

中国第三方支付行业研究报告

2018年





行业宏观概况

大规模增长时代告一段落，市场进入有序发展阶段

随着人们线上支付、线下扫码支付习惯的养成，第三方支付渗透率已足够高。2017年起第三方支付规模成倍增长的时代结束，市场逐步进入有序发展阶段。在此阶段，移动支付成为规模占比（55.0%）最高的业务。

监管趋严，新挑战来临

2017年底，“断直连”及备付金交存相关政策正式出台。在政策要求下，第三方支付机构统一以网联银联/网联模式运行，备付金利息收入及金融投资收入消失，对现有收入可能会有3-30%的负面影响；支付机构通道成本升高，原有通道营收模式难以继续。接下来，建立自有客户基础、发力垂直领域市场、拓展收入来源成为重中之重。



细分领域情况

银行卡收单市场：以线下收单为主，线下消费增长、信用卡市场发展、线上金融发展是主要推动因素

目前，第三方支付机构银行卡收单规模超70万亿元，线下收单占比约80%。未来，线下消费规模增长、扫码支付渗透率提高、信用卡市场及线上金融业务发展会推动支付机构银行卡收单业务发展。

线下支付市场：以扫码支付为主，支付机构已探索出多种增值服务营收方式

线下支付有扫码支付和NFC支付两种方式，从规模上来看仍以扫码支付为主。其中，扫码支付规模主要由餐饮、商超领域的扫码支付贡献。目前，面向C端提供线下支付服务的第三方支付机构已探索出多项增值服务营收方式。

跨境支付市场：2013年监管层正式放开放支付机构进入，市场潜力巨大

2013年监管层正式对支付机构跨境支付业务实行牌照监管，正式放开放支付机构进入市场。未来，跨境电商交易规模增长、出境游花费增加、非现金支付渗透率提高将会推动市场发展。



趋势&建议

趋势：产业链重构；“价格战”继续，业务层基本服务价格走低

第一，随着“断直连”政策明确，国内第三方支付机构上游关系将非常明确——统一通过银联/网联连接各发卡行及支付宝、财付通；下游在商户拓展上也会更加清晰——直接连接商户或发展商户拓展服务商。第二，支付机构在发展增值服务初期或将会在基础支付服务上让利，从而持续一段时间的“价格战”。

企业经营建议：建立产业链优势及业务优势，发展增值服务

接下来，企业可通过外延式并购建立商户基础、确保市场份额，同时要注意设置商户转移壁垒，建立产业链优势。另外，企业应根据自身发展特点及优势选择不同的发力点，建立业务优势。对于所有支付机构来说，可从大数据、金融、技术解决方案三方面开发增值服务，拓展盈利点，提升商户留存效果。

第三方支付行业宏观现状

1

第三方支付行业主要细分领域情况盘点

2

第三方支付行业优秀企业案例分析

3

行业未来趋势分析&企业经营建议

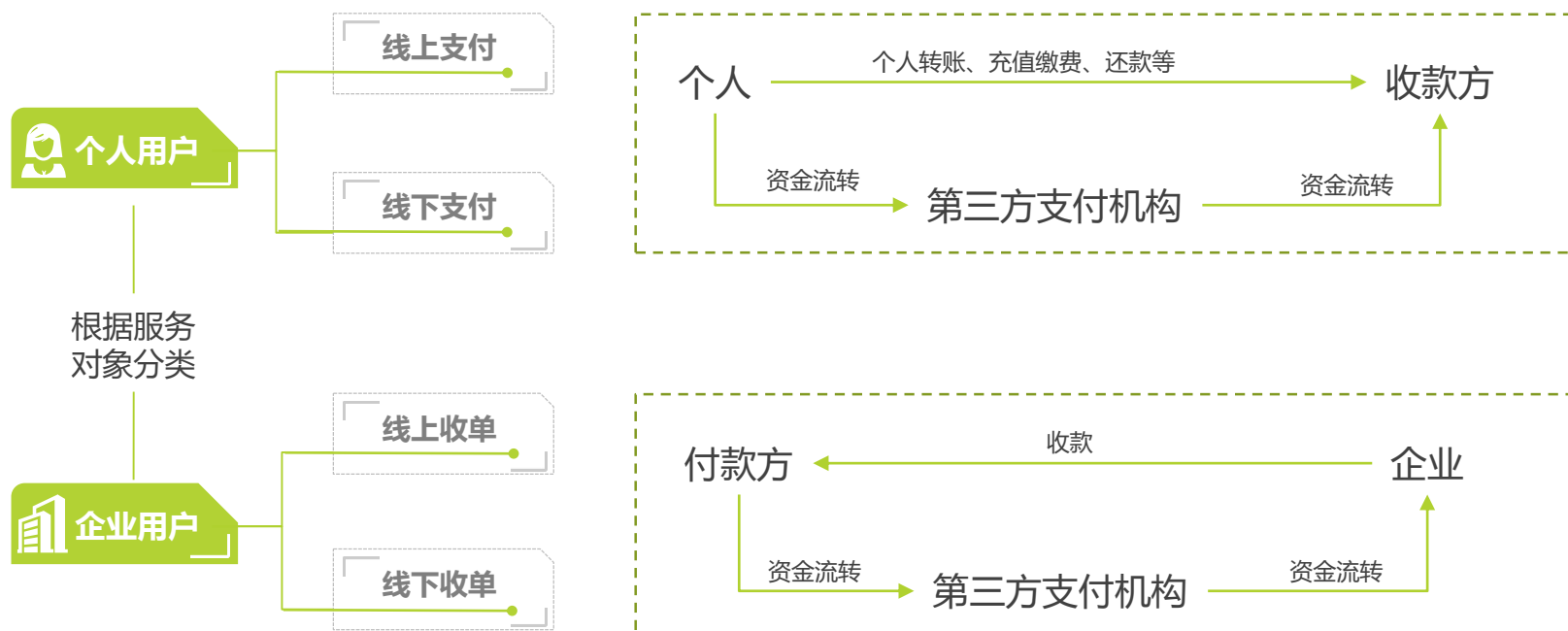
4

定义及分类

第三方支付

第三方支付指的是独立于商户和银行并且具有一定实力和信誉保障的独立机构，为商户和消费者提供交易支付平台的网络支付模式。按照第三方支付机构的服务对象，我们可以将第三方支付机构分为面向企业用户服务（收单业务）及面向个人用户提供服务（支付业务）两类。

第三方支付分类及业务流程示意图

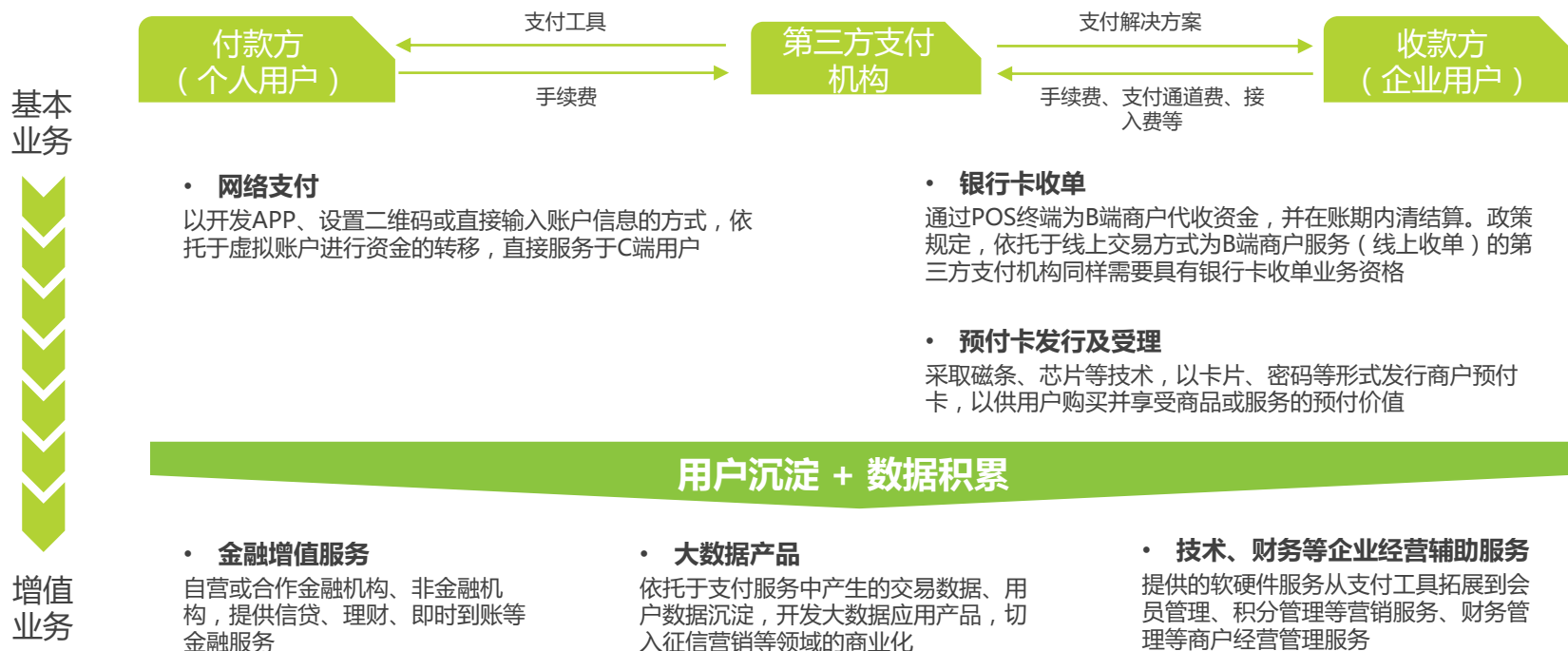


第三方支付机构业务模式

第三方支付机构从基本业务逐渐探索出各种增值业务

第三方支付机构作为收款方及付款方之间的支付桥梁，主要通过搭建支付平台，为收付款双方提供资金划转、资金清结算以及技术、安全保障服务。根据中国人民银行颁布的《非金融机构支付服务管理办法》，第三方支付业务包括网络支付、银行卡收单、预付卡发行及受理以及其他。前三者是第三方支付机构的基本业务，在该业务中第三方支付机构以向收付款双方收取手续费盈利。随着第三方支付机构服务丰富度的增加，第三方支付机构逐渐探索出其他业务模式，如利用数据资源开发大数据产品，提供精准营销等增值服务，以实现多样、灵活的盈利模式。

第三方支付机构业务类型



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

第三方支付产业链

2018年中国第三方支付市场产业链



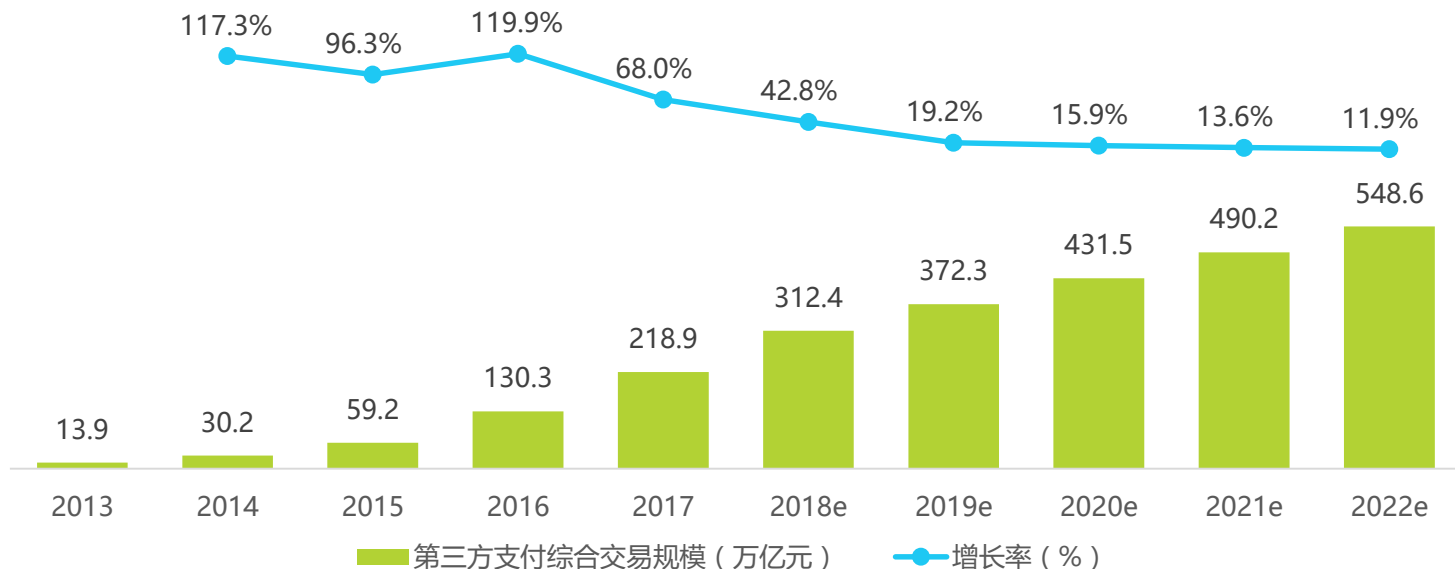
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

第三方支付市场规模

大规模增长时代告一段落，市场进入有序发展阶段

2013年以前，网络购物的快速发展逐渐培养了人们线上支付的习惯，第三方网络支付市场兴起。2013年开始，第三方支付机构上线金融、航旅等领域的在线支付功能，网络支付交易规模大幅提升，2013-2016年间第三方综合支付交易规模复合增长率达到110.9%。在这一阶段，面向C端用户的第三方支付机构品牌渗透率占绝对优势地位，并顺势推出信用消费产品；其他支付机构大多针对行业内大客户提供支付解决方案，并建立个人账户体系发展自有的“电子钱包”。到2017年止，网络支付已经渗入了生活中的各个环节，民生领域线上支付环节也逐步打通。现阶段，随着监管趋严，市场将进入有序发展阶段，第三方支付市场交易规模的增长速度也将初步稳定下来。

2013-2022年中国第三方支付综合支付交易规模



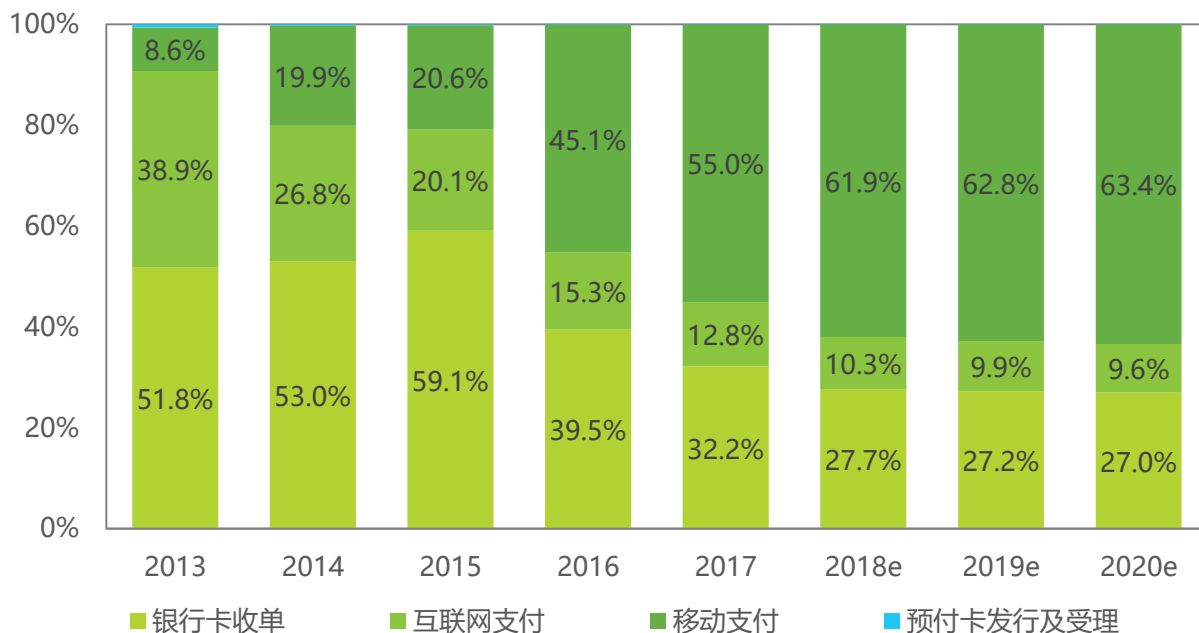
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

第三方支付市场规模结构

移动支付规模占比超一半，银行卡收单规模减小

以往在非现金支付中，线下POS机刷卡是人们常用的支付手段，银行卡收单的规模占比较高（2015年前均超过50%）。随着电商、O2O等领域发展，互联网支付形成规模，至2013年，其市场规模占比将近40%。2013年开始，智能手机以及4G网络的快速普及大大推动了移动支付市场的发展，一方面，部分互联网端的支付规模转移至移动端，另一方面，人们在线下扫码支付、NFC支付的习惯养成推动了移动支付规模大幅增长。到2017年，银行卡收单业务规模占比为32%，网络支付总规模占比68%，其中移动支付的部分超过80%。

2013-2020年中国第三方支付交易规模业务结构



注释：该数据统计维度中，互联网支付指PC端网络支付，移动支付包含所有使用移动终端支付的部分。
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

监管趋严，新挑战来临

2017年“断直连”及备付金交存相关政策正式出台

2013年，监管层建立了支付机构客户备付金存管的基本框架，第三方网络支付平台进入高速发展阶段。随着银行卡套现、洗钱等风险提高，2015年底开始，监管层开始对备付金存管活动及支付机构业务连接系统出具规范意见，宣布将逐步取消备付金账户计付利息，且非银支付机构不得连接多家银行系统。该要点在2017年1月、8月明确。至此，备付金存管及跨行清算活动的监管规则成形，要点有：支付机构将客户备付金全额交存至指定机构专用存款账户，不计付利息；支付机构受理的涉及银行账户的网络支付业务全部通过网联平台处理。

2013-2018年第三方支付行业“断直连”及备付金相关政策梳理



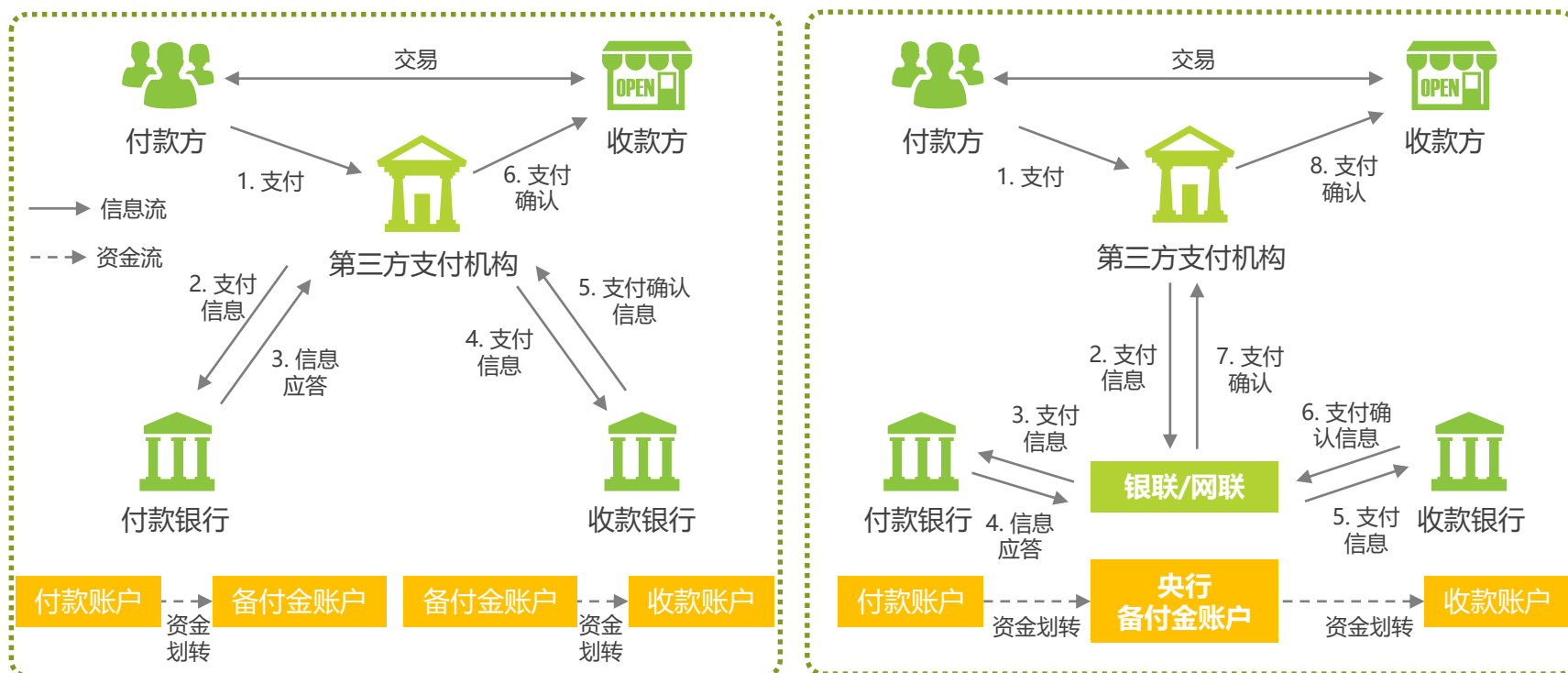
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

监管趋严，新挑战来临

第三方支付业务信息流、资金流改变，统一“断直连”

原有业务模式下，第三方支付机构备付金账户设在银行，支付机构可以直连银行处理交易信息，并进行资金划转；部分中小型支付机构由于无银行支付渠道，通过银联、头部收单机构等机构处理交易，直连、间联模式并存。政策实施后，支付机构备付金账户设在央行下，全部交易信息通过银联或网联平台处理，均以间联模式运营。

第三方支付业务原直连模式（左）及现间联模式（右）变化示意



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

监管趋严，新挑战来临

备付金将逐步全额交存，第三方支付机构收入受损

收付款双方通过第三方支付机构进行交易的过程中，由于资金在账户流转中产生一定的时间差，故平台会产生资金沉淀，这部分支付机构预收的代付货币资金即是客户备付金。在原有备付金政策下，备付金账户设在银行，由银行计付利息，支付机构得到的利息收入成为其主要收入来源之一；且由于备付金金额较大，支付机构往往能获得银行的支付通道优惠，变相降低自身的通道成本。为防止支付机构挪用备付金，保证备付金的安全，监管要求备付金100%集中交存至指定机构，且不计付利息，直接使得支付机构的备付金利息收入消失，并失去与银行间的议价能力。

备付金政策环境改变对第三方支付机构产生三方面的影响

原备付金规范

支付机构按季从所有备付金银行账户利息所得中转结不低于10%的资金，存放于银行风险准备金专用存款账户，计提风险准备金后的备付金银行账户利息则都可以划转到第三方支付机构的自有资金账户

市场结果

获得稳定收入

支付机构最高可获得备付金利息的90%作为稳定收入，该部分收入成为支付机构的主要收入来源之一

获得议价能力

支付机构凭借大额资金存款获得与银行之间的议价能力，可获得通道优惠，尤其是一些大型支付机构凭借市场份额可拿到更低廉的服务费

获得其他隐性收入

部分支付机构利用资金沉淀进行金融性投资获得收入，产生违规风险

现备付金规范

- 要点一：备付金交存至指定机构存款账户
- 要点二：备付金交存比例提高，最终实现100%
- 要点三：备付金账户不计付利息

最终影响

- 备付金利息收入将消失，“吃利差”的盈利模式不复存在
- 接受互联网清算平台规定的手续费，失去通道成本议价能力
- 不能再利用备付金做金融投资，该项收入消失

监管趋严，新挑战来临

备付金利息收入消失将对支付机构收入产生3-30%负面影响

据艾瑞估算，2017年备付金利息收入分别占到头部收单机构、中小型支付机构总收入的3-7%、30%，备付金新政策下该部分收入将伴随2019年1月14日备付金100%集中交存至央行而消失；另外，中小型支付机构有20%左右的收入来源于利用客户备付金的沉淀所进行的金融性投资，该部分收入也将消失。对于支付宝及财付通来说，超6000亿元的备付金将全额交存，无法产生利息收入。

备付金政策环境改变对第三方支付机构收入产生的负面影响

头部收单机构

备付金政策变化对收入产生3-7%负面影响

- ✓ 对头部的收单机构来说，备付金利息收入大概占到总收入的3-7%，支付服务的手续费收入占到90%左右，其余为增值服务收入；部分增值业务发展良好的机构支付服务手续费收入占比约65%，增值服务贡献30%；
- ✓ 由于支付通道费用、代理商佣金等成本较高，第三方支付机构的支付服务利润较薄；而备付金利息为纯利润。核算该部分利润，通常占支付机构净利润的25%左右，最高可占到40%以上。

中小型支付机构

备付金政策变化对收入产生50%以上负面影响

- ✓ 部分中小型支付经营手段单一，对客户备付金依赖较重，备付金利息收入大概占到总收入的30%以上，支付服务的手续费及增值服务收入共占50%左右，故备付金利息收入消失将对收入产生30%的负面影响；
- ✓ 利用备付金做金融投资产生的收益也是中小型支付机构主要的收入来源之一，该部分收入占到总收入的20%左右，故备付金新政策变化总体可对中小型支付机构的收入产生50%以上的负面影响。

支付宝&财付通

超6000亿元的备付金将会全额交存

- ✓ 央行2017年年报显示，年末非金融机构存款994.9亿元，按照12%交存比例估算，当年第三方支付机构备付金规模约8300亿元，其中支付宝、财付通备付金规模约5800亿元。艾瑞估算，截止到2019年1月，支付宝、微信保守来看将有超过6000亿元规模的备付金全额交存，无法产生利息收入。

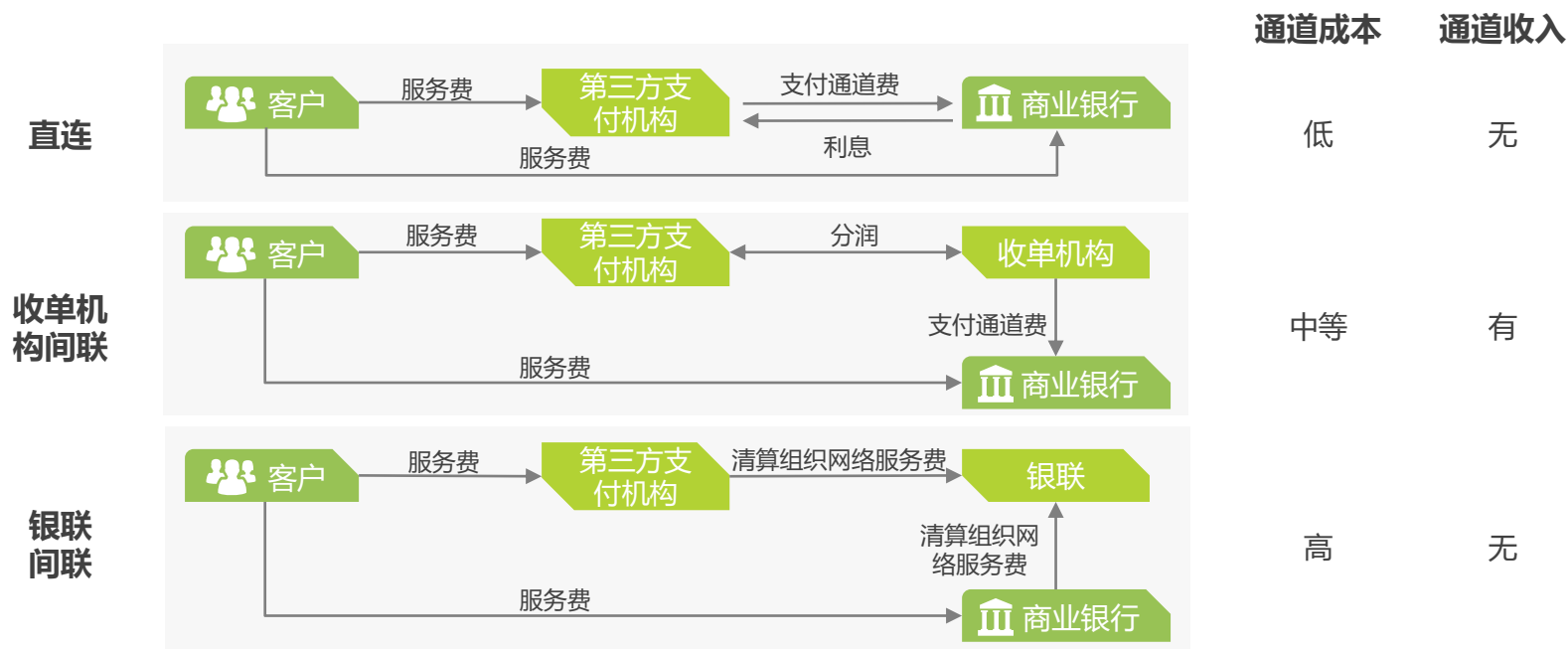
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

监管趋严，新挑战来临

“断直连”后，通道成本升高，原有通道营收模式难以继续

政策实施前，部分无银行直连通道的支付机构间联银联的通道成本成本较高，故往往间联大型收单机构。该模式下，中小型支付机构通道成本降低，且大型收单机构可以获得通道收入。“断直连”政策实施后，所有支付机构间联银联或网联，大型收单机构的通道收入消失，必须间联银联的支付机构通道成本升高（网联暂无收费）。但由于通道收入在大型收单机构整体收入中占比较低，且专门以通道收入作为盈利模式的支付机构不多，故“断直连”政策主要对支付机构的成本端产生影响，即增加了支付机构通道成本。

直连、间联模式的具体流程、通道成本及通道收入对比



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

监管趋严，新挑战来临

“断直连”使支付机构通道建设能力持平，其他能力优势凸显

新的政策环境下，不同规模支付机构通道端建设能力基本上达到统一，利润空间的整体缩小或将重塑市场格局：支付宝、财付通凭借其强大的客户基础和自有资金维持竞争优势，在零售领域的业务拓展能力较强，竞争优势明显；头部收单机构部分客户资源通过代理商获得，利润变薄可催促其拓展直销模式下的客户，故具有良好客户拓展能力、合作资源的支付机构具有竞争优势；中小型支付机构客户、资金基础较差，可能回寻求其他拓展基础服务市场份额的路径。

第三方支付机构规模由小到大

中小型支付机构

头部收单机构

支付宝/财付通

- 支付业务流程大致分为两种，一为“收单机构→银联/网联→发卡行”，一为“收单机构→银联/网联→支付宝/财付通→发卡行”；所有支付机构均可通过银联/网联处理以银行卡、支付宝、微信支付的业务；
- 支付机构无论规模大小，均通过与银联/网联洽谈决定支付通道费率，一定程度上通道成本统一；
- 中小型支付机构对接银行支付通道的压力不再，大型支付机构通道资源优势不再；
- 原有模式下多头接入产生的技术成本降低，资源浪费减少，接入成本固化。

通道接入模式统一

通道成本持平

支付通道资源持平

运营成本降低

第三方支付机构通道端建设能力持平

良好的客户基础及财务资源有利于构建竞争优势

- 客户基础薄弱，利润空间缩小对其影响最大
- 部分客户资源握在代理商手中，产生的佣金加重其成本压力
- 庞大的客户基础使其维持了原有的绝对竞争优势
- 财务基础较差
- 与银行、互金平台等金融机构维持良好的合作关系
- 自有资金基础强，业务创新、业务拓展空间大

客户基础能力不一

财务资源能力不一

监管趋严，新挑战来临

扩大市场份额、拓展收入来源成为支付机构的主要应对策略

为应对利润变薄的冲击，各类型的第三方支付机构均有不同程度的战略重心转移。中小型支付机构向更加垂直的市场拓展基础业务；头部收单机构加强商户基础的建立以抢占市场份额，或增加商户服务能力以拓展盈利点；支付宝、财付通二者继续拓展零售端的市场，并继续进行金融产品创新。

政策实施后第三方支付机构应对策略盘点

抢占市场份额

- 向更加垂直、碎片化的市场渗透，如三、四线城市第三方支付市场。该领域已经过前期的市场培养，增长较快；
- 向特定垂直领域渗透，如物流、医美、教育等；
- 以重组并购形式转变竞争方式。
- 代理模式佣金成本较重，故大力发展直销模式下的客户，建立客户基础；
- 以重组并购形式拓展商户资源，横向收购相关产业，纵向收购产业链上相关企业；
- 发展重要领域，如互联网金融领域；
- 发展跨境支付领域。
- 发力线下零售市场，收购中大型零售商户；
- 发展跨境支付领域。



中小型支付机构



头部收单机构



支付宝&财付通

拓展收入来源

增强前端（商户）服务能力

从原来产品只具备收款功能，到为前端商户提供多种行业解决方案。



- 增加研发投入；
- 增加技术采购成本；
- 战略规划中突出大数据产品等。

金融创新

发展类金融产品等毛利率较高的产品。



- 继续发展“D+0”收款服务；
- 发展电子钱包业务。

第三方支付行业宏观现状

1

第三方支付行业主要细分领域情况盘点

2

- **银行卡收单**
- 线下支付
- 跨境支付

第三方支付行业优秀企业案例分析

3

行业未来趋势分析&企业经营建议

4

2010年监管放开支付机构进入，目前规模已超70万亿元

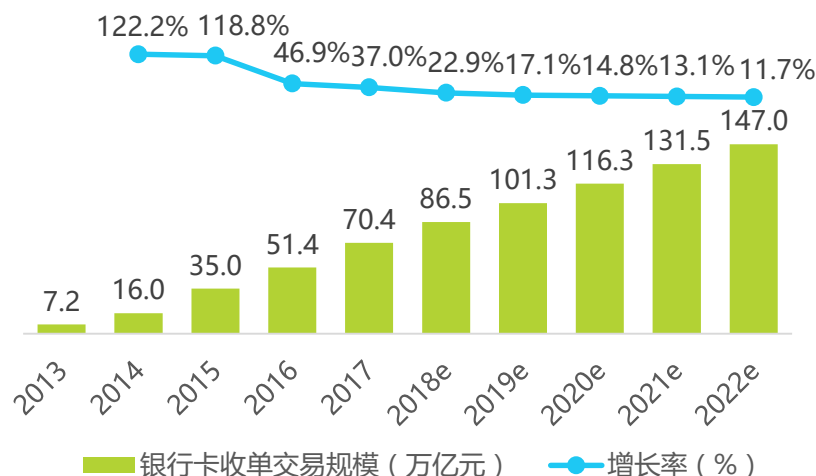
银行卡收单是收单机构与特约商户签订银行卡受理协议，在特约商户按约定受理银行卡并与持卡人达成交易后，为特约商户提供交易资金结算服务，并获得手续费收入的行为。传统模式中该业务一般在线下完成。由于网络支付的兴起，银行卡收单的内涵已从线下扩展到线上基于无卡形式的收单，第三方支付机构在银行卡收单市场中的地位进一步提升。2010年，监管层正式对第三方支付机构开放收单业务，并实行牌照监管（银行卡收单业务许可或网络支付业务许可），改善了行业混乱局面。至此，第三方支付机构成为银行卡收单市场中的主要参与者。

监管层放开后，第三方支付机构银行卡收单交易规模迅速增长，2013-2015年间增长率均超过100%。2016年，面向C端用户的支付工具发展冲击了银行卡收单业务规模，发展速度有所减缓。2017年，银行卡收单交易规模达到70.4万亿元。

线下收单及线上收单支付方式及收单主体

	线下收单	线上收单
支付接口	支付终端（主要是POS机）	通过互联网、移动互联网，输入银行卡相关信息
支付载体	银行开放的POS接口	网银接口或快捷支付接口
收单主体	商业银行、银联商务、第三方支付机构	银联电子、第三方支付机构

2013-2022年第三方支付机构银行卡收单交易规模



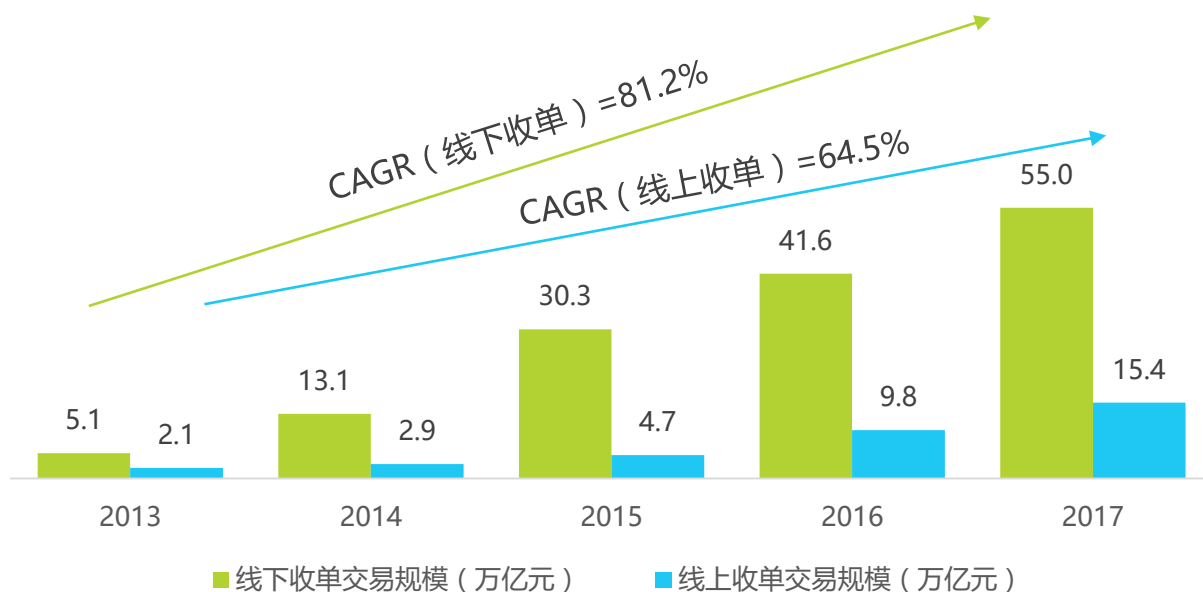
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

线下收单较线上收单占比高、增速快

第三方支付机构银行卡收单市场中仍以线下收单业务为主，其交易规模大致占到80%左右。从下图中可以看到，线下收单的交易规模从2013年的5.1万亿元增长到了2017年的55.0万亿元，年均复合增长率达到81.2%，增长速度较快。企业端的线上收单业务由于谈判成本高，商户渗透率较低，仍有较大的市场容量。

2013-2017年中国第三方支付机构线下及线上收单交易规模



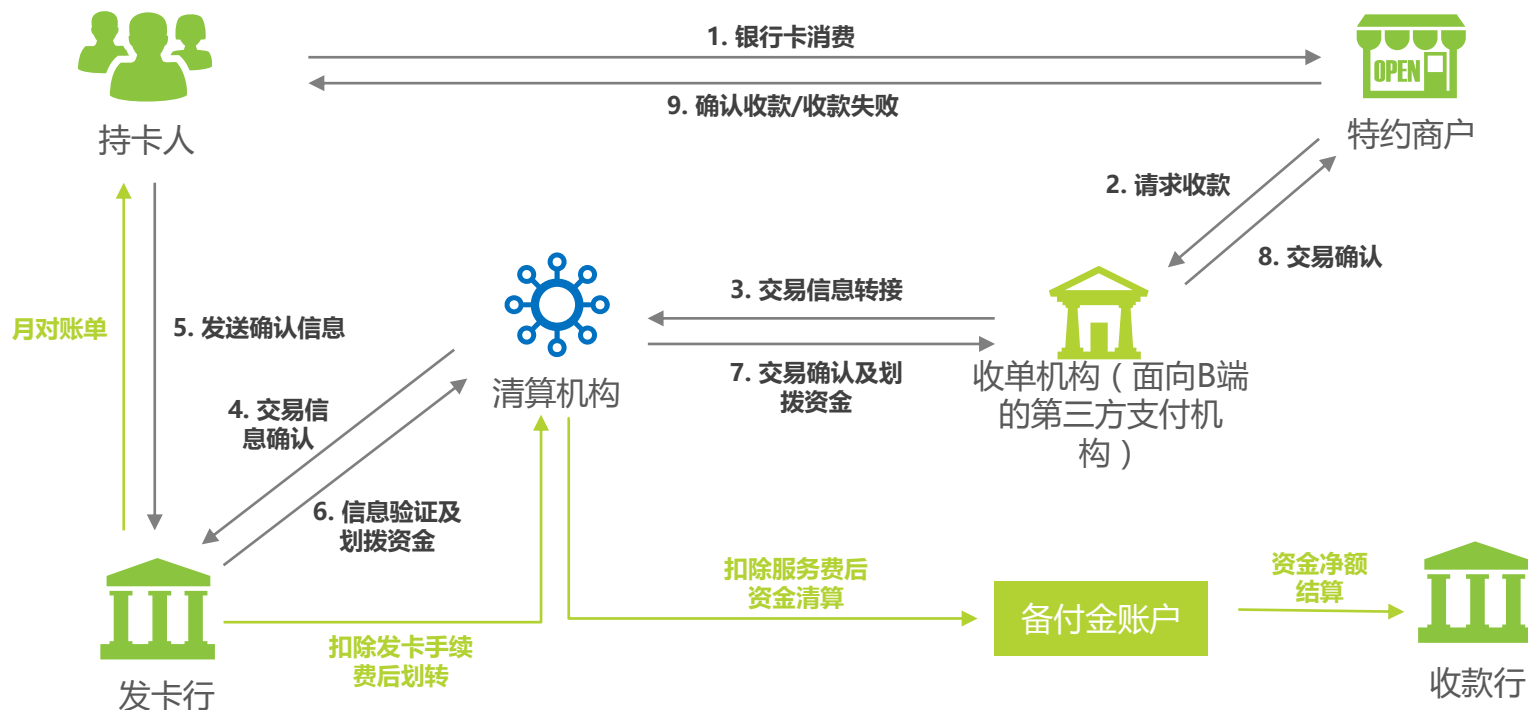
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

基本盈利模式

商家手续费为收单业务主要收入来源

进行收单业务的第三方支付机构大多主要面向B端提供代收服务收取手续费，费率按照市场价格自行协商、调整。而主要服务于C端用户的第三方支付机构（如支付宝、财付通）一定程度上承担了发卡行的角色，可由清算机构整合其支付接口，对接给收单机构。该类机构并不直接为商户收单，但在交易中也分得一部分手续费。除手续费外，收单机构在向特约商户提供收款服务中还涉及到收款机具、SaaS的销售，并按照具体情况收取费用。

第三方支付机构通过为特约商户提供代收服务收取手续费



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

支付机构支付渠道多、费率灵活等成为主要利好因素

银行卡收单市场中，第三方支付机构及银行是主要的参与者。相比于银行来说，第三方支付机构由于合作商户拓展服务商、市场调节收费、对接银联/网联获取支付渠道、重视增值服务开发等，在获客渠道、费率、产品支付渠道、增值服务等上均有一定的优势。

第三方支付机构收单业务竞争优势

获客渠道

第三方支付机构合作了较多的商户拓展服务商，以地推方式快速签约商户；传统商业银行以客户经理在线下网点推销的方式拓展商户，虽然获客的成本较低，但相对于第三方支付机构来说仍然较为被动

费率

第三方支付机构与商户间自行协商费率，根据市场调节，费率灵活

支付渠道

“断直连”政策实施后，第三方支付机构不直接BD银行获取支付渠道，而是直接通过网联/银联批量获取，各个渠道均有连接，故拥有较强的多渠道整合能力，且各个第三方支付机构的渠道整合能力只与接银联还是网联相关

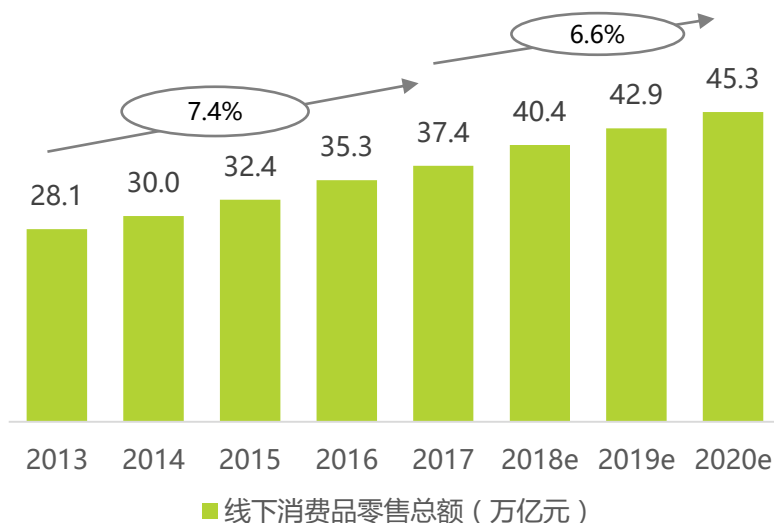
增值服务

第三方支付机构由于支付手续费收入被分摊，利润变薄，故需要通过各种增值服务增加收入，由此满足了商户的金融、营销管理等需求；而对于商业银行，收单业务利润薄且流程繁杂、琐碎，商业银行的重视程度显然较低，后续的服务意识上也稍有欠缺

线下支付规模增长，推动支付机构线下收单业务发展

艾瑞认为，线下支付在2018年对第三方支付机构发展银行卡收单市场有较大的贡献，原因有二。其一，线下消费整体规模稳定增长推动支付机构线下收单业务发展。随着电商流量触达天花板、网络购物规模增长率持续下滑，第三方支付机构在电商交易场景下的竞争格局初定。相反，线下消费规模仍然以较为平稳的速度保持增长，到2017年，线下最终消费总额已超过37万亿元；其二，线下支付中，商户通过第三方支付机构收单的比例提高。一方面用户将会在更多消费场景中使用扫码支付、NFC支付等非现金支付方式（如交通卡充值、高速缴费、医疗缴费、线下机票支付等），另一方面使用第三方支付机构收单服务的商户比例将会提高（如街边小商户、小饭店、景区店等），不再限于大型、连锁商户。

2013-2020年中国线下最终消费总额



2016-2017年中国线下扫码支付渗透率

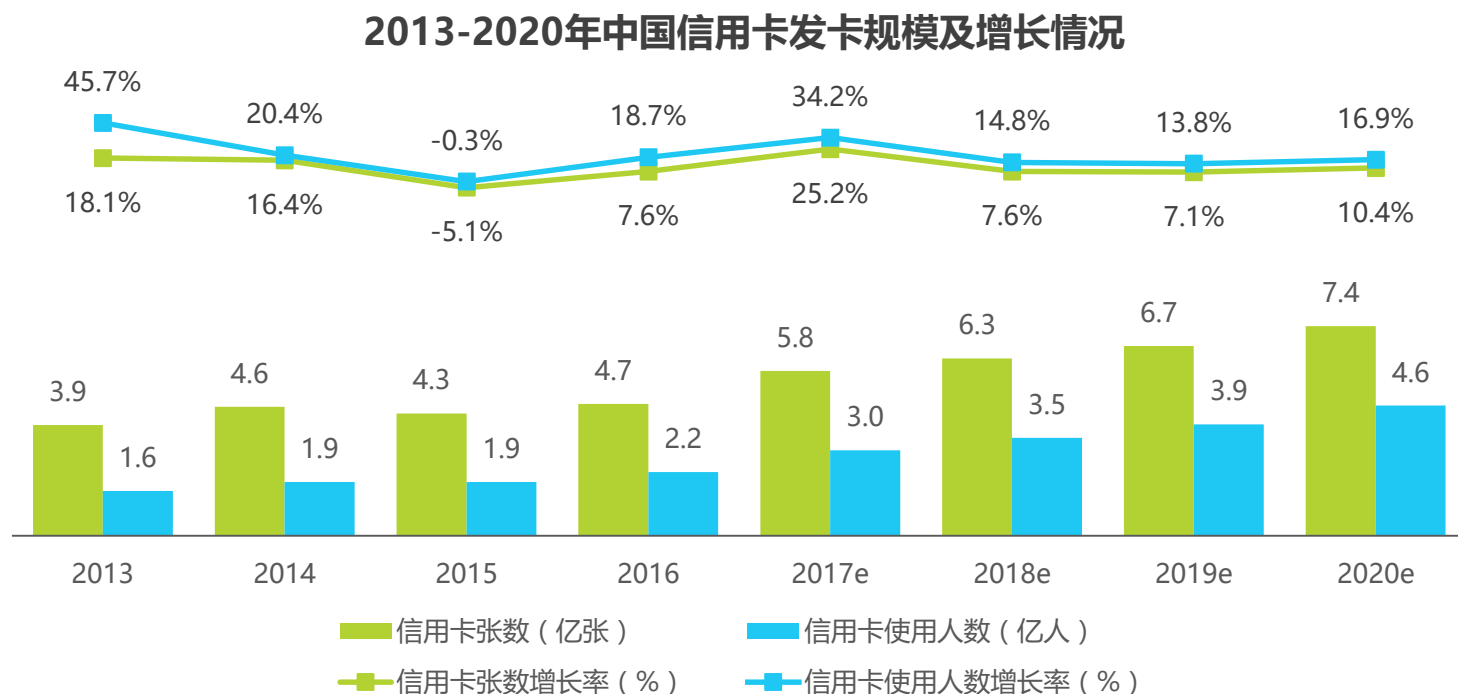


来源：国家统计局；艾瑞研究院自主研究及绘制。

来源：国家统计局，艾瑞咨询；艾瑞研究院自主研究及绘制。

信用卡市场发展，利好支付机构线下收单业务发展

近年，花呗、京东白条等消费信贷产品的覆盖面不断拓展，消费者对先行消费的接受度越来越高，一定程度上增加了人们的消费频次。消费者的消费活跃度不断提升的同时，银行卡消费的习惯也逐渐养成。2017年，国内信用卡的发卡规模达到5.8亿张，使用人数从2013年的1.6亿增长至3.0亿，增长了将近90%。未来，各大银行大力发展信用卡办卡、消费利好第三方支付机构线下收单业务的发展。



来源：中国人民银行；艾瑞研究院自主研究及绘制。

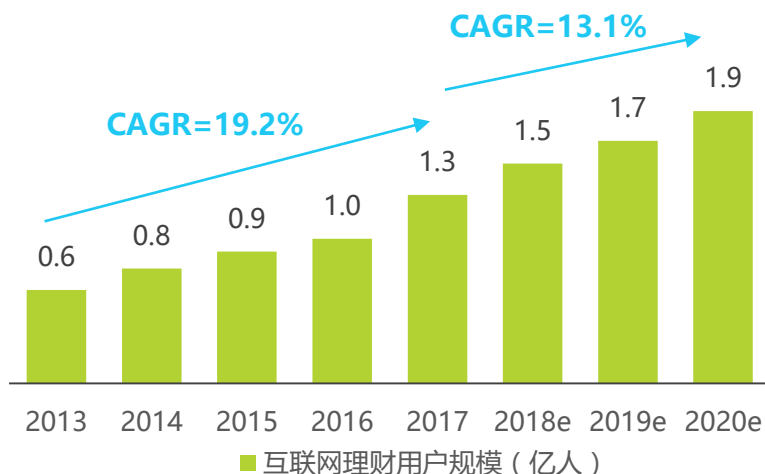
线上理财、信贷发展推动支付机构线上收单业务发展

理财、信贷等金融业务在第三方移动支付中占据着将近20%的份额，在互联网支付中占据40%的份额，是线上收单的主要场景。随着监管层面的政策的完善、市场合规程度的提高，互联网金融业务将会进一步发展，带动第三方支付机构在金融场景的交易规模进一步扩大。故此，泛线上金融服务的繁荣会有力推动第三方支付机构线上收单业务的发展。

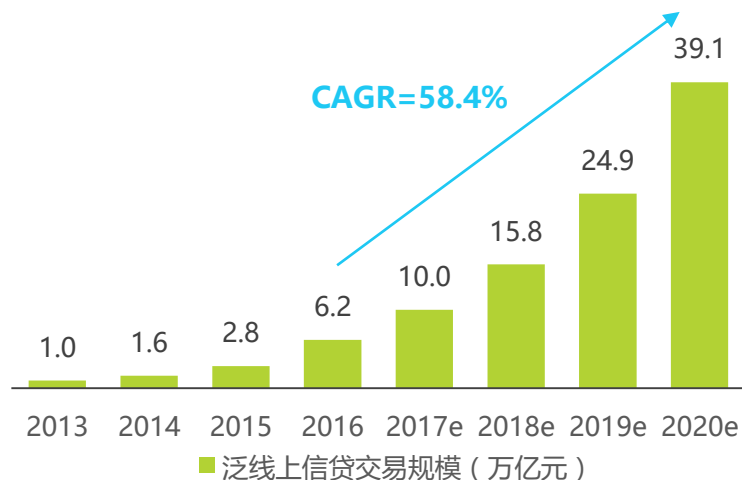
理财：2013年余额宝的推出成为第三方支付机构发展互联网理财业务的开端，其后第三方支付机构相继合作银行、P2P等金融机构，上线货币基金、理财产品。到2017年为止，互联网理财用户规模已突破1.3亿人，年均复合增长率达到19%。

信贷：金融科技在获客、风控环节的优势有力推动了泛线上信贷业务的发展，第三方支付机构开展消费分期等线上信贷业务成为常态。2017年，泛线上信贷交易规模突破10万亿元，2016-2020年复合增长率达57%。

2013-2020年互联网理财用户规模



2013-2020年中国泛线上信贷交易规模



来源：中国人民银行；艾瑞研究院自主研究及绘制。

来源：中国人民银行，综合企业访谈、市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

第三方支付行业宏观现状

1

第三方支付行业主要细分领域情况盘点

2

- 银行卡收单
- **线下支付**
- 跨境支付

第三方支付行业优秀企业案例分析

3

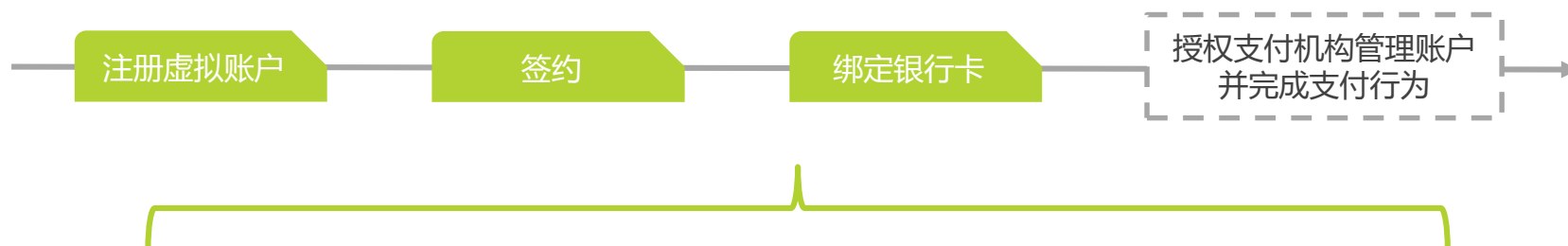
行业未来趋势分析&企业经营建议

4

线下支付有扫码支付和NFC支付两种方式

直接服务于个人用户的第三方支付机构为用户提供的支付方式有扫码支付和NFC支付两种。在服务中，个人用户需要与第三方支付机构签约、注册虚拟账户、绑定银行卡，并授权其管理该虚拟账户后续支付行为。该种支付方式多应用于小额、频率高的日常支付场景中，如商超购物、地铁进站。

扫码支付及NFC支付相关概念阐述



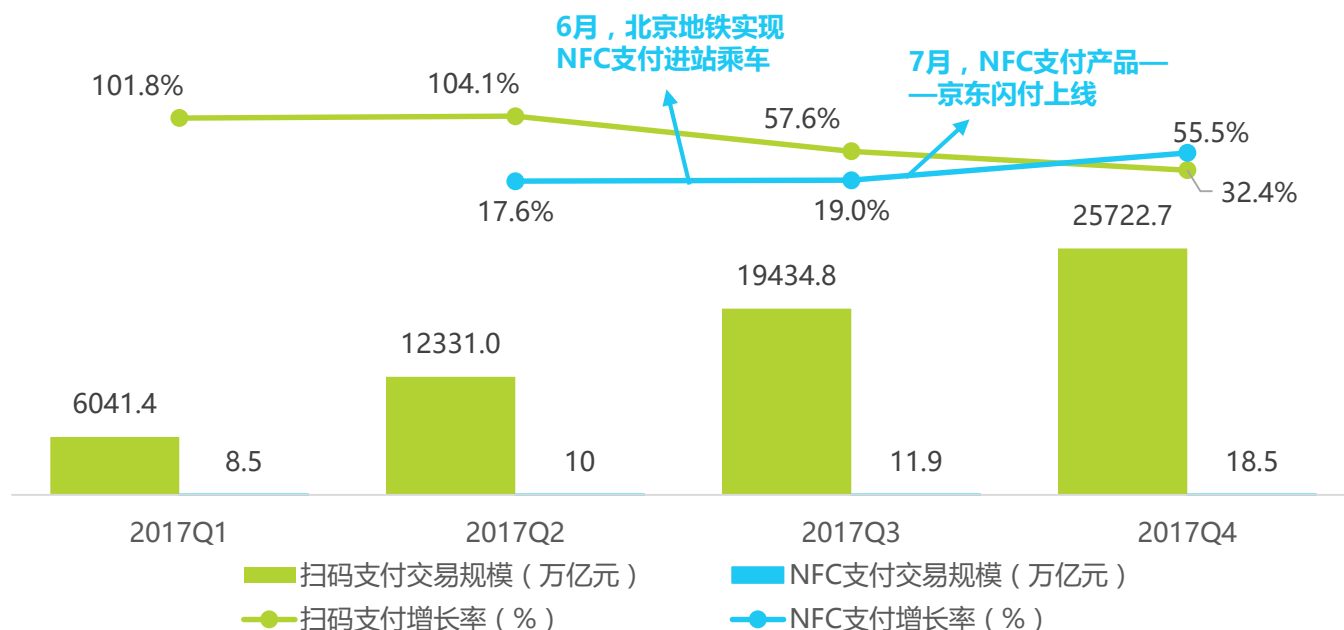
- 扫码支付是指用户通过扫描收款码获取交易信息，输入验证信息确认支付或出示条码，由收款方主动确认交易信息的行为。
- 支付行为在现场进行，二维码或条码中存储交易信息，通过设备自动识读并自动处理，使用设备识别的一方需要使用移动网络。

- NFC (Near Field Communication) 也叫作近场通讯技术，芯片属于被动激活机制，具备NFC技术的手机即便关机依然可以正常使用，使得它可以替代大多数的IC卡使用。NFC支付是指消费者在购买商品或服务时，采用NFC技术通过手机、金融IC卡等设备完成支付的一种支付方式。
- 支付的处理在现场进行，并且在线下进行，不需要使用移动网络，而是使用NFC射频通道实现与POS收款机或自动售货机等设备的本地通讯。

2017年扫码支付交易规模超6万亿，NFC支付近50亿

2017年上半年，支付宝、财付通等第三方支付机构大力布局线下支付场景，2017年Q1-Q2的增长率均超过100%。到2017年底，线下扫码支付总交易规模已达到6.4万亿。2017年下半年，NFC相关创新支付产品开始推出，如京东闪付，为NFC支付的规模提供了增长动力。可以看到，2017Q4NFC支付交易规模增长率达到55.5%。2017全年NFC支付交易规模48.9亿元，仅为扫码支付的0.08%，线下支付市场的主要增长因素仍是扫码支付。随着Apple Pay支持交通卡绑定、公交/地铁支持二维码进站乘车，预计NFC支付在2018年将保持50%以上的增长率。

2017年扫码支付与NFC支付交易规模及增长率



来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

扫码支付中餐饮、商超占比高，交通成为新的增长点

艾瑞数据显示，2017年线下扫码市场主要集中于商超、餐饮场景，占比分别达到42.1%、41.2%。相对应地，零售、餐饮行业也已实现较高的扫码支付渗透率，2017年线下消费品领域扫码支付渗透率为71.5%，餐饮行业扫码支付渗透率为68%。2017年交通行业的线下扫码支付规模占比11.1%，相比于渗透程度高的零售和餐饮行业，扫码支付渗透率低的交通行业（15%）是目前扫码支付业务拓展的主要市场。

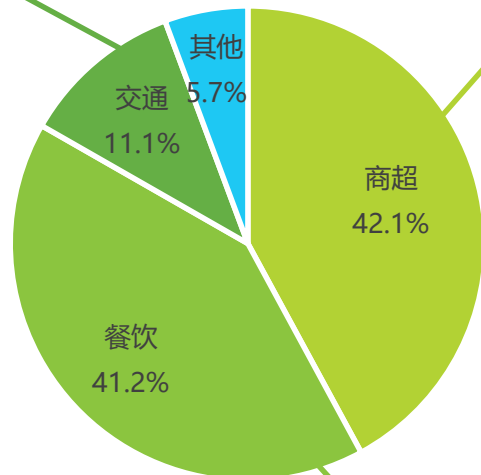
2017年线下扫码支付交易规模结构

15.0%

2017年交通行业线下扫码支付渗透率

2017年，**交通行业是扫码支付服务机构主要推广的空白市场**：

- ✓ 出租车是交通行业线下扫码支付规模最大的垂直领域，交易规模为2.8亿元，占比42.9%；
- ✓ 交通业中航空、铁路、客运购票的线下扫码支付也是高频场景，三者交易规模占据了46.5%的比例；
- ✓ 2017年7月“易通行”APP开始试运行二维码进出站功能，将成为接下来的主要增长点之一；
- ✓ 高速缴费等领域的扫码支付渗透程度仍然较低。



68.0%

2017年餐饮行业线下扫码支付渗透率

零售、餐饮业是线下扫码支付最先开始渗透的行业；
到目前为止，该领域内扫码支付已实现较高的渗透率，包括移动商贩等在内也大多实现了扫码支付，且在不断向农村市场、老年人市场拓展。

71.5%

2017年线下消费品领域扫码支付渗透率

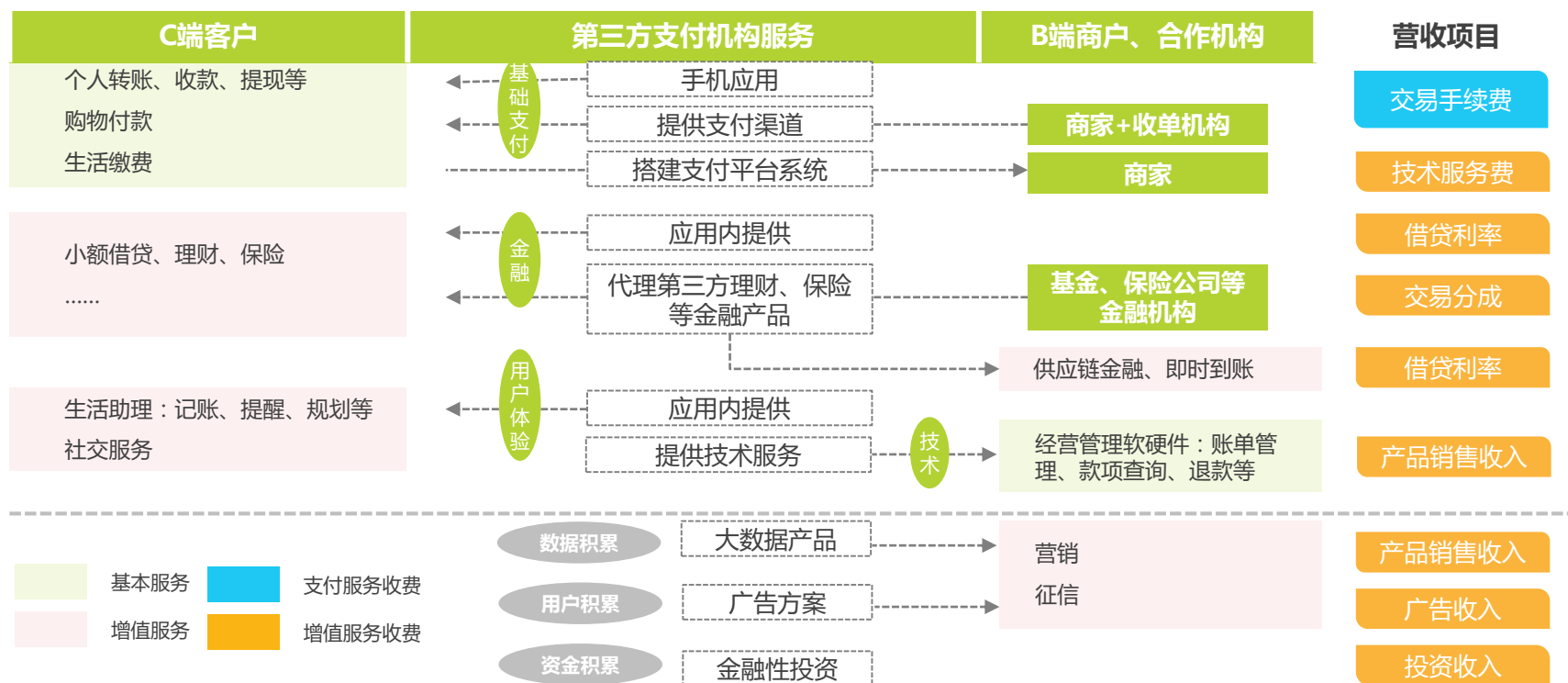
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

基本盈利模式

支付机构除向B端收取交易手续费外，也通过增值服务营收

面向C端提供线下支付服务的第三方支付机构的盈利模式较多，但较少直接对用户支付收费，而通过C端支付服务中产生流量、资金及数据沉淀，开发增值业务营收。具体来看，支付机构通常对用户方在一定额度内免费提供服务，超出部分收费；对商家，收取基本的交易服务费以及增值服务的费用。增值服务包括：代理第三方金融产品并对交易分成，提供大数据、广告方案、其他软硬件收费。此外，支付机构通过资金积累进行金融性投资获得利息收入。

线下支付领域第三方支付机构盈利模式

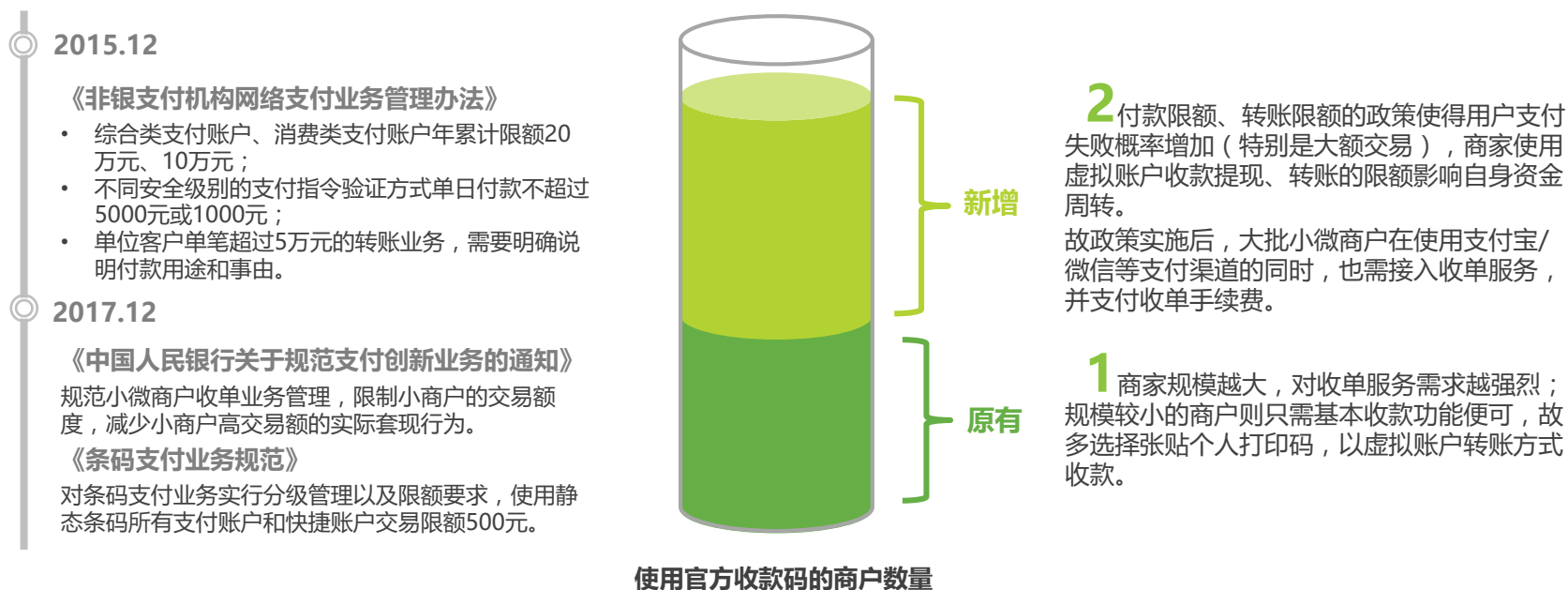


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

政策影响下选择收单服务的商家增多，利好第三方支付机构

以往，规模较小的商户往往会以张贴个人打印码，用虚拟账户转账方式收款。该方式中，第三方支付机构无手续费收入。但各类交易限额、分级管理政策实施后，小微商家为保证用户支付成功，保证自身资金周转，也会使用收单服务，如官方收款码、POS机等。故政策的变化迫使更多的商家使用第三方支付服务，并支付交易手续费（手续费由作为支付渠道、收单机构的第三方支付机构按比例分成），利好于第三方支付机构。

政策促使线下支付中使用官方收款码收款的商户数量增加



第三方支付行业宏观现状

1

第三方支付行业主要细分领域情况盘点

2

- 银行卡收单
- 线下支付
- **跨境支付**

第三方支付行业优秀企业案例分析

3

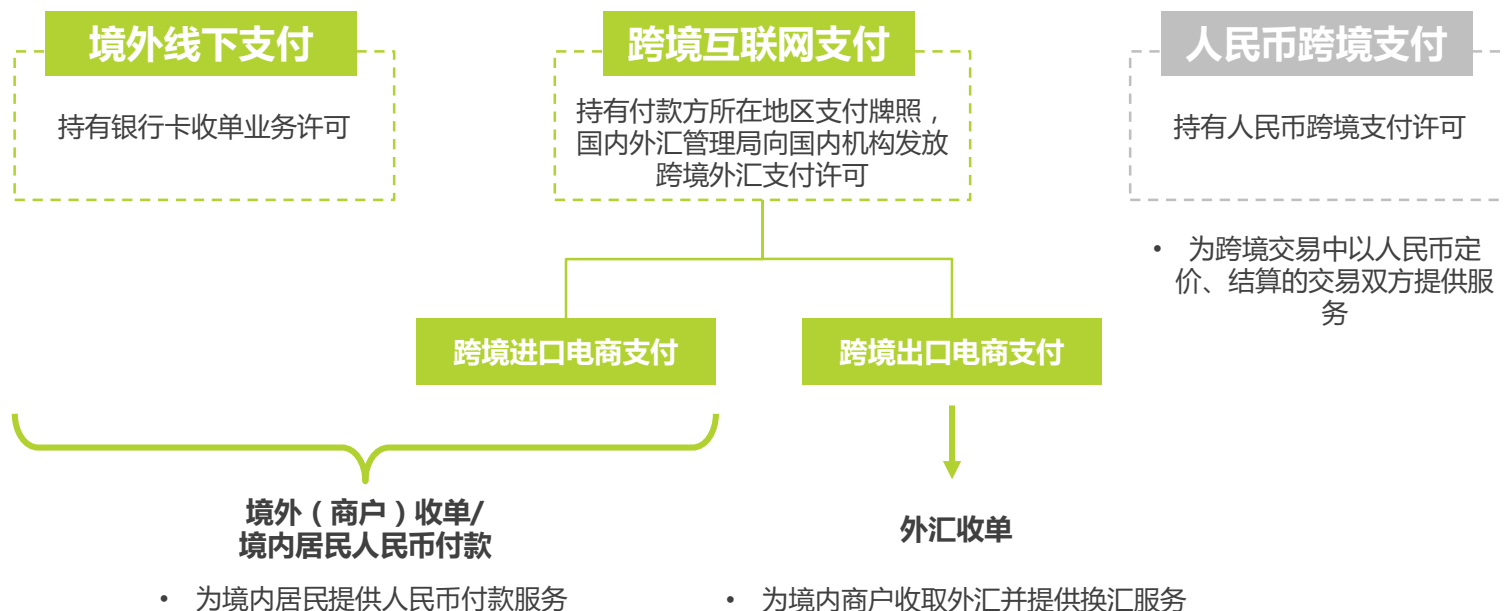
行业未来趋势分析&企业经营建议

4

第三方支付机构跨境支付业务定义及范畴

第三方支付机构的跨境支付业务主要分为境外线下支付及跨境互联网支付两类。境外线下收单需要第三方支付机构持有银行卡收单业务资质，属于境外收单范畴；跨境互联网支付需要第三方支付机构具有付款方所在地区支付业务资质。跨境互联网支付中，经营跨境进口电商支付业务属于境外收单范畴，经营跨境出口电商支付业务属于外汇收单范畴。根据《支付机构跨境外汇支付业务试点指导意见》，持有跨境外汇支付业务资质的第三方支付机构可以为付款者提供人民币、自有外汇支付服务。随着人民币跨境支付系统（CIPS）的建立以及监管制度的完善，少数几家第三方支付机构获得了专门的人民币跨境支付业务资质，但规模仍然相对较小。

第三方支付机构跨境支付业务定义及范畴



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

2013年监管层正式放开第三方支付机构开展跨境支付业务

以往跨境支付主要由国内商业银行及国际卡组织、保理公司、专业卡组织参与竞争。自2012年银联“垄断”争议后，监管层对第三方支付机构参与跨境支付业务的态度越来越放开。2013年开始，监管层正式出具意见批准支付机构试点，第三方支付机构成为跨境支付市场主要参与者。

第三方支付机构跨境支付业务发展脉络

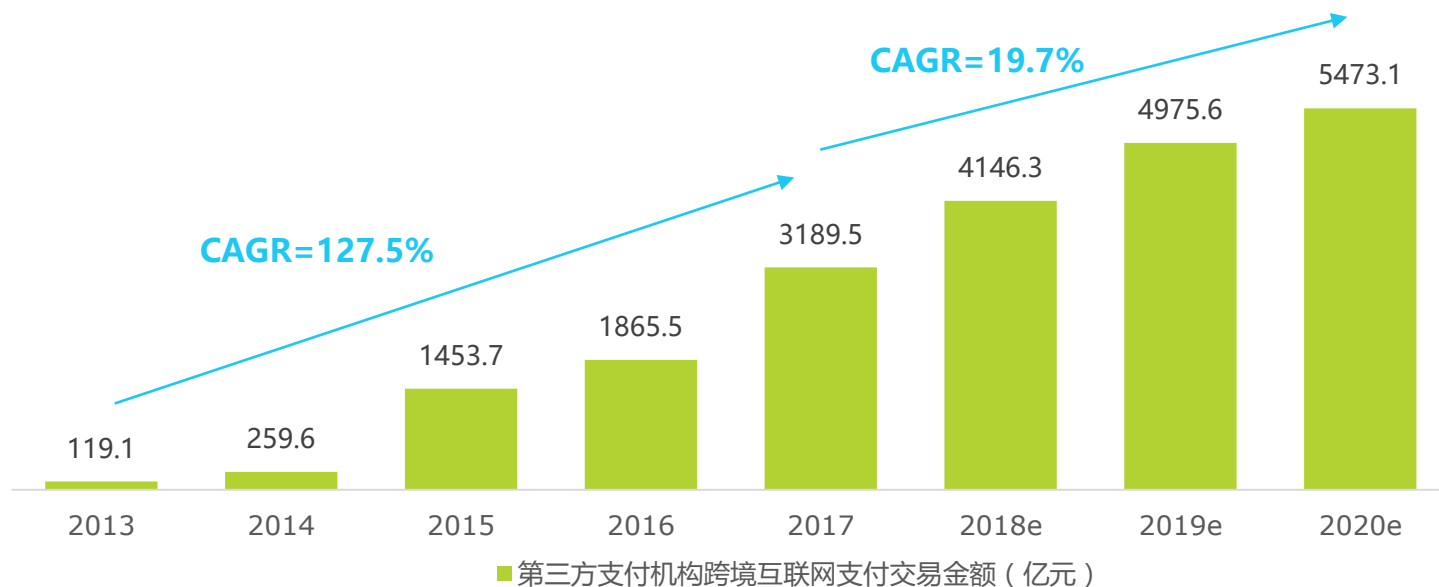


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

国内第三方支付机构跨境互联网支付规模突破3000亿元

以往国内进行跨境支付的支付机构主要是银联。银联凭借强大的国内银行网络，发展境外刷卡消费及跨境网购、外贸B2B业务。随着监管层对国内第三方支付机构放开，以支付宝为代表的支付机构开始发展跨境购物、汇款以及境外移动支付，国内第三方支付机构的跨境互联网支付交易规模迅速增长，2013-2017年间复合增长率达到127.5%，2017年交易规模已突破3000亿元。艾瑞咨询预计，到2020年，国内第三方支付机构的跨境互联网支付交易规模将超过5000亿元。

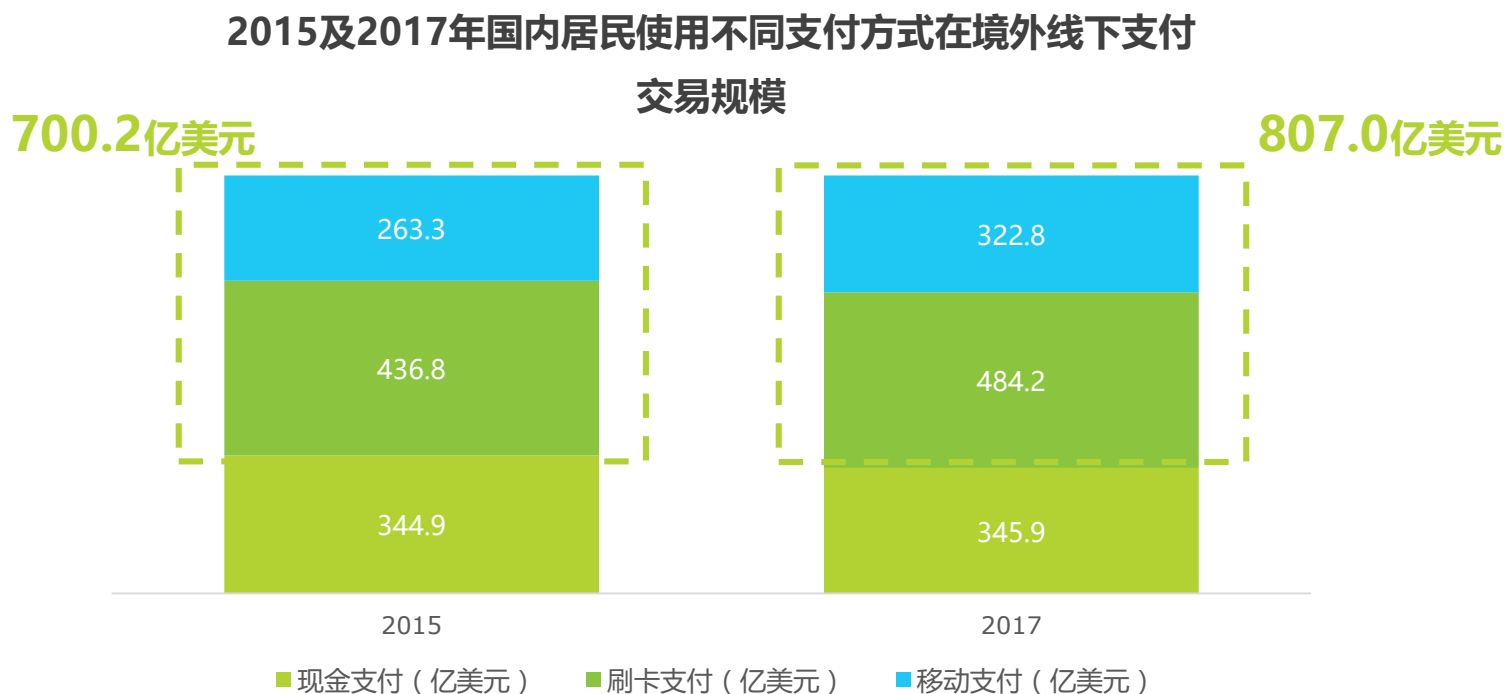
2013-2020年国内第三方支付机构跨境互联网支付交易规模



来源：支付清算运行报告；艾瑞研究院自主研究及绘制。

国内第三方支付机构境外线下支付交易规模800亿美元

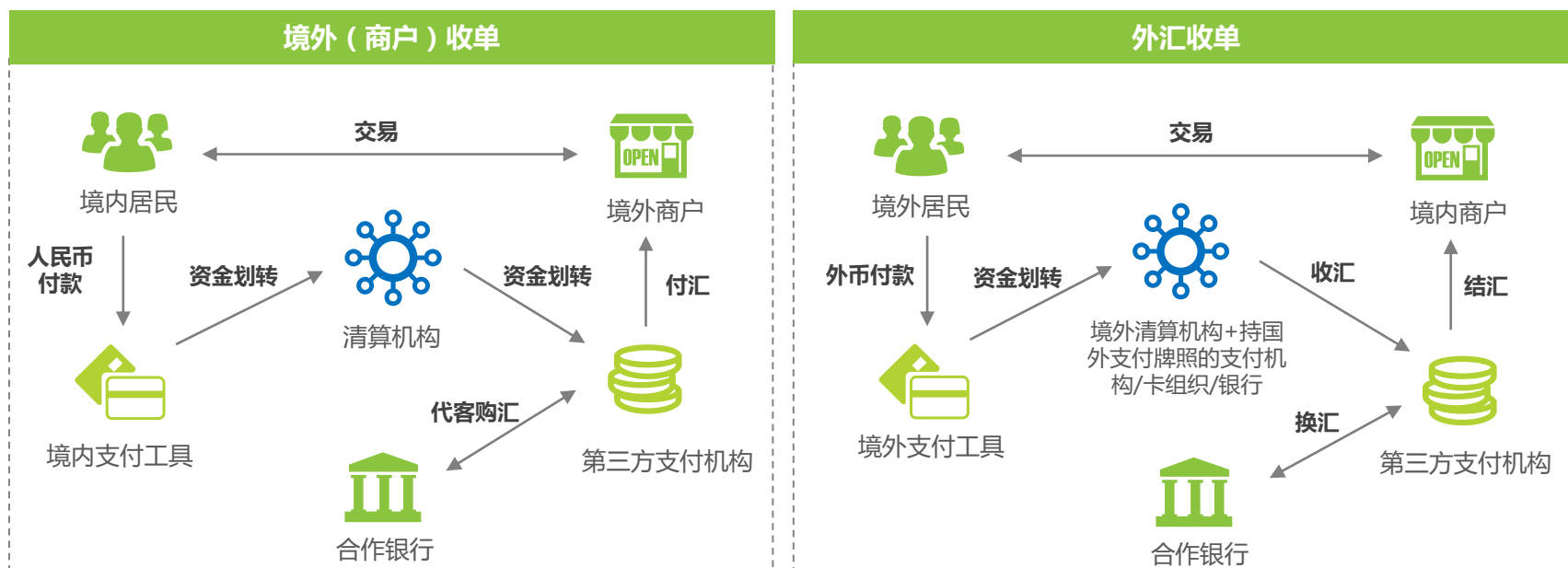
国内第三方支付机构处理境外线下交易主要集中在出境游、留学场景中。2015年，使用刷卡支付、移动支付方式的境外线下支付交易规模分别为436.8亿美元、263.3亿美元，银联、支付宝、微信等第三方支付机构处理的支付业务规模为700.2亿美元；2017年，刷卡支付、移动支付方式的线下支付交易规模分别达到484.2亿美元、322.8亿美元，第三方支付机构处理的业务规模超过800亿美元。



支付机构提供支付、收单、结售汇服务获得手续费和汇兑收益

支付机构跨境支付业务流程包含支付、结售汇、收单三个部分。境外收单中，第三方支付机构向境内居民收取人民币，与合作银行购汇，并向商户付汇，完成收单；外汇收单中，国内第三方支付机构为境内商户提供收款服务，对接境外支付渠道（境外支付机构/卡组织/银行，合作方需持有国外支付牌照），间接向境外用户收取外汇，换汇后结汇给商户。在整个服务过程中，第三方支付机构收取交易手续费，并获得一部分汇兑收益。

国内第三方支付机构通过为跨境交易双方提供支付、结售汇及收单服务盈利



盈利来源





- 交易手续费收益：为商户提供收单服务而收取的手续费（商户入账手续费、提现手续费）
- 汇兑收益：离岸在岸的汇率价差带来的收益、所报汇率与实际结算汇率价差带来的损益

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

境外商户收单：支付宝、财付通、银联布局境外消费，中小支付机构多为小型独立平台提供支付解决方案

境外商户收单业务中，拥有强大的用户基础、资金基础、支付服务能力的国内第三方支付机构通常复制国内模式，切入境内居民在海外线下消费的场景。而其他中小型支付机构多切入跨境进口电商独立站、留学机构缴费平台等小型独立平台的支付场景，提供全套支付解决方案，产品功能包括交易查询、外币账户管理、余额查询、提现转账、发票管理以及贷款结算、对账、二次清分账等。

国内不同类型支付机构开展跨境支付业务的方式不同

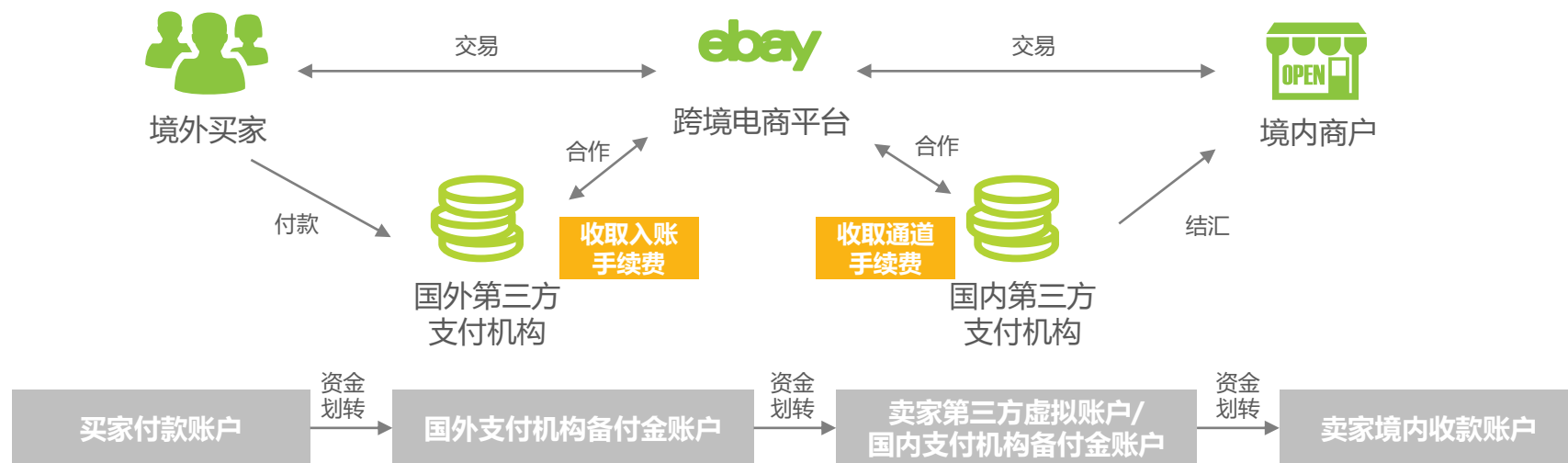
	 市场切入点	 业务方式	 发展目标	 发展方向
C端支付巨头	境内居民境外消费可使用的支付工具有限	合作国外收单组织，开放API接口，或直接提供收单系统，为境外商户提供人民币收款服务	抢占国际支付服务份额	收购本地化支付工具；合作国外支付服务商；拓展游戏、社交娱乐等消费场景
中小型支付机构	小型跨境电商支付解决方案空白，如跨境进口电商独立站、留学机构缴费平台等	开发全套支付系统，发展钱包产品等，或输出专门的解决方案，如支付风控方案	培养客户基础	自营/收购跨境电商独立站；转向大型跨境出口电商平台（独立站假货管制趋严）

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

跨境出口：国内支付机构重“通道”概念，以通道收入为主

国内多数第三方支付机构由于C端用户以及B端商户/电商平台资源积累较少、海外支付渠道资源积累较少，无法切入付款、结售汇、收单全流程。故国内第三方支付机构主要提供某一环节的服务，获取的手续费为通道收入，而非入账手续费。具体而言，亚马逊、eBay等大型跨境电商平台具有较为固定的第三方支付机构合作方，可以为境内商户收款（外汇），但无后续汇款入境、结汇的服务。国内第三方支付机构可以为境内商户代开第三方虚拟账户，将商户境外的款项兑换为人民币，汇入境内账户。

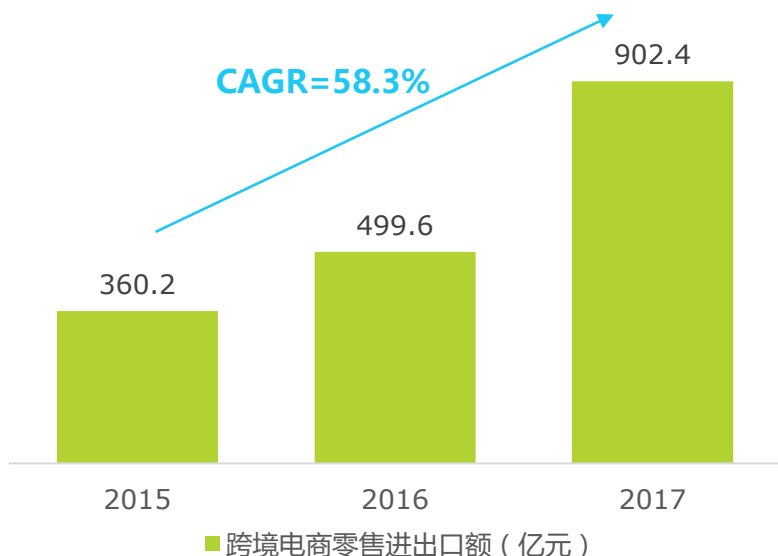
国内支付机构合作跨境电商平台，为境内商户提供汇款入境、结汇服务



跨境电商交易规模增长，促进第三方支付跨境支付规模增长

2015-2017年，跨境电商零售进出口的交易规模从360.2亿元增长至902.4亿元，年均复合增长率为58.3%。跨境电商零售交易规模的增长成为驱动第三方支付机构跨境支付交易规模增长的主要因素。一来，国内居民对海淘商品的品质要求越来越高，对高品质、正品海外商品需求更强，选择专业跨境电商平台购物的比例逐渐上升，且国内品牌加大了海外推广力度，国产品牌“出海”规划力度加强，两者将共同促进跨境支付交易规模的增长；二来，不同于跨境B2B贸易经常以传统跨境支付方式（电汇、信用证等）完成，跨境B2C对支付方式提出了新的要求：小额、快速、便捷、费用低廉且安全性强；国内第三方支付机构在这几方面较好地契合了需求，补充了跨境支付方式的缺口，未来竞争中具有一定的优势。

2015-2017年跨境电商零售交易规模



来源：电子商务中心年报，海关总署；艾瑞研究院自主研究及绘制。

第三方支付机构跨境支付业务优势

小额、快速

传统方式满足大额贸易结算需求及中小规模汇款需求，电汇到账时间一般需要3-5天；第三方支付机构通常采用实时到账方式

费用低廉

银行电汇方式收取手续费、电报费，费用较高；国际卡组织对国内收费费率可达2.8-3%，且需要预存保证金；银联国际收费也在1.5-2%；第三方支付机构跨境支付费用通常在1-1.5%

操作便捷、可触达性强

国际卡组织接入方式繁杂；银行电汇、专业汇款公司汇款均需在线下物理网点办理；第三方支付机构服务提供前端多种支付工具、售付汇及汇款入境等服务

安全性强

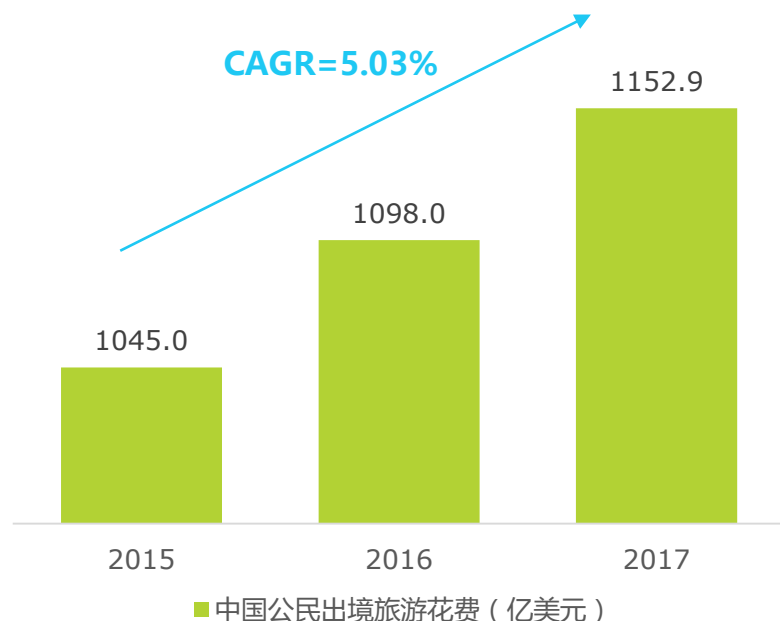
电汇方式需交易双方自行协商付款、发货顺序，一般采用先付款、后发货形式，产生较高的交易风险；汇款公司与交易双方之间监管中介缺乏，交易安全性、资金安全性较低

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

出境游花费增加、非现金支付渗透率提高，利好支付机构

2017年，国外居民出境旅游支出达到1152.9亿美元，2015-2017年间复合增长率为5.03%，三年间出境游花费稳定增长，其中购物花费将近300亿美元，在各类消费中占比最高。再者，出境游场景中，特别是在免税店等线下商店的购物，非现金支付方式的渗透率也已达到较高的水平。随着人们习惯养成、供方跨境业务布局，第三方支付机构处理的业务规模占比将会不断提高。出境游花费增加、非现金支付渗透率提高，两者将推动第三方支付机构的境外收单业务发展。

2015-2017年中国公民出境旅游花费



2017年国内居民出境游移动支付及非现金支付渗透率



第三方支付行业宏观现状

1

第三方支付行业主要细分领域情况盘点

2

第三方支付行业优秀企业案例分析

3

行业未来趋势分析&企业经营建议

4

支付宝

围绕支付建立用户生态，解决用户金融生活实际问题

支付宝围绕移动支付的生态布局



强大的数据与技术能力驱动支付宝快速发展

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

围绕BASIC核心技术能力实现战略布局，为用户提供高效、安全、低成本服务

蚂蚁金服持续在技术领域进行投入和探索，其基于BASIC战略进行技术布局，Blockchain (区块链)、Artificial intelligence (人工智能)、Security (安全)、IoT (物联网) 和 Cloud computing (云计算) 五大技术领域构成了蚂蚁金服技术开放的基石，由此衍生出区块链汇款、医疗电子票据、智能放贷、AI保险理赔、刷脸支付、支付门、蚂蚁金融云、支付宝一站式云服务等应用，不断为用户提供更高效、更安全、低成本的服务。这些应用中区块链汇款与AI保险理赔高度体现了高效、便捷、低成本的特点，全球首个基于区块链的电子钱包跨境汇款服务成功实现7*24小时不间断、实时到账，国内首次全流程零人工干预 AI 保险理赔也将识别、审核的处理时长从平均49小时大幅缩短至了“秒级”。

蚂蚁金服的BASIC战略布局

蚂蚁金服上线全球首个基于区块链的电子钱包跨境汇款服务，实现跨境支付过程中多参与方交易信息实时共享、汇款过程有迹可循、7*24小时不间断、实时到账

蚂蚁金服完成国内首次全流程零人工干预 AI 保险理赔，将识别、审核的处理时长从平均49小时大幅缩短至“秒级”

实现区块链汇款之前：

- 需去银行柜台操作并留意上班时间
- 到账时间10分钟到几天不等
- 晚7点后汇款最早次日到账
- 资金转丢风险大

实现区块链汇款之后：

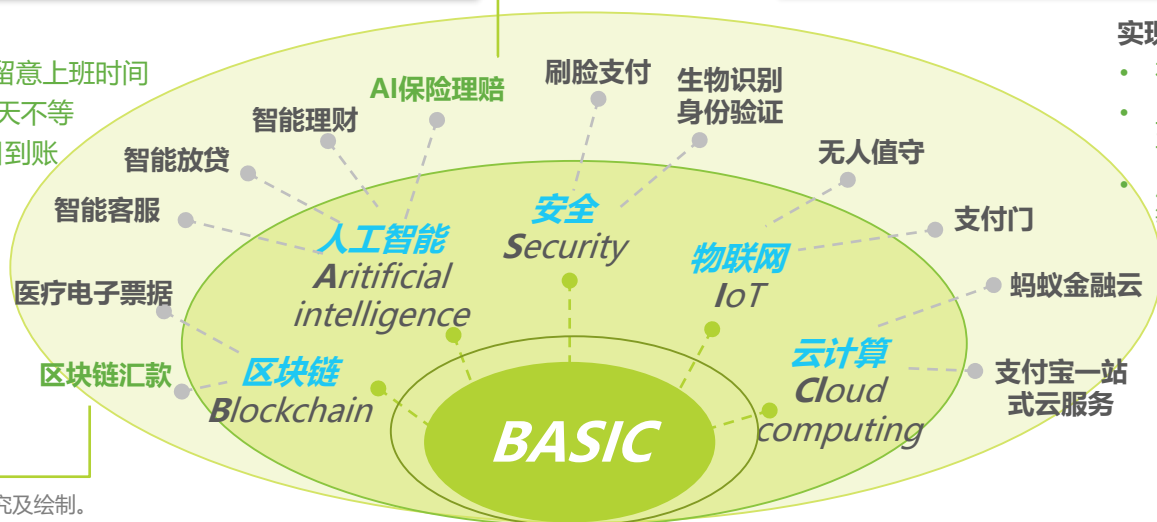
- 随时随地操作
- 实时到账
- 7×24小时不间断
- 安全透明

实现全流程AI之前：

- 有人工干预
- 上传资料、识别、审核等过程平均49个小时
- 用户上传材料不完整、不清晰等影响赔付效率

实现全流程AI之后：

- 全流程零人工干预
- 识别、审核等环节1秒内完成
- AI自动判断材料是否符合要求并作出相应反馈



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

依托社交围绕用户基本需求进行生态布局

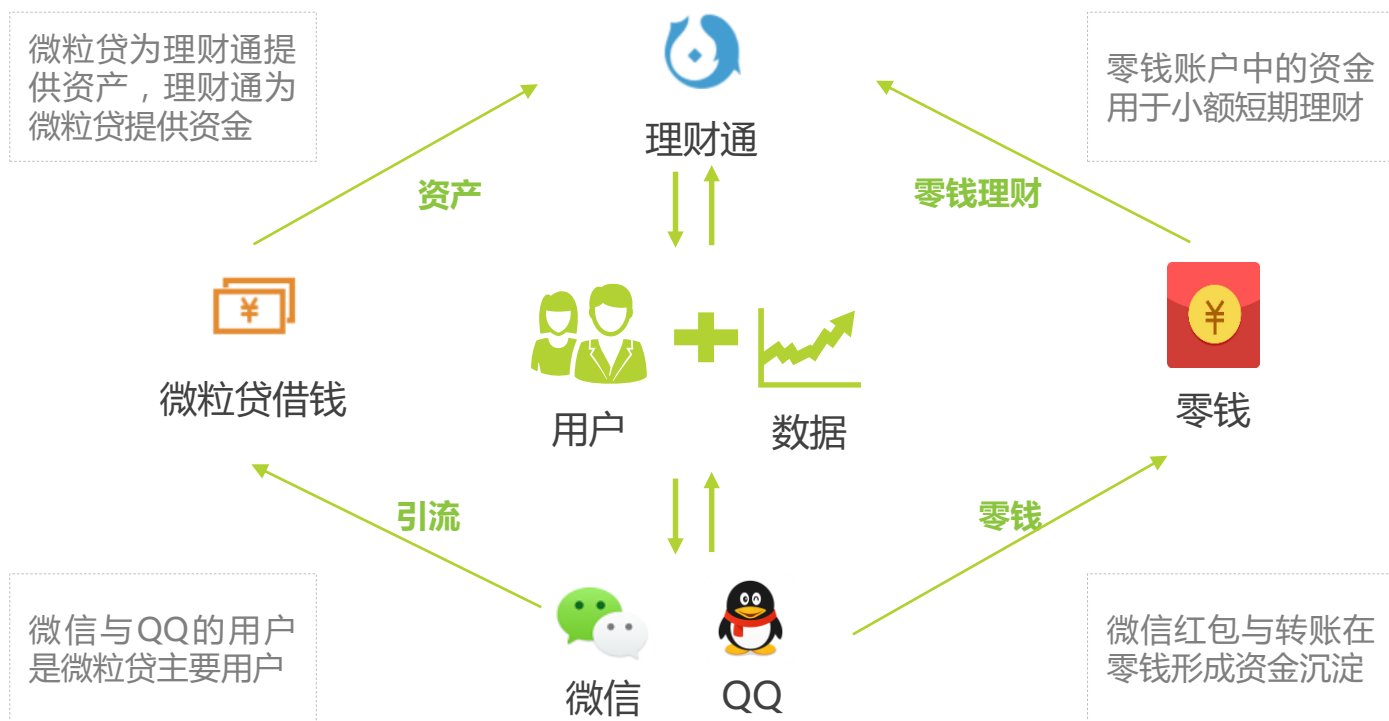
财付通依托社交建立的生态



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

财付通社交支付的价值在理财与借贷端进一步体现

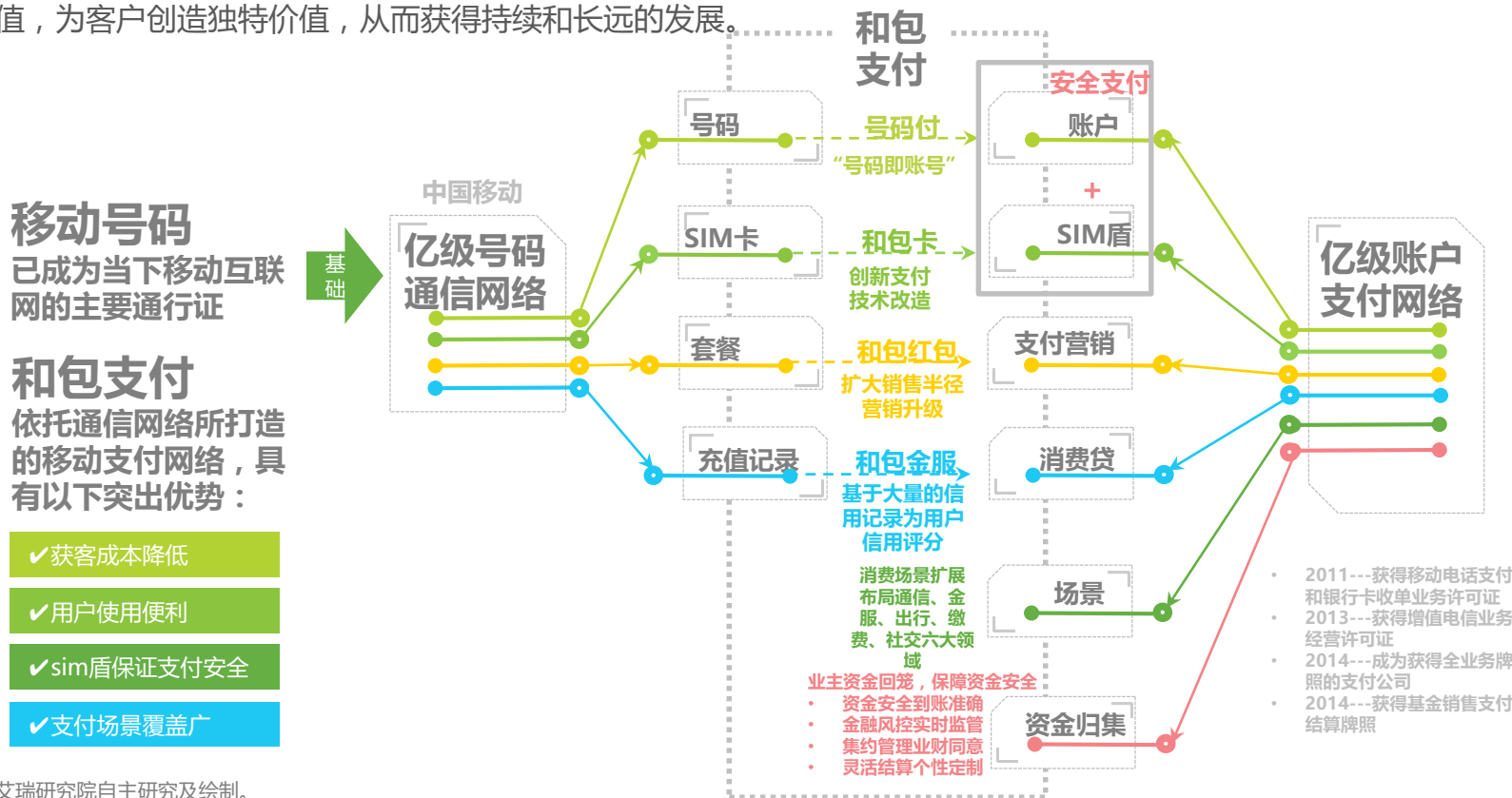
财付通依托社交建立的生态



和包支付

和包支付：通信网络到支付网络的改造者

在移动互联网时代，和包支付作为通信网络到支付网络的改造者，将数据流、信息流叠加资金流共同连接起来，从而使连接更具价值。因此，中移电商以和包支付为业务品牌，不断发掘自身发展潜力，积极进行移动支付、互联网营销和互联网金融三大领域的布局。现已成为中国移动最大的话费充值平台、国内领先的公共事业缴费平台，拥有1800多万NFC用户；营销板块上，商户的年交易额达到200多亿元。2017年开始，和包支付将主动衔接集团“大连接”战略，持续提升连接价值，为客户创造独特价值，从而获得持续和长远的发展。



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

和包支付

和包支付：通信金融的领跑者

通信金融是一种价值高且门槛高的新金融模式。通信金融价值高体现在通信用户的基数大，通信数据的种类多且与金融业务中的信用评级和用户画像等息息相关。通信金融的门槛高主要因为通信数据是稀缺资源，大多数金融公司都很难获取到通信数据。而和包支付作为中国移动通信集团旗下唯一的支付公司，凭借高速的运算能力、亿级用户的通信大数据、优秀的金融风险控制能力和突出的支付安全性，成为通信金融领域的领跑者。

通信金融： 价值高且门槛高的新模式

通信用户基数大

通信数据
种类多、覆盖面广

通信数据可用于信用评级
与用户画像，与金融
息息相关

通信数据是稀缺资源
行业进入壁垒高

和包支付： 通信金融的领跑者

高速运算能力

通信大数据

金融风险控制

安全支付

云平台架构，同城双活，异地备份
高并发：3500笔/秒
高稳定性：系统可用性为99.99%
高吞吐量：日均处理交易一千万笔

丰富的数据：8亿+通信用户，2亿+支付用户
强健的数据模型：支付+通信+金融+应用的数据模型
服务范围：用户运营、商户精准营销、金融信贷等领域

健全的风险防范体系：事前防范、事中监控、事后赔付
多种风险控制手段：用户画像、授权评级、位置定位、IP监测、交易监控
风险损失率行业领先：百万分之一

多种安全认证工具：密码控件、数字证书、人脸识别、指纹识别、USIM盾
多样安全管控手段：硬加密、软加密、传输加密、信息脱敏、金库模式、4A管控、客户端加壳保护

支撑

基础

依托金融科技实力，加速向行业纵深渗透

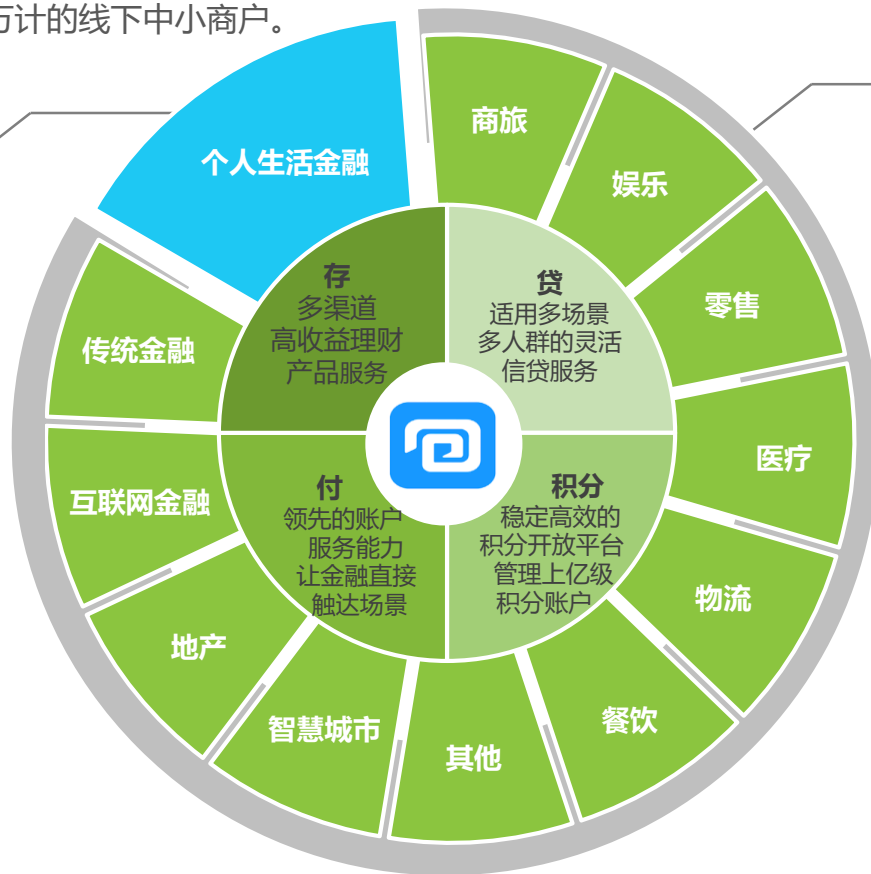
壹钱包是国内领先的账户服务与场景金融服务商，亦是国内第三大移动支付机构，拥有网络支付、移动支付、预付卡发行与受理等多元化的行业资质。凭借领先的金融科技实力，壹钱包为用户打造智慧全能钱包手机应用，聚焦于理财、购物、生活、支付、积分等五大金融增值及消费场景；为企业提供完善的商业信息化解决方案及全面的忠诚度管理服务。壹钱包拥有两亿个人用户，月活跃用户数超2500万，2018年交易规模近6万亿。目前，壹钱包已经服务金融、电商、航旅等多个领域的行业客户，及数以百万计的线下中小商户。

用户端

壹钱包APP提供个人金融理财与消费支付服务

■ 钱包手机应用

- 聚焦理财、购物、生活、支付、积分等五大金融增值及消费场景。
- 壹钱包的金融合作伙伴通过壹钱包理财商城提供活期T+0、定期理财等优质的金融增值服务。
- 购物商城拥有超过5500家合作品牌，总入驻商家数超800家，热销单品超30万。



企业端

提供完善的商业信息化解决方案及全面的忠诚度管理服务

■ 商业信息化解决方案

- 基于金融技术和支付账户的商业信息化解决方案，为客户提供涵盖基础账户、收单、在线及移动支付、金融账户管理、场景金融等多元化服务。

■ 忠诚度管理服务

- 拥有国内领先的通用积分平台“万里通”，通过强大的积分服务能力，为客户提供积分发放、积分营销、积分流量运营等全面的忠诚度管理服务。

围绕优化行业解决方案及创新服务，持续打造金融科技云平台

壹钱包金融科技云平台3.0，在IT承载能力、风控能力、反欺诈能力均达行业领先水平，资损率远低于国际平均值，实现秒级安全支付。壹钱包将大数据、人工智能等前沿科技广泛运用于业务场景中，输出智能用户管理、智能核身、智能理财、智能营销等解决方案。在区块链技术领域，壹钱包发行的数字预付卡，能极大程度提升支付安全及资金清结算效率。壹钱包将持续创新技术服务，赋能企业、服务用户。

■ 智能核身

将人工智能，如人脸识别、指纹识别、声纹识别等，应用于用户身份验证和指令识别，强化风险控制，优化用户体验，提升运营管理。

■ AI+用户管理

基于用户画像和标签建设，应用AI算法模型，对用户拉新、智能营销、流失预警等全生命周期进行管理，洞察用户需求，强化用户粘性和留存率等，提升用户运营管理效能。

■ 数据工坊

一站式大数据智能云研发平台，可为客户提供专业、安全、稳定、高效的数据开发与治理工具，提升客户对自身大数据运用的能力。

■ 数字预付卡

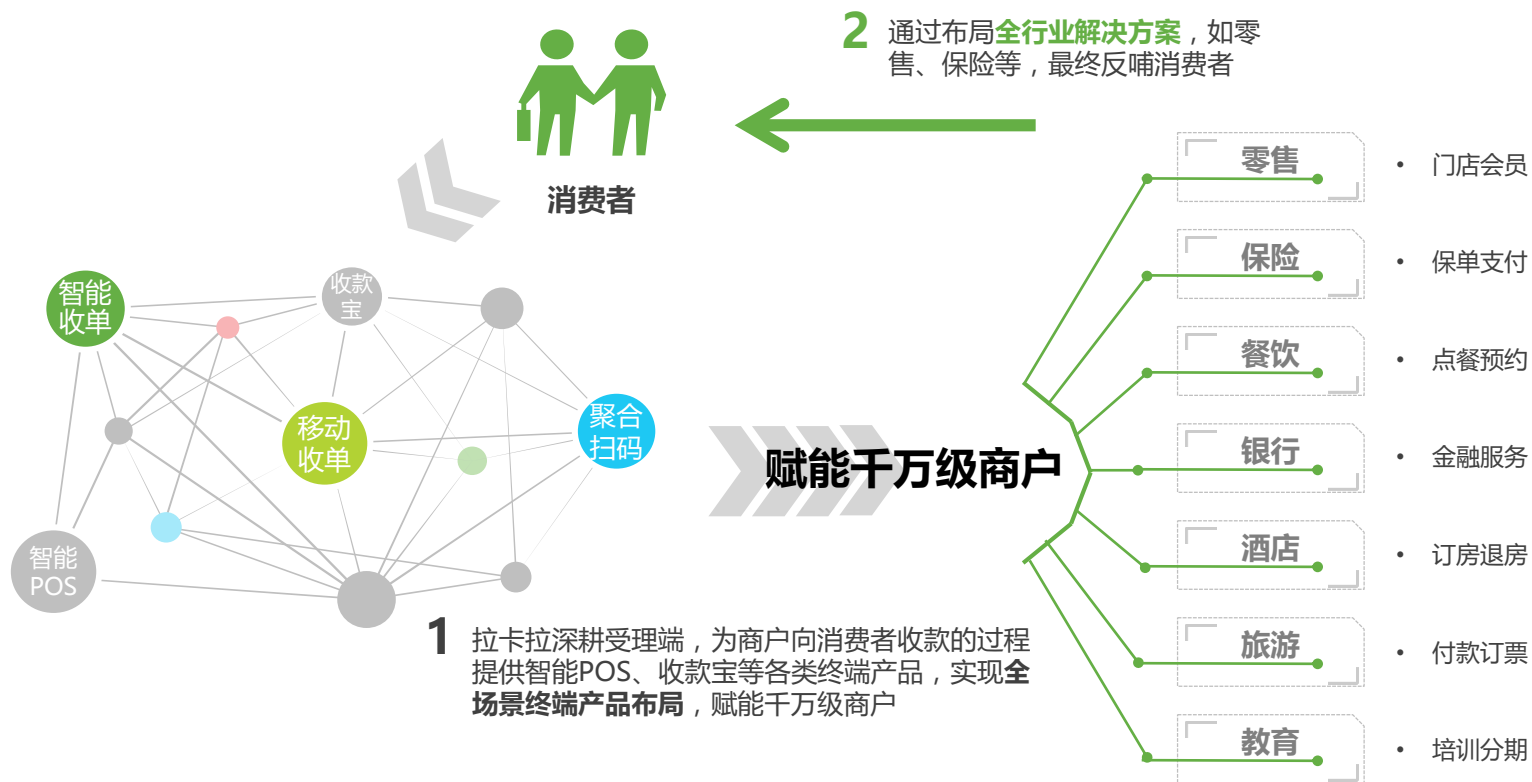
以区块链技术发行预付卡，其额度锚定人民币价值，可实现即时清算，智能支付、全球化支付等，跨越式提升客户资金清结算效率。



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

深耕受理端，赋能千万级商户反哺C端用户

拉卡拉支付成立于2005年，是国内领先的第三方支付企业。于2011年首批获得中国人民银行颁发的《支付业务许可证》。通过“线上+线下”、“硬件+软件”的形式提供个人支付、商户收单及相关增值服务。截至目前，拉卡拉支付累计服务超过**1500万家商户**，**每天服务个人客户超千万**，业务覆盖全国超400个城市及1000多个县域地区。

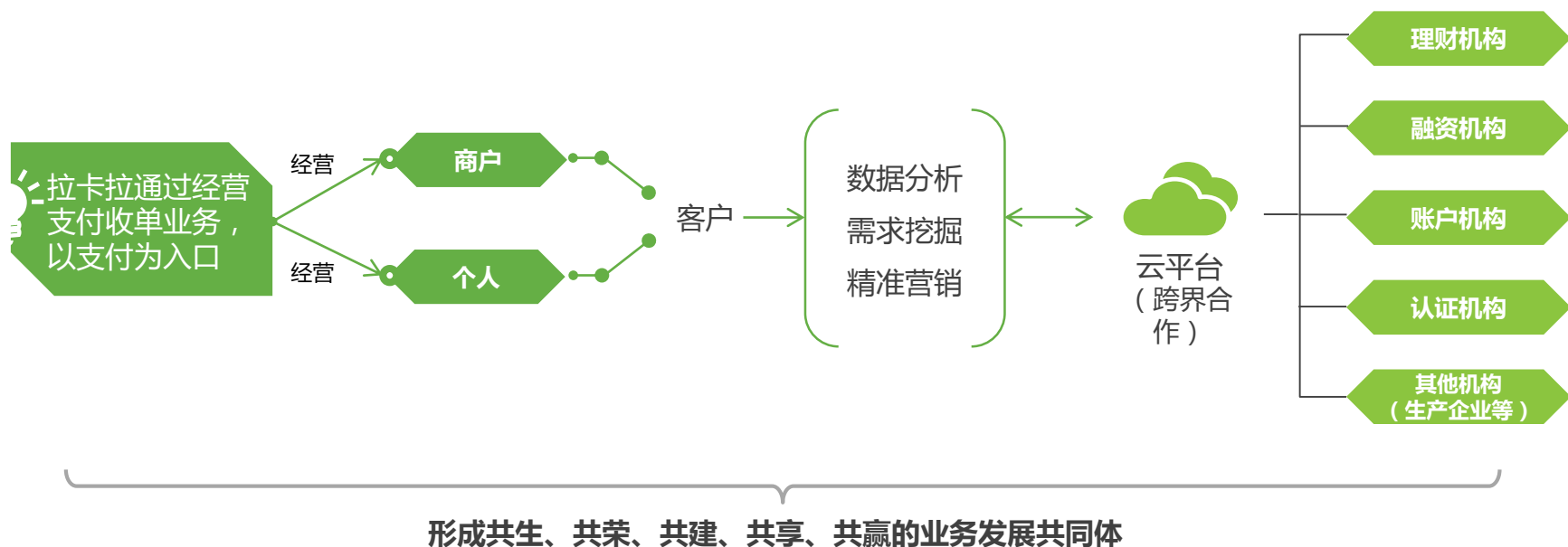


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

以支付为基石，打造共生、共荣、共建、共享、共赢的业务发展共同体

拉卡拉的商业模式可以概括为：

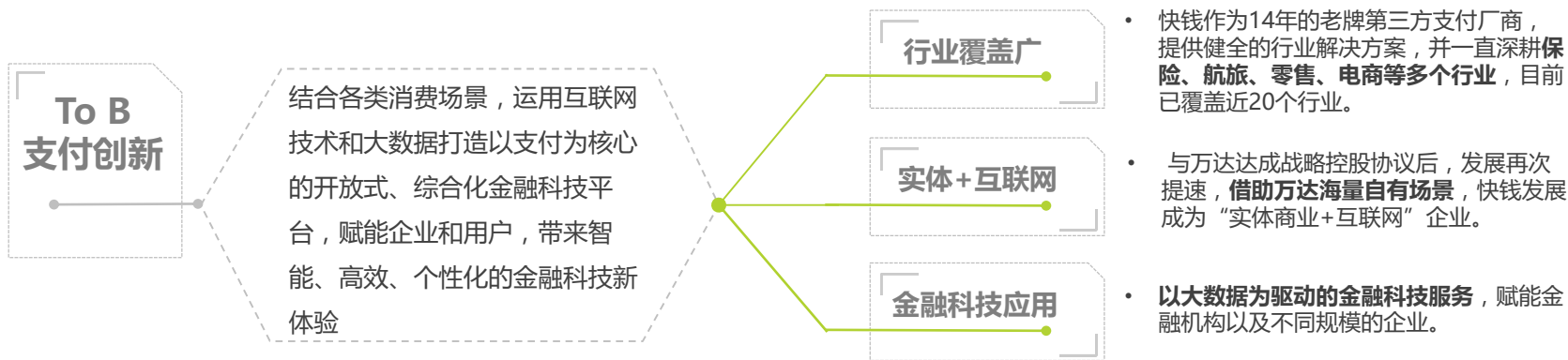
1. 以支付收单业务为切入点，通过对B端商户和C端用户的经营和服务，将其逐步转化为拉卡拉的客户。
2. 运用大数据和云计算，深度挖掘客户潜在需求，为产业链上下游客户提供各类经营解决方案。
3. 通过与金融机构和企业的跨界合作，打造场景化的业务共生体系，形成**共生、共荣、共建、共享、共赢**的业务发展共同体。



快钱金融科技覆盖全场景，驱动To B支付创新

快钱是国内首批获得支付牌照的第三方支付机构之一，同时也是中国支付清算协会的常务理事单位、网联股东之一。其聚焦于保险、航旅、零售等各类消费场景，运用互联网技术和大数据打造以支付为核心的开放式、综合化金融科技平台，为B端企业提供定制化综合支付专业服务，为用户提供支付工具，致力于提供智能、高效、个性化的金融科技新体验。

快钱B端定制化综合支付服务及竞争优势



以保险行业为例：



快钱定制化综合支付服务方案：

- 覆盖电销、线下门店直销、网销、经纪公司/代理公司多个支付场景
- 支持PC端、移动端、呼叫中心、线下面对面等线上及线下支付渠道
- 金融科技应用，实现财务管理功能

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

快钱金融科技覆盖保险收单全场景

快钱从2008年开始涉入保险行业，切入保险公司与用户间的保单付款需求市场，覆盖网络销售、电话消费、线下门店直销、中介销售四个保险支付场景，提供统一的收银台服务。其支付方式涵盖PC端、移动端、呼叫中心、线下面对面支付中的快捷支付、扫码支付、钱包支付、POS刷卡等多种支付方式。目前，快钱在保险行业的年交易量已达到千亿规模，客户覆盖率达到95%，市场份额保持领先。

快钱保险行业收单服务覆盖场景、支付渠道及产品



C端、B端业务并重，立足场景快速发展

苏宁支付集成全国300余家银行合作渠道，为用户提供7*24小时快速到帐服务。C端业务满足个人用户在苏宁八个产业集团的全场景线上、线下支付需求，并提供消费金融、供应链金融、基金投资、便民生活等应用功能，外部联合收单机构重点覆盖公交、地铁、停车、高速等出行领域以及无人售卖、餐饮、品牌零售商铺等商业场景。B端业务充分利用苏宁生态圈资源拓展上下游商户，聚焦电商、金融、物流等重点行业，为行业全链条提供综合金融解决方案。

1 C端：智慧零售支付服务商

指纹登录、人脸认证、一键付等多项关键技术，打造极致用户体验；千人千面营销策略，智能匹配优惠方式，为用户节省每一分钱。

2 B端：行业综合支付解决方案提供商

以支付为基础，通过综合账户体系为商户一站式解决结算对帐、订单管理、担保交易、佣金分润等问题，满足商户个性化服务需求；同步提供供应链融资、投资理财、银行开户等配套金融服务产品。

C端与B端业务并重，立足场景差异化发展



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

自有场景拓展能力及科研技术能力构成两大核心竞争力

一方面，苏宁生态圈内具有亿万级用户的消费场景，且该体系资源支持下能渗透到公共出行等垂直类场景中，从而带来较大的流量，支持C端业务快速发展；另一方面，依托于苏宁集团内强大的科研技术能力，苏宁支付可实现良好的产品体验及产品的快速开发、迭代，保证了产品的优质体验及创新速度。



自有场景快速发展带动C端业务快速发展

- 支付领域面向C端的业务中，庞大的会员基础、流量入口是发展的关键；
- 苏宁生态圈八大产业拥有亿万级用户的消费场景，且线上线下场景仍在快速发展，以线下门店为例，预计到2019年各类型门店至少突破2万+；
- 外部场景在苏宁整体庞大的资源支持下，垂直类场景（如公共出行）势必也会有所建树。

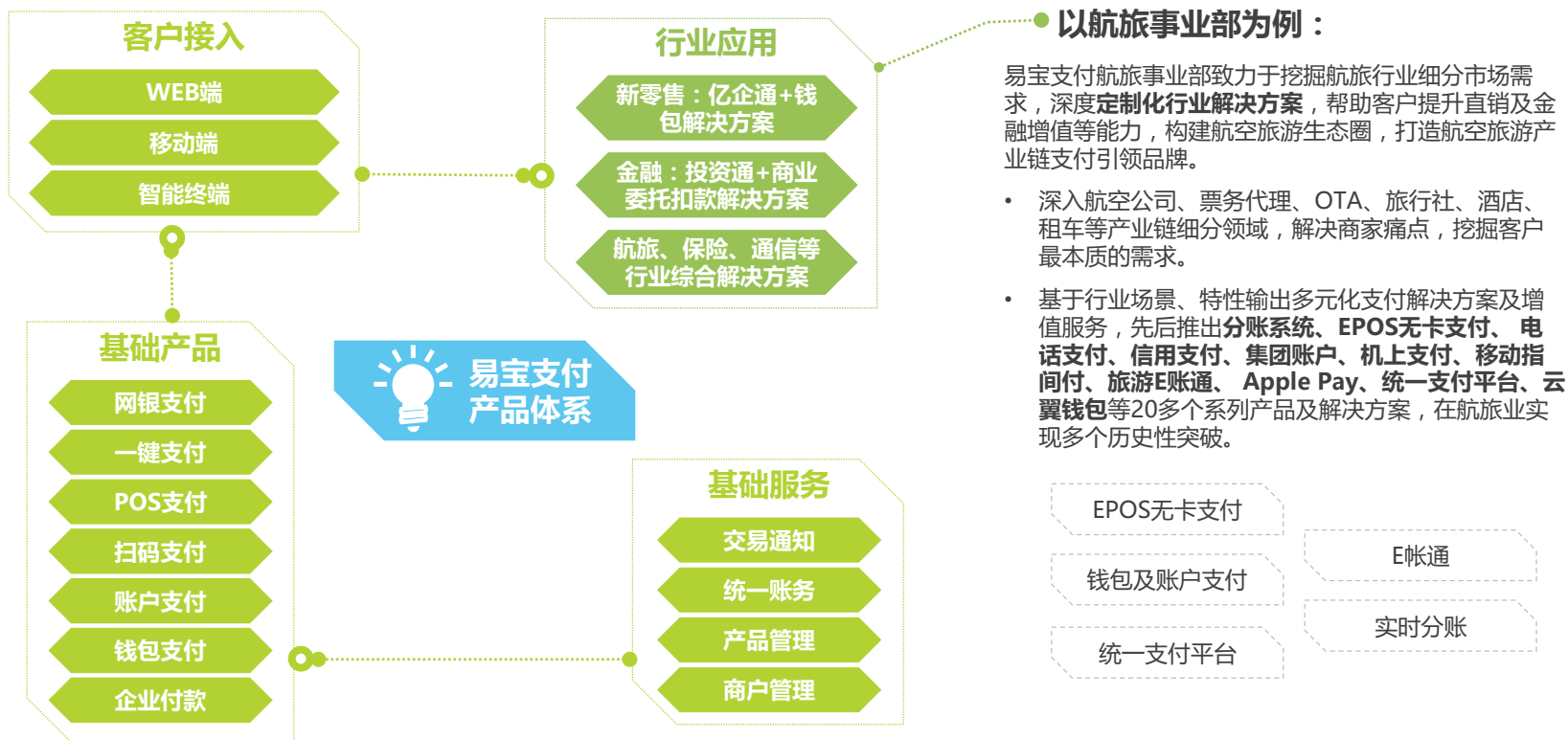


强大科研技术能力保证了产品创新与优质体验

- 依托于苏宁金融IT、苏宁金融研究院、苏宁美国硅谷研究院等研发能力与智库支撑，苏宁支付可以快速的把握支付业务发展动向，实现产品的快速开发、迭代，目前苏宁支付并发处理能力达300000TPS；
- 通过组合运用多种生物识别技术，提升安全级别与用户体验，开户时间缩短到5分钟，实名认证时间缩短至秒级；
- 依托苏宁生态大数据优势，打造了全业务流程的职能实时风控系统，上线“明镜”欺诈交易侦查系统、“晓身”防盗账户模型，智能按键处理系统、风险标签特征系统等，实现多维立体全覆盖。

易宝支付“聚焦关键行业”，提供行业级应用

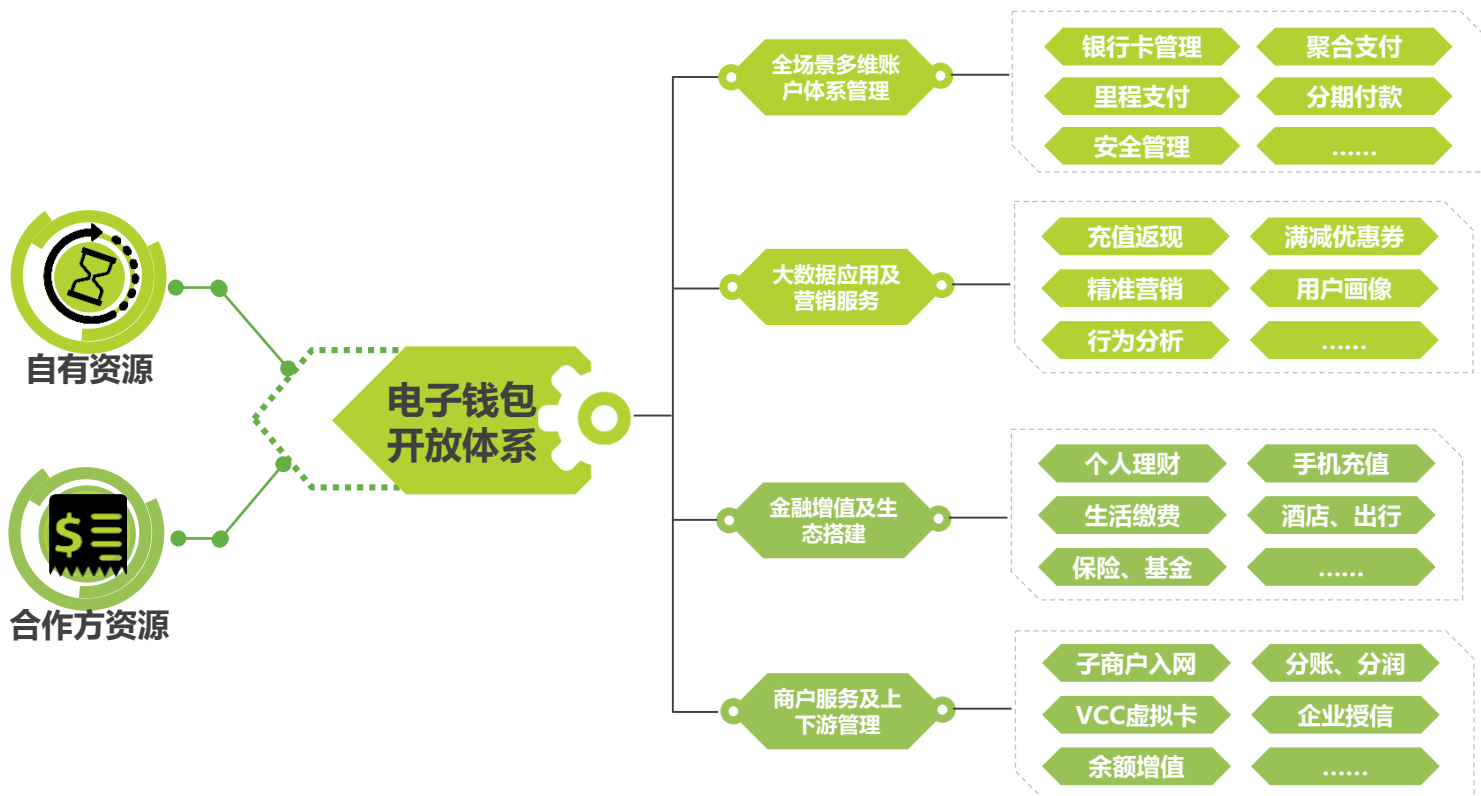
易宝支付产品体系主要分为四大板块：针对B端商户收单过程中产生的基础服务、支付类基础产品、开发整套支付方案进而接入客户，以及立足于某个行业需求提供的深度定制化行业解决方案。与其“聚焦关键行业”的核心战略相匹配，易宝支付已覆盖包括零售、金融、航旅、保险等在内的多个行业。以航旅事业部为例，易宝支付针对航旅生态圈，深入产业链细分领域，提供多元化支付解决方案，输出分账系统、EPOS无卡支付、钱包及账户支付等产品。



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

易宝支付携手航旅企业搭建个人账户体系，打造云翼钱包

易宝支付通过与航旅企业合作，搭建个人账户体系，并通过该体系实现用户数据的整合，形成电子钱包开放体系——云翼钱包。该钱包可实现全场景多维账户体系管理，并可为B端企业提供多种大数据应用及营销服务、金融增值服务以及商户、上下游的服务和管理，如精准营销、消费信贷、保险服务、分润等。



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

第三方支付行业宏观现状

1

第三方支付行业主要细分领域情况盘点

2

第三方支付行业优秀企业案例分析

3

行业未来趋势分析&企业经营建议

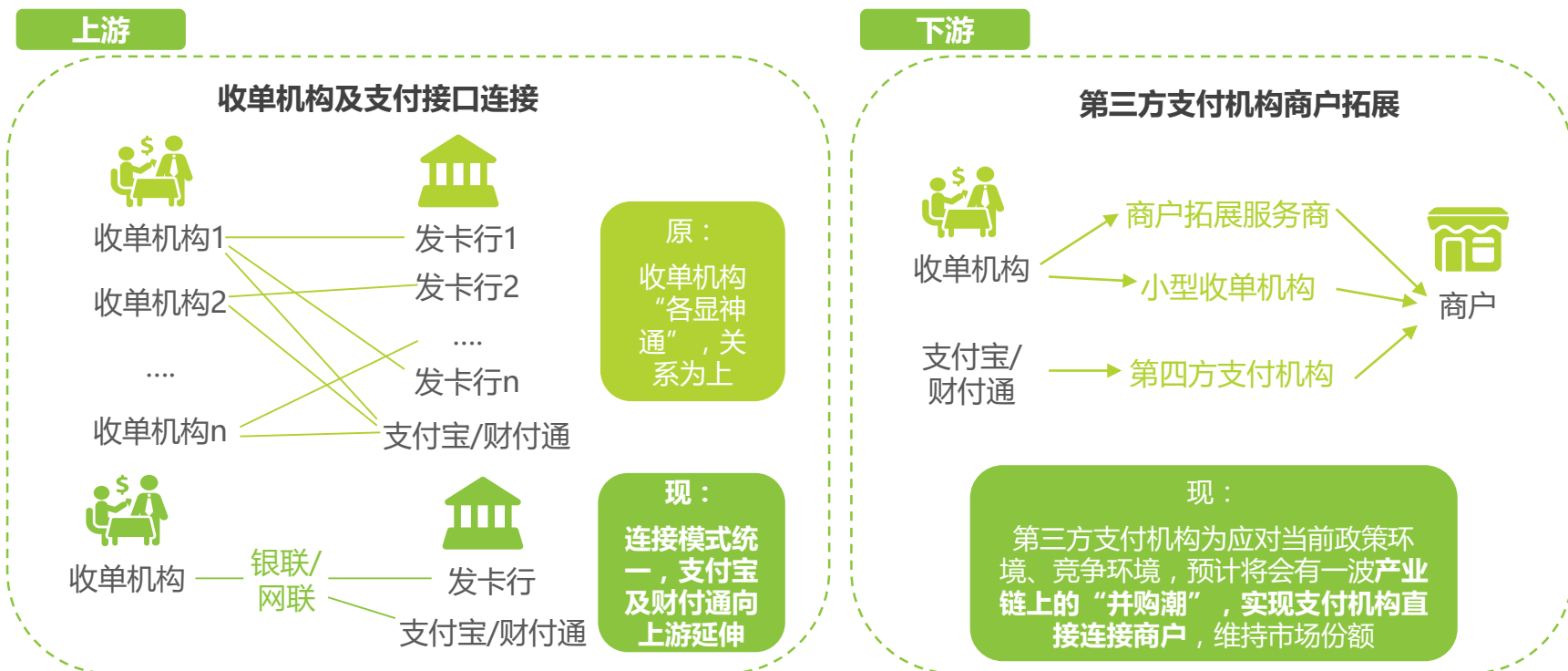
4

趋势1-产业链重构

产业链上各机构连接关系更加清晰

以往竞争态势下，第三方支付机构在上游支付渠道及下游商户资源上的竞争尤为激烈。随着“断直连”政策出台，支付机构在上游对发卡行资源和C端支付巨头的资源争夺上将告一段落。“间联”模式成为定局，支付接口可从银联或网联统一接入，各机构间的连接关系清晰。下游商户拓展上，以往多通过商户拓展服务商、小型收单机构以及专门的第四方连接，为建立客户基础，应对支付业务利润空间缩小的局面，支付机构或将考虑以多种方式直接连接商户。

产业链上各机构通过重新整合使得连接关系更加明确



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

趋势2-业务层基本服务价格走低

“价格战”或将持续，支付“零费率”趋势有所显现

过去几年，互联网巨头不断蚕食市场，以更低的价格、更好的服务、更多的增值服务占据了90%以上市场，第三方支付机构受到影响纷纷降低支付服务的费率，以此确保自身的优势。但目前为止，第三方支付机构除牌照以及互联网巨头拥有的C端流量优势外，并无其他可以形成护城河的明显优势。在此背景下，2017年底“断直连”及备付金等相关政策出台，支付机构的基础支付服务利润空间进一步被挤压，支付机构亟需寻找新的盈利点。

艾瑞咨询认为，支付机构在发展利润空间较大的增值服务初期可能会在基础支付服务上进行让利，如牌照审批放款，新进入者也会“免费”提供支付服务从而获客。故在当前环境下，第三方支付市场仍将会持续一段时间的“价格战”，少数互联网巨头及增值服务发展势头良好的支付机构以及新进入者或将完全实现“零费率”，并将基础支付服务作为流量入口，构建业务生态圈。

国内第三方支付机构基础支付服务费率持续降低

互联网巨头

- 互联网巨头参与竞争后，为占据市场份额，以较低的费率提供基础支付服务，甚至趋于“0”；
- 不同于国外支付机构，对于互联网巨头来说，**支付服务是一种构建生态圈的手段，可获取多种资源，而非盈利模式。**

其他第三方支付机构

- 政策影响下，基础支付服务利润下滑，第三方支付机构需要寻求新的盈利点；
- 金融、技术等增值服务利润空间大，**支付机构为发展可持续的商业模式，前期可能对商户让利，以抢占市场。**

新进入者

- 基础支付服务的获客能力较强，产生的客户基础、数据利于其他业务；
- 若监管层面放宽支付牌照的审批，**新进入者由于看好支付服务的获客能力，可能会以“免费的”支付服务作为获客切入点。**

企业经营建议1-建立产业链优势

外延式并购确保市场份额，内生式增长设置转移壁垒

第三方支付机构发展策略从拓展市场份额以及寻找新盈利点出发。市场份额的拓展可以从产业链上下游服务商、其他支付机构以及横向相关产业商户资源的并购方式完成；新的盈利点包括垂直领域的拓展以及各类增值服务的开发，以此为商户设置转移壁垒，提高支付机构自身竞争地位。

第三方支付机构外延式并购及内生式增长具体方案示例



企业经营建议2-建立业务优势

不同特点支付机构围绕自身能力向不同方向发展



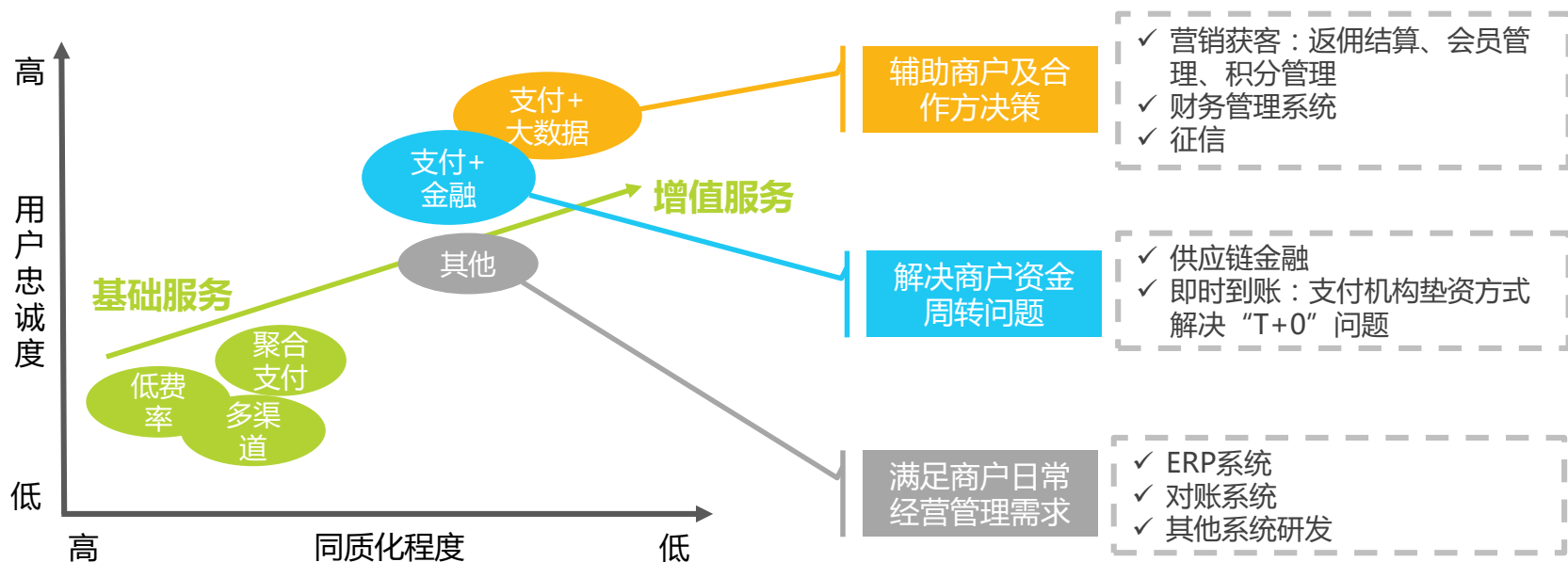
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

企业经营建议3-发展增值服务

从大数据、金融、技术解决方案三方面开发增值服务，增加盈利来源、提升商户留存效果

多支付渠道、聚合支付、费率灵活均是经过市场选择后第三方支付机构所提供的基本服务。随着“支付零费率”趋势明显，为提高自身差异化程度，做好商户留存，同时增加收入，摆脱当前由于争夺商户资源在费率上恶性竞争的状况，支付机构应注重利用数据及商户资源开发增值服务。增值服务大致可以分为“支付+大数据”、“支付+金融”以及系统研发三种。

从基础服务拓展到各类增值服务提高用户忠诚度



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

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

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