日，央行发布公告强调，任何单位和个人不得以格式条款、通知、声明、告示等方式拒收现金。新零售商业模式是支付创新发展的源头，艾媒咨询分析师认为创新不能剥夺消费者权利，不能突破法律界限。

04

未来支付市场发展方向应与整体金融市场相融合

随着央行对“拒收现金”现象的整治，多元化支付方式和谐发展将会是支付市场的发展趋势，艾媒咨询分析师认为支付过程和方式的创新要与现有金融支付体系相对接，未来支付市场的发展方向也应与整体金融市场相融合。

关于艾媒咨询



iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。每天，全球超过100家主流媒体，1500家（个）自媒体、大V使用艾媒数据和分析师观点，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

POIIMedia(艾媒舆情)

大数据舆情监控系统

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。



DatallMedia(艾媒北极星)

移动应用运营监测

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。



SurveyiiMedia(草莓派)

用户感知与体验监测

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。



SoicaliiMedia

微信微博媒体监测

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。



RankingiiMedia(艾媒金榜)

权威消费品牌评价监测

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。



ADiimedia

移动广告效果监测

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

法律声明



权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



只做优质报告!



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: report@iimedia.cn

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑



全球领先的移动互联网产品对标分析平台



扫描二维码查看更多数据

咨询

网址: <http://bjx.iimedia.cn>

邮箱: alex@iimedia.cn

涵盖数十个领域，三百个细分行业，监测超过3万款APP

全功能版：提供APP下载、活跃、留存、渠道分发及转化等全维度数据，可进行APP 用户分析、运营分析、质量分析、竞争分析等

艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

<http://report.iimedia.cn> 一键定制



用数据说话！

Since 2007, we focus on New Economy!



艾媒咨询

iimedia Research

艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

全球领先的新经济行业大数据挖掘与分析机构