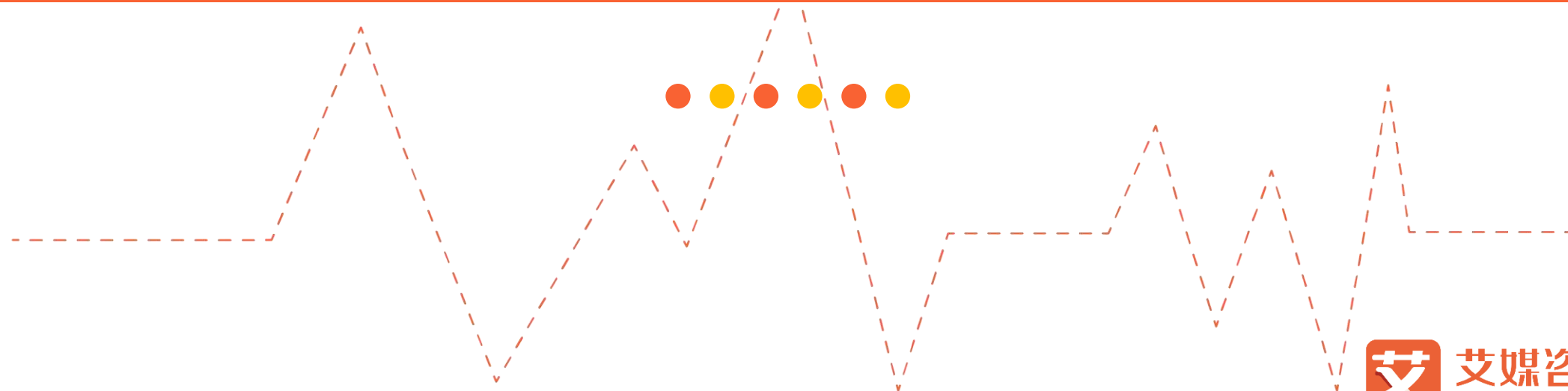


# 2017-2018

## 中国第三方移动支付市场研究报告

2018 China Third Party Mobile Payment Market Research Report



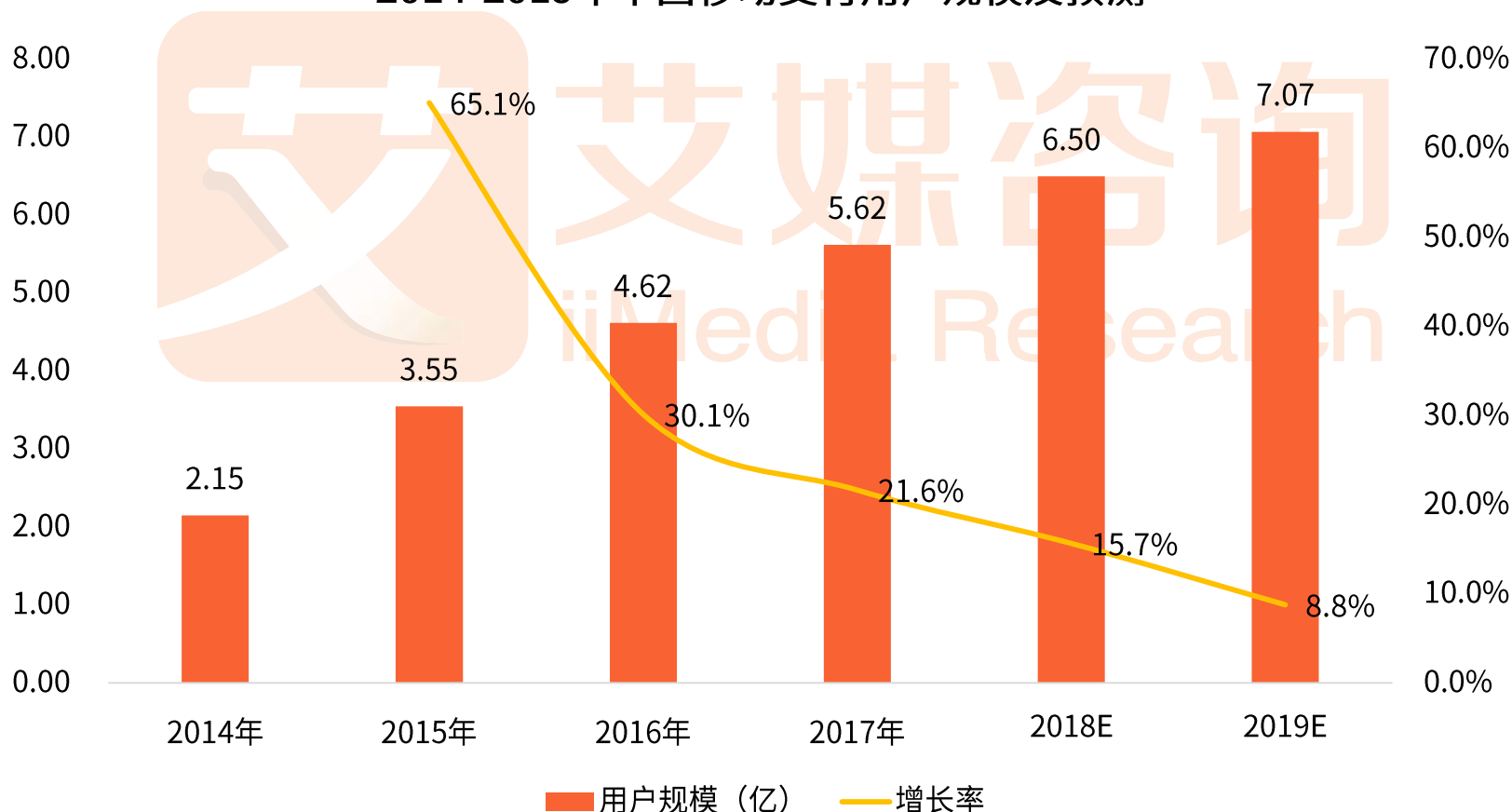
本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 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、北极星统计分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2017年12月底，北极星采用自主研发技术实现独立装机用户监测，系统已覆盖用户8.09亿。
- 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)。

# 移动支付用户规模稳定，增速减缓

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017年中国移动支付用户规模达5.62亿人，较2016年增长21.6%。预计2018年移动支付用户规模增长减缓，累计用户规模有望达6.50亿人。艾媒咨询分析师认为，经历发展初期用户规模迅猛发展后，中国移动支付市场趋于成熟，用户规模增速开始减缓，预测未来中国移动支付用户规模将保持低速稳定增长。

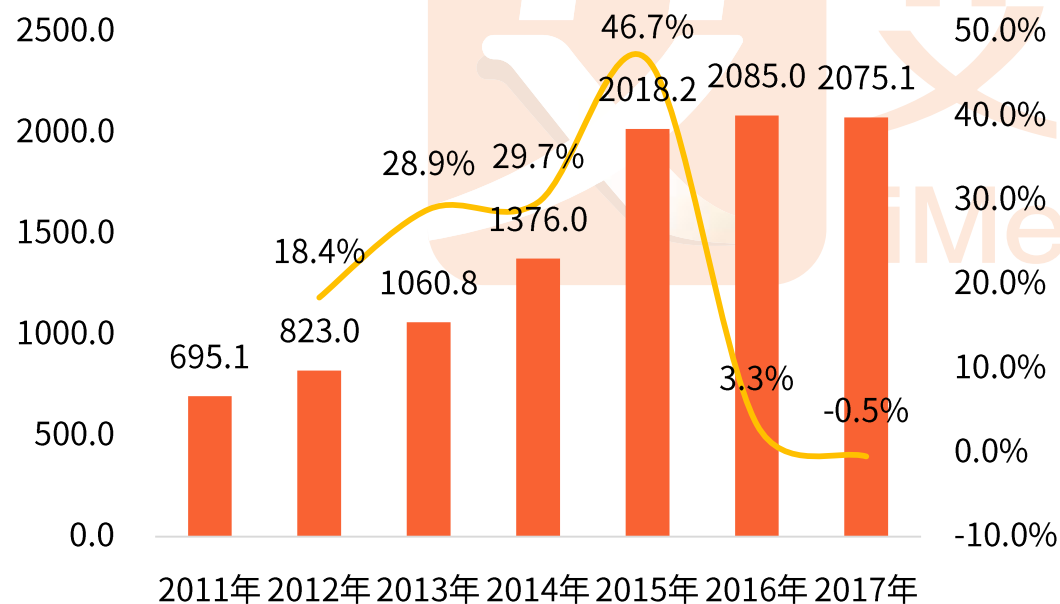
2014-2019年中国移动支付用户规模及预测



# 移动支付交易规模稳定增长

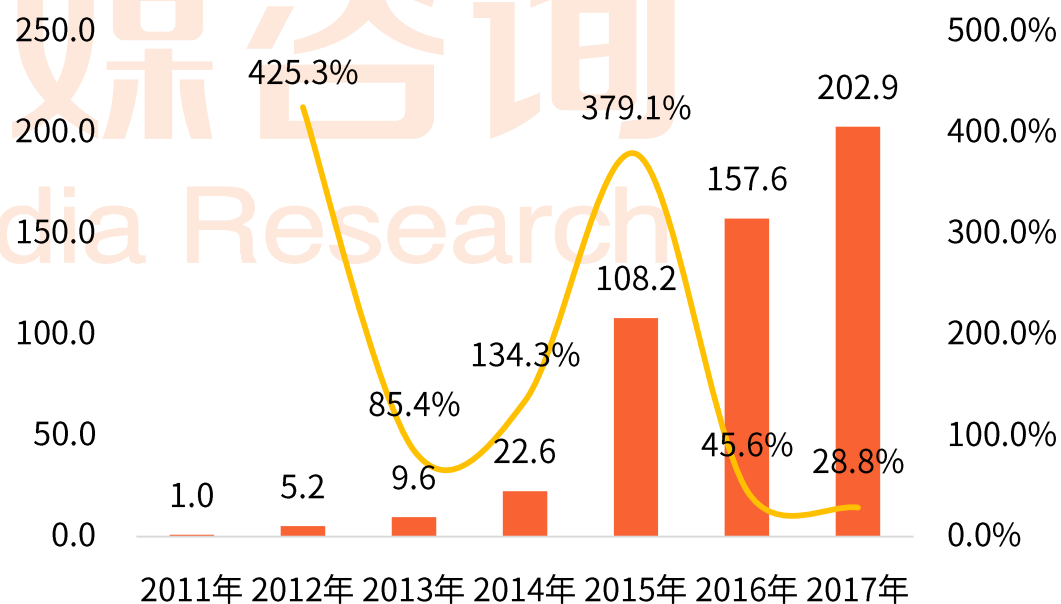
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017年网上支付交易规模达2075.1万亿元，较2016年小幅下降0.5%，2017年移动支付规模达202.9万亿元，较2016年增长28.8%。艾媒咨询分析师认为，近年来网上支付交易规模趋于稳定，移动支付增长速度有所下滑但保持增长，随着中国第三方移动支付产品的完善以及消费者支付观念的转变，移动支付将会进一步普及，短期内移动支付交易规模将保持稳定增长。

## 2011-2017年中国网上支付交易规模统计



■ 网上支付交易规模/万亿元    — 网上支付交易规模增长率

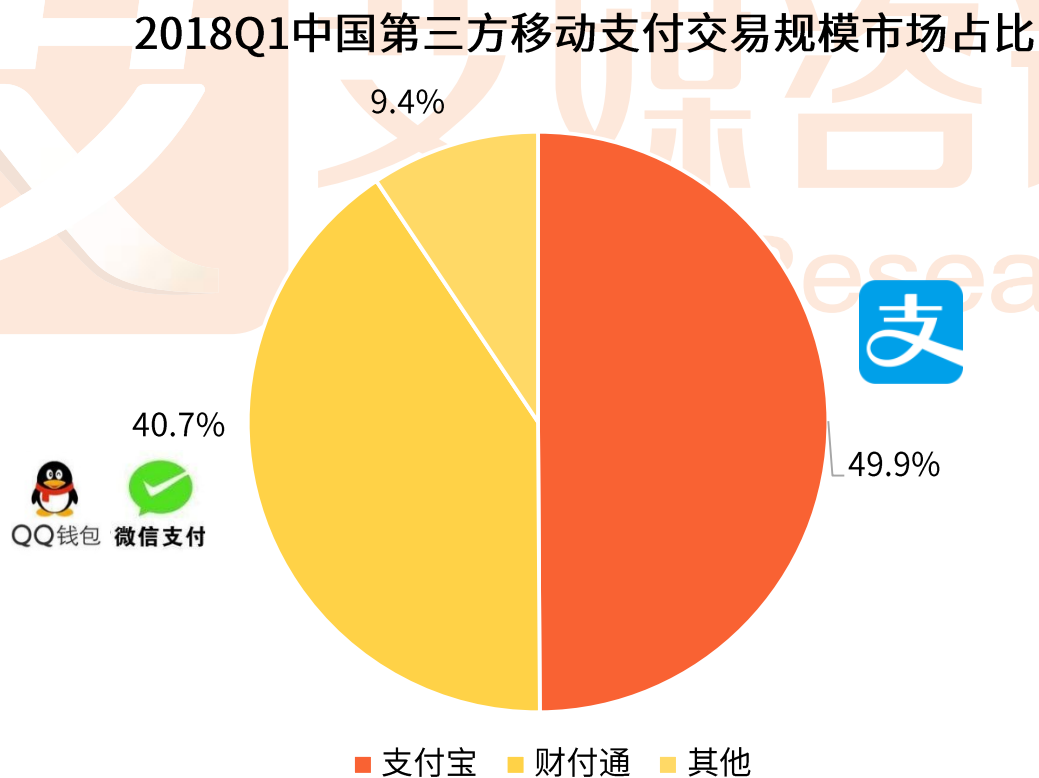
## 2011-2017年中国移动支付交易规模统计



■ 移动支付交易规模/万亿元    — 移动支付交易规模增长率

# 支付宝、财付通双寡头格局形成

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度支付宝与财付通两大巨头占据中国第三方移动支付交易规模市场份额的90.6%，市场集中度高。艾媒咨询分析师认为，中国第三方移动支付市场进入成熟期，支付宝、财付通双寡头市场格局已经形成。虽然财付通发展晚于支付宝，但微信支付凭借其社交属性获得更多用户青睐，整体市场交易规模占比紧跟支付宝。随着国家对互联网金融安全日益重视，银联推出云闪付APP，其制度优势会对财付通和微信支付造成一定冲击。



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 2018Q1第三方移动支付热点

## 年度账单引隐私风波，支付宝出面道歉

2018年1月，支付宝向用户发布其2017年年度账单。在账单首页“我同意《芝麻服务协议》”选项被默认勾选，该行为或会侵犯用户数据隐私。事件一经曝光即引起社会热议，支付宝被指利用年度账单不当收集用户数据。面对舆论风波，支付宝及芝麻信用均发布道歉声明。大数据技术日益成熟，用户的数据信息也越来越重要，应用采集用户信息应该取得用户的充分同意，保证不过度采集，更不能滥用大数据。

## 沃尔玛华西区停用支付宝，线下零售微信支付竞争加剧

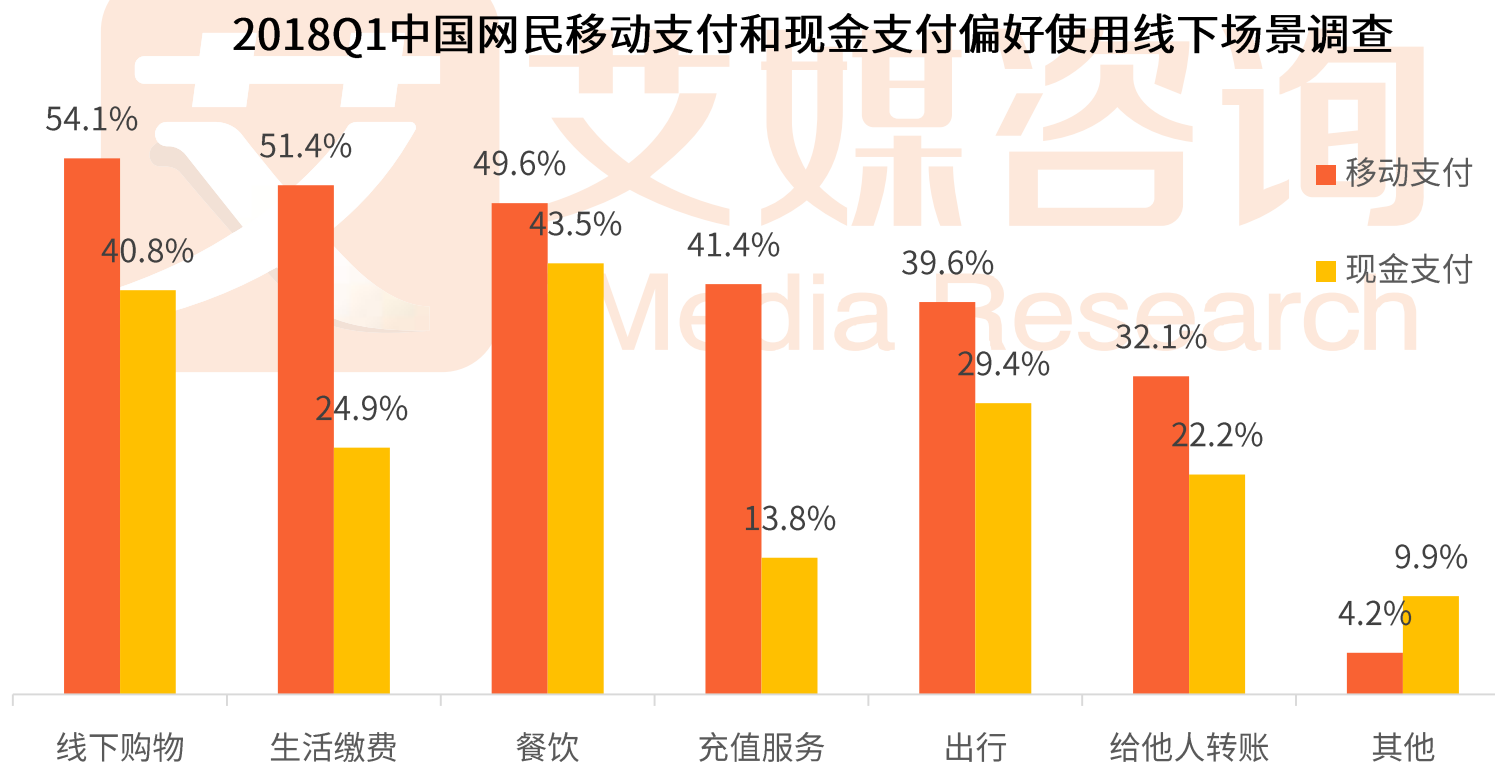
2018年3月15日起，沃尔玛华西区（包括云南、贵州、四川、重庆）的门店停止接受支付宝支付。沃尔玛方面回应称，停用的原因是该地区门店已与微信达成深度合作关系，将推出独家优惠，并进行更多基于大数据分析的精准营销合作。随后，步步高部分门店也停止使用支付宝支付。尽管支付宝和微信支付已在手机第三方移动支付领域占据了绝对优势，但面对中国第三方移动支付正在收窄的发展空间，两大巨头在线下零售领域的竞争将不断加剧。

## 银联发布云闪付APP，破局微信支付宝

2017年12月11日，在央行的指导下，银联联合各家商业银行、支付机构共同发布“云闪付”APP，各商业银行联手进军线下支付，试图打破微信支付宝市场格局。银联推出“云闪付”APP获国家支持，拥有雄厚的政策背景，其以国家队身份涉足移动支付领域，对微信支付与支付宝的地位存在一定冲击。

# 移动支付各线下场景普及深化

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，受访网民移动支付偏好的使用线下场景中购物和生活缴费分别以**54.1%**和**51.4%**的比例占据第一和第二位，受访网民在餐饮、充值服务、出行、给他人转账等场景使用第三方移动支付偏好也均高于三成。另一方面，受访网民在餐饮和线下购物场景偏好使用现金支付的占比较高，分别为**43.5%**和**40.8%**。



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

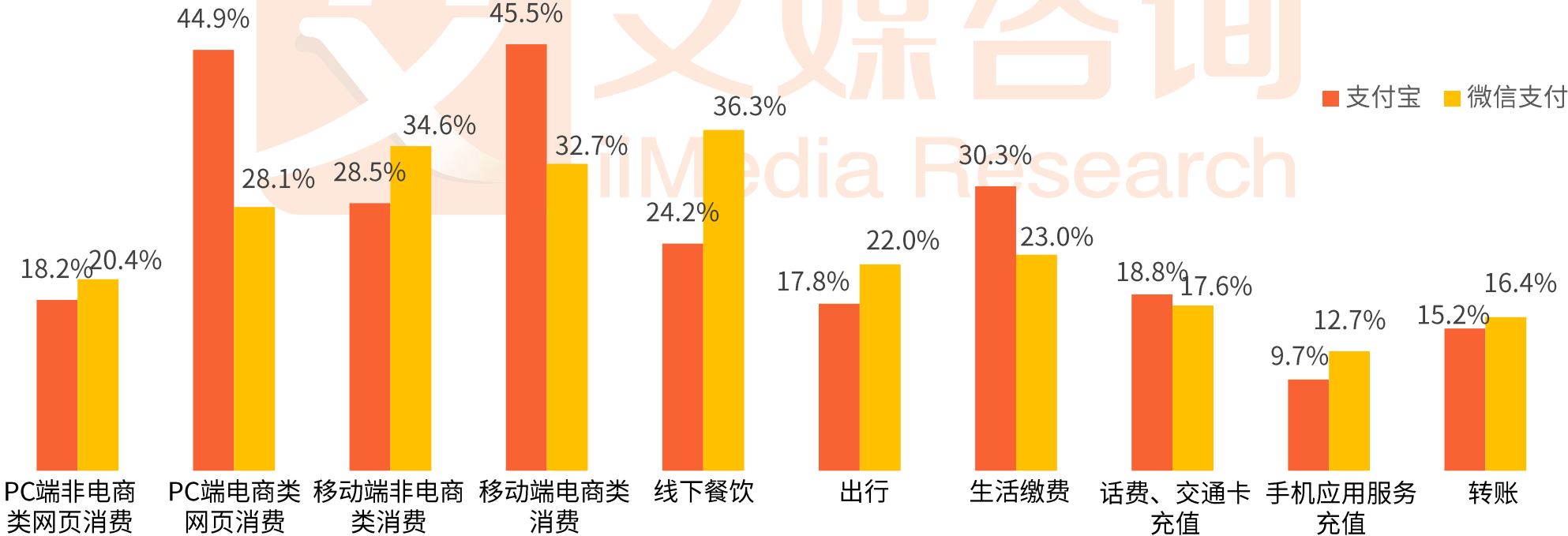
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 非网购类场景网民更偏好使用微信支付

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，44.9%和45.5%的受访网民更愿意在电脑端和移动端电商类消费场景中使用支付宝支付，受访网民偏好使用支付宝支付的场景主要为线上电商消费场景。非电商类线上消费级线下出行场景中网民更偏好使用微信支付，在线下餐饮、出行等生活场景中，网民偏好使用微信支付的比例分别为36.3%和22.0%。艾媒咨询分析师认为，线下生活场景中社交需求高，使用微信支付无须打开多个APP，微信支付凭借其社交性和便利性，在生活场景中更能获得网民支持。

2018Q1中国网民微信支付宝偏好使用场景调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

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

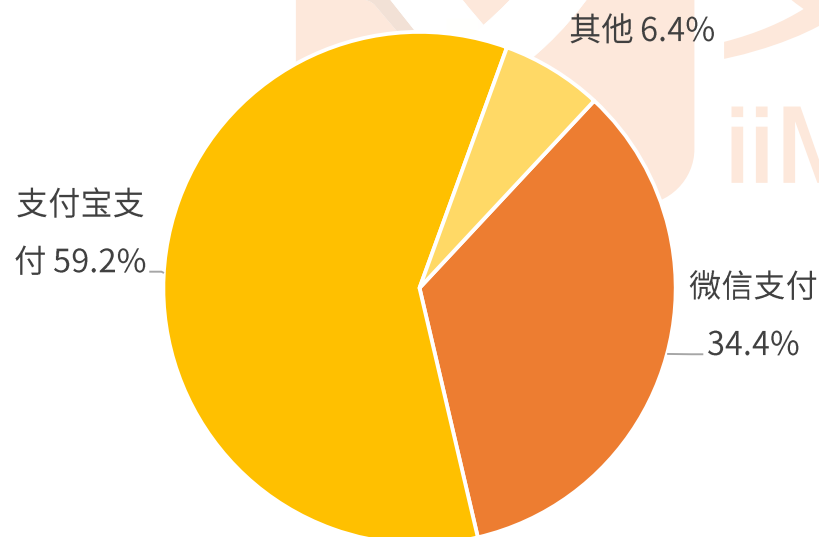
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）



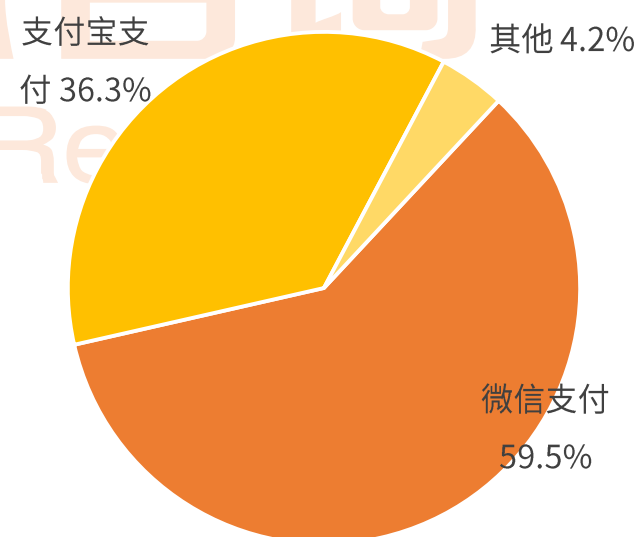
# 线上消费爱支付宝，线下消费爱微信

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，当所有支付方式都可以选择时，线上消费中倾向使用支付宝支付和微信支付的受访网民占比分别是59.6%和34.4%；线下消费中倾向于使用微信支付的受访网民占59.5%。艾媒咨询分析师认为，阿里线上电商优势明显，支付宝更受网民线上消费青睐，但线下消费场景中，微信优势逐渐显现。

2018Q1中国网民线上消费使用第三方移动支付产品倾向度调查



2018Q1中国网民线下消费使用第三方移动支付产品倾向度调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

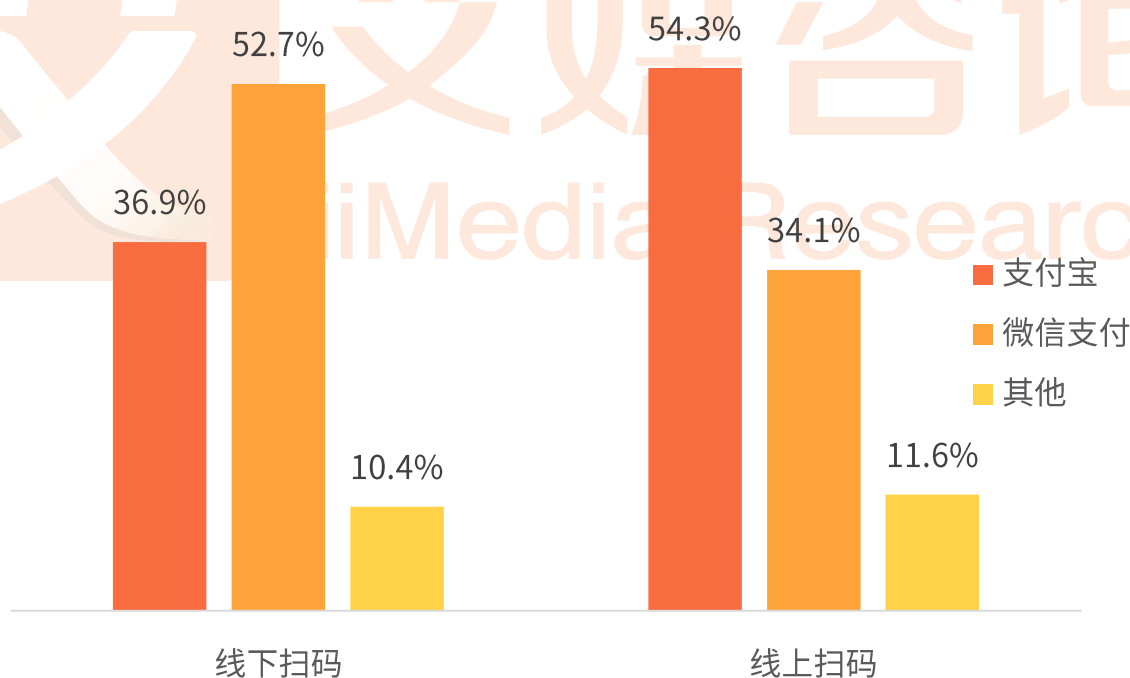
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 线上线下扫码支付网民偏好产品区别明显

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，在线下扫码支付中倾向使用微信支付的受访网民占52.7%，倾向使用支付宝支付的受访网民占36.9%。在线上扫码支付中倾向使用支付宝的受访网民占56.3%，倾向使用微信支付的受访网民占32.1%。艾媒咨询分析师认为，网民线下日常扫码支付时，微信支付内嵌微信更具便捷优势，而线上场景支付宝得益阿里电商优势，偏好使用用户更多。

## 2018Q1中国网民扫码支付第三方移动支付产品使用偏好调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

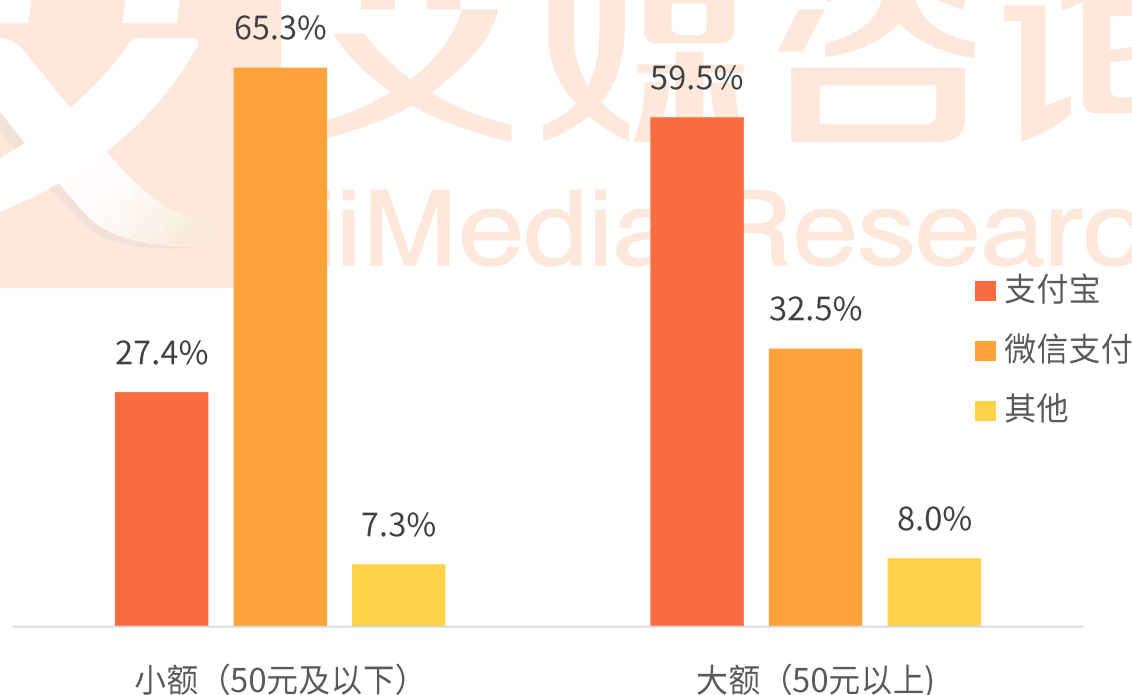
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 小额支付中微信支付更占优势

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，小额支付中倾向使用支付宝的受访网民占27.4%，倾向使用微信支付的受访网民占65.3%。在大额支付中倾向使用支付宝的受访网民占59.5%，倾向使用微信支付的受访网民占32.5%。艾媒咨询分析师认为，由于使用惯性网民在支付时更多选择支付宝。但微信支付凭借自身社交性和便利性在小额支付中更占优势，随着消费观念的转变，在大额支付和扫码支付场合微信的地位或将进一步提升。

2018Q1中国网民不同金额下第三方移动支付产品使用偏好调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

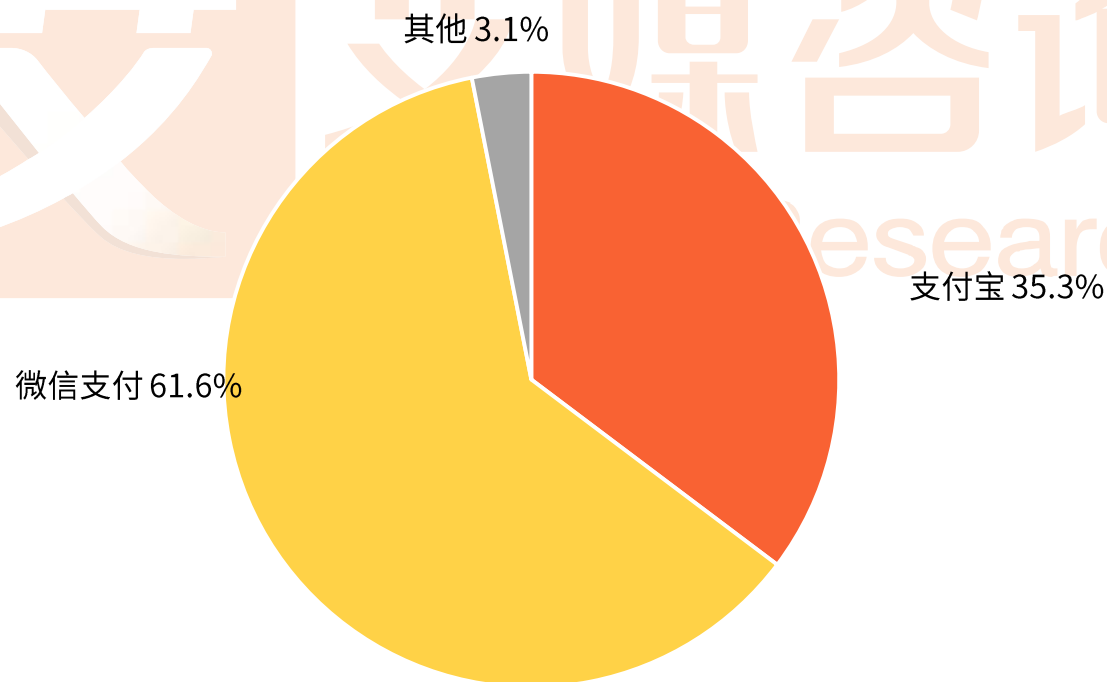
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 线上非电商类小额支付中微信支付更占优势

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，线上非电商类小额支付中倾向使用支付宝的受访网民占35.3%，倾向使用微信支付的受访网民占61.6%。艾媒咨询分析师认为，微信扫一扫功能已经成为用户进行二维码扫描时的优先选择，结合微信支付自身在小额支付方面的便利性，微信支付在线上非电商类小额支付中占据更多优势。

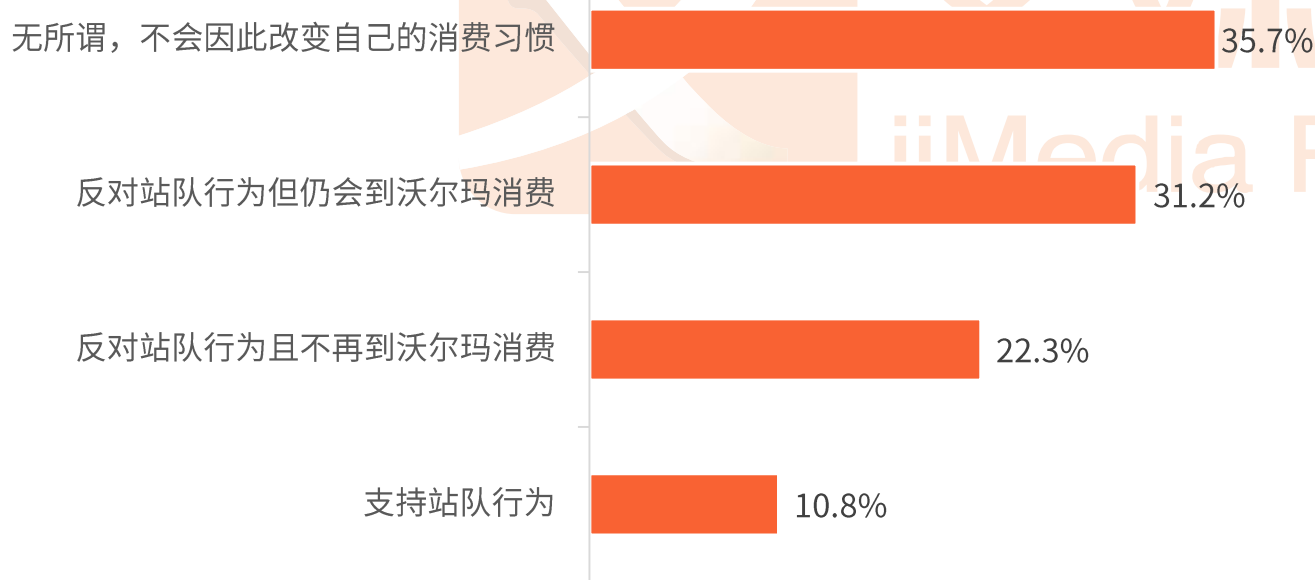
2018Q1中国网民线上非电商类小额支付第三方移动支付产品使用偏好调查



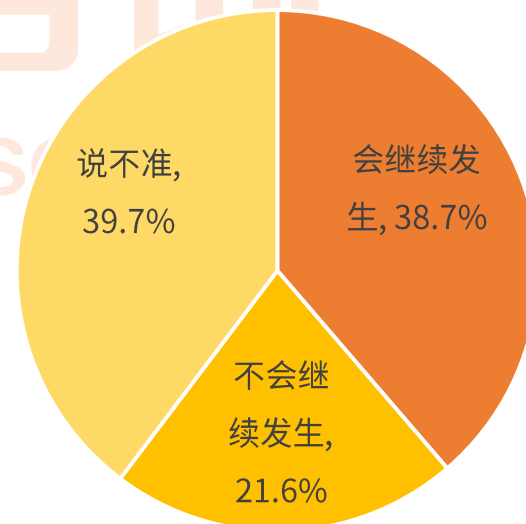
# 商家站队支付产品难获网民支持

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，针对沃尔玛华西区停用支付宝站队微信支付事件，仅10.8%的受访网民支持该站队行为，有53.5%的受访网民反对该站队行为，其中有22.3%的受访网民会因此不再到沃尔玛消费。另一方面，38.7%的受访网民认为日后商家站队支付产品的事件会持续发生。艾媒咨询分析师认为，从沃尔玛站队微信支付网民态度调查情况来看，商家选择支付方式站队的行为难以获得网民支持，容易造成客户流失。第三方移动支付产品的站队竞争或会影响商家和用户的利益。

2018Q1中国网民关于沃尔玛华西区停用支付宝事件态度调查



2018Q1中国网民关于商家站队第三方支付产品事件持续可能性调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

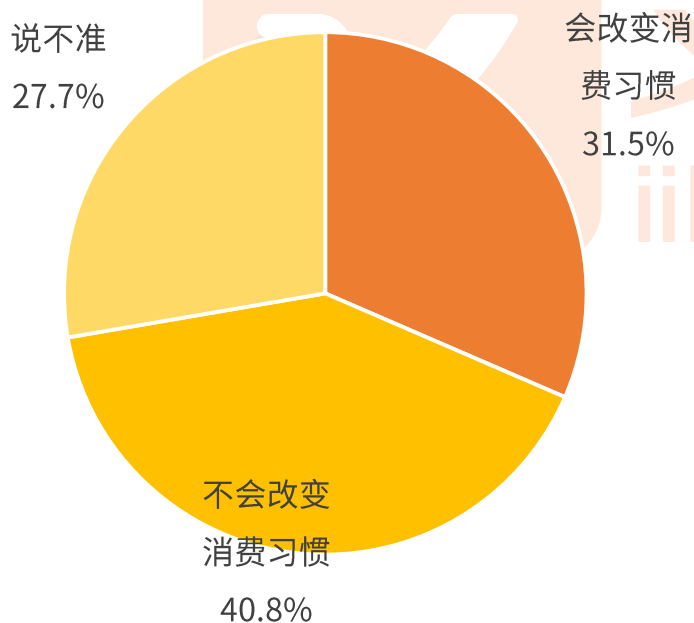
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

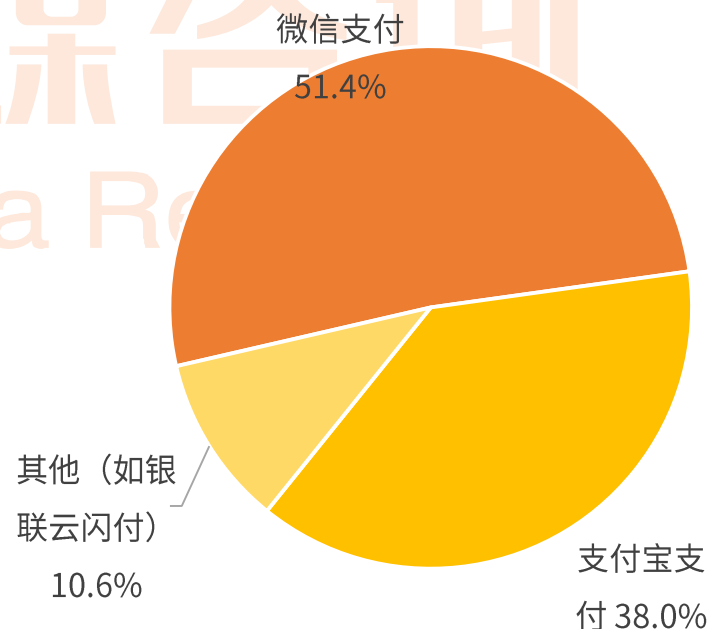
# 商家站队行为对网民消费习惯造成影响

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，有**31.5%**的受访网民会因为商家站队行为改变自身消费习惯，**40.8%**的受访网民不会改变。在商家站队支付产品趋势下，希望商家站队微信支付和支付宝的受访网民分别占**51.4%**和**38.0%**。艾媒咨询分析师认为，较多受访网民会因为商家的站队行为改变消费习惯，是否选择站队、站队何种支付产品将成为商家的重要考量。

2018Q1中国网民关于未来根据商家站队行为  
改变线下消费习惯可能性调查



2018Q1中国网民关于商家站队第三方移动支付产品类别支持度调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

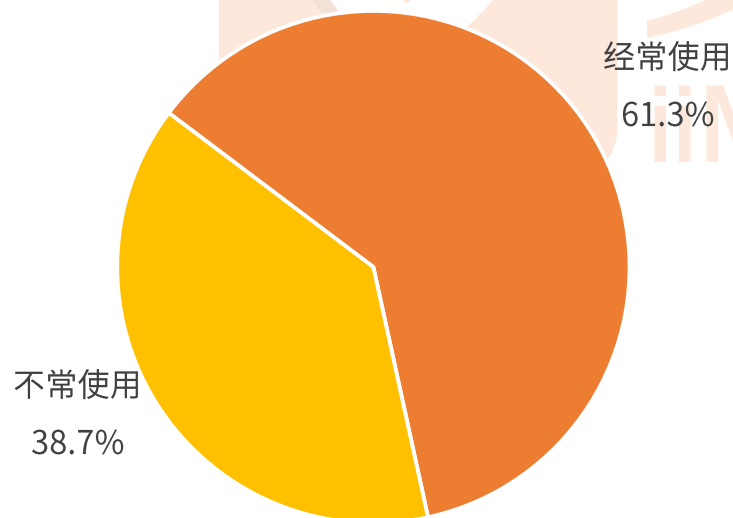
艾媒报告商城用户176\*\*\*\*1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

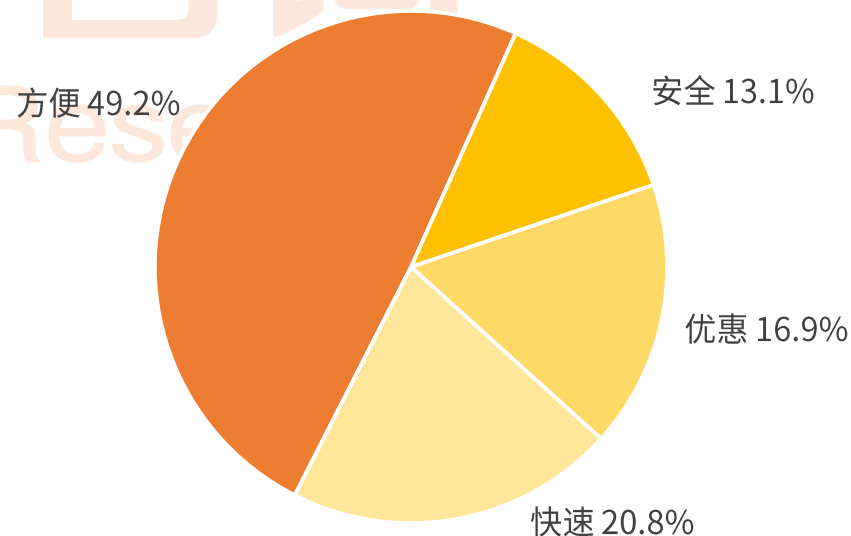
# 中国网民常用移动支付，主要原因是方便

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年第一季度，经常使用第三方移动支付的中国受访网民占比高达**61.3%**，不常使用移动支付的受访网民仅占**38.7%**。其中，方便是中国网民选择第三方移动支付的主要原因，占比达**49.2%**。艾媒咨询分析师认为，第三方移动支付凭借方便、快速等优势迅速扩大普及情况，改变网民日常消费支付习惯。

2018Q1中国第三方移动支付经常使用情况调查



2018Q1中国网民选择使用第三方移动支付主要原因调查



样本来源：草莓派调研社区

样本量：N=2218；调研日期：2018年4月

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

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 2018第三方移动支付趋势预测

## 两大巨头竞争激烈，支付方式二选一趋势加剧

线下支付场景丰富，第三方支付机构可以通过继续挖掘支付场景实行自身差异化发展。同时，为抢占市场优势，第三方支付机构与线下零售商户发展排他的合作关系的情况也将继续发展，线下场景第三方支付机构之间竞争剧烈。艾媒咨询分析师认为，商家选择单一的支付方式属于商家正常的商业抉择，为了自身的利益商家选择站队无法避免，该行为符合行业规则。随着微信支付与支付宝两大巨头的竞争加剧，除非受到国家相关政策限制，日后商家在支付方式方面进行二选一限制的趋势将会进一步加剧。

## 第三方移动支付普及率持续上升，微信支付占市场先机

艾媒咨询分析师认为，随着中国消费者消费习惯的发展，第三方移动支付已经成为居民参与经济活动的基础入口与工具之一，得益于第三方移动支付便利性的特点，在整体上中国第三方移动支付的用户普及率将会持续上升。在市场格局方面，微信支付和支付宝的竞争将进一步加剧，但微信支付基于微信产生并发展，具有突出的社交优势，更加贴近用户生活，且用户使用微信支付无需单独打开多个APP。凭借自身社交优势和便利性，微信支付在未来市场份额和用户偏好竞争中将取得先机。



# 2018第三方移动支付趋势预测

## 银联布局移动支付，挑战第三方移动支付市场格局

中国银联联合各商业银行推出云闪付APP，试图打破中国第三方移动支付现有的市场格局。在央行对第三方移动支付的规范和监管中，银联具有最合规的身份。此外，相比起支付宝以及微信，银联连接的各商业银行拥有高净值用户、优质的金融数据。艾媒咨询分析师认为，银联云闪付在自身运作机制和产品上居然不可避免的局限性，从自由市场竞争的角度来看银联云闪付难以突破微信支付和支付宝双寡头市场格局。但由于银联具有强势的制度背景支撑，是否能获得国家政策支持会成为银联云闪付能否成功挑战中国第三方移动支付市场格局的重要因素。

## NFC近场支付受多方挤压，激烈竞争中或被淘汰

2015年，银联与苹果达成合作推出NFC近场支付应用Apple Pay，将实体银行卡转变成虚拟卡存放。随后银联与多个手机品牌如华为、小米、三星等均推出了适用于各手机品牌的NFC近场支付应用。然而，NFC支付在整个移动支付市场中份额较少，自推出以来热度降温，近年来发展势头缓慢。艾媒咨询分析师认为，NFC支付产品产业链长、对设备要求高的特点限制了客群和使用场景，在当下第三方移动支付市场激烈竞争中难以形成竞争力，受到支付宝、微信支付等多方挤压，原本微小的市场份额易被进一步侵蚀，以NFC技术为支持的Apple Pay、华为Pay等产品在未来竞争中或渐被淘汰。

### 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。

### RankingsiiMedia(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。

## 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计算模型估算获得。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。



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址：<http://report.iimedia.cn>

邮箱：[xxx@iimedia.cn](mailto:xxx@iimedia.cn)

商城会员及平台充值享受更多优惠！详情请联系客服↑

<http://report.iimedia.cn> 一键定制 

# 因为专注，所以专业！

*Since 2017, we focus on New Economy !*



全球领先的新经济行业大数据挖掘与分析机构

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

