

中国线下收单行业研究报告

2021年



海量行研报告免费读

摘要



发展背景

- 线下收单业务伴随线下支付方式的演变应运而生，是非现金支付链条上的重要一环。
- 伴随着非现金支付市场的爆发式增长，线下收单市场快速扩张，2020年步入转型期。
- 在居民消费提升、移动支付普及的洪流中，线下收单行业依靠庞大的中小微商户需求蓬勃发展，并借由条码支付通道向下沉市场蔓延。
- 与起步较早的外国市场不同，中国线下收单业务成本低、效率高，构建了一张独具中国特色的线下收单服务网。



发展现状

线下收单行业市场发展现状：

- 线下收单市场总交易规模已突破60万亿，条码收单交易份额持续升高，2020年占比超过20%。
- 从各级城市线下收单市场占比来看，基于下沉市场的业务拓展仍然是线下收单行业未来的主要增长点。

线下收单机构角色转型现状：

- **角色转变的商业逻辑：**从产业链分润模式来看，单纯的线下收单业务可获利润微薄，断直连及备付金全额上缴等措施进一步挤压盈利空间。从企业优势来看，线下收单机构具有产业互联网基因，且占据2B服务的入口侧优势，通过与其他企业服务供应商合作，可打造自身在商户服务升级方面的特殊名片。
- **依托于“支付+”业务的角色转型：**面对转型压力，线下收单机构大多变身为企业数字化服务提供商，依托“支付+”业务，主要从人、货、场、资等多方面为商户提供数字化服务。“人”指用户，收单机构以“支付+营销获客”，帮助商户开展聚合营销。“货”指进货出货，收单机构以“支付+货品供应”，为商户打造全渠道供应链体系。“资”指资金，收单机构基于交易数据沉淀，协助中小微商户提升贷款融资成功率。
- 未来线下收单市场将走下分化，银行低费率策略撬动价格敏感型商户，第三方收单机构将依托产品质量与服务优势拓展潜力型商户。
- 线下收单机构可通过股权投资替代债券融资，为优质商户在资金周转、企业经营支持等多方面提供重要支持。
- 线下收单机构还可通过输出企业画像、商家信用分等内容，为商户关联的其他企业提供数据服务。
- 随着DCEP的推广，监管打击收单市场中套现、洗钱等违规业务的行动将更加高效，线下收单市场或将挤压出更多转型空间，支付产业链的运行规则或将获得进一步优化。



发展趋势

中国线下收单行业发展背景

1

中国线下收单行业发展现状

2

中国线下收单行业优秀案例

3

中国线下收单行业发展趋势

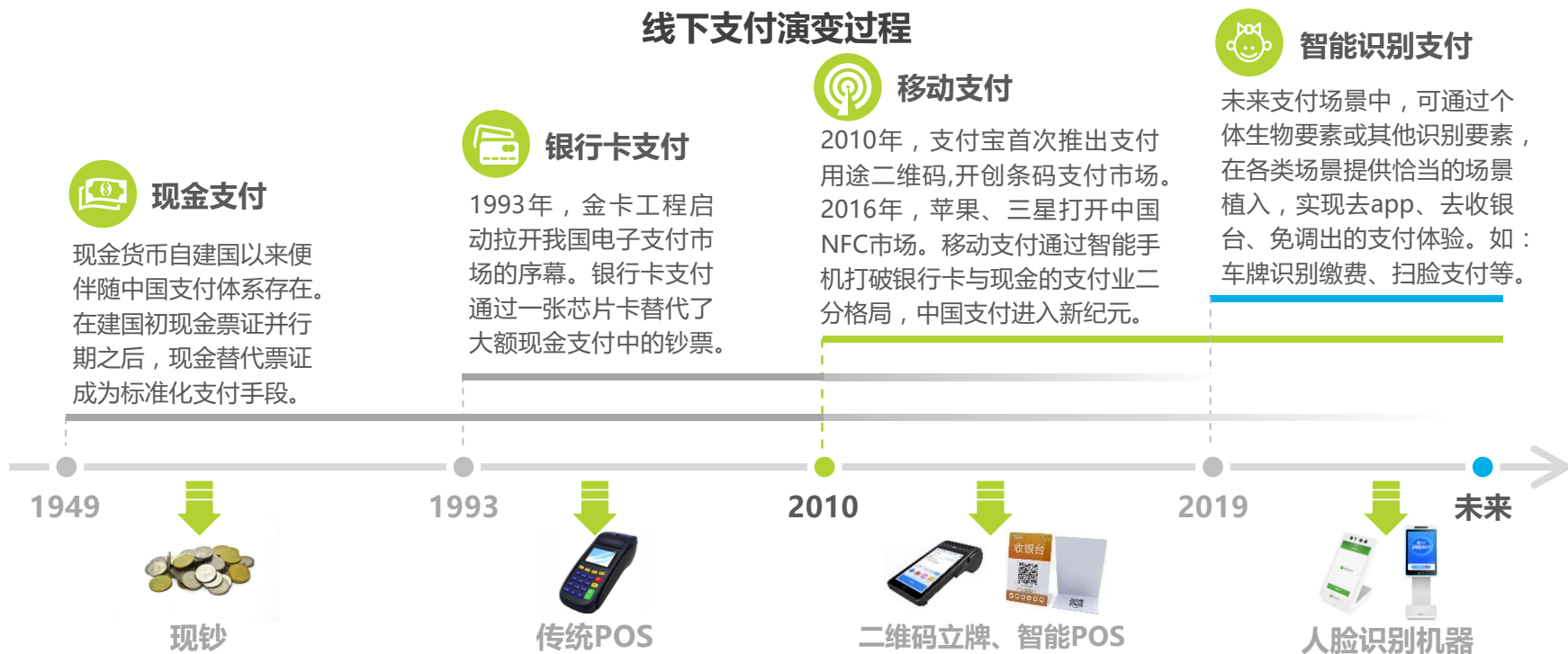
4

线下支付方式演变逻辑从未改变

线下收单业务在线下支付方式的演变中应运而生

自古以来，支付手段都以便捷化为目标、由笨重到灵活演进。2010年以前，银行卡与现金“两分天下”，各自切分了大额批发和小额零售的消费支付市场。2010年后，移动支付进入迅猛发展阶段，由此衍生的条码支付及NFC支付逐步占领线下交易市场，替代现金成为线下支付场景中的常见交易模式。如今，依靠生物识别、机器视觉等技术实现的智能识别支付手段正悄然兴起。未来支付手段可能脱离支付载体，用户可依靠生物特征或所有物品专属标识实现支付，非现金支付也将占据线下消费场景的主体交易模式。随着非现金支付市场的发展成熟，产业链分工趋于细化，线下收单业务作为非现金支付商业链条上的重要一环，将发挥愈加重要的市场推动作用。

线下支付演变过程



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究整理绘制。

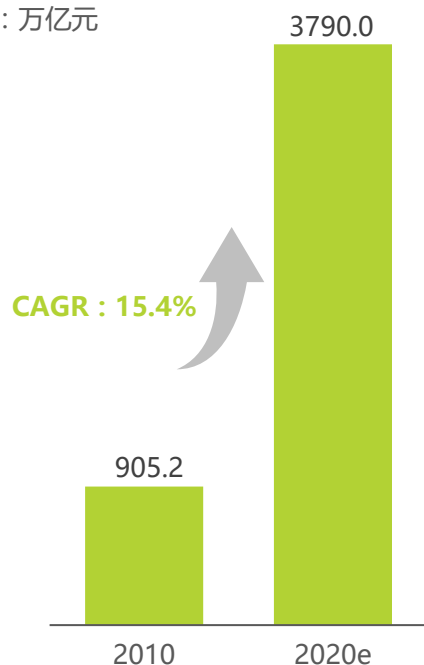
线下收单与非现金支付协同增长的十年

线下收单伴随非现金支付增长而扩张, 2020年步入转型期

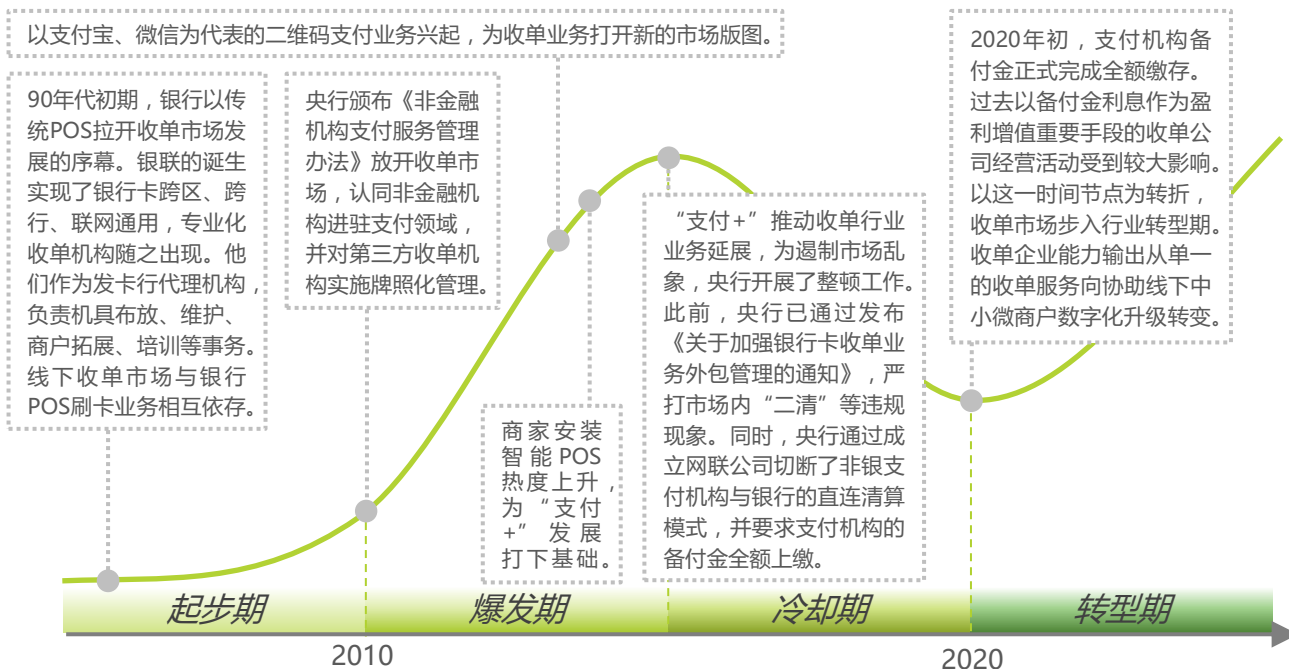
我国非现金支付交易规模在2010-2020年内实现了飞速增长, 复合增长率达15.4%, 预计2020年将突破3790万亿元。作为非现金支付链条中紧密衔接的一环, 线下收单伴随非现金支付规模的增长而迅速扩张。虽然“收单”这一词条对群众而言相对陌生, 但其发展历程已相当悠久。早期收单市场为银行所垄断, 收单机构仅通过POS业务拓展市场。随着移动支付在消费端的普及发展, 收单业务已成为当前商户的必需服务之一。行业快速发展也衍生了一系列违法违规现象, 如套现、二清机等。为引导行业长期健康发展, 自2017年起央行通过“直连切断、备付金上缴”等手段持续收严管制, 收单机构依靠备付金利息实现资产增值的经营路径失效, 盈利增长面临巨大考验, 收入结构调整已成大势所趋。

2010&2020年非现金支付市场交易规模

单位: 万亿元



2010-2020年中国收单市场发展脉络



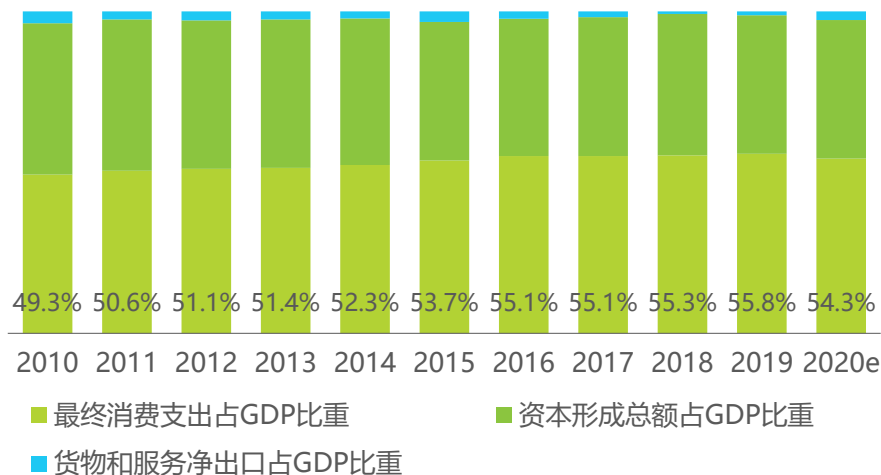
来源: 综合中国人民银行, 中国支付清算协会披露信息, 艾瑞研究院自主研究整理绘制。

线下收单市场驱动因素(1/4)

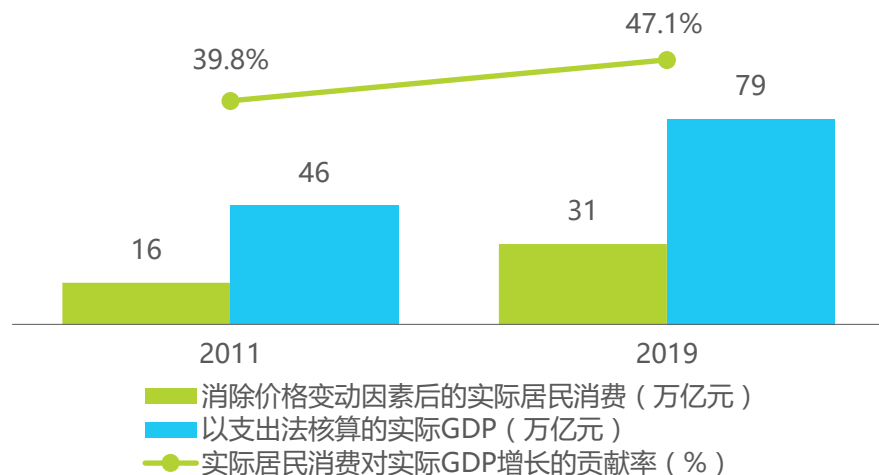
消费对中国经济增长的重要性日益提升，成为经济稳定运行的“压舱石”，带动支付领域攀升

从三大需求占GDP比重来看，自2011年起总消费已超过贸易净出口及总投资加和，成为吸收国民经济总产出的主要需求，是中国经济稳定运转的压舱石。2019年，实际居民消费支出达31万亿，较2011年增长了93.8%，对实际GDP的贡献率也由2011年的39.8%增长至47.1%。一方面，居民消费作为总消费支出的主体组成部分，对经济增长的促进作用日益提升。另一方面，实际居民消费提升为支付服务业创造增长新机遇，带动支付领域攀升。此外，2019年以支出法核算的实际GDP达79万亿，较2011年增长了71.7%，年复合增长率7.0%。中国经济的快速发展也为支付领域的市场参与者提供了巨大商机。

2010-2020年中国最终消费支出占
以支出法核算的中国GDP比重



2011&2019年消除价格变动因素的实际居民消费
及以支出法核算的中国实际GDP



来源：综合国家统计局数据，艾瑞研究院自主研究绘制。

注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

来源：综合国家统计局数据，艾瑞研究院自主研究绘制。

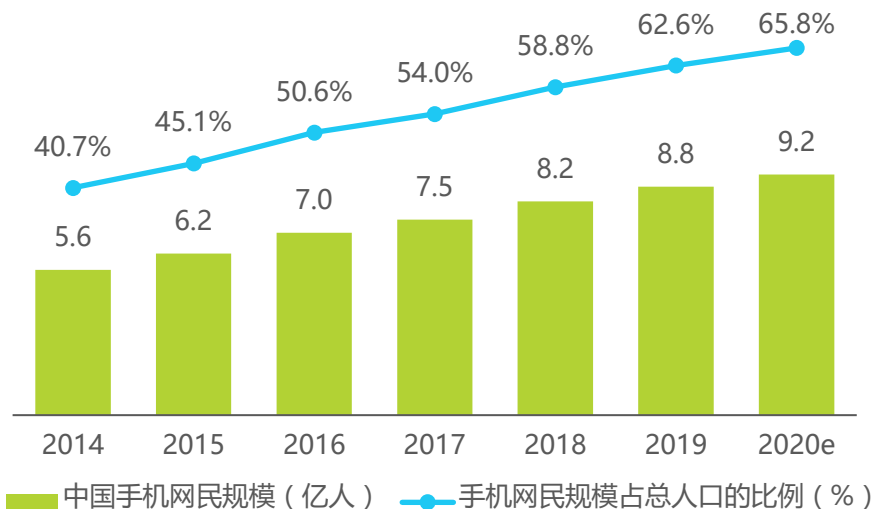
注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。
以居民消费对实际GDP的贡献率考量居民消费对中国经济增长的贡献。贡献率= 消除价格变动因素后的本年度实际居民消费增量/本年度以支出法核算的实际GDP增量。
实际GDP以2010年为基期核算。

线下收单市场驱动因素(2/4)

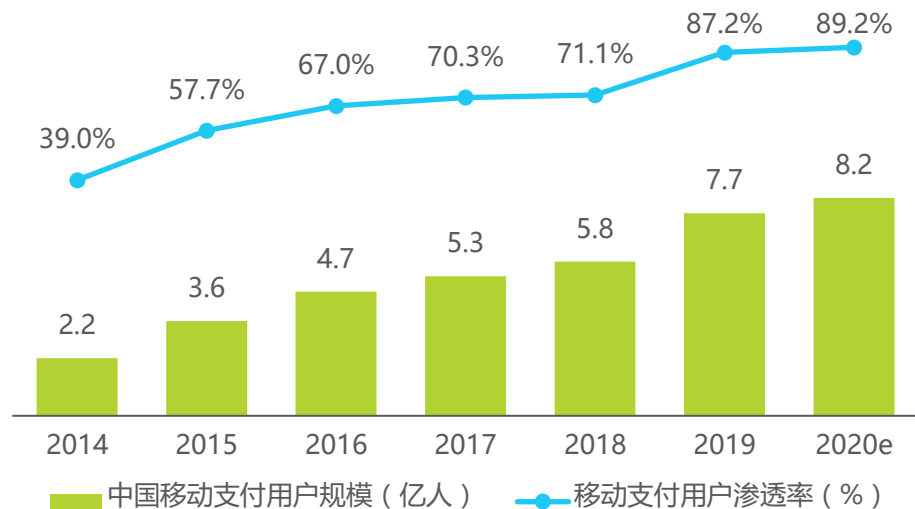
移动互联网普及促进移动支付推广、用户渗透率提高，移动支付从需求侧撬动线下收单服务业发展

中国互联网络信息中心的数据显示，截至2019年底，中国手机网民规模已达8.8亿，较2014年上涨57.1%，占总人口比重达62.6%。预计2020年中国手机网民规模将突破9亿人。移动互联网的深度覆盖改变了中国居民的生活模式，加速了居民日常生活数字化的步伐，也为中国移动支付的发展也奠定了坚实基础。2019年，中国移动支付用户规模达7.7亿人，市场渗透率达87.2%。与2014年相比，移动支付用户规模上涨了250%，年复合增长率达28.5%，预计2020年移动支付用户规模可达8.2亿。移动支付改变了中国居民消费支付习惯，提升了消费者对支付环境中各类新技术试行的包容度与积极性。由此，商户依靠创新支付技术提升用户体验的“新零售”模式迅速推广开来，移动支付也从需求侧撬动了整个线下收单服务市场的发展。

2014-2020年中国手机网民规模



2014-2020年中国移动支付用户规模与用户渗透率



来源：CNNIC中国互联网发展状况调查统计，国家统计局，艾瑞咨询建模测算。

注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

来源：CNNIC中国互联网发展状况调查统计，国家统计局，艾瑞咨询建模测算。

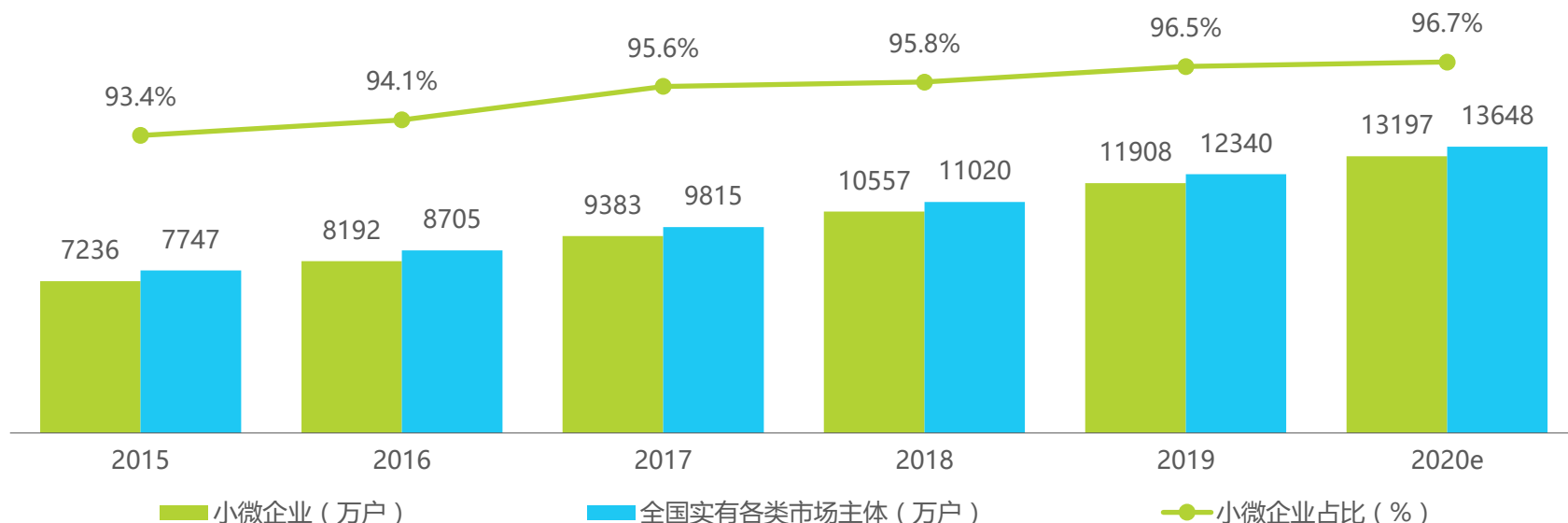
注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。移动支付用户渗透率指移动支付用户数占手机网民规模的比例。

线下收单市场驱动因素(3/4)

庞大的中小微商户业务需求奠定线下收单市场蓬勃发展的根基

从宏观角度来看，收单市场在经历长期沉淀后迎来爆发，第三方线下收单机构功不可没。而第三方线下收单机构业务之所以能够稳步增长，则是得益于中小微商户的数字化服务需求支撑。基于中国特殊的国情，从数量上看，小微企业是中国市场工商商业主体，长久以来承担着中国经济发展的支柱性地位。小微企业占全国实有各类市场主体中比重超过90%，2019年小微企业占比达96.5%，且这一占比还将继续保持小幅攀升的态势。从数字化水平来看，2019年中国小微企业约1.1亿，已接入O2O平台的小微企业占比不足10%，拥有智能POS、收银一体机等智能化经营终端的小微企业数量则不足5%，数字化服务在小微企业群体中渗透仍然有限。线下收单机构基于其与生俱来的产业互联网基因，在推动中小微商户“触网”、完成初步数字化升级等方面具有比较优势。中小微商户庞大的基数也将成为线下收单市场长期、可持续发展的基础。

2015-2020年中国小微企业数量及小微企业占全国各类工商市场主体比重



来源：根据国务院、国家市场监督管理总局、国家统计局、官方发言稿披露及艾瑞咨询建模核算，艾瑞研究院自主研究整理绘制。

注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

本报告所指小微企业包括小型企业、微型企业、家庭作坊式企业和个体工商户，具体的划分标准参考了国家统计局颁发的《统计上大中小微型企业划分办法》，在该办法中，国家统计局依据从业人员、营业收入、资产总额等指标，针对不同的行业类别对小微企业的标准划分进行了差异定义。国家统计局《统计上大中小微型企业划分办法》详见：

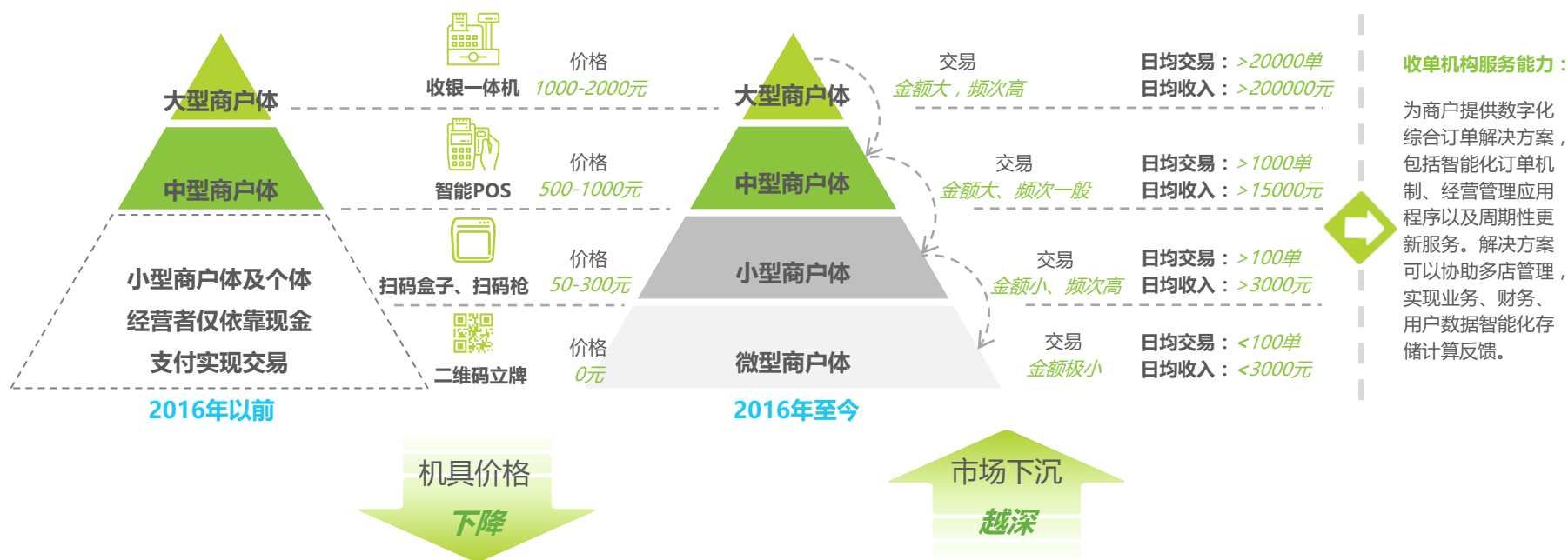
http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201801/t20180103_1569357.html

线下收单市场驱动因素(4/4)

条码支付方式普及促进线下收单市场快速下沉

2015年，支付宝、微信通过在线下消费场景中布放二维码，在移动支付领域取得成功突破。由于支付宝、微信的用户市场教育卓有成效，同时得益于移动支付自身优势在零售行业的发挥，非现金支付模式成功打破了城市等级、消费水平、地域差异等限制，从一二线城市向三四线乃至更偏远的农村乡县覆盖。从需求端来看，收单机构作为条码支付链条上的重要一环，可借由条码支付通道快速触达下沉市场商户需求。从供给端来看，得益于条码支付普及以及移动端设备进步，收单机具的硬件成本底线大幅下降。二维码立牌、扫码盒子、扫码枪等低成本收单机具帮助收单机构撬动下沉市场中小微企业户体的数字化服务需求，进而为收单机构数字化服务能力输出夯实基础。

低成本收单机具推动收单企业服务能力向数字化程度低的商户下沉



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究整理绘制。

中外线下收单市场对比(1/2)

依托卡端支付成长的发达国家线下收单市场与依托于移动支付的中国线下收单市场存在诸多差异

丹麦、瑞典

丹麦、瑞典作为较早迈进无现金社会的欧洲国家，其商户数字化程度相对较高。目前，丹麦瑞典的收单业务主要依靠NFC支付以及传统POS卡付业务拓展市场。本土银行体系、国际卡组织以及国际收单服务商（PBS A/S公司）成为了该国市场的垄断者。

美国、澳大利亚

随着Google pay，Apple Pay的普及拓展，NFC支付已成为美澳年轻消费者的主流支付手段。受到年轻消费力驱动，美澳收单业务在下沉市场覆盖较全面。但接近3%的收单服务高费率使得中小微商户对非现金刷卡支付望而生却，因此高渗透率下的美澳收单市场依然发展平缓。

中国

借由二维码支付通道实现二次突破的中国收单市场，与欧美各国存在极大差异。条码支付大幅降低了非现金支付解决方案的成本，破除了收单业务商户侧的经济壁垒。因此，以第三方线下收单机构为主力的服务供给方，完成了中国收单服务的深度下沉。第三方线下收单机构在与银行及两大支付巨头的博弈中，以小于0.6%的极低交易费率打开了中国庞大的中小微商户交易市场。

日本

日本是最早普及NFC支付的国家之一，其非现金支付行业的发展历史较其他国家更加悠久。但长时间的发展并没有带来日本收单行业的充分下沉，日本线下支付场景中现金仍是不可抛弃的交易手段。

中外线下收单市场对比(2/2)

依靠低成本、高效率的收单服务，中国线下收单市场构建了一张具有中国特色的线下收单服务网

收单侧：低成本

美国、澳大利亚

美澳的资金存管体系由数量庞大的私人银行体系把持，仅美国私人银行数目便超过6000家。收单机构打破地域及资金账户限制困难重重。且银行系与强势的卡组织利益牢不可破，收单机构为保全自身收益，设置**收单交易费率 > 2%**。

丹麦、瑞典

北欧各国资金存管及支付产业被政府牢牢把控，没有庞杂的私人银行体系影响，收单机构业务拓展难度较小。但本土市场总量小，通过低交易费率实现薄利多销无法支撑收单机构长期发展扩大。

VS

中国账户侧机构关联关系



我国支付账户侧机构包括银行及C端支付公司。银联与网联作为清算组织，上承账户侧体系，下启收单机构，为资金在不同账户间流转提供统一支付接口，保障了收单协调的低成本。

由央行引导，以银联、银行、支付公司为主体的支付市场机构协同让利，实现低成本聚合收款，达成**中国线下收单交易费率 < 1%**。

商户侧：高效率

美国、澳大利亚

受年轻消费力驱动，美澳收单市场触点由需求侧向供给侧渗透。但高费率是收单机构打动中小微企业的阻碍。中小微企业安装POS主动性高，但使用意愿低，现金仍是备受青睐的支付手段。面对这片低利润市场，收单机构也无动力提供针对性服务。

日本

日本是一个中小微企业数量庞大、人口老龄化严重的国家。在日本，基于大城市经济以及年轻消费者群体的收单业务发展良好，而在小镇经济模式下、中老年人群为主的消费场景中，非现金交易难以渗透，收单业务也拓展困难。

VS

按城市等级划分的中国地图



中国地域差异大，支付市场区域特征强，收单机构拥有细分、多元的市场竞争环境，可以实现差异化竞争、高质量发展。

大体量的商户收单服务由银行及头部支付公司直连。而庞大的中小微企业市场则为专业第三方收单机构留足发挥空间。不同类型收单机构各司其职，为商户提供针对性服务。

结论：中国收单市场构建了独具中国特色的线下收单服务网

中国特色的线下收单服务网

收单机构为商户提供：
基于人、货、场、资四方面的数字化升级服务网。



接入

提供服务



收单机构

搭建

服务平台

协同

接入



增值服务供应商

- 人：用户增长
- 货：商品供应
- 场：商业地段
- 资：资金融通

来源：综合公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国线下收单行业发展背景

1

中国线下收单行业发展现状

2

中国线下收单行业优秀案例

3

中国线下收单行业发展趋势

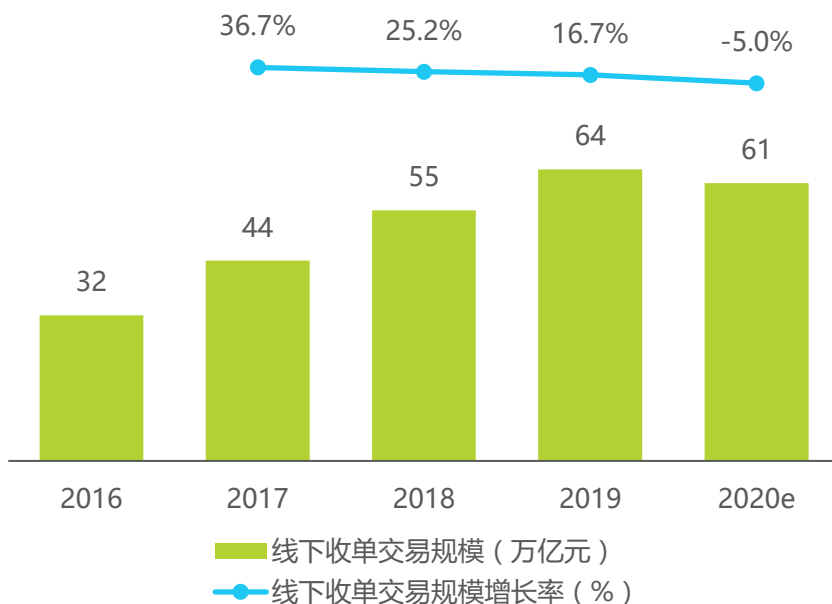
4

中国线下收单市场规模及业务规模占比 iResearch 艾瑞咨询

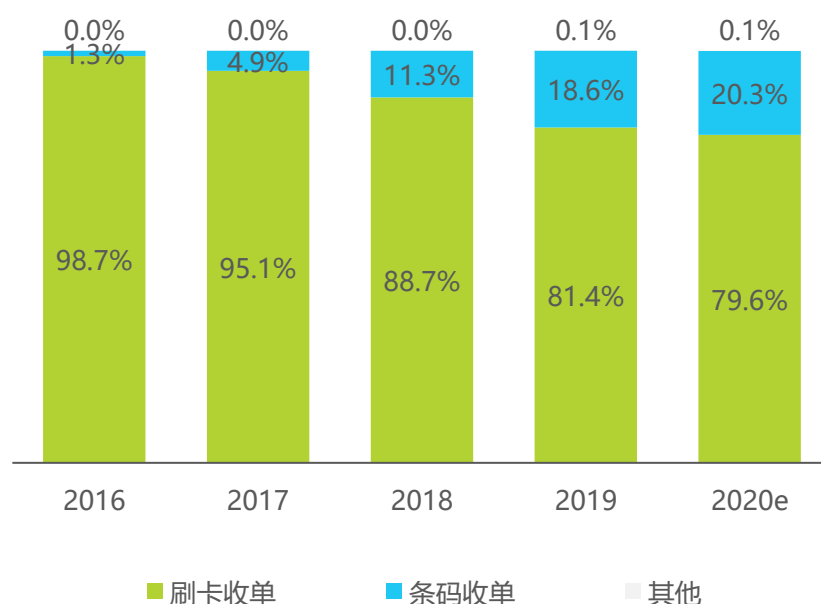
线下收单市场交易规模已突破60万亿，条码收单份额持续升高

中国线下收单市场总交易规模已于2019年突破60万亿。2020年受疫情影响，大量消费场景转移至线上，零售市场线下交易量有所下降，带动2020年线下收单交易规模较2019年同比下降5%。从长期历史数据来看，线下收单市场交易规模增长率下降态势明显，现有模式下未来市场的增长将更加吃力。从不同收单业务占有的市场份额来看，虽然基于银行卡、信用卡支付的收单业务仍在总交易规模中占有绝对优势，但条码收单正飞快地提升它在市场中的占比。需要额外说明的是，虽然在我国政府的严厉打击下，多数非法交易行为已得到有效遏制，但市场中仍有一部分难以计量的套现交易业务隐藏在刷卡收单的交易规模之中。

2016-2020年中国线下收单交易规模



2016-2020年中国线下收单交易规模占比



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

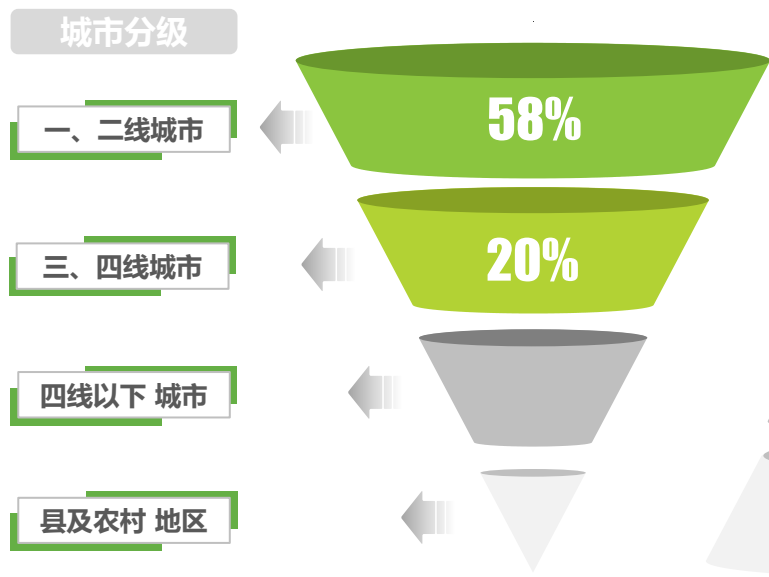
注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

中国各级城市线下收单市场占比

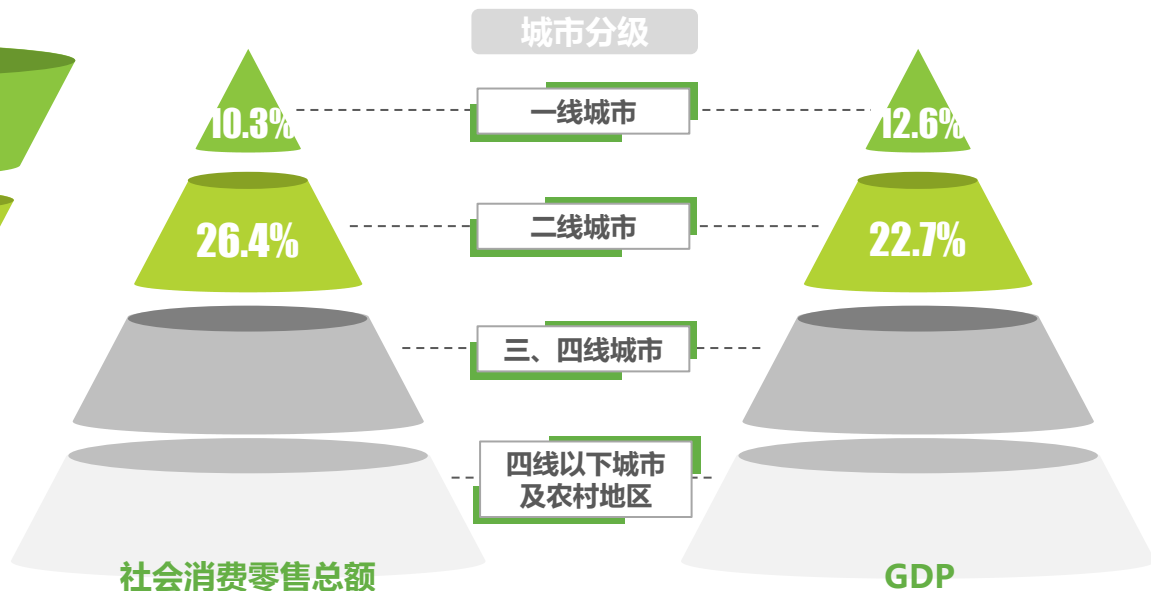
基于下沉市场的业务拓展是线下收单行业未来的主要增长点

2019年，中国收单市场一、二线城市业务规模占比接近60%，三四线城市业务规模占比20%，基于大中型城市商户需求的收单业务在整个市场占据较高比重。对比中国一、二线城市社会消费品零售额占全国总额36.7%；一、二线城市GDP占全国GDP总额35.3%。中国三、四线城市及以下地区的消费品零售需求仍在市场中占据重要地位，而由此衍生的下沉市场收单服务需求仍未被深度覆盖。这将成为转型期收单机构的重要盈利增长点。

2019年一、二线城市收单市场业务收入占全国收单市场业务收入比重



2019年一、二线城市社会消费品零售额及GDP分别占全国社会消费零售总额及GDP比重



注释：一线城市定义为北上广深4座城市、二线城市定义为各省会城市，共32座城市。

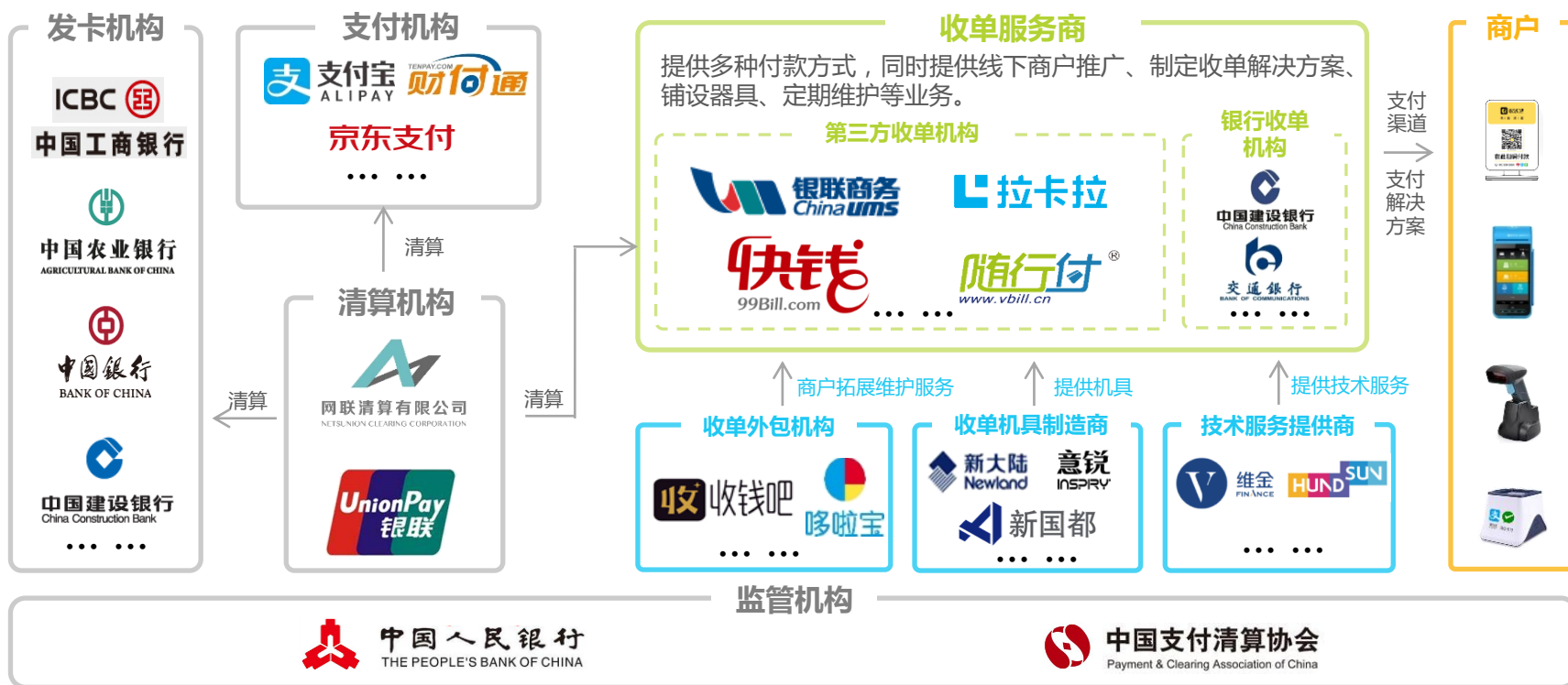
来源：综合国家统计局、各地区统计局数据，艾瑞研究院自主研究绘制。

中国线下收单业务产业链条

收单机构一手托两端，是支付产业链的重要支点

从产业链上下游来看，收单机构处于线下支付产业链中游，联结商户与支付、清算机构。收单机构既是商户接入数字化支付平台的入口，也是支付、清算甚至发卡机构由B端撬动市场交易增长的重要渠道。收单机构一手托两端，成为支付产业链的重要支点。从业务领域区分来看，线下收单行业内可分化为收单服务商、收单外包商、收单机具制造商、技术服务提供商等多个细分赛道。本报告聚焦的以第三方收单机构及银行收单机构组成的收单服务商是整个收单大行业的主体角色。

中国线下收单市场产业链



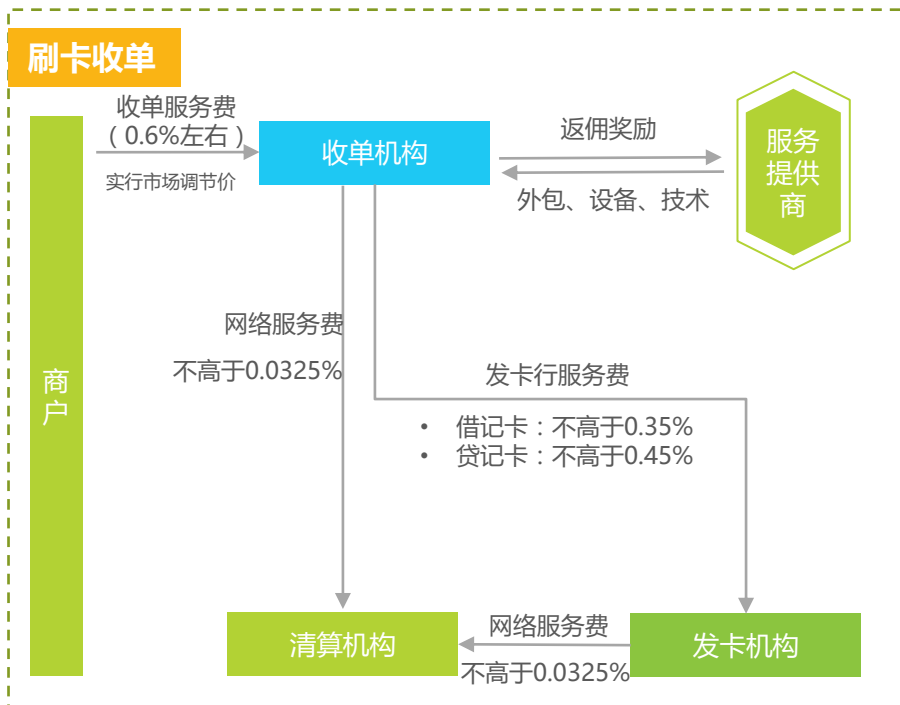
来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究绘制。

线下收单机构角色演变的商业逻辑(1/4) iResearch 艾瑞咨询

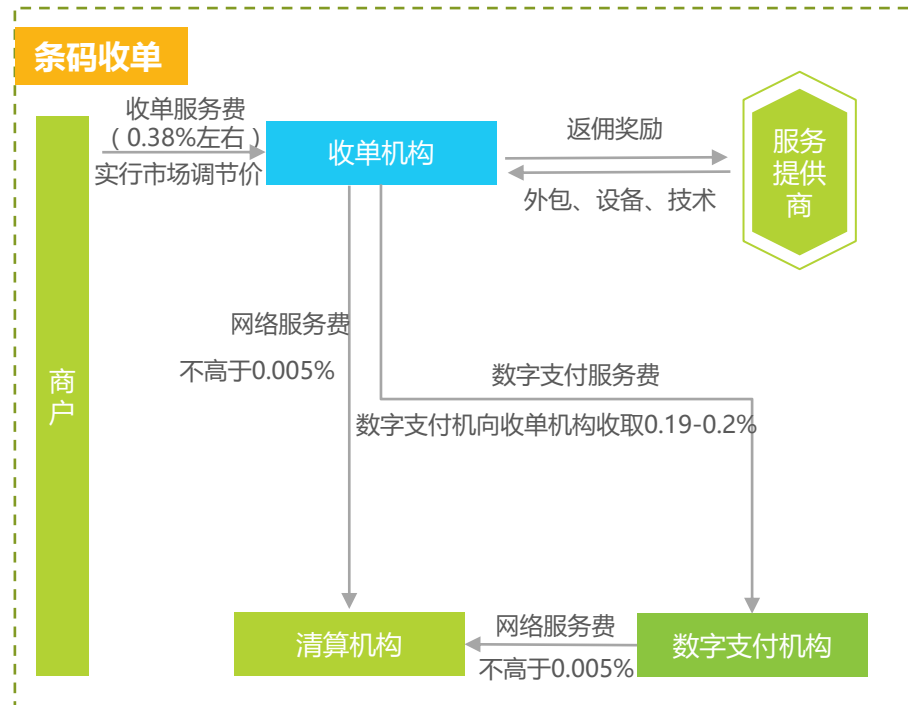
线下收单业务利润微薄，单一业务结构无法支撑长期盈利增长

同其他发达国家接近3%的线下收单服务费率相比，中国线下收单市场服务费率普遍偏低。2016年执行的“银行卡手续费改革”统一下调了线下刷卡支付的收单服务费率，其中刷卡收单费率约为0.6%左右。而以二维码支付为主的条码收单服务费率则更低，仅为0.38%左右。事实上，不论基于哪一种收单渠道，在扣除上游企业及供应商的佣金分成后，收单机构在整个市场环节中获取的净收益是稳定的，约为0.2%左右。但随着监管持续收严，微薄的收单服务利润难以支撑行业长期盈利增长，收单机构亟需寻求新的业务增长点。

刷卡收单的分润逻辑



条码收单的分润逻辑



线下收单机构角色演变的商业逻辑(2/4) 艾瑞咨询

政策监管趋严，断直连及备付金全额上缴致使线下收单机构盈利空间持续承压

从宏观政策面来看，自2010年以来，监管层贯彻实行穿透式管理，境内收单牌照整体也不再新增，“监管趋严”已成为行业共识。近年来，随着断直连、备付金全额上缴等措施的先后生效，单一的收单业务可创造的盈利空间被持续挤压，收单机构依靠收单服务费及备付金利息沉淀实现盈利增长的时代已经完结。

2010-2020年线下收单行业相关政策整理

《非金融机构支付服务管理办法》

2010

规定未经中国人民银行批准，任何非金融机构和个人不得从事或变相从事支付业务。根据市场公开信息统计，截至2017年底，拥有收单牌照的支付机构仅61家，其中拥有全国范围内收单资质的机构共34家，区域性范围收单资质的机构共27家。

《银行卡收单业务管理办法》

2013

清晰界定了银行卡收单业务的内涵和《办法》适用范围，对收单机构的特约商户资质审核、业务检查、交易监测、信息安全及资金结算等环节的风险管理进行全面规范，提出严格的监管要求。

《中国人民银行关于加强银行卡收单业务外包管理的通知》

2015

要求不得将核心业务系统运营、受理终端密钥管理、特约商户资质审核等工作交由外包服务机构办理；禁止实体和网络特约商户、外包服务机构留存支付敏感信息；每年对外包服务机构、实体和网络特约商户至少开展一次有一定独立性的安全评估等。

《关于完善银行卡刷卡手续费定价机制的通知》

2016

一、收单环节由政府定价改为市场定价，终结线上线下双轨制。二、统一商户类别，取消费率梯次计价方式，一定程度有效杜绝商户套码以及信用卡套现现象。三、借（借记卡）贷（信用卡）分离政策。

网联成立，直连切断

2017

3月31日起，非银行支付机构网络支付清算平台（“网联平台”）启动试运行，用以处理由非银行支付机构发起的，与银行交互的支付业务。

《关于持续提升收单服务水平、规范和促进收单服务市场发展的指导意见》

2017

鼓励收单机构服务创新，持续改善特约商户支付效率和消费者支付体验，提升支付效率，鼓励收单机构为特约商户提供聚合支付服务。

支付机构备付金全额集中缴存

2019

根据央行2018年6月发布的《关于支付机构客户备付金集中交存有关事宜通知》，2019年1月14日起，支付机构客户备付金需全额集中缴存。

备付金计息

2019

央行于2020年1月起，将对第三方支付机构备付金0.35%的年利率付给第三方支付机构利息，实行按季结息。此外，需要从这笔利息中计提10%作为非银行支付行业保障基金。

来源：综合中国人民银行、中国支付清算协会披露信息，艾瑞研究院自主研究绘制。

线下收单机构角色演变的商业逻辑(3/4) iResearch 艾瑞咨询

收单机构具有产业互联网基因，在B端服务升级方面占据优势

从商户侧数字化程度来看，目前95%的中小微商户仍未达到数字化经营的基础水平，其中还有极大一部分中小微商户尚未“触网”。当前阶段，完成针对中小微商户的初步数字化普及比推动数字化经营转型升级更为迫切。这对提供数字化服务的机构本身科技能力要求并不高，相反需要机构拥有商户客群资源积累。而收单机构基于其直接触达商户的产业互联网基因，诞生至今已积累了30年的商户资源及B端服务经验丰富，在链接商户群体、实现数字化普及方面具有天然优势。

从收单侧企业能力来看，收单机构掌握商户经营状况、资金周转困境、融资痛点等多方面信息，能够准确地切入商户需求。此外，发源于POS的专业收单机构深耕线下市场多年，服务于多元的商户大群体，拥有基于线下消费的中观大数据沉淀，比单一的商户更了解营销管理、市场偏好等专业领域知识。随着收单硬件智能化水平上升，收单机构可将自身服务能力结合智能化收单硬件打包成数字化解决方案提供给商户，实现由收单服务提供商向数字化综合服务商演变。

线下收单机构通过既有服务输出路径帮助中小微商户实现数字化普及

中小微商户的数字化普及迫切

无数字化经营痛点——

1

中小微型商户针对多数基础职能的岗位仍然需要设置专人负责，管理成本高。

2

无数字化经营造成大部分中小微商户缺乏规范的财务体系。这对于商户向银行融资申请、扩大运营以及长期发展不利。

3

低数字化商户获客依靠发传单、路演等低效率手段。

疫情反复迫使无接触式业务拓展常态化——

1

线下促销受限，优化用户留存亟需线上运营。

2

面对面宣传受阻，商户对线上获客渠道依赖加深。

3

传统的物资供应链切断，供货受到影响。

4

盈利压力增加，融资需求扩大。

商户侧

1. 收单扣费
2. 日常流水
3. 账目信息
4. 物资需求
5. 融资需求
6. 资金周转

.....

1. 收单服务
2. 收单机具
3. 财务建议
4. 融资渠道
5. 获客建议
6. 供货渠道
7. 新店选址

.....

收单侧

收单机构在帮助中小微商户“触网”方面具备优势

转型内在优势——

1

收单机构是直接触达商户的信息服务机构，拥有超越大多数信息科技服务商的客户资源积累。

2

收单机构是支付产业链支点，同时拥有B端商户数据与C端支付数据的积累。

3

收单机构积累了丰富专业化线下市场运营经验。

转型外在条件——

1

收单机构数字化服务水平足以覆盖当前普及阶段的商户需求。

2

收单机具成本下降加上疫情驱使，普及数字化服务变得成本可控。

3

技术进步保障收单机具负载智能化经营系统以及多样化信息服务能力成为可能。

来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究绘制。

©2021.2 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

线下收单机构角色演变的商业逻辑(4/4) iResearch 艾瑞咨询

线下收单机构可通过接入多家企业服务供应商，从人、货、场、资四方面中小微商户提供数字化升级服务

在商户侧，受疫情驱动，“支持无接触支付”、“线下转线上”成为商户经营的必要条件，2020年以来越来越多的中小微商户通过非现金支付通道实现触网。而中小微商户的数字化经营之路并不止于接入数字化平台，大部分中小微商户存在线上获客能力薄弱、经营模式单一、忽视用户运营、货品供应效率低等短板。为避免新的运转模式致使经营陷入困境，中小微商户亟需专业化的团队辅助完成传统经营模式向数字化经营模式的过渡。

在收单侧，首先，收单业务作为大部分中小微商户接入数字化平台的切入点，具有入口侧优势。其次，收单机构不仅长期服务于商家，还负责联结支付公司、银行与收单机具外包商、整合各供应商职能并以统一的服务输出路径提供给商户。因此，收单机构可从多样化获客拓展、客户运营优化、货品供应协同、融资信贷协助、智能化选址建议等多角度发力，打造贴合商户运转流程的人、货、场、资金链接平台，为中小微商户提供全流程、端到端的一站式服务体验。

以支付切入中小微商户数字化经营需求的收单机构演变为数字化综合服务供应商



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究绘制。

依托于“支付+”业务的角色转型： 支付+营销获客

线下收单机构可协同C端流量平台，灵活开展聚合营销

如前文所述，收单业务一手托两端，是支付链条的支点，支付产业通过收单业务可以撬动线下消费需求快速释放。收单机构作为企业服务商想要帮助商户精准触达目标客户群体，仍然需要线上流量平台、本地生活服务公司、银行等服务于C端的机构协助。通过商户数据与消费者数据共享，收单机构可基于大数据技术获取商户、用户的清晰画像，并对两侧数据进行匹配，帮助商户实现分层营销、精准服务。由此，收单机构在商户侧与消费侧打造了B、C端的流量闭环，实现在线下消费场景中商户与消费者的紧密衔接。目前收单机构提供的数字化营销活动主要分为三类：第一类是通过多途径帮助商户派发优惠券的促销获客活动；第二类是帮助商户进行广告宣传从多各媒体平台拉流的获客活动；第三类是以权益激励等方式将收单机构自有用户、母公司或服务于C端的兄弟公司用户引流至签约商户的获客活动。

收单公司可为商户提供的三类主要营销获客模式

多元渠道开展多样化优惠促销活动获客



与收单机构绑定的综合优惠平台

- ✓ 商户通过签约收单机构的自有综合优惠平台派发优惠券。
- ✓ 商户通过收单机构链接其他汇聚多类优惠券核销渠道的全家桶式优惠平台



与商户绑定的定制化优惠平台

- ✓ 根据商户需求，为单个商户制作定制化优惠平台，一般是微信公众号、小程序。
- ✓ 基于用户实际消费行为，由用户使用的支付通道派发消费券。



基于收单业务本身的数字化广告导流

- ✓ 将宣传、预约、呼叫服务、点餐、结账等功能统一在一张二维码中。通过用户扫码预约、点餐，以信息流广告形式向用户即时推送商户相关内容。



自媒体频道或第三方流量平台软广营销

- ✓ 收单机构帮助商户建立、治理、运营流量平台的生活服务号或视频营销号。定期推送宣传信息，打造商户IP。
- ✓ 以信息流广告向流量平台推送商户信息。



通过权益激励从同门户其他C端服务商引流

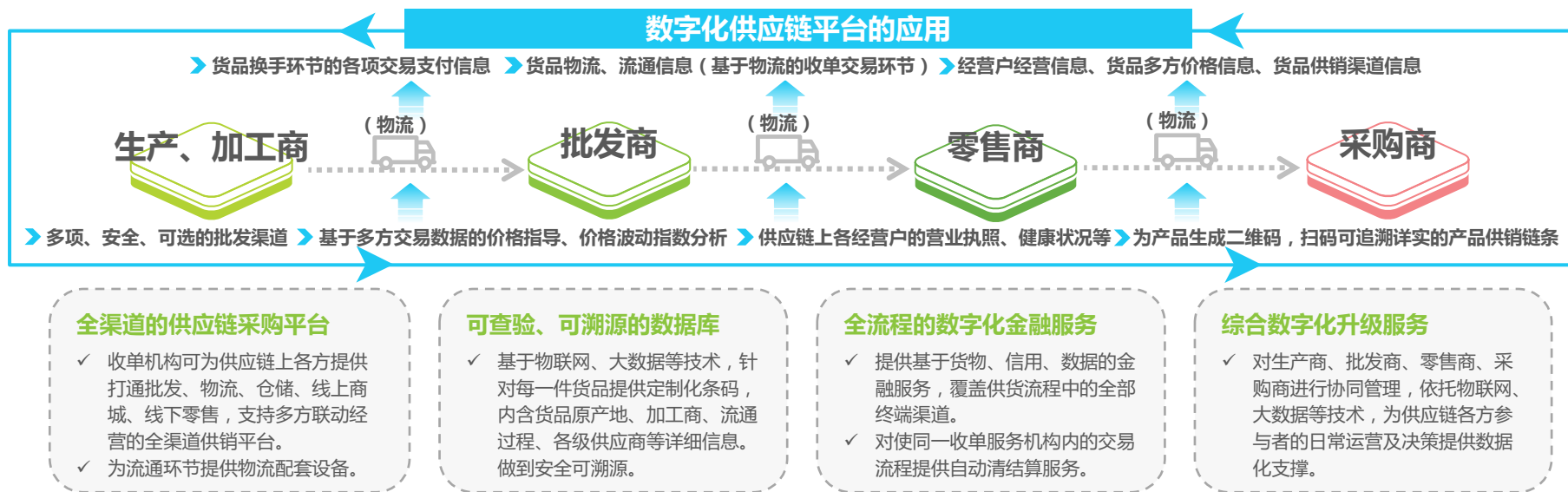
- ✓ 部分大型收单机构脱胎于集团制企业，其母公司或母公司下属其他子公司存在C端服务业务。收单机构通过与这一类拥有2C业务的兄弟公司合作，在2C的自营服务平台上，发起权益激励类活动。如，坚持打卡满X天可获得签约商户交易打折的权益。通过权益激励活动，既提高兄弟公司用户活跃度，还可以从母公司自有用户群体为商户导流

依托于“支付+”业务的角色转型： 支付+货品供应

线下收单机构可依托信息服务优势，打造全渠道供应链体系

随着产业支付的深化，收单业务在商户群体中的渗透由零售商向生产商、加工商、批发商、采购商延伸，基于产业支付的线下收单市场份额已初具规模。从客户需求侧来看，传统的货品供销体系存在交易数据繁杂、统计失误几率高、货物及数据溯源难度大等弊端，而零星环节采用数字化管理仍不能解决以上关键问题，对整个货品供销流程的效率提升贡献有限。目前下游商家对于全链数字化升级的需求最为迫切。从服务供给侧来看，收单机构基于为批发商、零售商、采购商提供的收单服务，沉淀了大量经销流程的交易数据，这些数据在收单机构的统筹管理下，可以大幅减少差错、精准溯源。此外，收单机构可将交易数据与货品、物流匹配，结合DNS标识解析等工业互联网技术，对全部的供销链条进行数据化管理，打造全流程可溯源、全方位可查验、全渠道一站式货品供应链平台。

收单产业信息服务在供应链体系中的应用



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究绘制。

依托于“支付+”业务的角色转型： 支付+融资服务

线下收单机构可基于商户交易数据沉淀，协助商户贷款融资

中国中小微商户群体普遍存在企业财务报表不规范、账目混乱的问题，造成中小微商户“融资难”现象。提供贷款服务的金融机构在审核中小微商户贷款融资申请时往往会耗费更多的人力、时间完成尽调工作，造成金融机构提供融资服务的成本上升，进一步加剧中小微商户融资困难。化解中小微商户融资困境，完整、明晰、规范的关键数据必不可少。具体而言，金融机构提供融资服务前，需要借助详实的企业数据来探索融资对象的真实情况，衡量可贷资金的量级的同时做好风险预防。而收单机构所掌握的恰恰是与中小微商户现金流状况息息相关的、可直接反映中小微商户偿债能力的交易支付数据，是金融机构的核心关注点。因此，收单机构基于长期商户资金流数据沉淀，可以为商户提供“助贷”服务。收单机构一方面可帮助有融资需求的中小微商户联系融资渠道、整理递交规范性融资申请文件，另一方面可协助金融机构梳理、核准关键性商户经营数据，以多维度的支付信息降低金融机构风控负担。

现金流数据沉淀在融资服务中的价值



收单机构基于数据沉淀为中小微商户提供助贷服务

- ✓ 由第三方收单机构受理产品覆盖的商户群体基础已足够庞大，且中小微商户占比较高，可有效输出企业画像。

- ✓ 中小微商户可通过收单机构线下地推团队、企业公众号、官网、APP等多渠道申请融资协助服务，获取可靠贷款渠道。

收单机构

商户的合规经营证明、现金流量表、支付信息

提供融资服务的金融机构



贷前

- ✓ 贷款额度、定价管理
- ✓ 尽职调查、风控反欺诈



贷中

- ✓ 偿付能力预测
- ✓ 融资意图、饥渴度识别



贷后

- ✓ 偿付能力预测
- ✓ 逾期风险预测、预警

中国线下收单行业发展背景

1

中国线下收单行业发展现状

2

中国线下收单行业优秀案例

3

中国线下收单行业发展趋势

4

立足支付科技，构建完整“产业支付+”服务生态

结行科技致力于为商户提供便捷、安全的支付服务。在支付领域，不断夯实支付基础能力，覆盖各个主流支付服务，如互联网支付、移动支付、线下收单、聚合支付及跨境支付服务等。同时，结合信息科技等技术，为商户全方位经营赋能，提供广告营销、线上开店、会员管理等可快速灵活配置的升级服务，服务于零售、餐饮、跨境、商旅、文娱等多个行业，帮助线下企业实现收益增长。结行科技在为商户服务的同时，也积极拓展产业支付领域，依托自身强大的科技能力，围绕制造业场景进行布局，赋能产业供应链资产管理。未来，结行科技将继续坚持以支付为核心战略，运用云服务、人工智能、大数据等核心技术，不断提升服务水平，帮企业提质增效。

立足支付科技，构建完整“产业支付+”服务生态



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

打造本地社区商业圈生态，助力中小微商户转型

结行科技以本地生活圈、商业圈等消费聚集区中小微商户日常经营的痛点为切入点，依托支付能力，为商户提供数字化经营、信息化管理、互联网化营销的一体化解决方案。解决中小微实体商户有转型需求却无转型能力的问题。打造本地社区商圈生态，实现商户异业导流、业态互补的共赢模式，让商户获得新客户，盘住老客户，完成销售增长的目标。

结行科技打造本地社区商业圈生态，助力中小微商户转型



覆盖多元消费场景，打造创新型金融科技平台

2004年成立至今，快钱公司以“科技，为企业加速”为使命，致力于通过科技创新能力，围绕场景搭建一个开放、共享的数字化服务平台，以整套数字新基建为国际和国内各类企业加速，助推万行千业实现数字化升级，支持实体经济发展。

创新型金融科技平台



竞争优势

丰富的历史经验

快钱作为成立十五年的资深第三方支付公司，拥有与时俱进的支付产品体系，多年来根据行业内对支付需求的变化，为行业内客户提供创新型、定制化综合支付解决方案。

创新的支付产品体系

自2005年以来，快钱专注于B端的第三方支付业务。并且一直深耕保险、航空客票、零售、餐饮、网络购物等多个行业。在线上 and 线下积累了大量客户。与万达达成战略控股协议后，发展再次提速，借助万达海量自有场景，快钱发展成为“实体商业+互联网”企业。

多元化金融科技生态

快钱同时还提供金融云、增值业务等高品质、多元化的金融科技服务，融合创新的多种支付产品，赋能企业和用户，带来智能、高效、个性化的金融科技新体验。

深耕细分行业，聚焦“数字化+支付” 夯实行业解决方案

快钱支付作为国内领先的第三方支付公司，坚持“科技，为企业加速”的使命，不断完善支付产品与服务。同时，立足于行业个性化需求，深耕细分行业，为行业提供深度定制化的行业解决方案，覆盖零售、保险、商旅、金融、物流等行业。借助“数字化+支付”的能力，助力行业升级与商户经营，提升产品体验。以零售、保险领域举例说明：

零售、保险行业“数字化+支付”解决方案

零售：数字化方案，构建智慧门店



保险：场景深度融合，输出综合科技服务能力

场景融合

- 车企服务包+保险统缴
- 细分场景消费
- 保单+消费分期
- 理赔自动化+极速到账

底层技术

- 云计算
- 支付大数据
- 实名认证整合能力

中小险企

- 保险产品、车后服务平台整合，一站式技术服务。

大型险企

- 增加科技投入、结合支付大数据，迈向数字化经营和智能化应用。

对于险企目前的外部科技服务商来说，科技服务的要求已逐步从简单的底层技术合作，拓展到数字化智能化的综合服务能力，未来通过更多的综合整合服务能力的输出，例如车后市场综合服务平台，来拓展更多的服务合作方式，赋能保险产业链的各个环节。

数字化、智能化智慧商圈解决方案，助力疫情后商户复苏

商圈是老百姓吃喝玩乐，购物休闲的典型场景，为促进商圈消费，普惠广大消费者，通过不断的产品服务创新，快钱打造出数字化智慧商圈解决方案。通过联合商家，聚合客户，在场外实现线上线下的引流入场，并辐射商圈周边商家；在场内通过人、货、场一站式服务，全方位提升全渠道经营效率和商户消费者粘性；并且借助快钱运营服务优势及商圈精细化运营管理，实现在商户降本增效的同时，通过数据管与分析，为商家智慧经营决策提供有力数据支撑。智慧商圈解决方案将有效的促进商圈数字化、智能化转型升级。

数字化智慧商圈解决方案

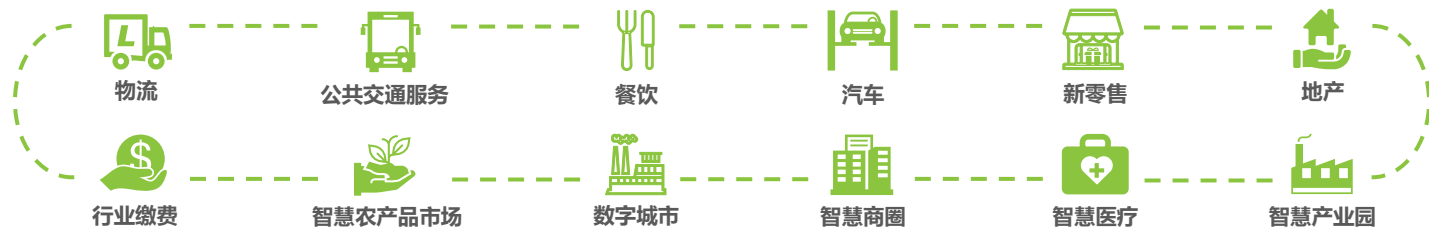


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

结合消费场景，建立综合数字化服务生态圈

银联商务是国内领先的大型非银支付机构。在线下收单领域，银联商务在第三方线下收单市场交易规模中占比超过50%，是中国最大的第三方线下收单机构。截至2020年6月，银联商务累计触达各类商户数量超1800万家，投放设备终端逾2900万台。依托线下收单、网络支付等基础业务的规模优势及深厚的行业认知，银联商务将主营业务体系进行了深化扩展，紧密围绕商户在营销拓客、账务管理、终端运维、资金服务等方面的经营需求，由单一的收单服务延伸出五大产品服务生态体系。在服务能力与行业场景的进一步结合中，银联商务针对12个特定行业、领域提供了数字化服务专业解决方案，建立了完善的综合数字化服务生态圈，为各行各业商户的数字化升级持续赋能。

以收单、支付业务为基础的综合数字化服务生态圈



综合收单服务

- 线下收单：POS刷卡收单、条码收单、智能识别收单、NFC收单、智能POS收单服务。
- 收单增值服务：终端配套“开放应用市场”；提供智慧便利店解决方案；达成合并支付与分账。

金融信息服务

- “天天富”普惠金融信息服务平台：为商户提供专业金融服务。可提供智能化企业管理、新业态用工方案、财税优化方案。

行业商户科技服务

- 大数据服务：基于数据资源，为旅游管理单位提供支付监测、监管统计等多项数字化技术服务。
- 信息服务：ERP信息集成产品；一体化的智能开票、外卖系统；面向合作伙伴的一站式开放平台。

数字营销服务

- 综合支付网络的电子营销平台：提供优惠验证及支付清算服务。
- 媒体资源开放平台：为广告主、商户提供多渠道营销展示平台。
- 定制化小程序开放平台
- 权益激励平台

支付运营服务

- 自主零售终端：提供涵盖支付、平台、营销、会员、广告、大数据、资金管理、自助设备等服务的全套解决方案。满足自助售货、自助收银等与新零售相关的各类商户需求。

收单模式：扫码盒子、扫码枪

- ✓ 银行卡支付：非接闪付，免签免密。
- ✓ 移动支付：统一化支付入口、聚合多元支付通道。
- ✓ 优惠服务：与银行卡激活、优惠结合，辅助卡业务增长。

收单模式：二维码扫码

- ✓ C扫B：聚合多元支付通道，可接受多类支付APP扫码。
- ✓ 动态二维码立牌：可移动充电，不同金额生成不同条码。

收单模式：智能POS终端

- ✓ 实现移动收款，银行卡、微信、支付宝全渠道支付，可下载应用市场内各类APP。
- ✓ 配套开票、点餐、零售、数据分析、会员管理等多项功能。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

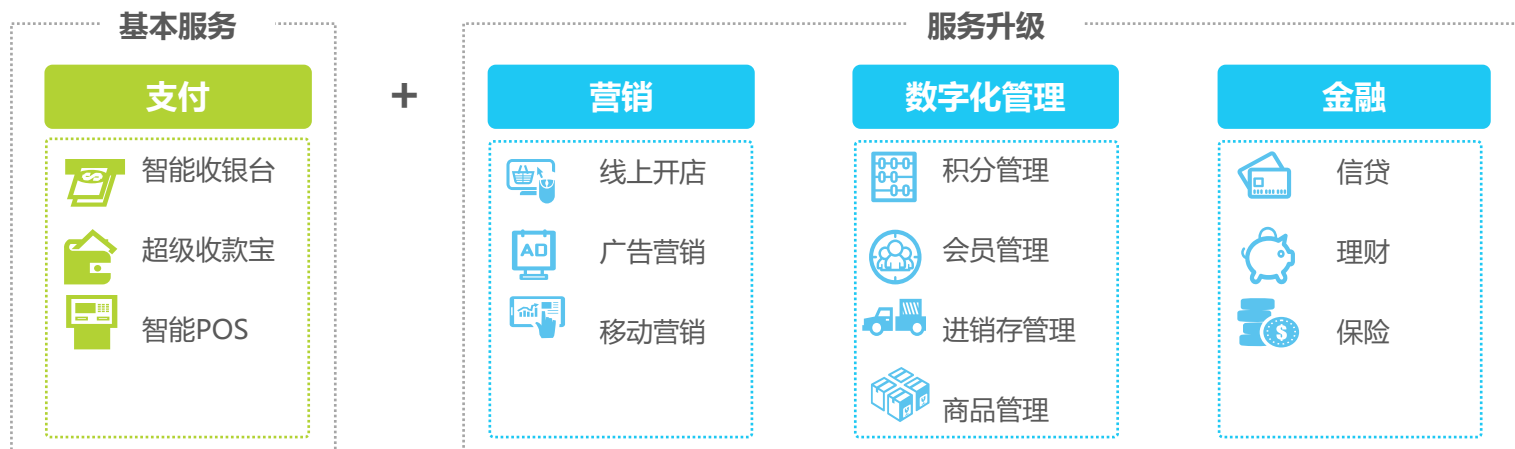
从支付切入，打造云战略产品加速商户数字化进程，深化产业链布局

2019年8月，拉卡拉支付战略发布，进入4.0战略时代，大力进军产业互联网，结合成熟的分销云、新零售云SaaS服务，通过支付科技、信息科技、金融科技、电商科技等服务，为商户的新零售赋能，深入提供“全支付”服务，保险、金融科技系统及解决方案输出、积分消费运营、广告营销、会员订阅等服务以及商品上架、分销、进销存、线上开店等服务的快速部署和灵活配置，帮助线下中小微企业提升在移动互联网时代的获客及服务能力，全维度为中小微商户的经营赋能。

拉卡拉从支付切入，助力线下中小微企业实现全产业链的数字化升级

数字化经营一站式解决方案

以支付为基础、为入口，拉卡拉支付基于科技、云服务和人工智能，整合拉卡拉核心技术和成熟新零售云等SaaS服务，打造拉卡拉云小店、拉卡拉汇管店等云战略产品，面向不同行业、不同业态的客户提供一站式经营解决方案，深入提供数字营销、进销存管理、会员管理、商品管理等服务，解决商户日常经营过程中的问题，助力中小微商户实现数字化经营。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国线下收单行业发展背景

1

中国线下收单行业发展现状

2

中国线下收单行业优秀案例

3

中国线下收单行业发展趋势

4

线下收单市场竞争格局将走向分化

银行低费率策略撬动价格敏感型商户，第三方收单机构依托产品质量与服务优势拓展潜力型商户

行业起步期，高成本机具筑就了中小微商户进驻非现金支付链条的壁垒。加之，银行面对下沉市场服务动力不足，客户黏性较小。当条码支付成功降低收单服务成本、撬动商户数字化支付需求时，银行传统线下收单业务受到冲击。反观第三方收单机构，他们通过支付通道，结合城市代理商、地推服务商等，在线下市场跑马圈地，将收单市场下沉至三四线城镇、小型商户。第三方收单机构还结合消费场景，通过“支付+”业务，强化客户黏性。市场步入冷却期后，银行依靠强大的资金储备，以较低费率抢回了部分价格敏感型客户的收单市场。这一举动推动了市场竞争走向分化，银行与第三方收单公司将依据企业优势锚定不同客群。银行依旧以价格优势赢得薄利多销型商户群体的青睐，同时也将依靠传统存、贷、汇业务继续抓牢大型商户群体。而第三方收单机构依靠更优质的产品 & 丰富的增值服务项捕获中小微商户市场中更具发展潜力的群体。

银行与第三方收单机构的业务能力对比

业务能力指标	银行机构	第三方收单机构
商户触达	商户触点频次较低 ★ ★ ☆ ☆ ☆	与商户保持周期性互动 ★ ★ ★ ★ ★
客户运营	无主动客户运营 ★ ★ ☆ ☆ ☆	针对大中小微商户差异化运营 ★ ★ ★ ★ ★
服务费率	服务费率极低 ★ ★ ★ ★ ★	服务费率相对较高 ★ ★ ★ ☆ ☆
产品质量	收单机具及服务质量较低 ★ ★ ☆ ☆ ☆	收单机具及服务质量优良 ★ ★ ★ ★ ★

线下收单市场远期竞争格局



帮助中小微商户输出企业画像、信用分 iResearch 艾瑞咨询

线下收单机构基于多维度数据沉淀，构建中小微商户的企业信用分计算系统，对外输出企业综合画像

“支付+”业务延伸了收单机构的业务范围，促使收单机构向商户数字化升级服务商转变。在此过程中，收单机构积累了商户的客群画像、支付信息、货品供销、地区性市场消费、资金流状况、融资负担、逾期风险等多维度一手数据。对于广大的中小微商户而言，由于缺乏专业的企业宣传及战略规划体系，零散的数据集并不能发挥资产增值效力。将数据蕴藏的优秀成长能力及可信赖的信誉保障以可视化结果反馈才是中小微商户的核心诉求。对于收单机构而言，丰富的数据资产已成为重要的产业生态优势，但如何在不外泄商户隐私信息的前提下，实现商户数据在生态服务商之间有价值地流转、为商户创造更优质产业生态，是收单机构的聚焦重点。

收单机构可通过建立高效、安全的商户信息数据库，并结合大数据、云计算、机器学习等技术构建商户信用评价体系，以商户企业画像、商户信用分、失信黑名单的形式对外输出商户信用情形。必要时，在获得商户授权的前提下，收单机构还可以给经营企业贷款的单位提供商户失信预警防控，这对于中小微商户申请融资贷款助益良多。

中小微商户企业画像、信用评分系统的应用

以中小微商户经营数据沉淀构建企业信用评级系统

● 将不可外泄的商户经营信息以企业画像、商户信用分输出



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

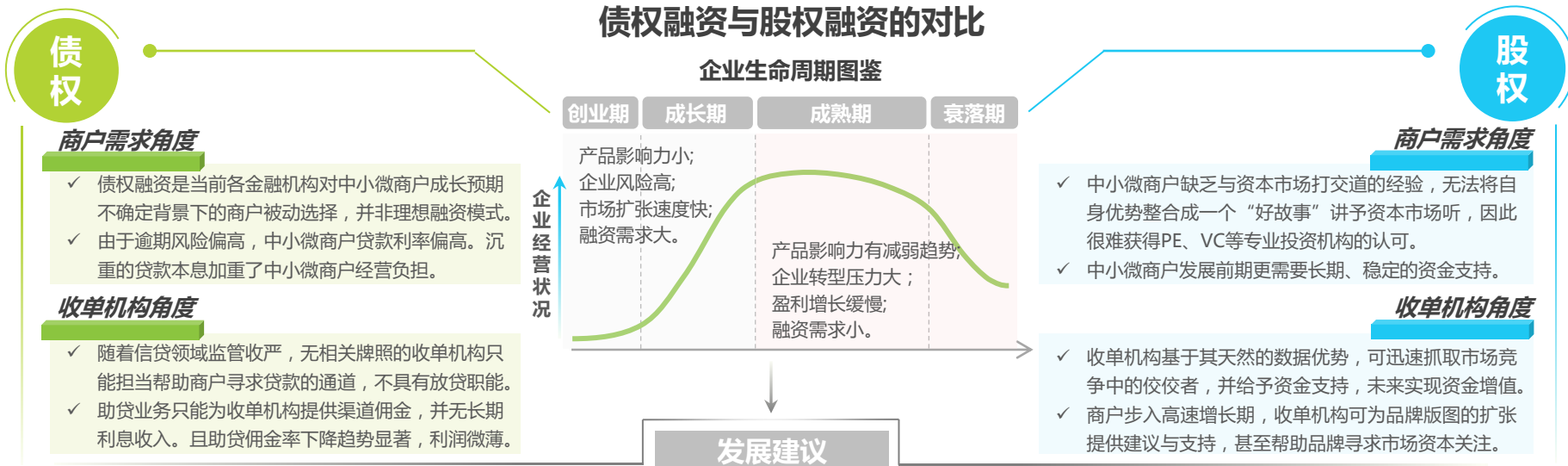
针对优质商户提供长期陪伴式服务

以股权融资替代债权融资，为优质商户在早期提供资金支持

除了针对中小微商户融资开展“助贷”服务外，收单机构还可以根据自身资金储备在优质商户发展初期以投资入股的方式提供资金支持。处于创业期或成长期的商户，一般有较大资金需求，现金流相对紧缩。但由于行业竞争变幻莫测，大部分商户在早期中小微阶段很难获得市场资金认可。于商户而言，债权融资需要以企业固定资产、存量资金、所有人个人连带责任等要求为背书，并非理想的融资模式。于收单机构而言，助贷服务无法实现自有资金增值、合规风险大，目及未来的战略投资才是长期财富扩张的密码。

得益于服务多家商户的数据沉淀，结合市场消费场景，收单机构可自主形成多维度的区域商户排名榜单，进而筛选出服务商户内的优质群体。进一步地，大型收单机构基于对不同商圈、片区的覆盖，可获得大量区域市场的微观及中观数据积累，进而挖掘出不同地区市场的潜力增长板块及该市场板块内的业绩佼佼者。针对这一类优质商户，收单机构可在它发展初期便投资入股，一方面以市场投资人身份为商户扩张提供资金支持，另一方面以股东身份为商户发展提供决策建议及技术支撑。

债权融资与股权融资的对比



通过为增长潜力巨大的优质商户提供陪伴式服务，线下收单机构可结合“支付+”，打造以收单业务为核心的企业生态闭环，实现企业盈利长期可持续增长。

数字人民币推广，促进行业健康发展

DCEP将助力监管打击收单市场中套现、洗钱等违规业务，并为市场参与者提供更多转型空间，优化支付产业链运行规则

2020年10月，深圳市政府联合央行开展了深圳罗湖数字人民币红包试点。DCEP在现实中落地正式宣告了这一革命化货币即将到来，这一超级货币体系定然会对中国线下支付体系带来较大影响。从监管侧来看，DCEP将帮助监管部门实现对资金流的精准监测，打击收单市场中违规业务，有效规范、促进收单行业健康发展。从机构侧来看，DCEP或可推动收单服务费降低，优化商户侧收单体验，促进收单机构升级转型，甚至可能为NFC支付创造新的发展机遇。

DCEP 促进行业监管精准、高效

DCEP 的体系架构

一币	央行数字人民币：央行担保发行的一串加密数字串		
两库	央行发行库	商业银行的投放库	
三中心	登记中心	认证中心	大数据分析中心

“一币、两库、三中心”的体系架构以及央行中心化管理机制保障DCEP权属信息登记明晰、身份信息管理高效，实现DCEP可控匿名、可追溯等特性，并且可基于各类指标达成分析预测、风险防控等目标。因此，DCEP的推行将帮助监管部门实现精准的资金溯源、对非法资金流转的打击效率更高。

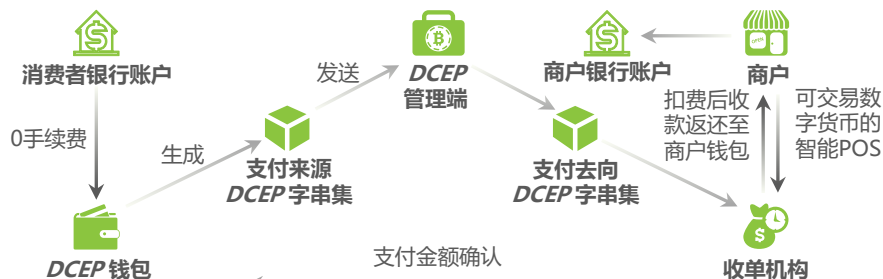
收单市场中非法支付业务将不断减少，助力行业健康稳健发展

信用卡套现交易：信用卡持卡人通过提供套现服务的机构利用POS机将信用卡额度内的金额刷出，服务机构一般即时会给持卡人交付现金，并收取1.5-3%不等的手续费。由于交易最终以现金的方式在市场上流通，难以溯源，所以监管困难。

当前，我国线下收单市场总规模中仍有一部分收入来源于信用卡套现、洗钱等违规业务。随着DCEP的推广普及、监管部门洞察套现后资金流向难度降低，打击套现、洗钱等违规行为将更加高效。这部分违规业务在收单市场中的占比将不断减少，收单行业长期发展也得到有效规范、健康引导。

DCEP 加速账户侧盈利释放，为收单机构预留更多转型空间

DCEP 应用模式下的线下支付收单流程



跨行转账手续费缩减推动账户侧盈利释放

在小额、高频的消费场景下，消费者与商户可通过手机钱包进行交易，跨行转账及交易清算的手续费可能实现缩减。DCEP的去中介化特质或可通过促进小额、高频收单场景下银行账户侧、清算侧占据的收益被逐步释放，推动中小微商户经营发展。

收单机构获取更多转型空间

通过中小微商户市场账户侧、清算侧盈利释放，为收单机构预留了更多盈利伸展的空间。若想借此获得利润提升，收单机构仍需依靠“支付+”生态创造强大的客户黏性以及高质量品牌形象输出。只有用户教育卓有成效的收单机构能占据竞争优势。

DCEP 或为中国NFC支付市场带来活力

由于数字人民币支付可能依靠数字芯片卡实现离线交易，所以数字人民币支付是以手机支持TEE（可信执行环境）为硬件前提的，而NFC+SIM卡方案构成的交易环境恰恰可以满足这一要求。这一安全、便利的支付方案可能通过DCEP推广带来的红利重获发展活力。

来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究绘制。

注释：数字人民币是由中国人民银行发行的数字形式的法定货币，英文全称为Digital Currency Electronic Payment，可简称为DCEP，本篇报告中以DCEP表示数字人民币。

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

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、更快捷地洞察市场、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，才能更好地为您服务。

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



海量行研报告免费读