

迈向移动支付时代

——来自中国市场的经验

2017年中国第三方支付市场监测报告



- ▶ **第三方支付交易规模增长迅速，结构上向移动端迁移**：2016年第三方支付交易规模达到近80万亿元，同比增长率接近300%，近年来第三方支付交易规模的快速增长得益于用户支付习惯的养成和不同年代的不同热点。2016年移动支付占第三方支付总交易规模的74.7%，结构上向移动端迁移，这得益于手机网民的增长和移动支付的便利性。
- ▶ **第三方支付的发展分为四个年代，未来将进入线下消费年代**：根据第三方支付不同年代的不同增长热点，依次分为电商、金融、转账、消费四个年代。转账年代开始于2016年，得益于春节红包的传播，转账成为交易规模的增长动力。目前，线下消费扫码支付虽规模较小但增长迅速，预计将成为未来第三方支付交易规模的增长动力。
- ▶ **第三方支付转账开始成为个人转账首选，呈现出移动化、虚拟账户化两大特征**：2016年第三方支付转账规模同比增长235.0%，而银行卡转账增速为15.3%，第三方支付转账开始成为个人转账首选，这得益于第三方支付的用户体验更好。此外，结构上呈现移动化、虚拟化特征，分别得益于移动设备的普及、第三方支付机构的力推，红包对国人需求的契合、在社交关系下转账的便利性等因素。
- ▶ **扫码支付增长迅速，留住用户需提供横向、纵向延伸服务**：2017年Q1我国扫码支付市场规模预计超过5800亿元，同比增长606.8%。目前，用户使用移动支付的习惯是扫码支付增长的动力，且呈现出在第三方支付机构间转换壁垒较低的特征，要留住用户，可以通过增加生活服务平台、营销系统等纵向延伸服务和金融服务等横向延伸服务提高用户转换壁垒。

中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

5

概念定义

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。目前市场上一般将其划分为第三方互联网支付和第三方移动支付。

第三方互联网支付：用户通过台式电脑、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被称为互联网支付。互联网支付与第三方支付形成的交集即为第三方互联网支付。

第三方移动支付：基于无线通信技术，用户通过移动终端上非银行系产品实现的非语音方式的货币资金的转移及支付行为。

2017年中国第三方支付流程

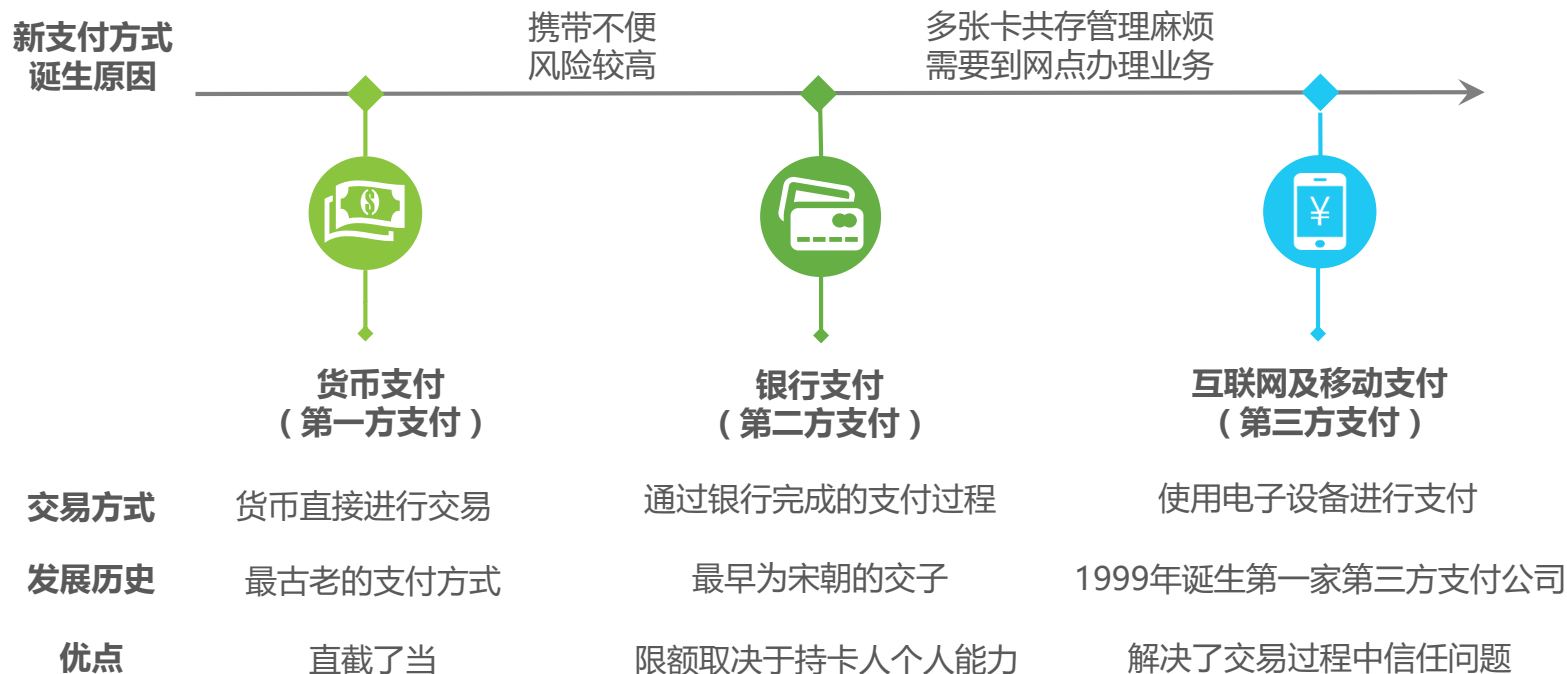


第三方支付成个人支付市场主流

便捷性与快速性制约了第一方及第二方支付的发展

在第三方支付发展起来之前，并未产生第一方和第二方支付的概念。所谓的第一方支付就是现金支付；第二方支付是依托于银行的支付，如银行汇票、银行卡支付等。作为两种传统的支付方式，他们在国内有着悠久的发展历史。不过由于现金支付以及银行卡支付在实际使用过程中会面临地域、距离、网点、时间的限制，在有着更加便捷快速的选择之后，这两种支付方式的存在感逐渐减弱。现金支付逐渐成为第三方支付的辅助支付手段，依托于银行的支付则转向了巨额交易的场景。

中国支付发展史

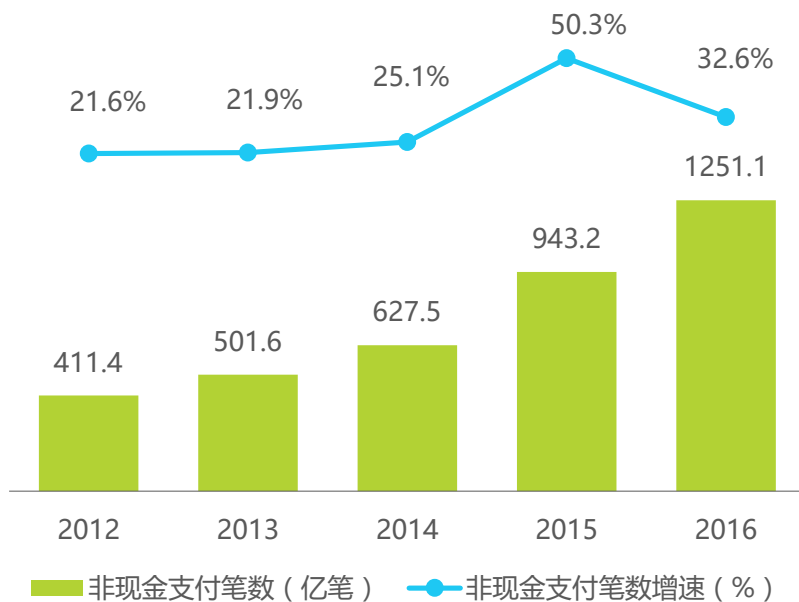


支付方式开始走向电子化

第三方支付推动货币的电子化进程

中国人民银行数据显示，自2012年起我国非现金支付笔数增长率超过20%且增速呈上升趋势，大众越来越倾向于选择非现金方式。非现金支付笔数的上升离不开第三方支付的推动，随着第三方支付在消费、金融、个人应用等领域的渗透，对线上、线下场景的充分布局，实现了对银行、现金支付功能的全覆盖，在功能覆盖的基础上，第三方支付在用户体验上更优，极大地推动了货币的电子化进程。

2012-2016年中国非现金支付笔数及增速



来源：2009-2016央行支付体系运行总体情况报告。

注释：非现金支付业务包含票据、银行卡及其他结算业务，其中其他结算业务包含贷记转账、直接借记、托收承付及国内信用证业务。自2015年起，支付体系运行总体情况按照《支付业务统计指标》金融行业标准披露支付业务数据，由于部分指标统计口径调整，因此部分指标值变化较大。

第三方支付对银行、现金支付功能的覆盖

	银行、现金的功能	第三方支付的功能	第三方支付的改进
银行	存：存款、理财	货币基金、理财	货币基金问世时，以高收益、稳健获取大量客户。
	贷：贷款	消费信贷	覆盖场景更多，且纯线上化，用户体验更好。
	汇：银行转账、大额消费	社交转账、线下扫码	社交转账更为便利，第三方支付线下扫码覆盖场景比银行卡刷卡场景更多。
现金	小额消费	线上消费支付、线下扫码	覆盖电商、团购、在线航旅、金融等诸多线上消费场景，覆盖出行、餐饮、娱乐、商超等诸多线下场景。
	小额转账	社交转账	

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

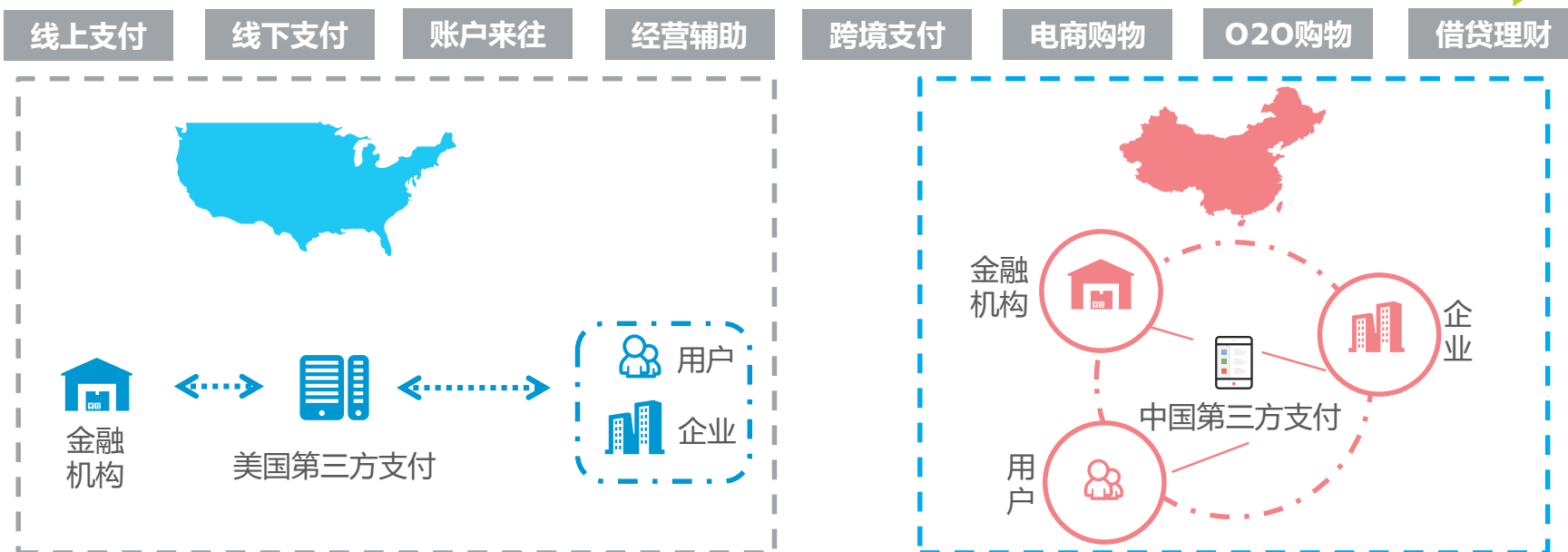
中美第三方支付对比

中国第三方支付的扩张程度超过美国

中美两国第三方支付业务的扩张程度与两国各自的金融特点息息相关。在美国，由于传统金融机构对无纸化支付普及的努力以及对普通用户金融服务的重视，美国第三方支付机构无法在用户体验和感知上超过传统金融机构，只能作为传统金融机构的辅助手段而存在。而在中国，由于传统金融机构长期忽视用户体验，不重视普通用户的金融需求，这些因素都给了中国第三方支付独立发展壮大的机会，特别是中国无纸化支付普及的缓慢。由于支付是高频次、高感知的功能，用户不可避免地会在支付工具上存放一定数量的资金。所以，中国第三方支付机构能够以支付功能作为突破口，在用户体验和感知上超过传统金融机构并能够在支付功能的基础上衍生出更多的增值业务。

2017年中美第三方支付对比

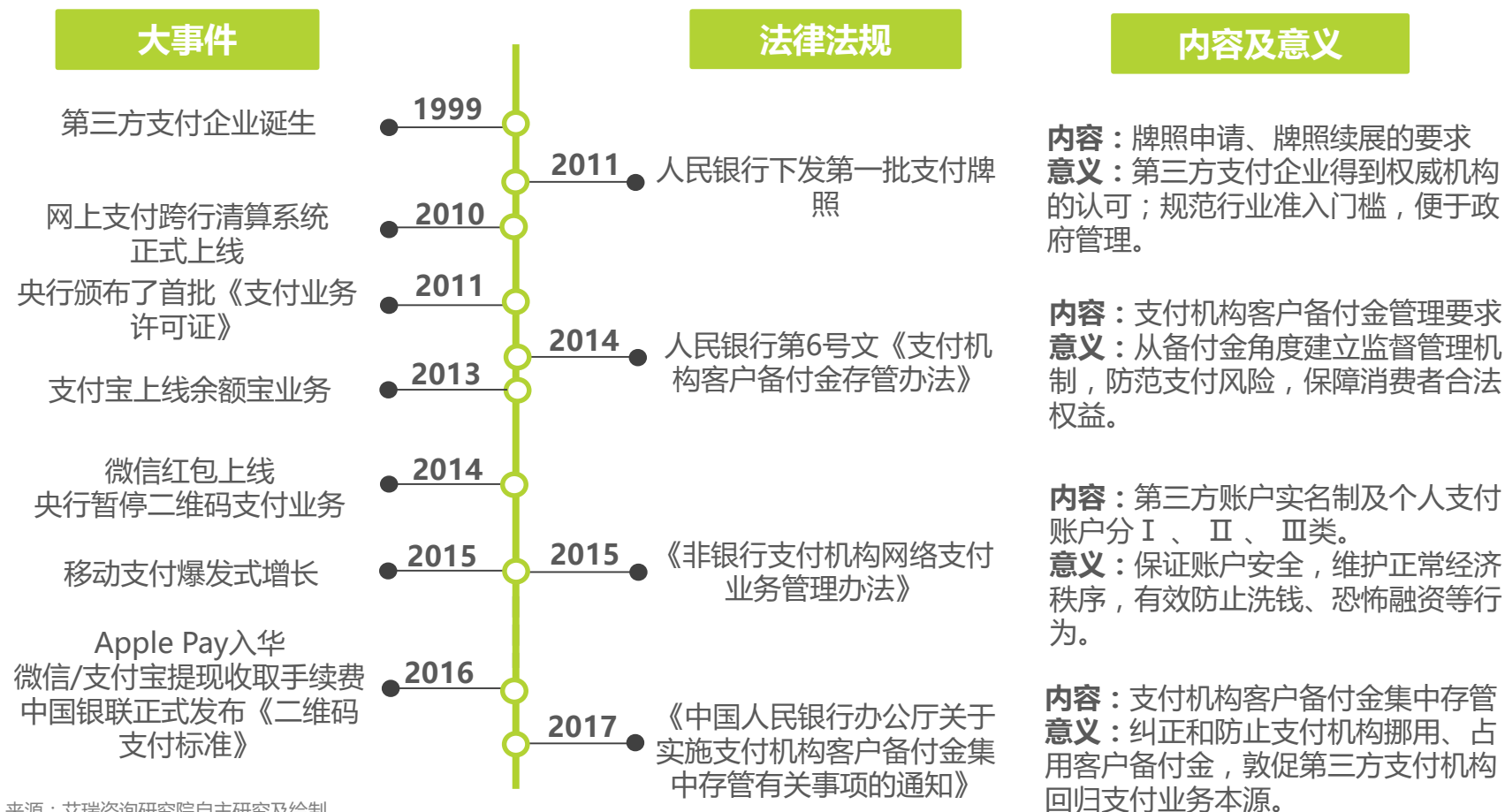
第三方支付扩展功能



中国第三方支付市场大观

严格的监管措施，保证移动支付的合规发展

中国第三方支付大事件



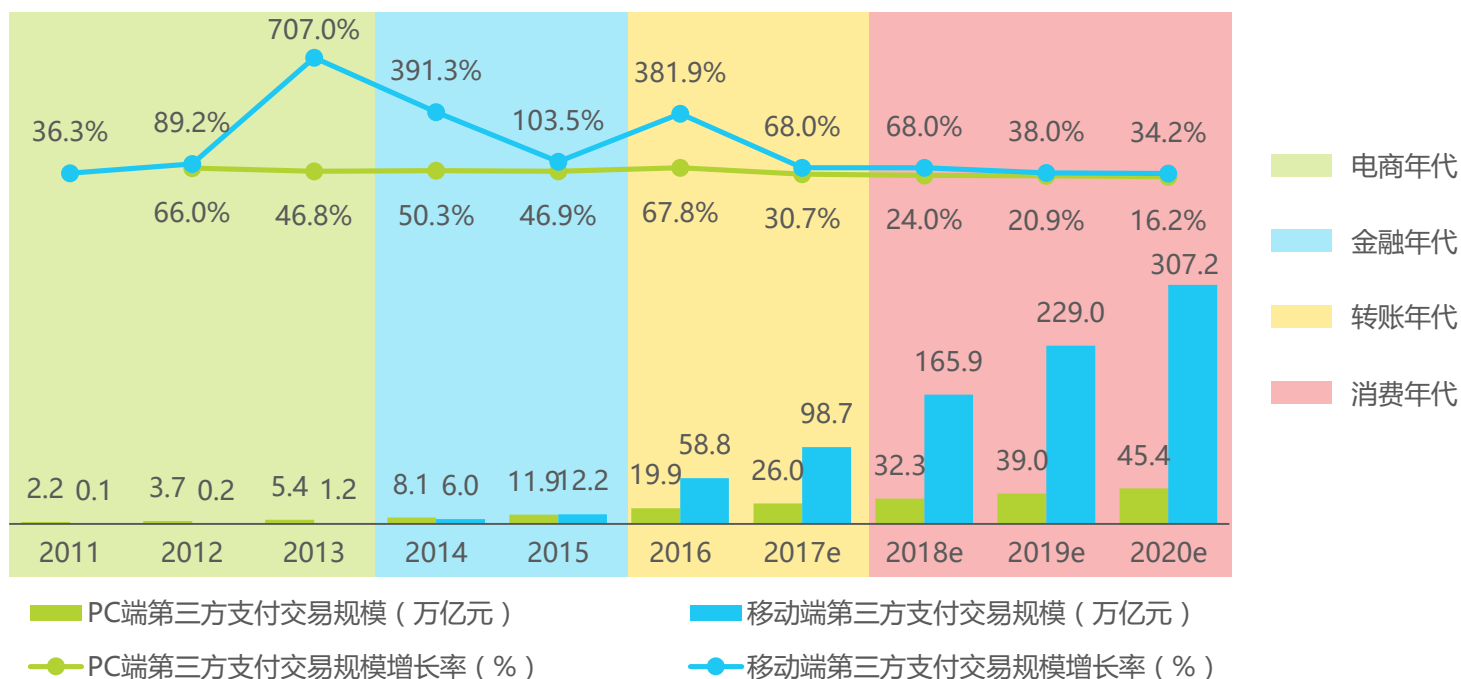
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国第三方支付市场大观

移动支付规模暴增，用户支付习惯改变

中国第三方支付市场的快速增长，一方面得益于用户支付习惯的养成，另一方面也受益于不同年代的不同热点。2013年以前，中国第三方支付的增速主要由以淘宝为代表的电商引领。2013年余额宝出现后，金融成为新的增长点。2016年，以春节微信红包为契机，转账成为交易规模的增长动力。未来随着用户线下移动支付习惯的养成，线下消费将成为新的交易规模增速支撑点。此外值得关注的是，近年来移动端支付规模增速高于PC端增速，用户支付习惯向移动端迁移，未来第三方支付将迈向移动支付时代。

2011-2020e年中国互联网、移动第三方支付交易规模及增长率



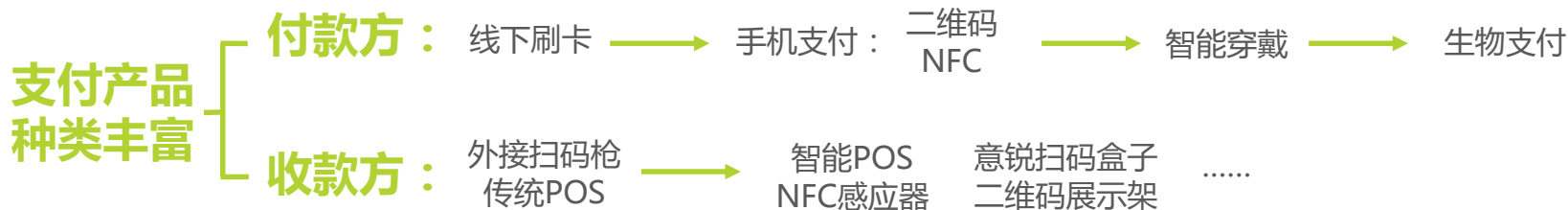
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国第三方支付市场大观

移动支付适用场景不断丰富，产品操作愈发快捷

随着移动设备的普及和移动互联网技术的提升，移动支付以其便利性、快捷性优势覆盖了用户生活的各个场景，涵盖网络购物、转账汇款、公共缴费、手机话费、公共交通、商场购物、个人理财等诸多领域。在移动支付场景不断丰富的同时，为满足消费者的需求，移动支付产品的种类也在不断增加。在付款方，包括手机二维码支付、NFC刷卡、智能穿戴设备如指环、手表等；在收款方，最初的POS外接扫码枪逐渐被淘汰，新的产品不断涌现，如今市场上可以看到如智能POS、二维码图、意锐扫码盒子等收款设备。

2017年中国移动支付场景丰富度提升



中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

- 线上购物
- 普惠金融
- 电子转账
- 线下扫码
- 跨境支付

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

5

起源于电商的第三方支付

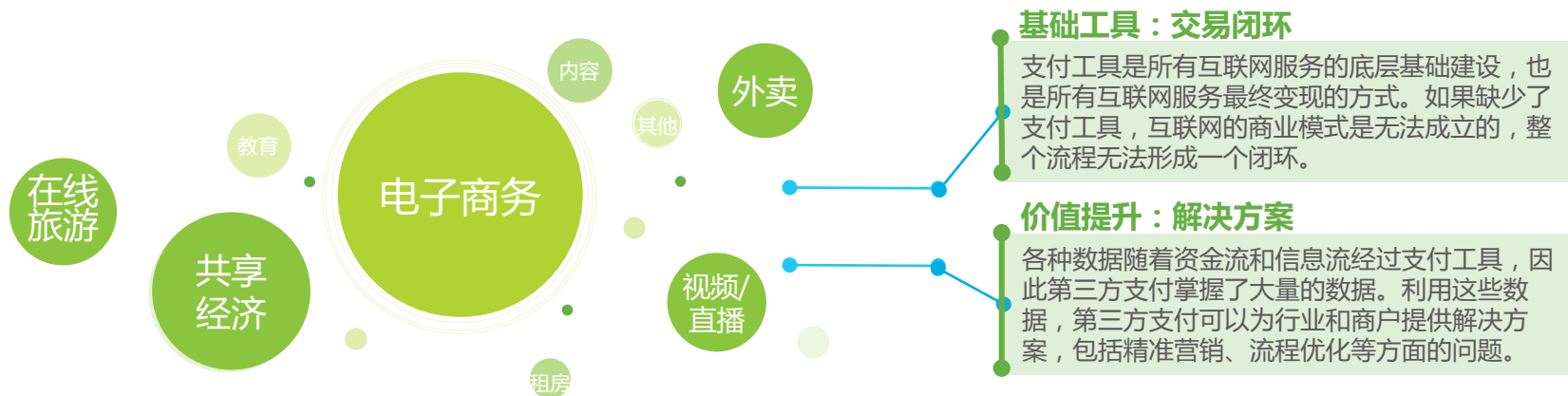
第三方支付对于互联网交易不可或缺

大众对于互联网购物的第一个问题自然是：交易是否可以受到保障，第三方支付就是在这样一个需求下衍生出来。现金交易能够实现的前提是买卖双方处于同一个时空点上，双方完全可以信任对方。但是互联网的发展使得双方可以在任何地点和时间点完成交易，此时的交易就需要一个独立第三方监督整个交易和资金流向，成为买卖双方信任的基础。互联网发展到现在，一切的服务和交易行为均建立在信任的基础上，需要第三方的监督功能。因此，只要有互联网交易的行为发生，第三方支付就会产生流量。

另一方面，在线上交易过程中，银行卡支付的操作流程较为繁琐，而电商相比于传统购物的优势就在于效率的提升，因此这种降低用户体验感及效率的复杂的支付过程，必然被淘汰，为互联网服务提供便捷支付环节的第三方支付得以发展。在后续发展中，第三方支付的便捷性成为互联网服务所看重的重要因素之一。

综上所述，互联网交易的两个核心要点：信任和便捷，都需要第三方支付的加入才能完善。

随着互联网业务的衍生，支付行业开始脱离“第三方”的定位

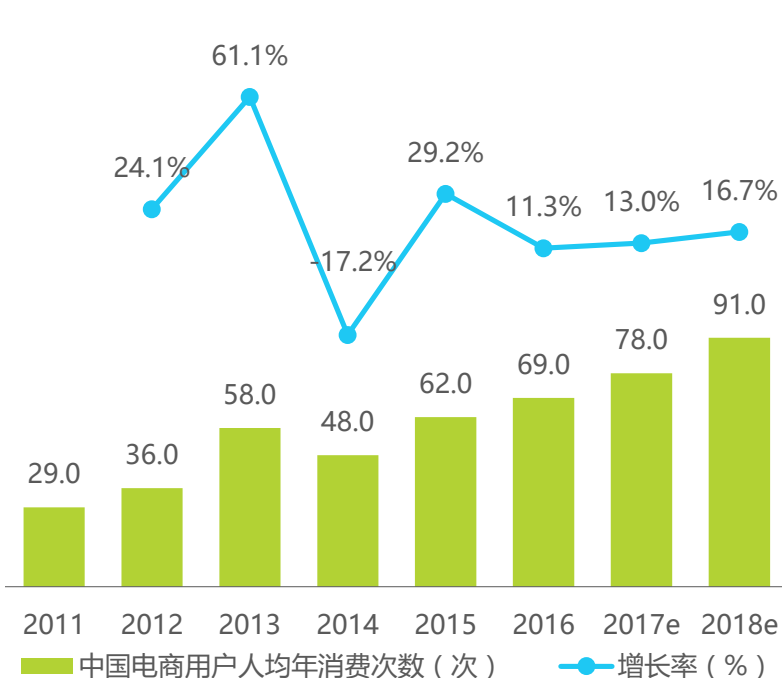


网上消费已成习惯

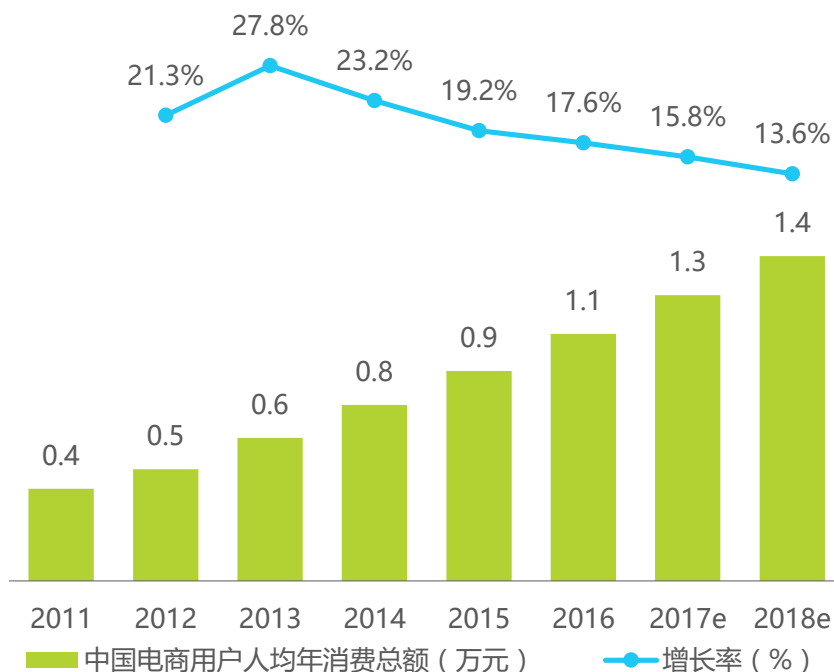
用户对网络消费的粘性越来越高

相比于其它互联网产业，中国电商用户对于网络消费的粘性越来越高。综合来看，电子商务和网上消费在中国将成为常态，而基于这个常态所衍生出的第三方支付行业，亦会跟随市场一起成为新时代中国经济的基础设施。

2011-2018e年中国电商用户人均年消费次数



2011-2018e年中国电商用户人均年消费总额



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

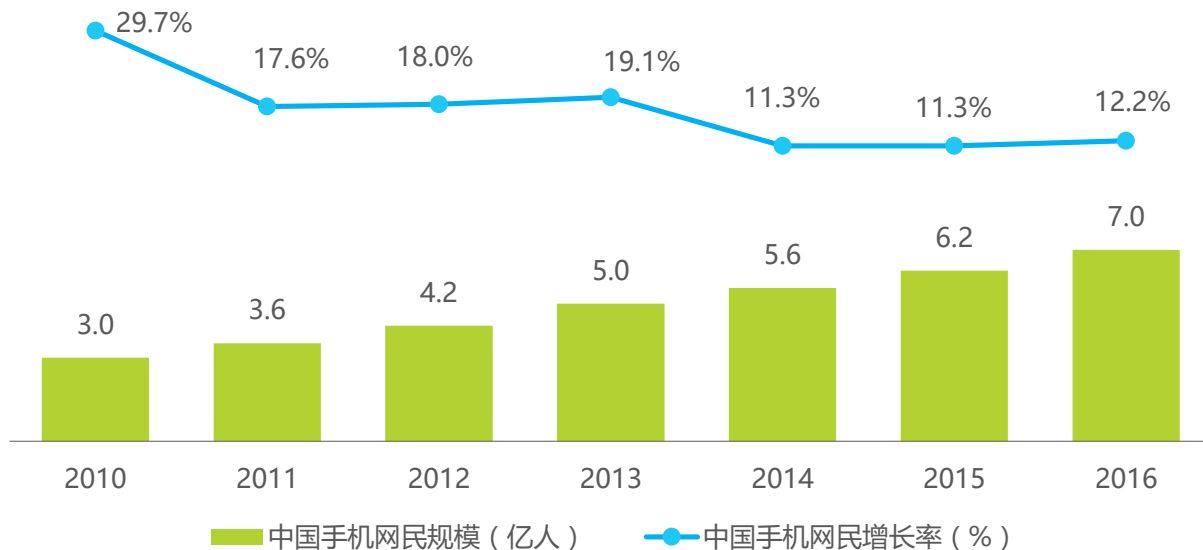
移动互联网时代来临

手机网民规模稳定增长

随着智能手机功能的完善与价格的降低，智能手机、手机网民渗透率快速上升。中国手机网民占中国总人口的比例从2012年的22.6%上升至2016年的50.3%。与此同时，用户的移动端App使用时长也出现了爆发式增长。在移动互联网时代，移动端渠道将比传统PC渠道具有更强的用户吸引力。

电商是最早迈入移动化的行业之一，也为其他的互联网服务做出了先例。在互联网电商时代，第三方支付与电商相绑定，而伴随着电商转移到移动端，第三方支付业务也向移动端转移，在天猫移动端诞生后，移动版支付宝推出。这个不经意的改变，为如今的移动支付时代奠定了基础，自此，第三方支付正式从电商的附属功能脱离，逐渐成为独立的、改变用户生活习惯的核心工具。

2010-2016年中国手机网民规模及增长率



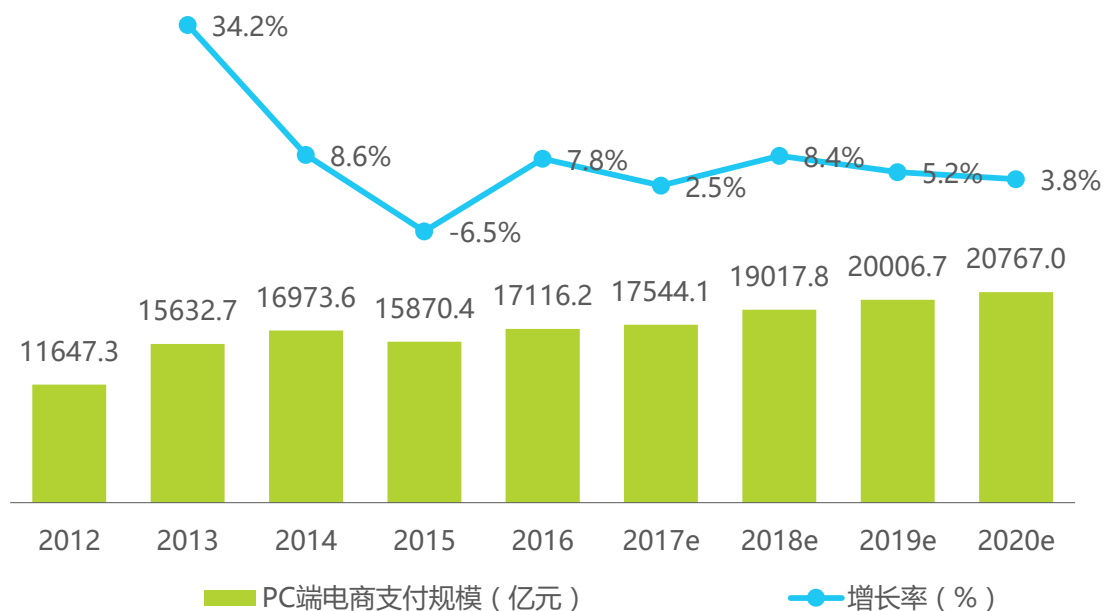
中国电商行业支付规模

互联网电商支付流量趋于稳定

互联网电商诞生第三方支付行业，且为其带来了巨大的流量。移动互联网时代下，PC端电商领域进入成熟期，整体流量将趋于稳定。2013年，PC端电商支付规模仍保持在34.2%的增幅，但是随着智能手机的普及以及移动互联网的发展，绝大部分的互联网业务逐渐嫁接到手机上，电商也不例外。2014年，电商支付规模增速下降至个位数，2015年甚至出现了负增长。艾瑞预计，未来几年内，互联网电商支付规模将趋于稳定，增速保持在个位数。

艾瑞咨询认为，互联网电商支付的流量接近极限，且支付宝牢牢掌握这部分市场，留给其他支付企业的发展机会微乎其微。因此，专注于互联网支付的企业或与其他电商平台合作，分得小部分流量；或转移竞争方向，专注于其他行业。无论如何，线上电商流量基本划分完毕，支付平台在互联网电商领域的增值空间逐渐缩小。

2012-2020e年中国PC端电商支付规模及增速



来源：根据艾瑞咨询季度数据发布整理所得。

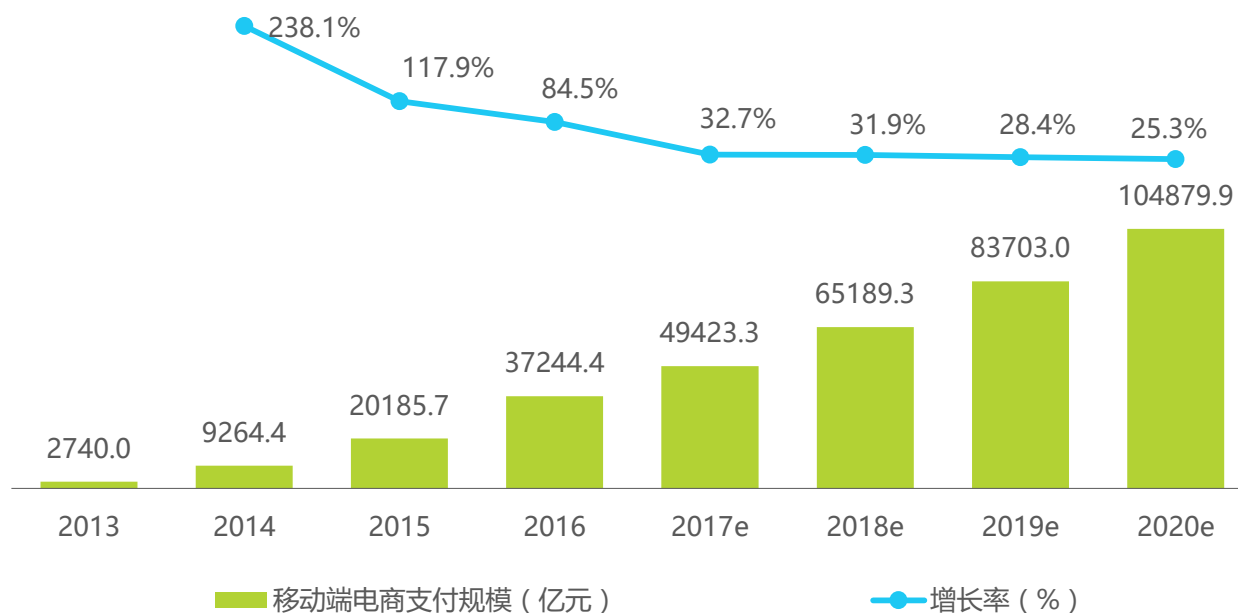
中国电商行业支付规模

移动电商支付流量继续高速增长

无论是电商行业，还是第三方支付行业，其存在的本意即是为人类的生活带来便利。一方面，移动电商进一步突破了时空的限制，使用户在任何地点、任何时间点均可以进行购物，该习惯的养成将PC端电商的流量迁到移动端。另一方面，中国在近两年全面进入消费升级，用户的消费欲望提升，进一步为移动电商提供规模增长的支撑点。两大利好因素，保证了未来几年移动电商支付规模将继续保持两位数增长。

2014年是电商支付行业的转折点，PC端电商支付规模增速大幅下降，而移动端电商支付规模增幅高达238.1%，电商正式进入移动阶段。2016年，移动电商支付规模已达到37万亿，增幅为84.5%。与PC端类似的是，电商支付大部分流量掌握在极少数的平台下，如支付宝、微信支付等。

2012-2020年中国移动端电商支付规模及增速



来源：根据艾瑞咨询季度数据发布整理所得。

中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

- 线上购物
- **普惠金融**
- 电子转账
- 线下扫码
- 跨境支付

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

5

第三方支付叩开普惠金融的供给侧

支付数据的积累为普惠金融提供了根本保障

随着第三方支付的崛起，越来越多的人开始习惯于使用自己的智能设备为日常生活付费买单。第三方支付已经成为了大多数用户的消费端口，其为互联网金融公司积累了大量的用户消费数据。由于这些消费数据涉及维度广（包含用户的消费金额、消费地点、消费时间、消费场景等）、质量高（数据采取及时并难以更改）、数量多，随着大数据技术的兴起，这些积累下来的数据天然地成为了互联网金融企业的征信和风控数据池。艾瑞咨询认为，金融的核心在于风控，风控是金融的开端。拥有了大量用户消费数据的互联网金融公司能够方便准确地为每一个用户进行风险评估。这从供给侧方面保证了普惠金融实现的可能性。

第三方支付大数据风控示意图



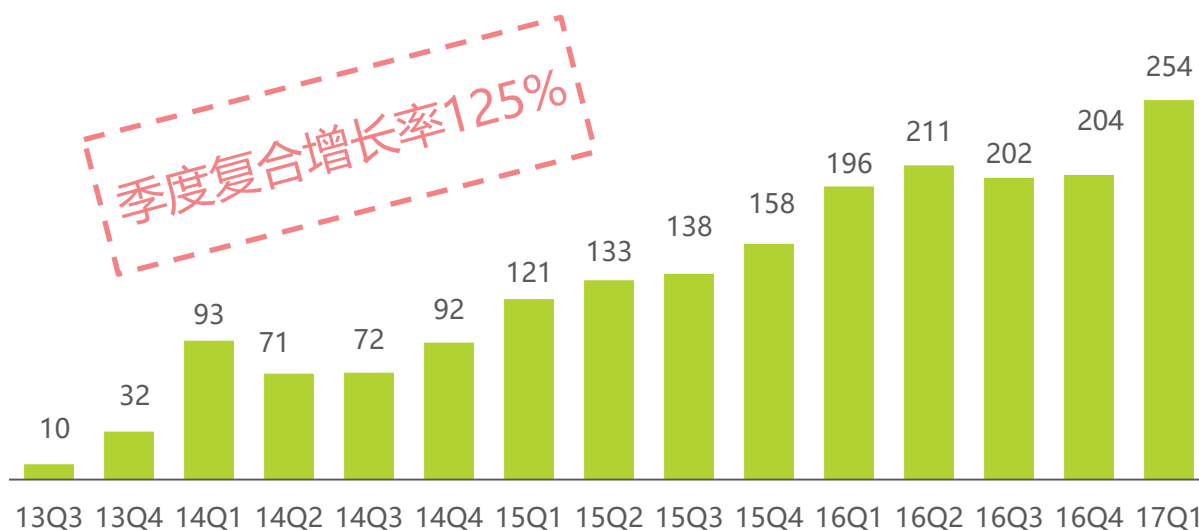
普惠金融需求侧的开拓

余额宝自身的成功也是对用户的教育

第三方支付有着频次高，用户感知能力强的特点。由于第三方支付的普及，大众已经习惯于将自己的金钱放在支付工具上进行消费。这就导致第三方支付工具里不可避免地存在着大量的沉淀资金。此时，余额宝的横空出世，无论对于互联网金融，还是其背后承载的普惠金融而言，都是一个标志性的事情。余额宝不仅成功地将支付工具里的沉淀资金很好地利用了起来，也借此打通了支付工具和金融理财之间的桥梁。余额宝从推出到现在，其每季度申购总份数从2013年第三季度的1029亿份飙涨到2017年第一季度的25418亿份，拥有着125%的季度复合增长率。

艾瑞咨询认为，余额宝的成功让整个金融行业看到了互联网强大的赋能价值。第三方支付从货币基金出发，开始向其他向其他金融产品线延伸，用户开始意识到第三方支付工具可以成为自己进行投资理财的金融超市，金融产品从以前的高不可攀变成了现在的触手可得。

2013Q3-2017Q1中国余额宝申购份额变化图



■ 余额宝区间申购份额 (百亿份)

来源：根据公开市场信息，艾瑞研究员自主研究绘制。

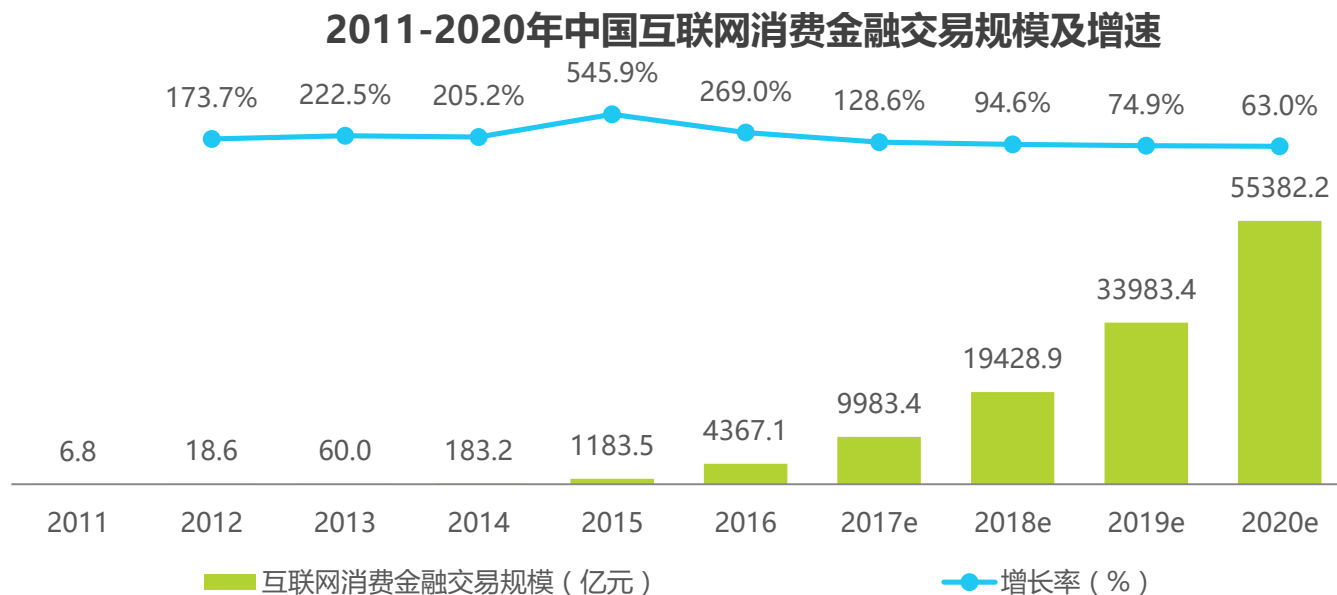
普惠金融的天然实现形式

互联网消费金融的崛起

受消费升级的影响，消费金融在2016年成为了互联网金融行业最受关注的细分领域。不仅资本方将视线转移至此，第三方支付企业也开始纷纷布局消费金融，看准了其中的价值，希望在竞争激烈的市场上占有一席之地。

艾瑞咨询认为，一方面，线上消费依然以电商为主。互联网金融企业利用第三方支付的端口，可以根据用户在不同场景的消费，有针对性地为用户提供了多样的消费形式，可以帮助用户减轻短期资金压力，因此深受现在年轻人的喜爱。另一方面，由于线下支付技术的发展，尤其是扫码技术的发展，线下实体店的大部分消费也逐渐会通过第三方支付端口流入，为互联网消费金融在线下的触发提供了天然的使用场景。

第三方支付使得消费金融契入到无时不在、无处不在的各种消费场景中。任何人都可以在自己有需求的消费场景中使用金融手段。



普惠金融下一站

互联网保险的爆发前夕

精算是保险行业的核心。精算的核心就是为了给每一个保险行业的潜在客户量身定价。艾瑞咨询认为，与发达国家相比，我国保险行业一直存在着渗透率低，发展缓慢的问题。虽然国家在大力倡导发展保险行业，但由于一些历史遗留问题，大量的普通民众对保险的认知不足并有着天然的抵抗心理。第三方支付业务开启的普惠金融可能会成为打破保险行业发展困境的良机：

①技术层面上，第三方支付业务的发展在覆盖大量用户的同时，也为每个用户积累了大量的消费数据。这些消费数据自然就成了互联网保险行业天然的精算数据来源。依靠这些数据，第三方支付公司可以方便快捷地为其平台上的每一个客户进行风险定价并有针对性地开展互联网保险业务。

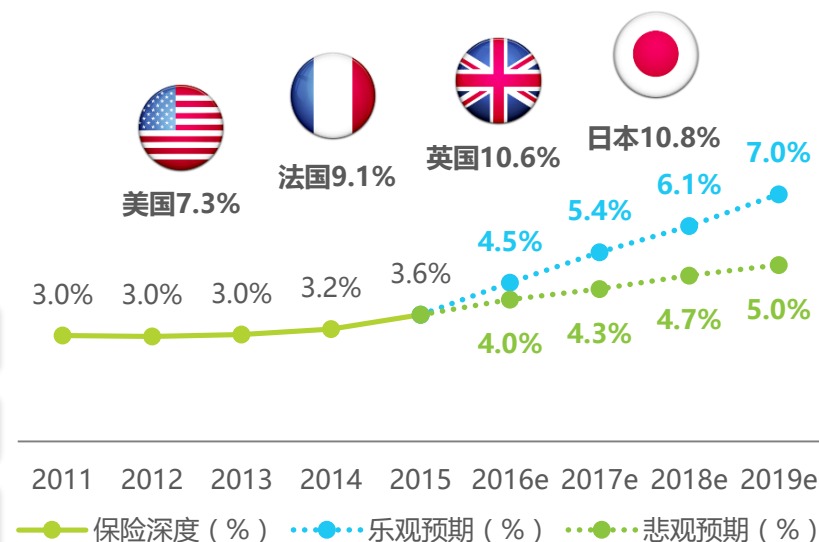
②用户接受层面上，经历了第三方支付、互联网理财和互联网信贷的洗礼，用户对互联网金融的接受度已经大大提升。互联网保险自然也就成立互联网金融公司新的业务开拓点。

保险大数据应用图示



来源：艾瑞咨询。

2011-2019年中国保险深度



注释：保险深度是指某地保费收入占该地国内生产总值（GDP）之比。

来源：艾瑞咨询。

中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

- 线上购物
- 普惠金融
- **电子转账**
- 线下扫码
- 跨境支付

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

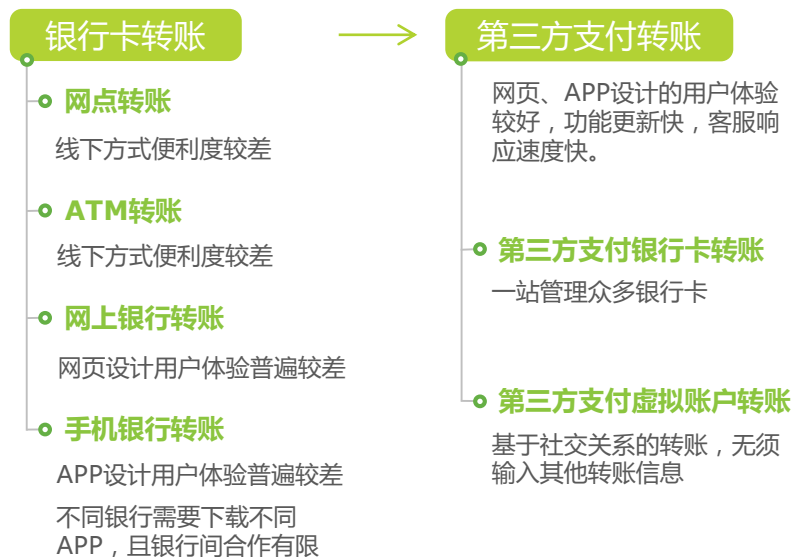
5

第三方支付正在成为个人转账首选

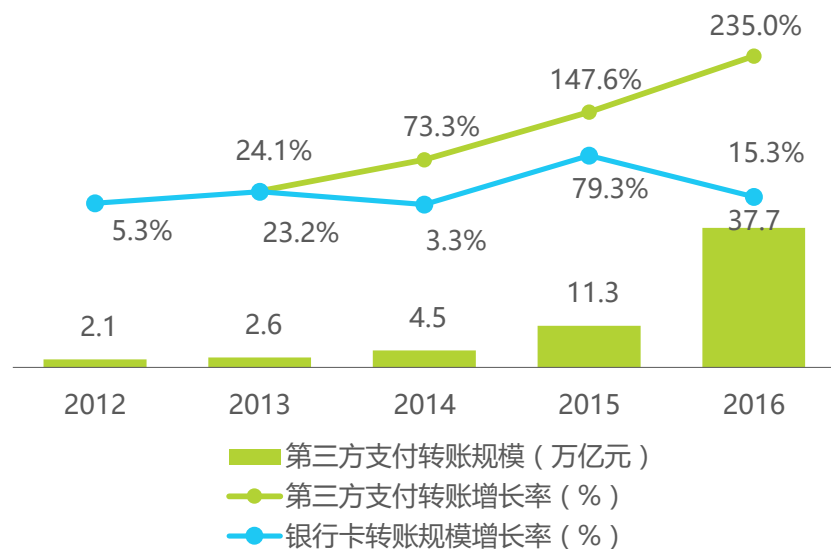
第三方支付在个人转账业务上开始成为银行的平行机构

2012年至2016年，第三方支付转账增速远高于银行卡转账的增速，但从转账规模来看银行卡转账依然领先。值得关注的是，银行卡转账在2016年笔均金额为1.1万元，更多用于对公业务及个人大额支付场景，第三方支付转账在个人小额支付和生活场景中更具优势。在个人转账业务上，第三方支付的用户体验更好，且与众多银行合作从而实现一站管理众多银行卡，同时，第三方支付的应用内社交关系建立为转账带来便利，第三方支付在个人转账上逐步替代银行卡转账。

个人转账从银行卡向第三方支付迁徙



2012-2016年中国第三方支付转账规模及增速



来源：2012-2016央行支付体系运行总体情况报告；综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

注释：第三方支付转账是指C端用户主动发起的使用第三方支付渠道进行的转账，包括第三方支付银行卡转账、第三方支付虚拟账户转账，其中，第三方支付银行卡转账是指使用第三方支付进行从银行卡到虚拟账户和从虚拟账户到银行卡两类转账，第三方支付虚拟账户转账是指从第三方支付某一虚拟账户到另一虚拟账户的转账；银行卡转账数据来源于央行支付体系运行总体情况报告，2015年起增加了通过网上银行、手机银行、电话银行等渠道发起的除消费业务以外的本外币支付业务量。

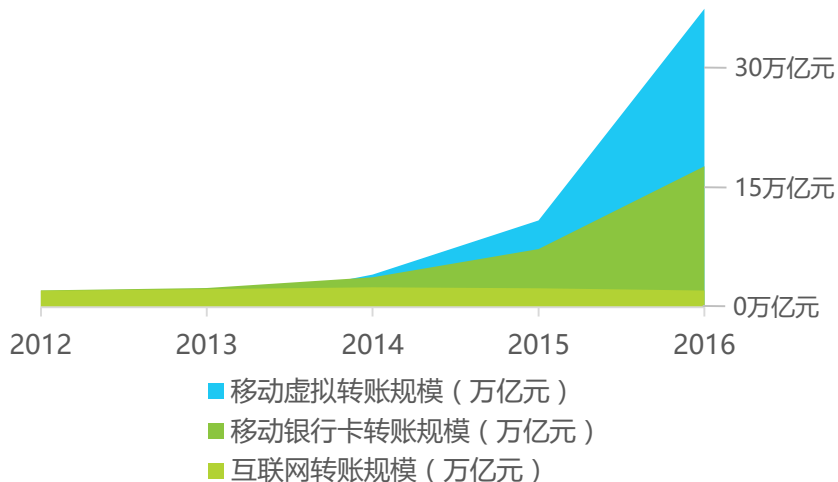
第三方支付转账呈现结构分化

第三方支付转账呈现出移动化、虚拟账户化两大特征

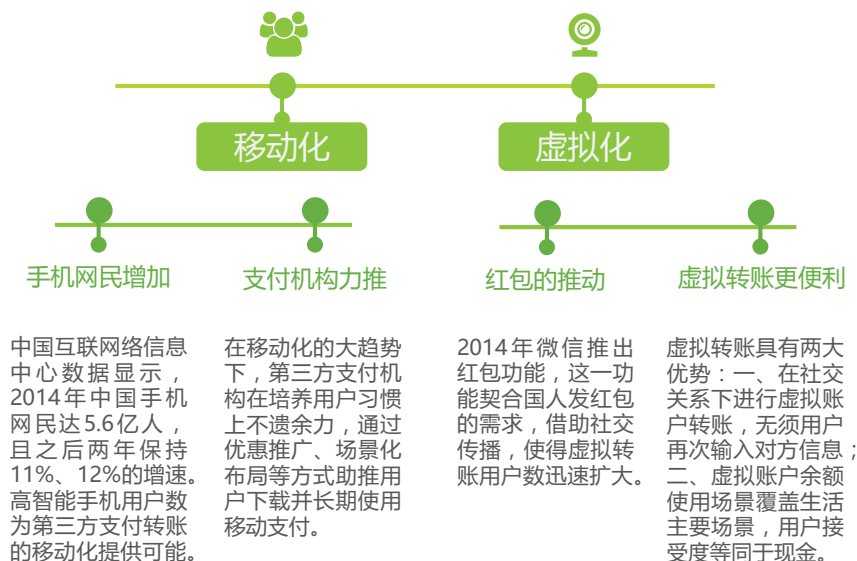
第三方支付转账内部呈现出移动化、虚拟账户转账化两大结构分化特征：2012年互联网支付转账在第三方支付转账中占据主导地位，从2014年开始移动支付转账替代互联网支付转账成为增长的主力；2014年微信推出红包功能，自2015年起移动虚拟转账高速增长，在2016年达到占比最高。

移动化有两大动力，即移动设备的普及和第三方支付机构对移动支付的力推。虚拟化的动力来自于红包功能契合国人的需求从而实现覆盖大量用户，此外，虚拟转账更为便利，在社交关系下进行虚拟账户转账，无须用户再次输入对方信息，且虚拟账户余额使用场景覆盖生活主要场景，用户接受度等同于现金。

2012-2016年中国移动虚拟、移动银行卡、互联网转账规模



第三方支付转账的两大变化及其原因



注释：面积代表交易规模。

来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

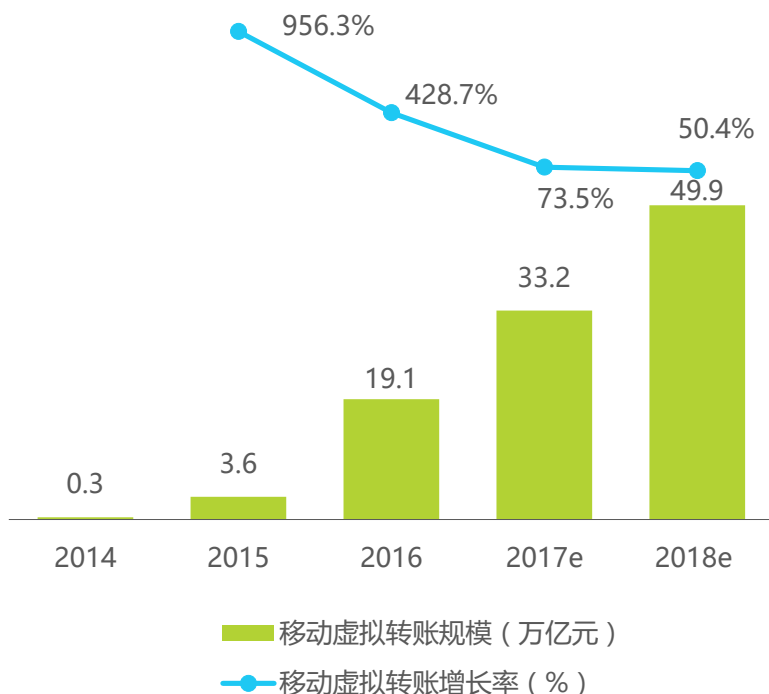
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

社交支付的兴起

社交支付扩大第三方支付用户规模、培养用户使用习惯

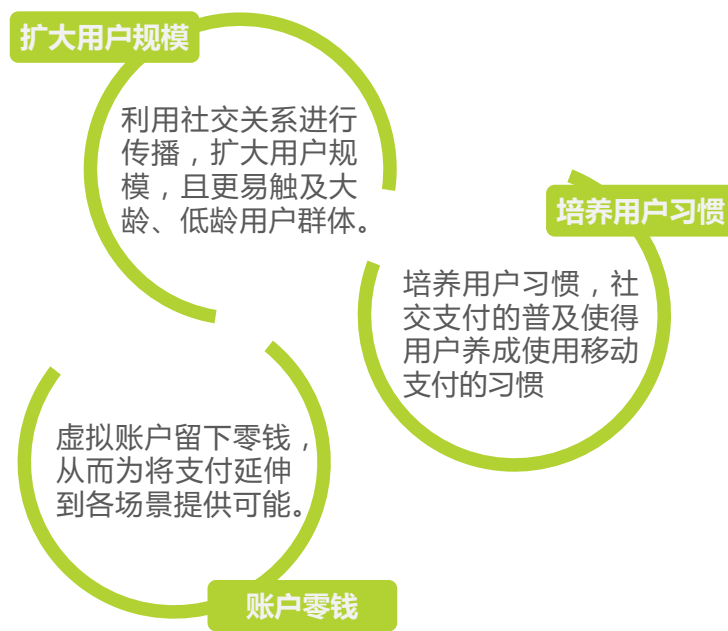
第三方支付转账呈现虚拟账户化的特征，虚拟账户转账离不开社交关系产生的转账行为。2015、2016年移动虚拟账户转账经历高速发展，社交支付兴起。社交支付推动第三方支付规模的增长，体现在三个方面，第一，通过用户自身的社交网络扩大支付的用户规模；第二，社交支付培养用户使用移动支付进行转账的习惯，从而将服务延伸到更多的业务中；第三，社交支付使得用户账户内留下零钱，为移动支付在各个场景的延伸提供可能。

2014-2018e中国移动虚拟转账规模及增速



来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

社交支付对第三方支付的作用



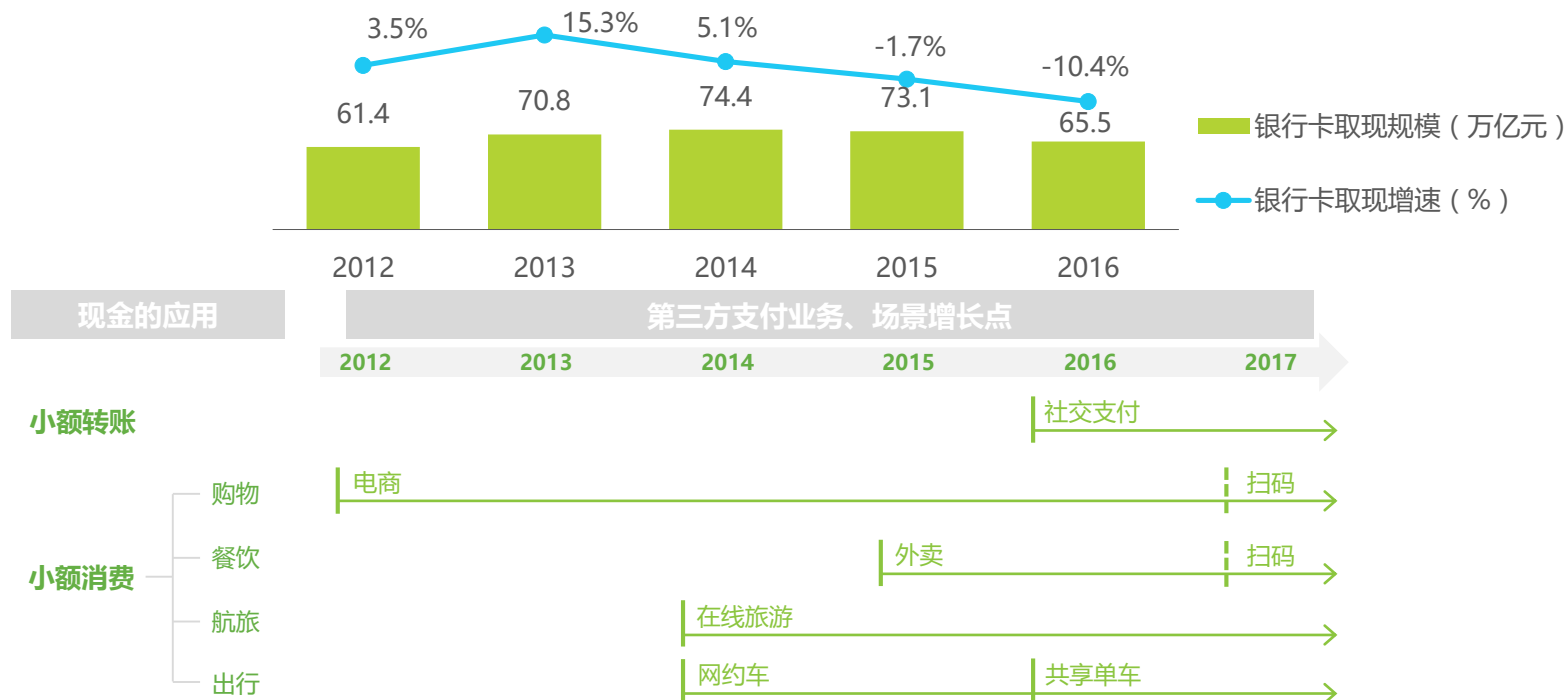
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

走向无现金社会

第三方支付正在逐步替代现金，社交支付作用显著

2014年起银行卡取现增速开始下降，且在2015、2016年取现金额呈现负增长，我国正在逐步走向无现金社会。在大众生活中，现金主要有小额转账、小额消费两大应用。在2016年以前，第三方支付对小额消费中的购物等场景起到替代作用，但整体对现金的替代作用较小。进入2016年，社交支付增长迅速并占到第三方支付交易规模的70%左右，对现金的小额转账应用替代显著，极大推动了无现金进程。此外值得关注的是，2017年第三方支付扫码支付开始积蓄力量，艾瑞咨询认为，扫码支付将对现金在线下小额消费的应用起到显著替代作用，预计2017、2018年银行卡取现金额将进一步减小。

2012-2016年中国银行卡取现金额及增速



来源：2012-2016央行支付体系运行总体情况报告。

中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

- 线上购物
- 普惠金融
- 电子转账
- **线下扫码**
- 跨境支付

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

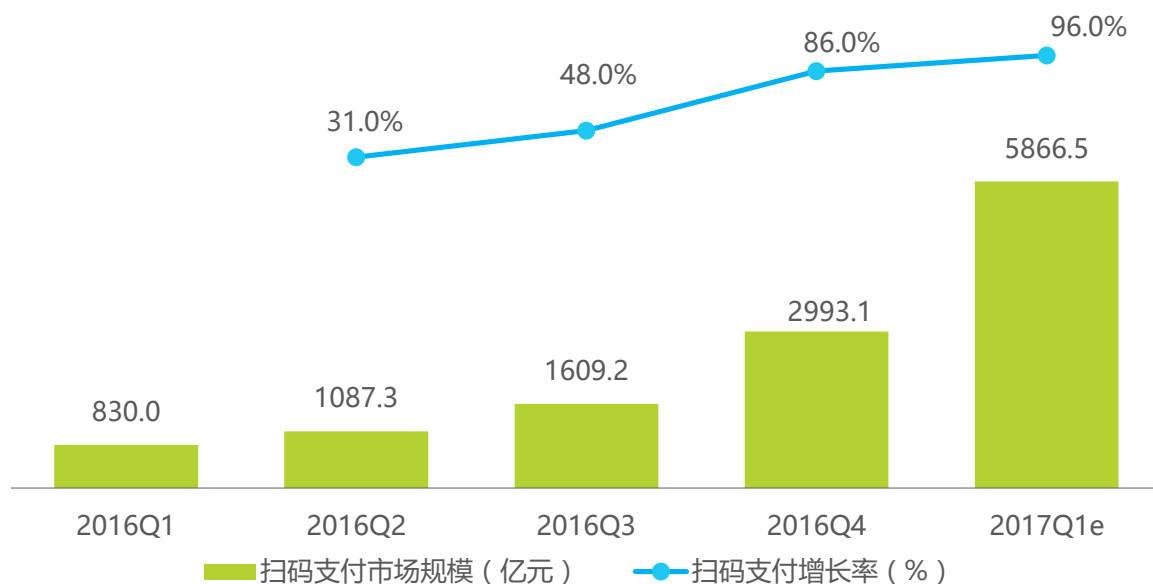
5

扫码支付市场规模

扫码支付进入超高速增长，成为第三方支付增长新驱力

第三方支付在进入线下消费为新驱力的时代，扫码支付是线下消费支付形式。2015年至2016年，扫码支付经历了高速增长，季度环比增长率远高于第三方支付总体规模的季度环比增长率，进入超高速增长时期。

2016Q1-2017Q1e中国扫码支付市场规模及增长率



注释：扫码支付市场规模包括线下商户直连、聚合支付完成的交易量，不包括线下个人账户转账部分。

来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；2012-2016央行支付体系运行总体情况报告。

扫码支付产业链

扫码支付产业链核心——具备扫码优势的第三方支付机构

具有中国人民银行网络支付业务许可的第三方支付机构为扫码支付提供核心支付渠道、进行资金清算，而其中财付通、蚂蚁金服凭借用户使用习惯的养成具备了扫码优势，同时也成为扫码支付产业链中拥有较大话语权的机构。与此同时，具有银行卡收单资质的第三方支付机构为商户提供多种付款方式的集合、资金清算等业务，凭借长期的线下积累成为另一个比较核心的参与者。第四方支付机构在产业链中承担商户拓展的工作，但由于不具备支付业务许可，业务范围受限。

扫码支付产业链



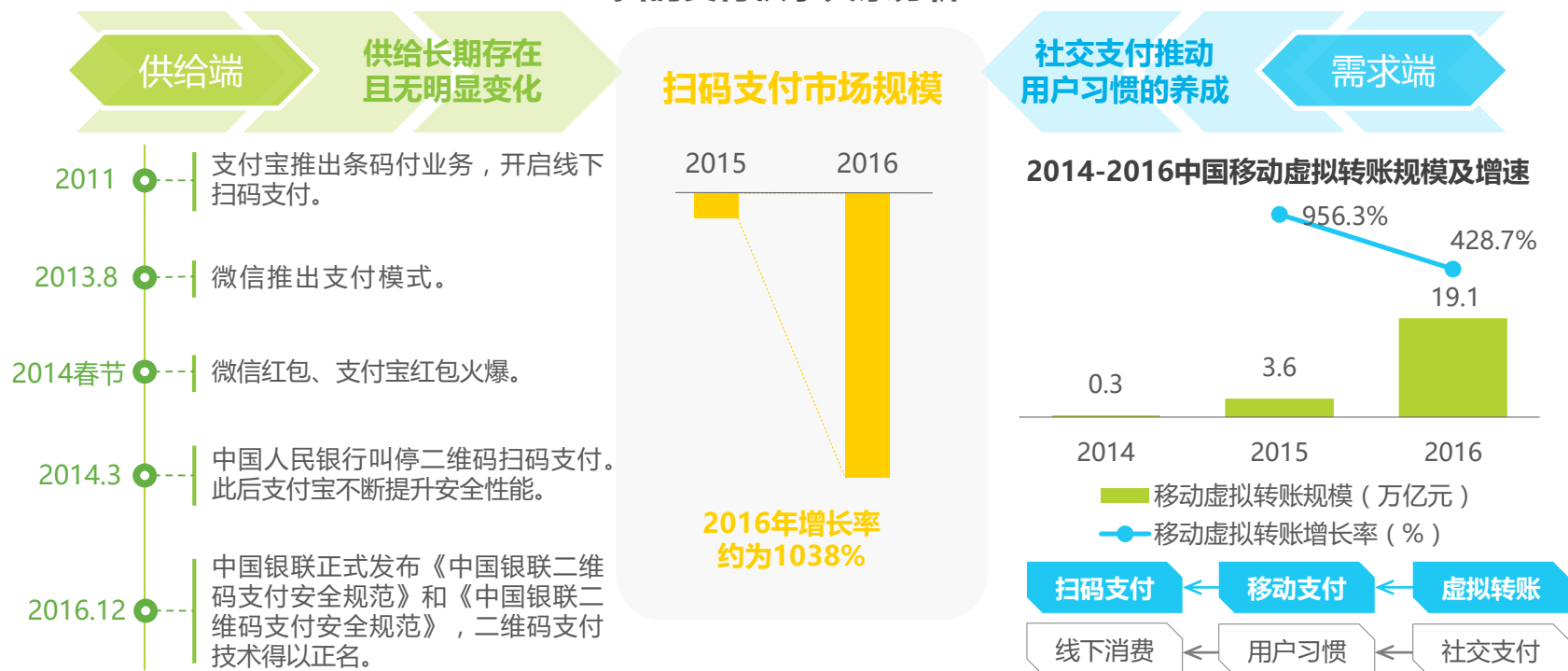
注释：仅为示意图，未将所有企业列入其中。
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

扫码支付增长动力

用户习惯是当下扫码支付最大增长动力

早在2011年，支付宝便推出条码付业务，此后扫码支付稳步发展。2016年扫码支付实现年增长率约为1038%的超高速增长。观察供给端，2011至2016年末发生较大变化，市场的突然高速增长离不开需求端的强大推动力。而需求端的强推力则来自于以红包为代表的移动虚拟转账培养起来的使用移动支付进行资金往来的用户习惯。移动虚拟账户转账使得用户养成了使用移动支付的习惯，随着该习惯从线上的红包、转账行为，延伸到线下的支付行为，助推了扫码支付的高速增长。艾瑞咨询认为，扫码支付还将跟随着移动虚拟账户转账的增长而经历较快的增长。

扫码支付供求关系分析



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。

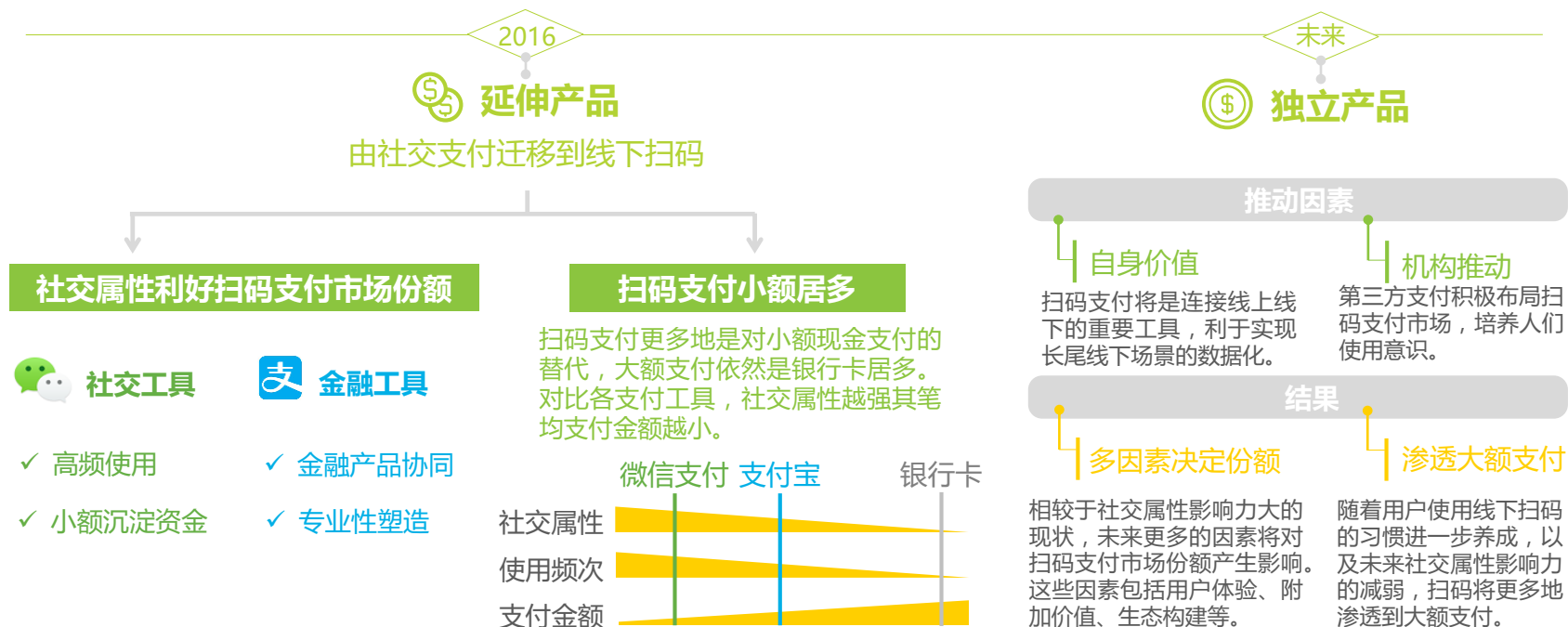
扫码支付市场格局

用户习惯决定当下扫码支付市场格局

通过综合企业及专家访谈，艾瑞咨询核算，2016年扫码支付市场几乎被支付宝与财付通占领，而对比两巨头，财付通扫码支付的市场份额略领先于支付宝。

艾瑞咨询认为，目前扫码支付是移动支付使用习惯向线下消费场景延伸的结果。基于这样的属性，第三方支付工具的社交属性将对扫码支付市场份额产生利好。但与此同时，也因为社交属性，使得目前扫码支付笔均金额较小。未来，扫码支付在自身价值和机构推动等因素的作用下，将成为独立的产品，这使得未来的市场格局将会受附加价值、生态构建等更多因素的影响。此外，随着扫码支付的习惯养成，未来将覆盖更加大额的场景。

扫码支付产品变迁预测



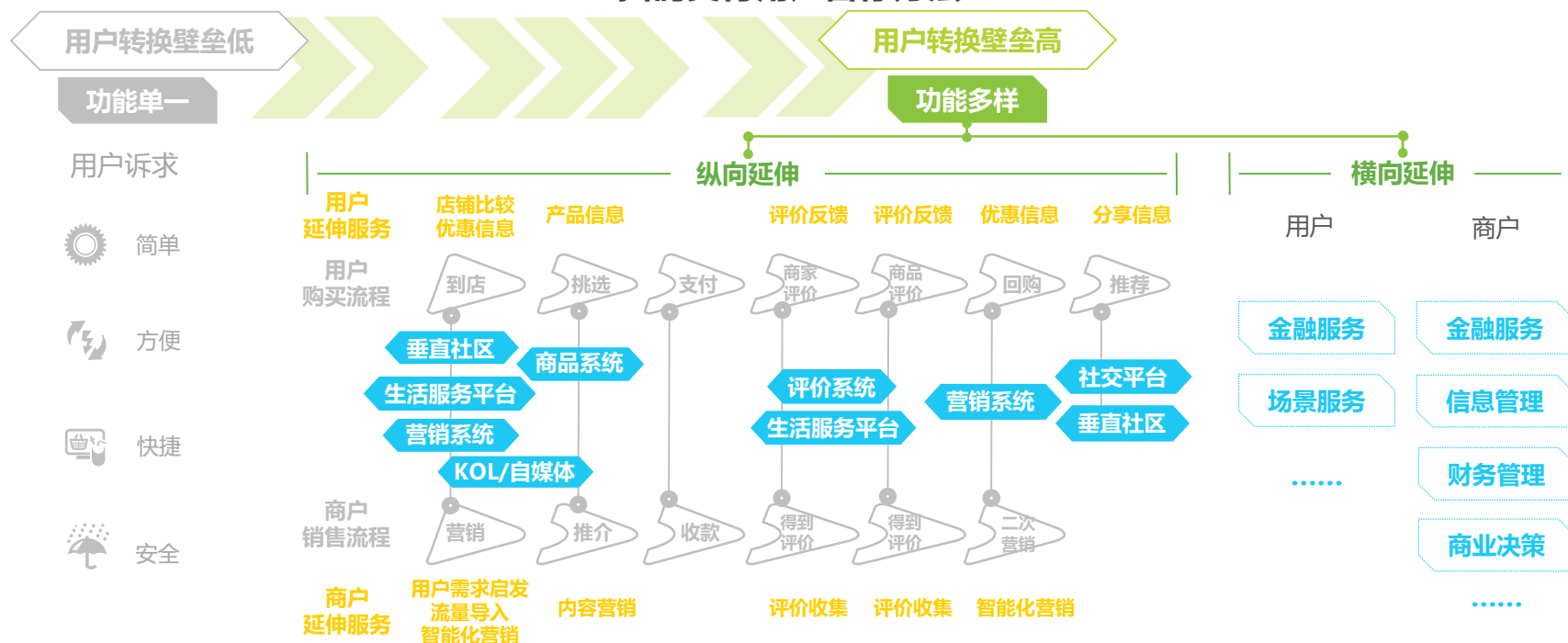
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

扫码支付用户留存探讨

围绕扫码支付进行横向、纵向延伸服务以提高用户转换壁垒

用户对扫码支付有简单、方便的诉求，这使得其在设计上功能单一，导致转换壁垒低。要提高壁垒，第三方机构需要围绕扫码支付这一环节提供横向、纵向延伸服务。纵向延伸是从扫码出发，为用户、商户在扫码前后的环节提供服务。例如将用户到店和商户营销环节相对应，第三方支付可以整合垂直社区、KOL用于商户输出营销内容、用户获取信息用以选择；还可以推出营销系统，用于商户智能化营销；或推出生活服务平台用以用户比较、商户导流。横向延伸是挖掘伴随着扫码而生的其他需求并提供服务，例如用户对于消费金融的需求，商户对于信息管理的需求等等。目前，支付宝正在积极布局部分上述延伸服务，艾瑞咨询认为，基于支付宝的金融属性以及产品协同能力，将有望在未来实现多样化的功能。

扫码支付用户留存方法



注释：艾瑞研究院自主研究及绘制。

中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

- 线上购物
- 普惠金融
- 电子转账
- 线下扫码
- **跨境支付**

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

5

第三方支付跨境支付发展现状

第三方支付跨境支付为用户带来便利，但业务自主权较低

传统的跨境支付方式有网点换汇、国际卡支付、旅行支票、银行转账等方式。随着国内第三方支付的蓬勃发展，第三方支付机构开始布局跨境支付业务。诞生于线上化、移动化的时代大趋势下，新兴的第三方支付跨境支付业务是原有支付方式的线上化、移动化模式。此外，第三方支付利用低手续费、快速到账的特点使跨境支付服务更优，并凭借国内庞大的用户群体实现海外扩张。然而，从运营模式来看，第三方支付在换汇、收付汇渠道上尚依赖于银行，相比其他业务，第三方支付机构的自主权较低。

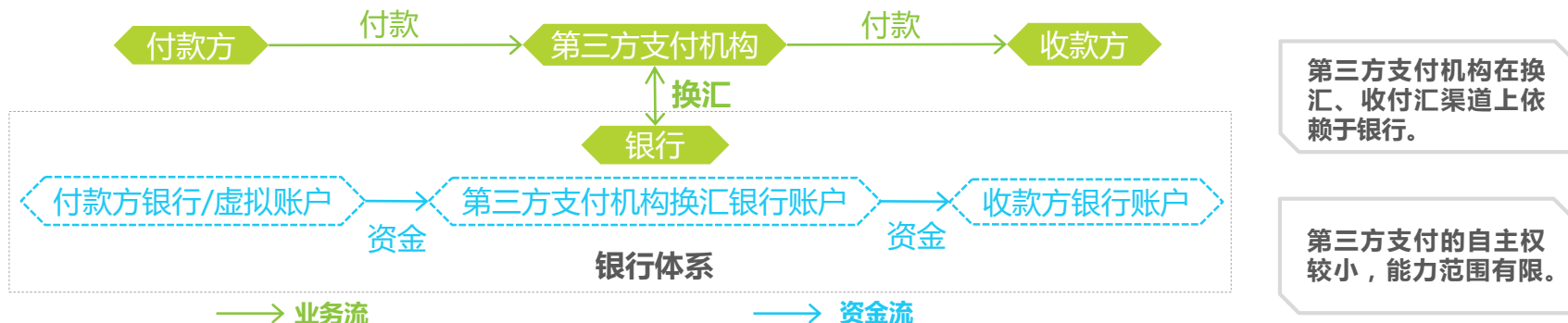
跨境支付方式比较

跨境支付类型	典型场景	传统支付方式	第三方支付方式
境外线下支付	海外购物	境内外网点换汇 线下国际卡支付 旅行支票	第三方支付境外线下扫码
进出口消费支付	跨境电商、海淘	线上国际卡支付	第三方支付跨境支付渠道
境内外直接资金流通	留学、大额贸易	银行转账	第三方支付跨境汇款

线上化、移动化

- ✓ 低手续费
- ✓ 快速到账
- ✓ 国内庞大用户群体

中国第三方支付机构跨境支付典型运营模式



来源：财新周刊《蚂蚁出海》，艾瑞研究院自主研究及绘制。

跨境支付发展阶段及核心能力

不同阶段的决定因素与盈利模式不尽相同

跨境支付的发展大致会经历业务铺展、环节打通、服务延伸三个阶段，目前第三方支付机构跨境业务尚处在第一个阶段，且在为后两个阶段做准备。值得一提的是，与国内扫码支付类似，在跨境支付业务上，第三方支付机构最终将会在支付体验、场景布局上趋同，且盈利空间减小，而能体现出差异化的B端解决方案，将会成为未来的盈利点。

跨境支付发展阶段及核心能力

发展阶段	业务铺展阶段	环节打通阶段	服务延伸阶段
阶段特征	开始从事跨境支付业务，进行业务布局。	将运营中的换汇、收付汇渠道等环节打通。	基于跨境支付业务提供B端增值服务，如跨境供应链金融、物流支付一体化服务。
决定因素	用户基础、跨境牌照、银行合作能力、合作方拓展能力	活跃用户数量、运营能力	跨境支付业务能力、数据掌握程度
实现方式	合作方拓展方面，寻找行业巨头合作与自建团队进行推广齐头并进。	自建或收购的方式打通关键环节，如蚂蚁金服收购速汇金以打通收付汇渠道。	大数据技术与相关行业专家结合，推出自动化解决方案。
盈利模式	手续费+兑换汇差收入	手续费+兑换汇差收入，盈利空间增大	手续费+兑换汇差收入+增值服务收入

跨境支付典型企业分析

跨境支付国际布局风向标——蚂蚁金服

作为国内首屈一指的综合型互联网金融平台，蚂蚁金服的国际布局战略也代表了我国跨境支付的出海路径。从目前来看，其战略布局包含三个举措，即服务国人出境游、搭建跨境电商以及构建海外金融平台。

在服务国人出境游方面，蚂蚁金服通过与当地支付机构合作、与退税机构合作两种方式布局海外线下支付业务，前者凭借大量出国游客及支付宝的高渗透率，可以帮助当地商家吸引顾客，受国外商家及本土支付机构欢迎，后者通过与退税机构合作优化用户体验。在搭建跨境电商方面，建立“国际版天猫”全球速卖通，通过电商方式推动支付工具的推广。在构建海外金融平台方面，蚂蚁金服旨在成为其他国家的“支付宝”，而由于当地牌照限制，多采取收购当地支付机构的方式，并在后续持续提供技术、运营扶持。

蚂蚁金服跨境支付战略

与本地支付机构合作

合作达成的前提条件

随着海外中国游客的增多，商家有吸引中国消费者的诉求，各国支付机构与支付宝合作推出线下扫码，可以更好地服务于海外商家。

对支付宝海外业务的利好

通过中国游客对海外商家的影响力，培养海外人群对支付宝的使用习惯。与各国支付机构建立合作关系。

与退税机构合作

现金

× 排队时间长

× 收到当地货币

信用卡

× 到账时间长

支付宝

✓ 到账时间短

✓ 排队时间短

✓ 收到人民币

国人出境游

海外金融平台



电商

AliExpress
全球速卖通

B2C跨境出口零售电商
贸易推动支付账户推广



收购



技术、运营
扶持

- 2015 与印度的移动支付公司Paytm展开战略合作，经过两次增资，目前阿里巴巴及蚂蚁金服共持有Paytm约40%的股份。
- 2016 对Ascend Money战略投资，推出泰国版“支付宝”。
- 2017.2 联合菲律宾公司Ayala投资Mynt，Mynt拥有菲律宾最大的电子钱包GCash。
- 2017.2 投资韩国移动信息服务提供商Kakao Corp.旗下支付业务部门，拟将其打造成为韩国最好的移动金融服务平台。
- 2017.4 与印度尼西亚Emtek集团成立合资公司开发移动支付产品，下一步计划服务黑莓BBM的用户。黑莓BBM是印度尼西亚最主流的聊天应用程序，由Emtek的子公司运营。

跨境支付典型企业分析

太平洋两岸跨境业务的直通车——联动优势

联动优势获得国家外汇管理局北京外汇管理部跨境外汇支付试点和中国人民银行跨境人民币支付试点资质，开展跨境支付业务，是Wish等知名电商平台的重要合作伙伴。联动优势为开展电子商务的境内外商户和电子商务平台提供外币和人民币支付及结算的整体解决方案，可实现1-3个工作日到账。联动优势是目前获准开展跨境支付试点业务的机构中，试点业务范围最全（共九类）的第三方支付机构。

联动优势的跨境支付业务示意图



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

跨境支付典型企业分析

跨境收款零距离——连连支付

连连支付拥有人民银行颁发的《中华人民共和国支付业务许可证》、人民银行批准的“跨境人民币结算业务许可”及国家外汇管理局批准的“跨境外汇支付业务许可”。连连跨境收款是连连支付推出的一款针对各跨境电商平台卖家用户的跨境收款产品，旨在解决跨境电商用户申请境外银行账号困难、管理多平台店铺资金复杂、提现到账速度缓慢等问题，帮助用户实现高效、灵活、便捷地管理境外资金。

连连跨境收款业务示意图



来源：根据公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

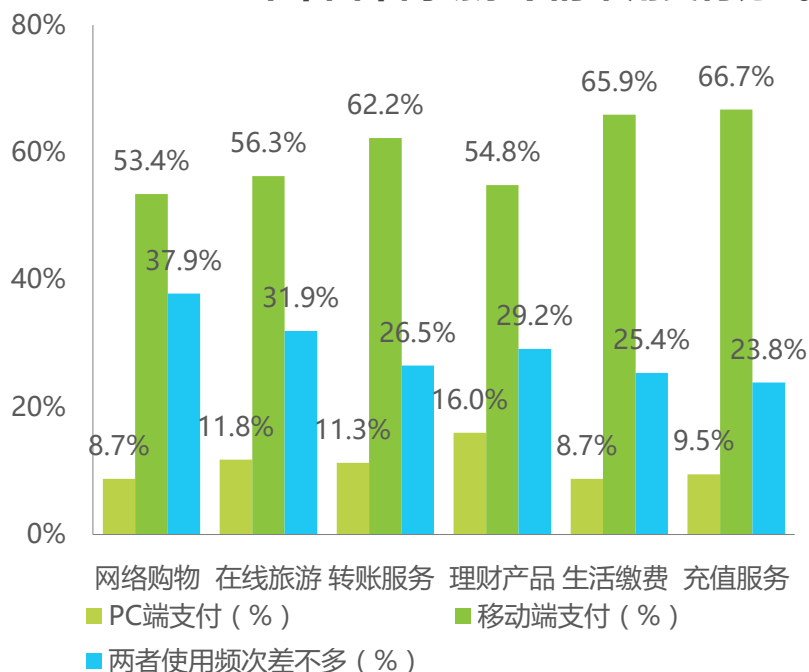
5

电子支付转向移动时代

移动支付成电子支付市场最受欢迎的支付方式

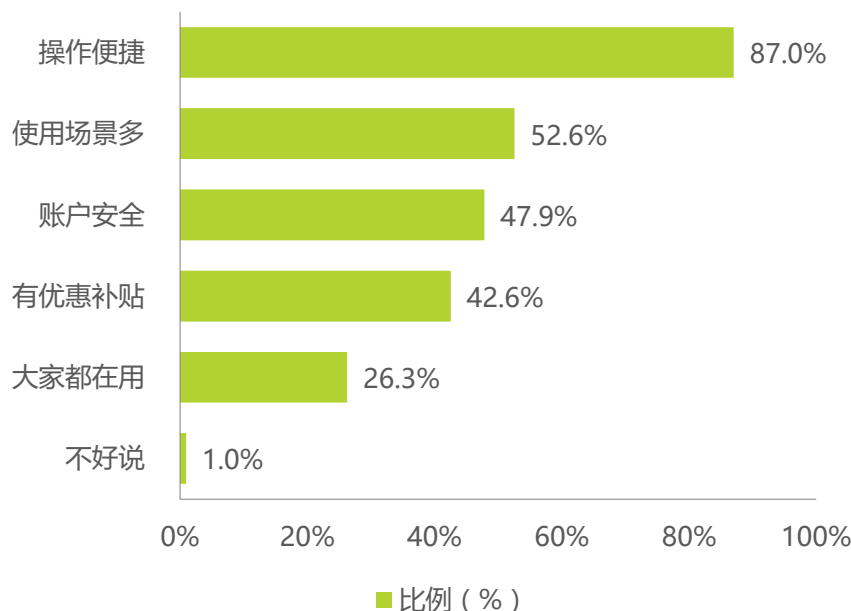
调研结果显示，在网络购物、理财产品等各个电子支付场景中，移动支付的使用比例都大幅超过了PC支付，成为最主要的第三方支付方式。一方面，这是由PC用户向手机用户转化的自然结果，随着用户对手机的依赖性越来越强，相应地带动了用户使用移动支付。移动互联网和现代移动通信技术的发展以及移动设备价格的下降，带动了移动支付用户规模的增长，使其基础更加牢固。另一方面，互联网时代用户生活趋于碎片化，随之而来的是大量的随机性交易，移动支付受益于移动设备快捷、便携的特性，可以对用户的生活轨迹进行更广阔的覆盖，从而能够满足这种支付需要，使其相对于PC端具有更大的优势

2017年中国不同场景下的常用支付方式



来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

2017年中国用户使用移动支付的原因



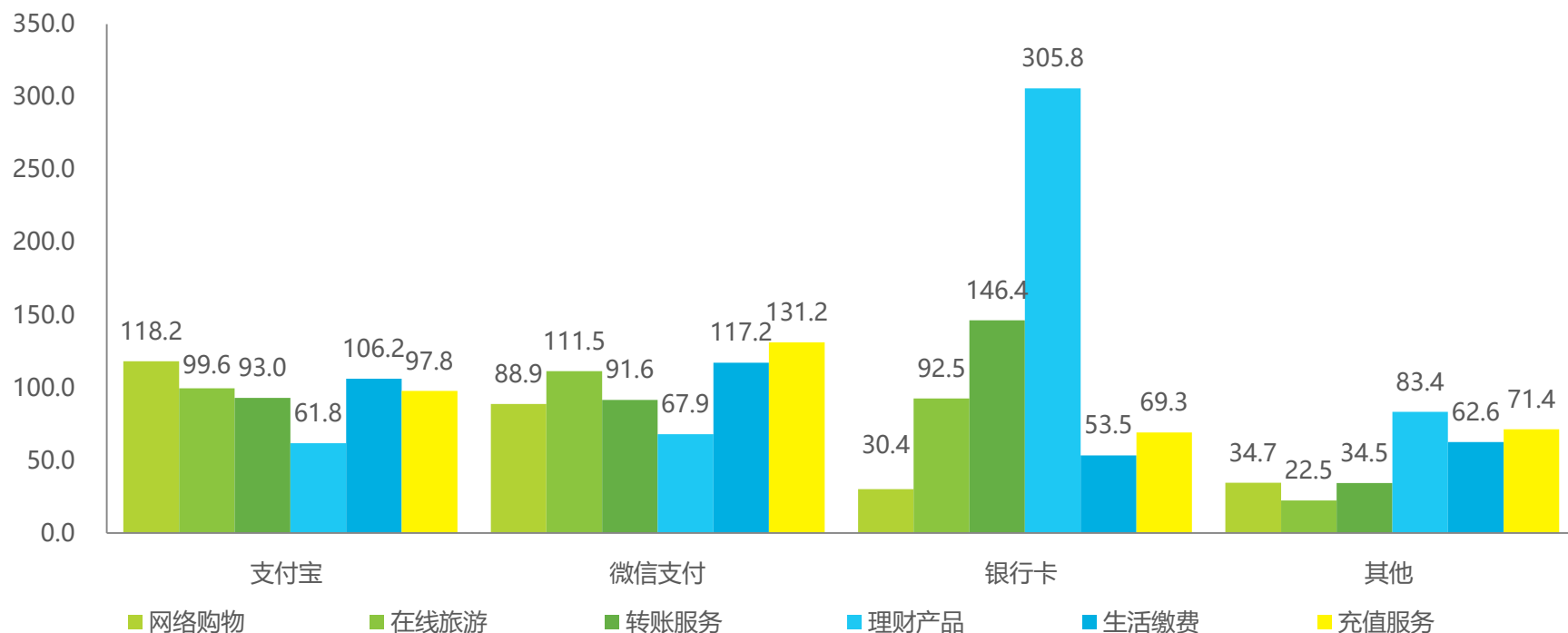
来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

用户对不同电子支付工具的使用偏好

移动支付工具在不同场景下的用户使用偏好度相差较大

从下图可以看出，支付宝与微信支付在不同场景下的用户使用偏好也不同：支付宝在网络购物场景的用户使用偏好度最高，微信支付则在充值服务场景的用户使用偏好度最高，而且两者都是在理财产品场景的用户使用偏好度达到了最低。反观银行卡，却是在理财产品场景的用户使用偏好度远超其他场景。艾瑞咨询认为，支付宝与微信支付在各场景的用户使用偏好度较为均衡，体现了支付宝与微信支付的综合支付属性深入人心，而银行卡在理财产品场景用户使用偏好度的凸显，体现了银行卡在用户心中只剩下了较强的金融支付属性，而其他场景的支付属性正在削弱。

2017年中国移动支付工具在不同场景下的用户使用TGI



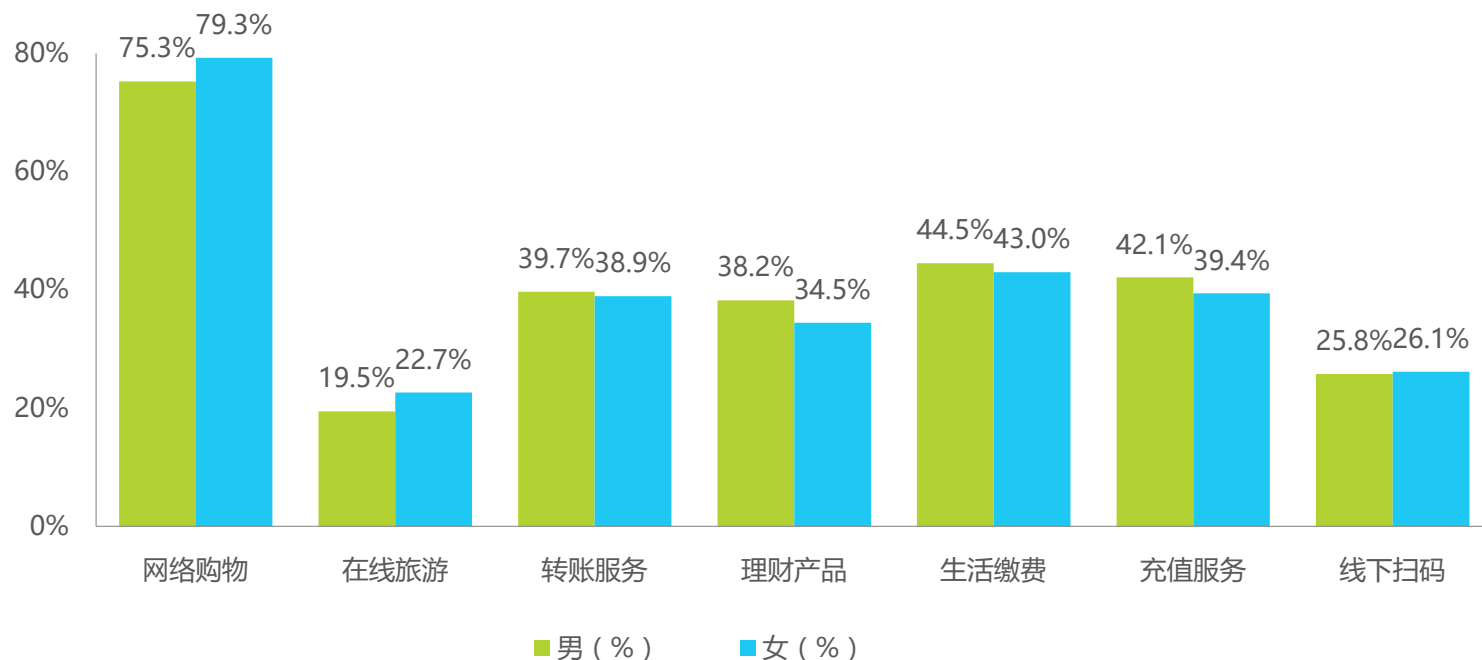
来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

用户最常使用电子支付的场景

男女最常使用电子支付的场景略有差异

在网络购物、在线旅游及线下扫码这三个消费场景下，女性使用电子支付的比率要高于男性；而在转账、理财及充值缴费这些场景下，男性使用电子支付的比率要高于女性。艾瑞咨询认为，女性消费行为较男性更加频繁，而电子支付简化了消费付款这一步骤，使得消费场景下电子支付在女性用户的渗透率较高；而转账、理财及充值缴费场景，电子支付极大地便捷了传统的操作流程，符合了男性“怕麻烦”的心理，使得这些场景下电子支付在男性用户的渗透率较高。

2017年中国电子支付活跃的场所有比较



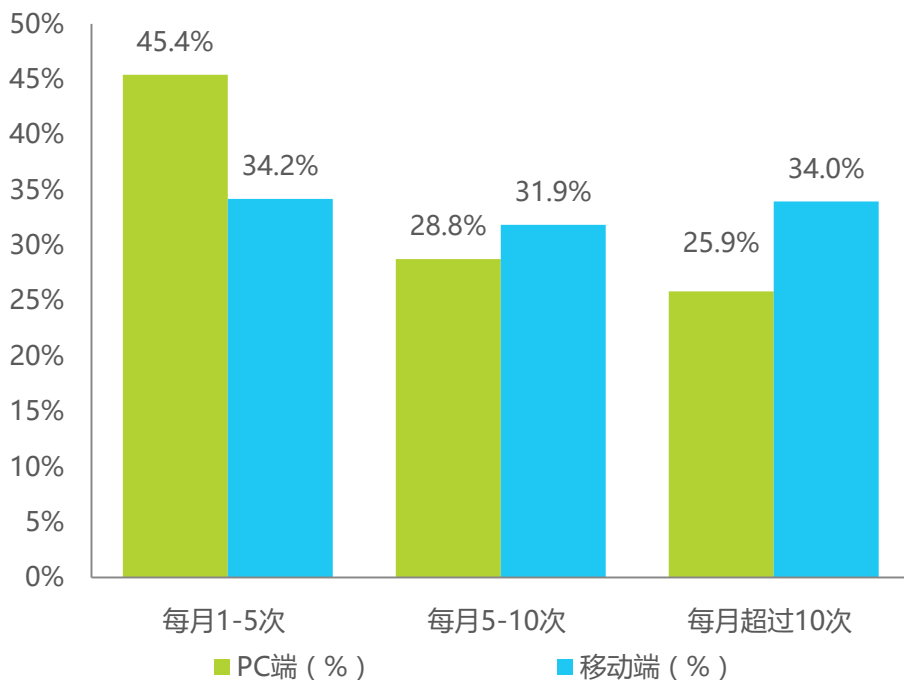
来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

电子支付在电商场景的应用情况

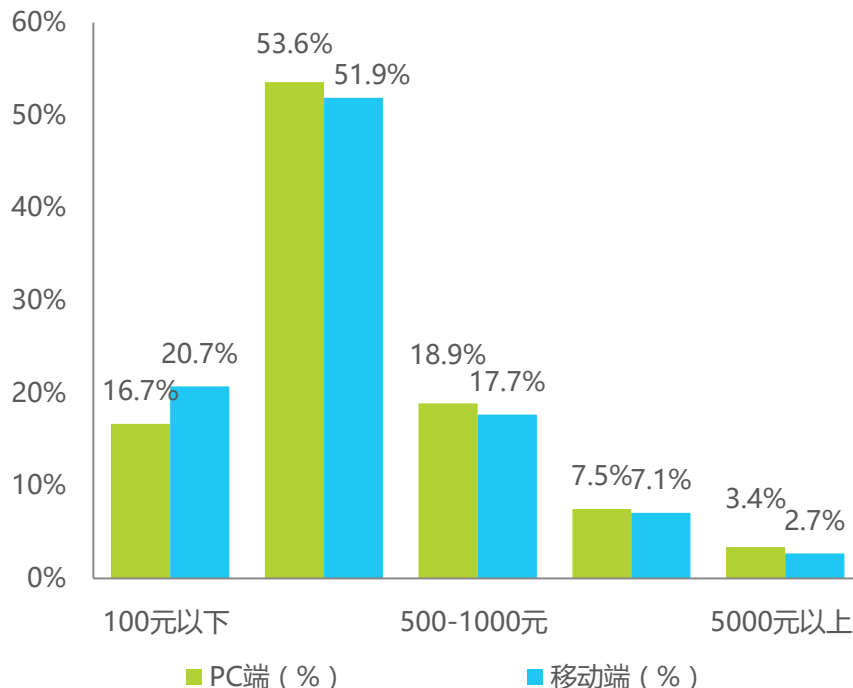
低额高频是网络购物中电子支付的特点

无论是PC端还是移动端，每月在网络购物中使用电子支付5次以上，平均金额500以内的用户都超过了半数。其中移动端网络购物电子支付的频率较PC端更高，平均金额则略微低于PC端。而随着网络购物渗透率的不断提高，从PC端向移动端迅速延伸的趋势不断明显，网络购物中电子支付的频率与平均金额都将有进一步的提升。

2017年中国网络购物中电子支付的使用频率



2017年中国网络购物电子支付的平均金额



来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

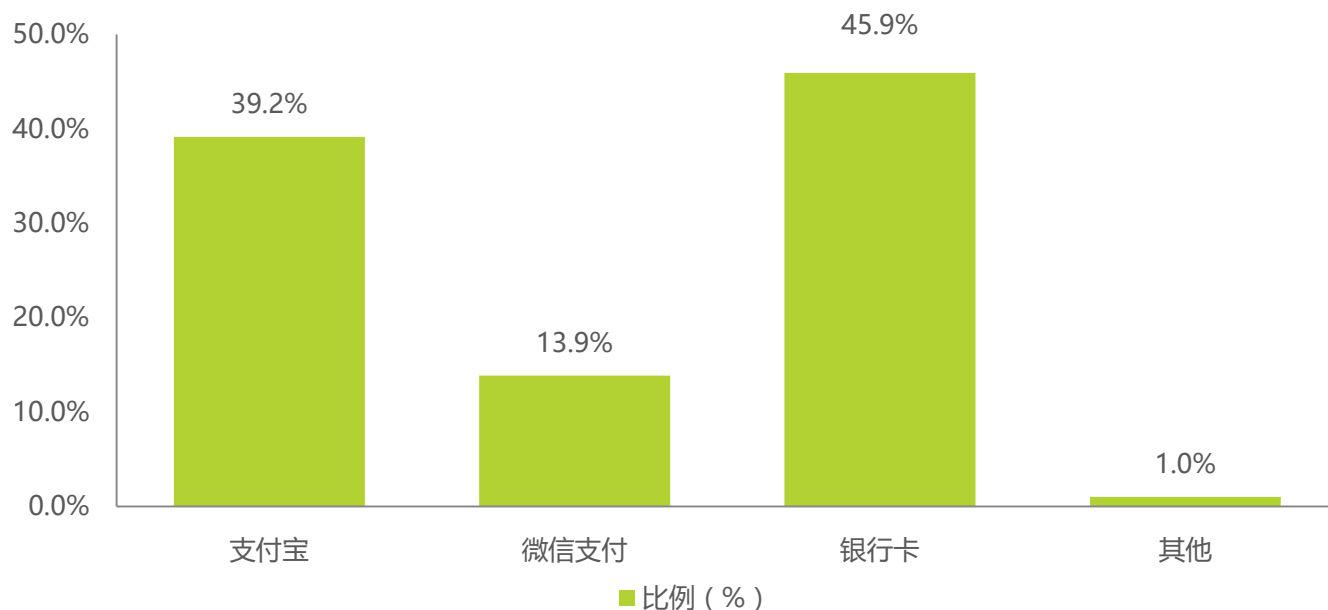
来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

电子支付在金融理财的应用情况

支付宝金融属性较微信支付更强

调研结果显示，金融理财场景下，银行卡支付占据一定优势，支付宝的使用率远高于微信支付。艾瑞咨询认为，同为第三方支付巨头的支付宝与微信支付在金融领域的表现并不相同。支付宝依托支付，开创性地利用余额宝与花呗，将理财、信贷与支付打通，完善了自身的金融生态。而微信支付虽然依托微信取得了交易规模上的快速增长，但是微信并没有成为微信金融产品线的超级入口，主要是因为微信金融只是微信大社交体系下的一个分支，而并不像支付宝是一个单独的金融体系。因此，支付宝的金融属性较微信支付更强。

2017年中国使用不同支付工具移动端购买理财产品的比例



来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

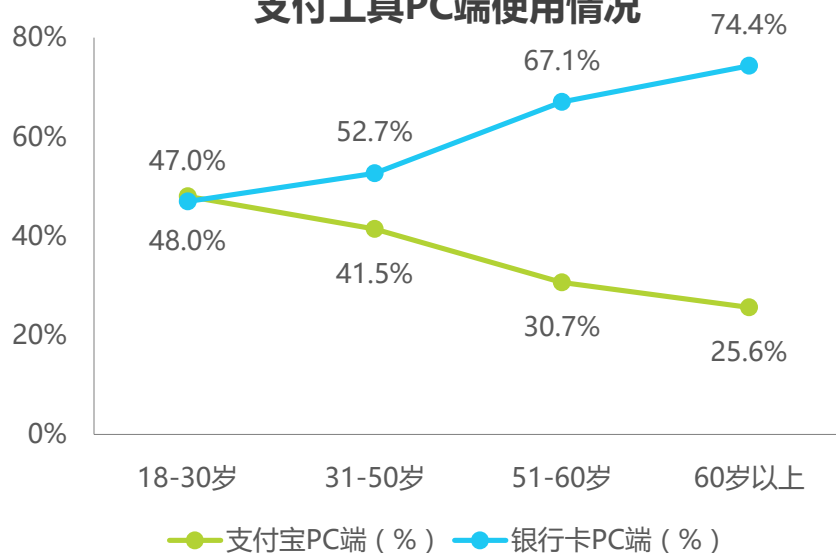
电子支付在金融理财的应用情况

购买理财产品的用户年龄越大，使用银行卡的比例越大

调研结果显示，金融理财场景中银行卡支付的使用比例与年龄成正比。年龄越大，选择使用银行卡的用户比例越大。相对来说，年轻人则比较能接受使用支付宝购买理财产品，18-30岁的用户使用支付宝进行理财支付的比例要高于银行卡。支付宝与微信支付在大学生及刚毕业的人群中渗透率较高，而年轻人的支付习惯的改变也将逐渐影响到其父母一辈的支付习惯。随着这个过程的推进，第三方支付平台在中老人的渗透率将逐步上升。

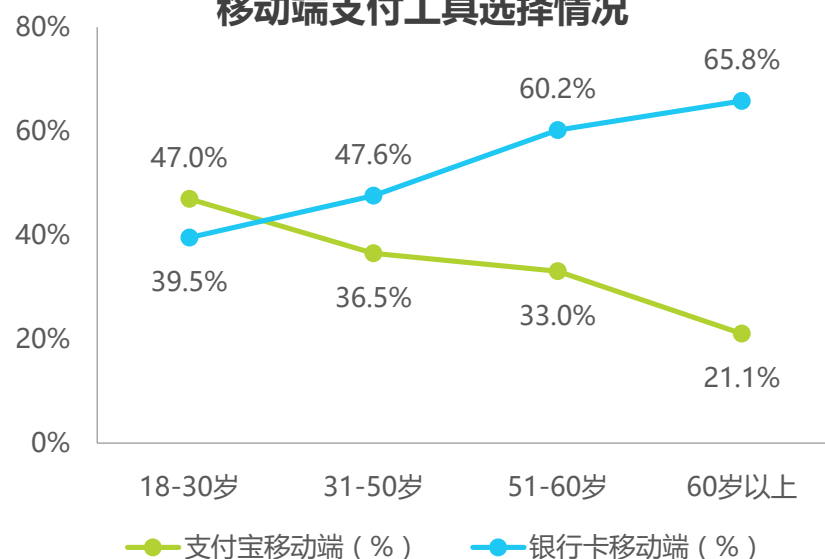
2017年中国购买理财产品的不同年龄段用户

支付工具PC端使用情况



2017年中国购买理财产品的不同年龄段用户

移动端支付工具选择情况



来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

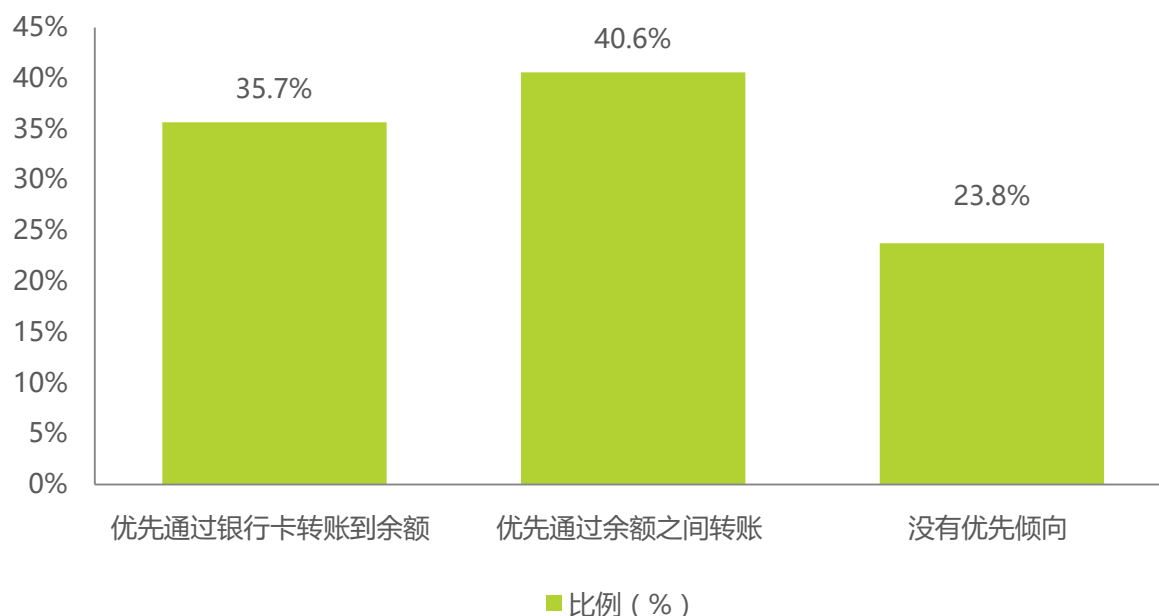
来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

电子支付在转账的应用情况

电子支付用户在转账中喜欢优先通过余额之间转账

如下图所示，40.6%的电子支付用户优先通过余额之间进行转账，35.7%的电子支付用户优先通过银行卡转账到余额。因此，40.6%的用户主观上并不希望资金在第三方支付体系内停留。艾瑞咨询认为，第三方支付公司是希望资金从银行卡流入自身体系并留在体系内进行消费或者理财的，但是更多的用户并不如第三方支付公司所愿。其中最主要的原因是第三方支付工具在许多用户的心目中最主要的标签仍是支付，而不是储蓄。因此在转账、消费等支付场景下，用户更多的愿意用第三方支付工具所沉淀的余额去进行支付。而第三方支付公司要改变这一情况，最有效的还是在产品设计上更加突出自身的金融属性及财富管理能力，使得用户将第三方支付工具的沉淀资金视为可以进行投资储蓄的财富。

2017年中国电子支付用户在转账中喜欢的服务方式



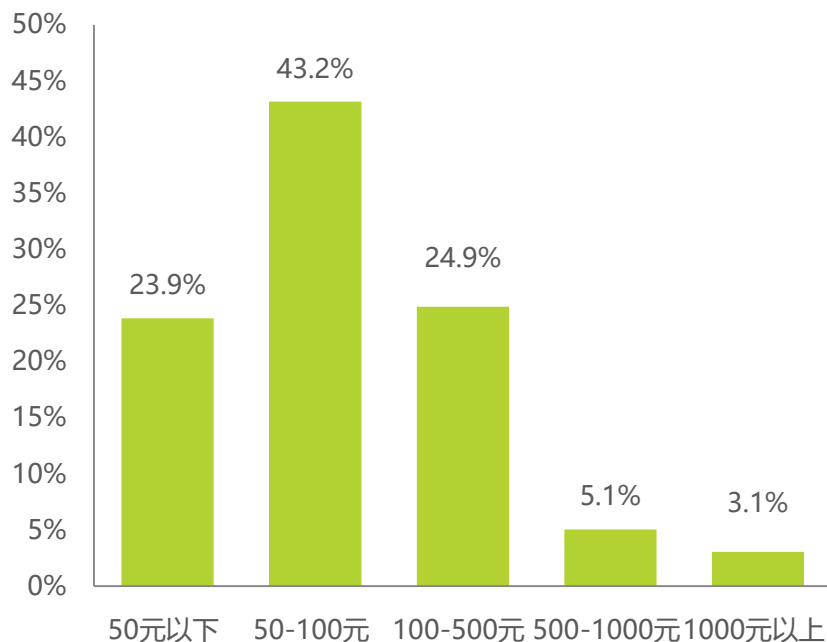
来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

电子支付在线下扫码的应用情况

餐饮、商超、零售是线下扫码的最常使用场景

经常使用线下扫码的用户在北京、上海、广东、福建和浙江的比例最高。而餐饮、商超、零售则是线下扫码支付的最常使用场景，而这些应用场景的平均支付金额一般不高，因此线下扫码支付的平均金额主要集中在500元以下。未来，酒店、娱乐、医疗等平均消费相对较高的场景将是线下扫码支付规模增长的爆发点。

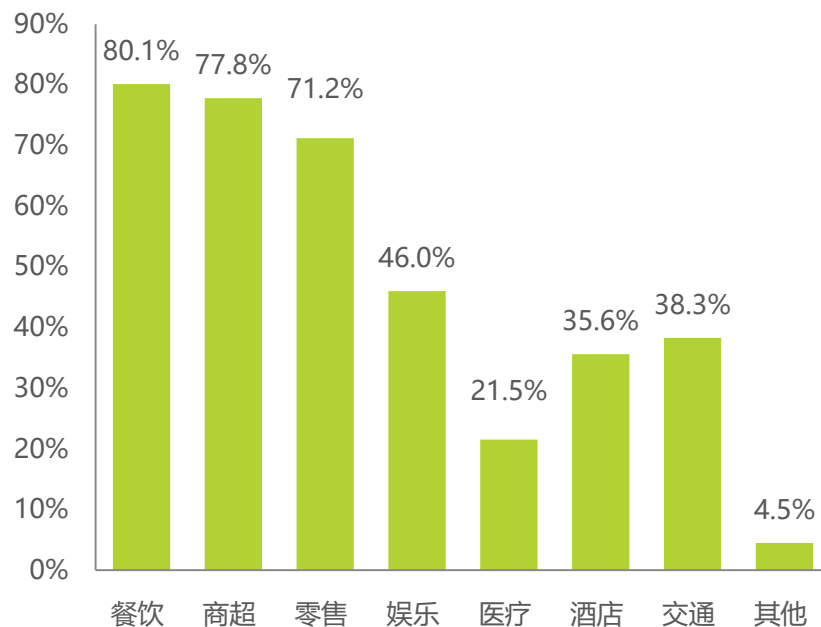
2017年中国线下扫码平均金额



■ 比例 (%)

来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

2017年中国线下扫码常用场景



■ 比例 (%)

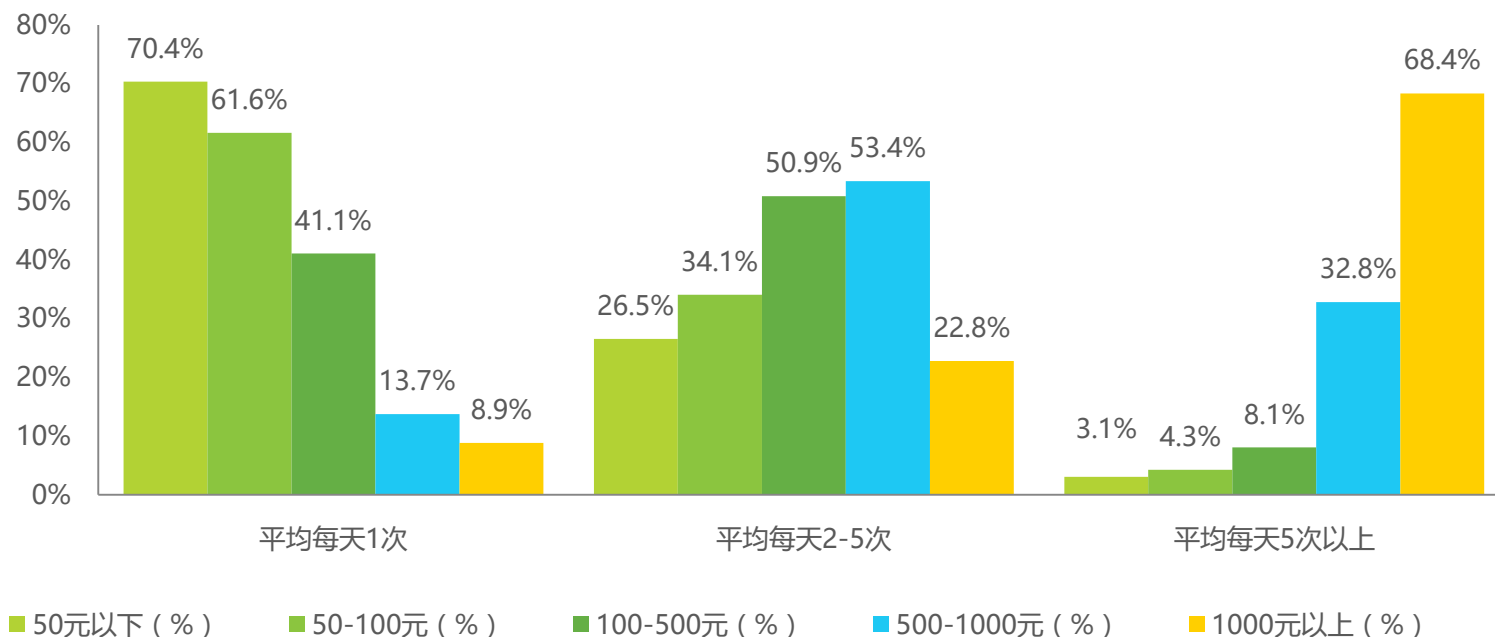
来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

电子支付在线下扫码的使用情况

线下扫码使用频率越高的用户，使用的平均金额越高

调研结果显示，线下扫码用户的平均金额与使用频率成正比，使用频率越高的用户，使用平均金额也越高。艾瑞认为，养成线下扫码支付习惯的用户，高额消费场景使用线下扫码支付的比例要远高于使用频率低的用户，因此提高了线下扫码平均使用金额。目前，线下扫码市场仍处于初期发展阶段，随着用户对其依赖性越来越强，线下扫码支付将迎来频率与平均金额的双重快速增长，其未来发展潜力非常巨大。

2017年中国线下扫码用户的使用频率与平均金额的关系



来源：N整体=10000，于2017年4月通过iClick社区联机调研获得。

中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

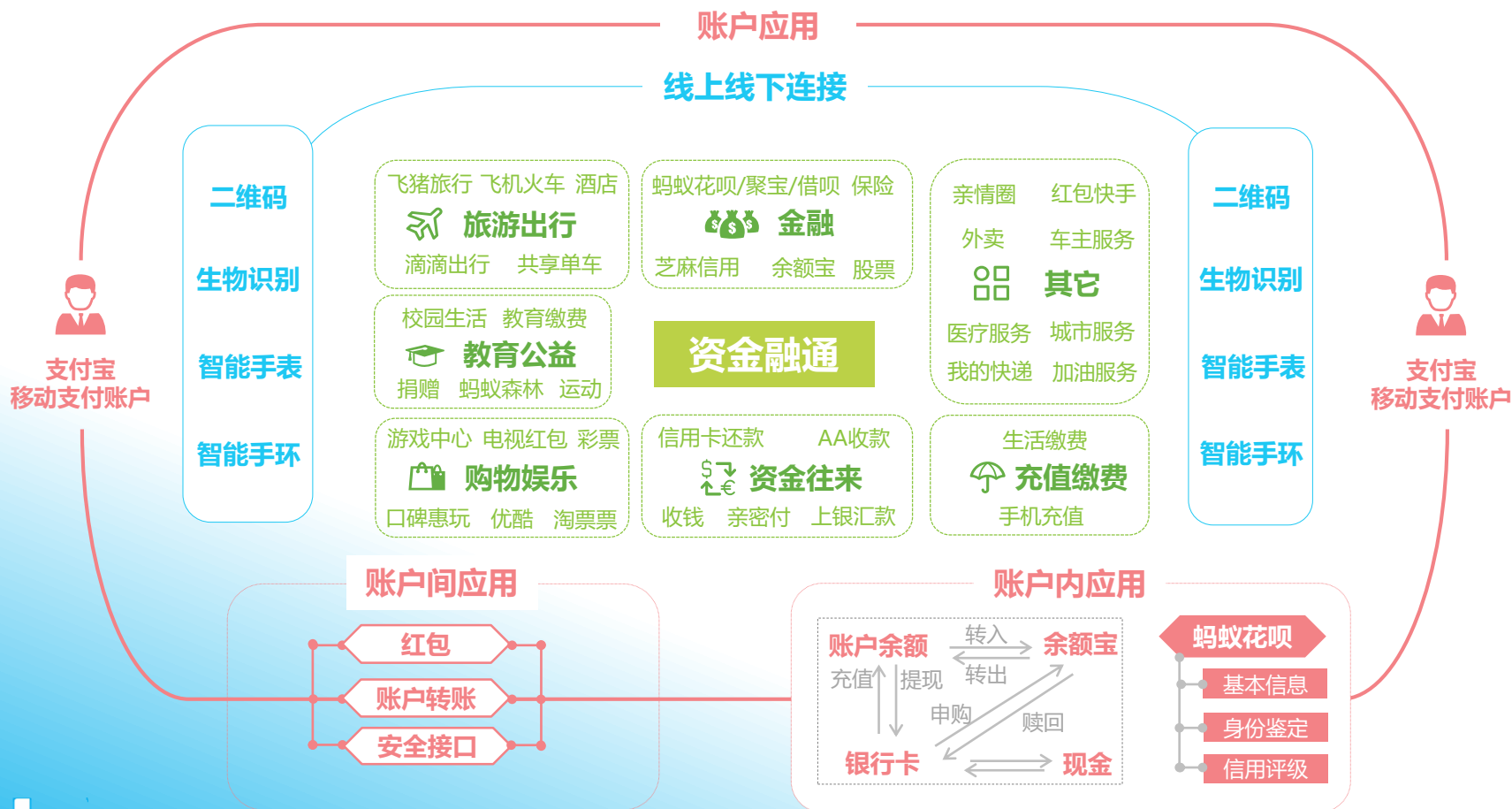
4

发展趋势

5

直达金融本质的支付宝生态体系

2017年中国支付宝生态体系示意图



2017年中国支付宝生态体系示意图



人工智能处理客服比率达到97.5%；人工智能客服问题解决率78%，高于75%的人工解决率；退货运费险人工介入率小于10%



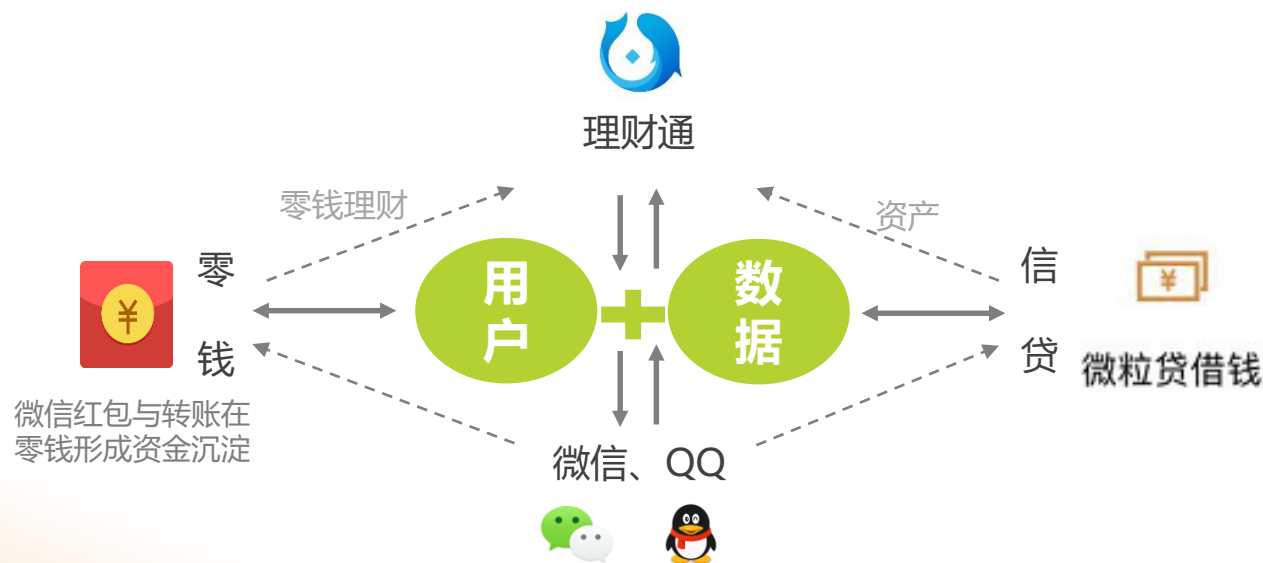
依托社交所建立的财付通生态体系

2017年中国财付通生态体系示意图



财付通社交支付的价值将在理财与借贷端进一步体现

2017年中国财付通生态体系示意图



移动支付月活账户超6亿

微信移动支付月活跃账户超6亿，微信和WeChat的合并月活跃账户数达到8.89亿。

日均支付交易数据超6亿

2017年1月27日微信加QQ平台上的支付总笔数为32.2亿笔，创造了腾讯移动支付日支付交易笔数新纪录。

支付峰值数据刷新世界纪录

微信与QQ支付峰值20.8万笔/秒，核心系统峰值95万笔/秒，刷新世界纪录。

以支付为中心，建设共生生态系统

作为国内领先的第三方支付公司，拉卡拉支付首批获得了央行颁发的第三方支付牌照。通过“线上+线下”、“硬件+软件”的形式，拉卡拉支付为客户提供收单及支付服务。同时，依托于强大的金融科技能力，拉卡拉支付还可以提供场景综合解决方案及衍生服务。截止至2016年9月30日，拉卡拉支付拥有超过1亿个人用户和350万商户，业务服务覆盖全国357个地级以上城市，在中国智能POS市场覆盖率、支付手环全国开通率和社区金融自助终端网点量上均长期保持行业第一。



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

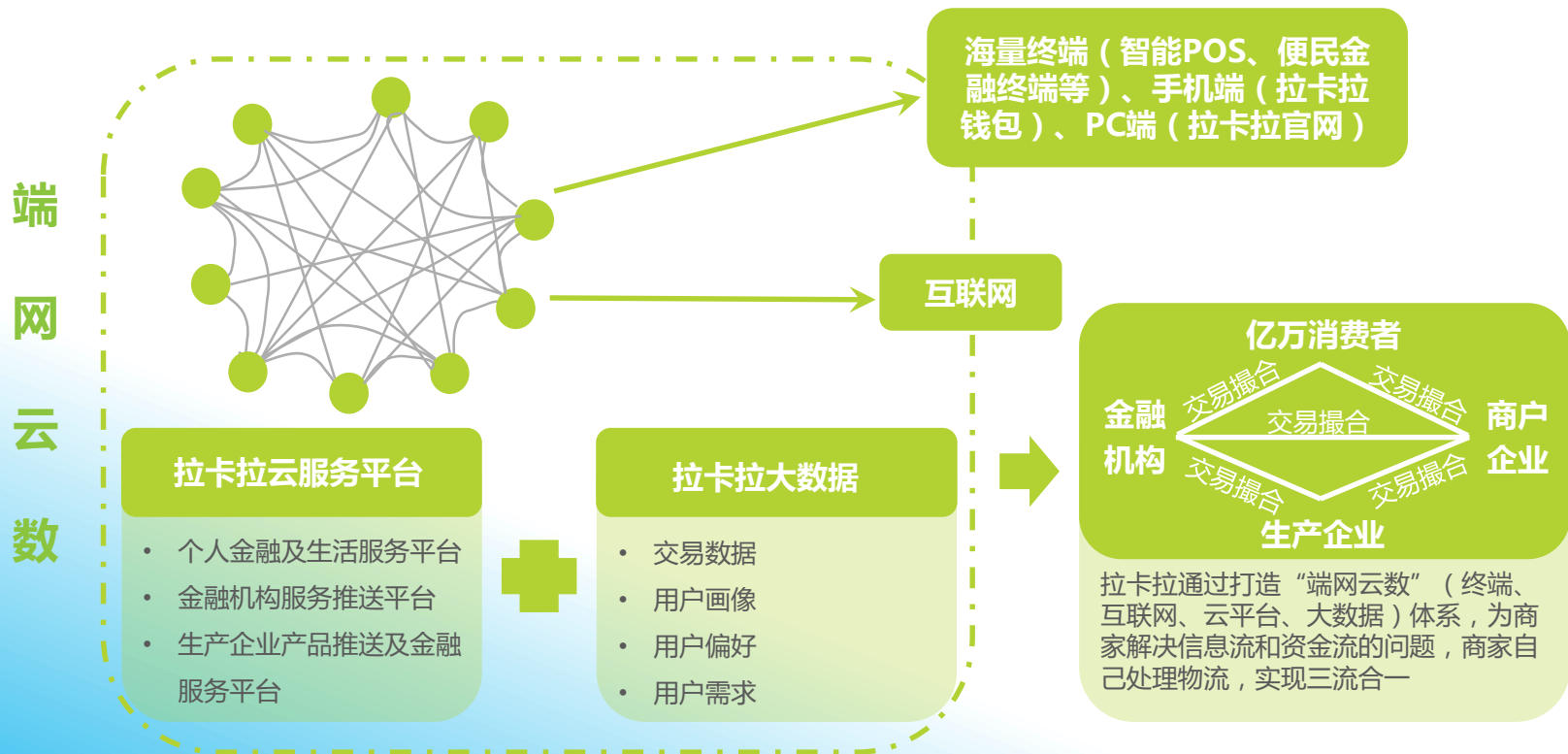
©2017.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

以“端网云数”驱动，向全面经营客户和流量升级

拉卡拉支付通过打造拉卡拉开放式云服务平台，充分处理和运用支付业务产生的资金流、信息流和大数据，实现个人、商户企业、生产企业、金融机构间的金融服务链接，商户企业和生产企业间的商品供销链接。通过撮合各方交易撬动多边市场，实现从传统专注于支付向全面经营客户和流量升级，成为国内技术领先、服务一流的综合性普惠科技金融服务公司。

拉卡拉云服务平台



科技引领，安心支付

南京苏宁易付宝网络科技有限公司成立于2011年1月。苏宁支付专注为个人客户和企业客户提供B2C购物、B2B结算、投资理财、生活服务、航旅机票、跨境业务等支付服务，致力于打造“安全、简单、便捷”的服务体验。

苏宁支付以客户需求为主，聚焦核心支付流程优化和安全问题。在各个支付模块上，苏宁支付不断利用最新的技术，优化核心流程，确保用户便捷、快速地完成支付过程；针对支付行业出现的问题，如支付不成功、支付受限等情况，苏宁支付提供了高效的解决方案。另一方面，苏宁支付利用自身领先的技术能力，开发了人脸识别实名认证，最大程度地保证了账户的安全性。

苏宁支付业务生态示意图



场景覆盖，全面渗透

苏宁支付为用户提供全方位、多场景的第三方支付服务。“苏宁支付+本地生活”模式全方位覆盖交通、医疗、出行等场景：餐厅、饭店、商场、超市、公交、出租、医院、药店、公园、景区、学校、公司、咖啡厅、酒吧、电影院、KTV、加油站、售货机。除去C端业务外，苏宁支付还积极布局B端，针对个人商户及企业提供的涵盖代收、代付、网关支付、扫码支付等，覆盖线上、线下O2O第三方支付业务。截至2017年4月底，已经服务超3万家企业和商户，例如华为、三星、小米、恒丰银行、北京银行、江苏银行、大都会人寿等知名企业。

苏宁支付积极扩展相关业务，实现跨界合作，以解决用户在生活中遇到的支付问题。2016年12月20日，苏宁金融和南京江南公交客运有限公司举行战略合作发布会，宣布将在南京公交车上试点推出苏宁支付扫码付功能，刷“手机”付款成为市民公交出行的全新体验。此次，165路、50路公交车接入苏宁支付是南京公交利用互联网技术首次接入第三方移动支付系统，此举将有利于解决“忘带市民卡”、“零钱兑换”等问题，提供市民公交出行付款的新体验。

支付核心功能



C端

- 线上转账
- 账户充值
- 线下支付
- 电子钱包

B端

- 代收业务
- 代付业务
- 网关支付
- 扫码支付



SUNING
苏宁金融



餐饮



超市



医院



公交



景区



校园



华为

SAMSUNG

三星



小米



北京银行



索尼



美的

苏宁优势

- ✓ 零费用到账快：**省钱省时**
- ✓ 生活缴费充值：**足不出户**
- ✓ 购物扫码支付：**方便快捷**
- ✓ 双重校验机制：**安全保险**
- ✓ 智慧解决方案：**行业共赢**
- ✓ 资金实时清算：**效率提高**
- ✓ 支持多家银行：**渠道覆盖**
- ✓ 配置交易限额：**灵活安全**

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2017.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

跨境支付结算服务提供者

宝付网络科技（上海）有限公司成立于2010年，2011年底获央行颁发的《支付业务许可证》，2015年7月，宝付获东方财富2.5亿战略投资，2016年宝付互联网支付牌照续牌成功，2017年宝付获得外汇管理局批准做跨境外汇业务。

宝付是一家专注于支付与金融领域，同时具备领先研发实力和创新能力的高科技企业。宝付在业内率先推出以支付工具结合快速清算T+0到账的策略，并将“365天实时清算”作为宝付的核心商业模式落实贯彻，为个人和企业用户提供灵活、自助、安全的支付产品与支付平台。

宝付跨境解决方案



跨境支付结算服务提供者

宝付的业务为商户解决了国际收汇、人民币和外币间的购结汇需求。宝付依托高效稳定的系统，与工、农、交、建四大行等优质金融机构合作，为跨境电商提供一站式支付结算服务。同时，宝付建立了包括数据加密安全认证、ASF反欺诈系统、黑名单更新管理、交易实时监控和人工安全验证在内的多维度风险控制体系。

宝付跨境服务产品介绍

宝付落地产品服务

跨境进口

境内个人用户在线购买境外商家的商品后，宝付为境外商家进行网关收单，商户在宝付商户前台提交跨境结算请求订单，通过宝付的合作银行完成购汇，并购汇到商户的境外银行账户，完成相应订单的国际还原收支申报，并由宝付将支付单推送至海关，由电子口岸单一窗口审核三单合一。

跨境出口

境外个人用户使用外币在线购买出口电商的商品，外卡收单机构为出口电商进行外币收单，出口电商提供交易明细，并将对应的贷款线下汇款至宝付外币备付金账户，在宝付商户前台提交跨境订单，通过宝付的合作银行完成结汇，并将人民币结算至商户的境内账户，完成相应订单的国际还原收支申报。

宝付产品特点

订单高效推送

与全国各大海关及电子口岸系统对接，高效推送支付单

全面的支付通道

支持多个币种，如CNH、USD、HKD、EUR、GBP、AUD等

专属服务

提供个性化行业解决方案，提供7×24小时专业客户服务支持，贴心关注售前、售后的每个环节

方便快捷

收付汇及国际收支还原申报流程简易

风险管理

专业的反欺诈、反洗钱措施
针对商户根据自定义规则设置监控
单独设置渠道限额和商户限额及银行卡黑/白名单

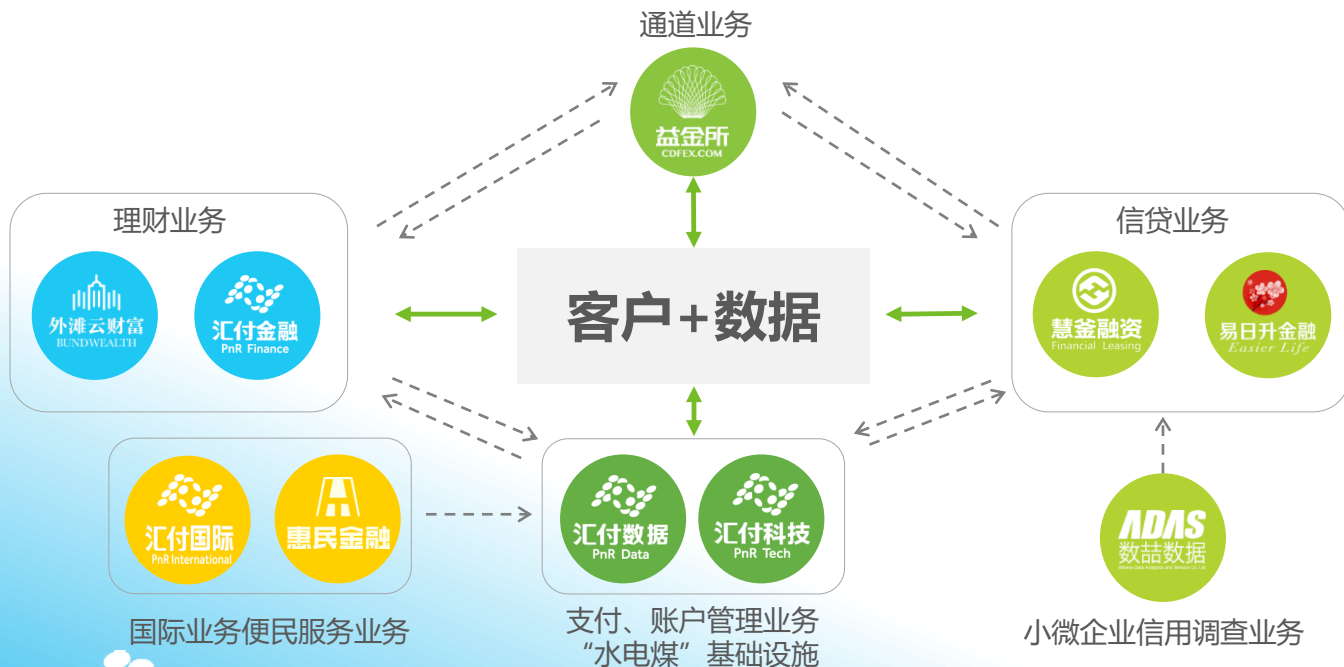
实名制交易

采取实名认证制，核验用户银行支付账户开户人信息与客户身份信息的一致性

依托支付打造新金融

汇付天下于2006年7月在上海成立，投资总额累计超过20亿元。十余年的发展期间，汇付天下专注于为垂直行业、新金融机构、小微企业及个人客户提供支付结算、账户管理、运营风控、数据分析、财富管理、信贷等综合金融服务，同时凭借在“**创新**”、“**效率**”和“**科技**”方面的核心优势，通过商业模式和产品创新、高效服务运营以及持续科技进步，构建起了具有竞争力的“**支付+账户+运营+数据+IT基础设施**”的基础设施体系。作为第三方支付行业先行者之一，汇付天下不断积极进取、开拓创新，把握客户痛点，顺应行业发展趋势，持续优化战略布局，已由一家第三方支付机构发展成为**国内领先的新金融服务集团**。

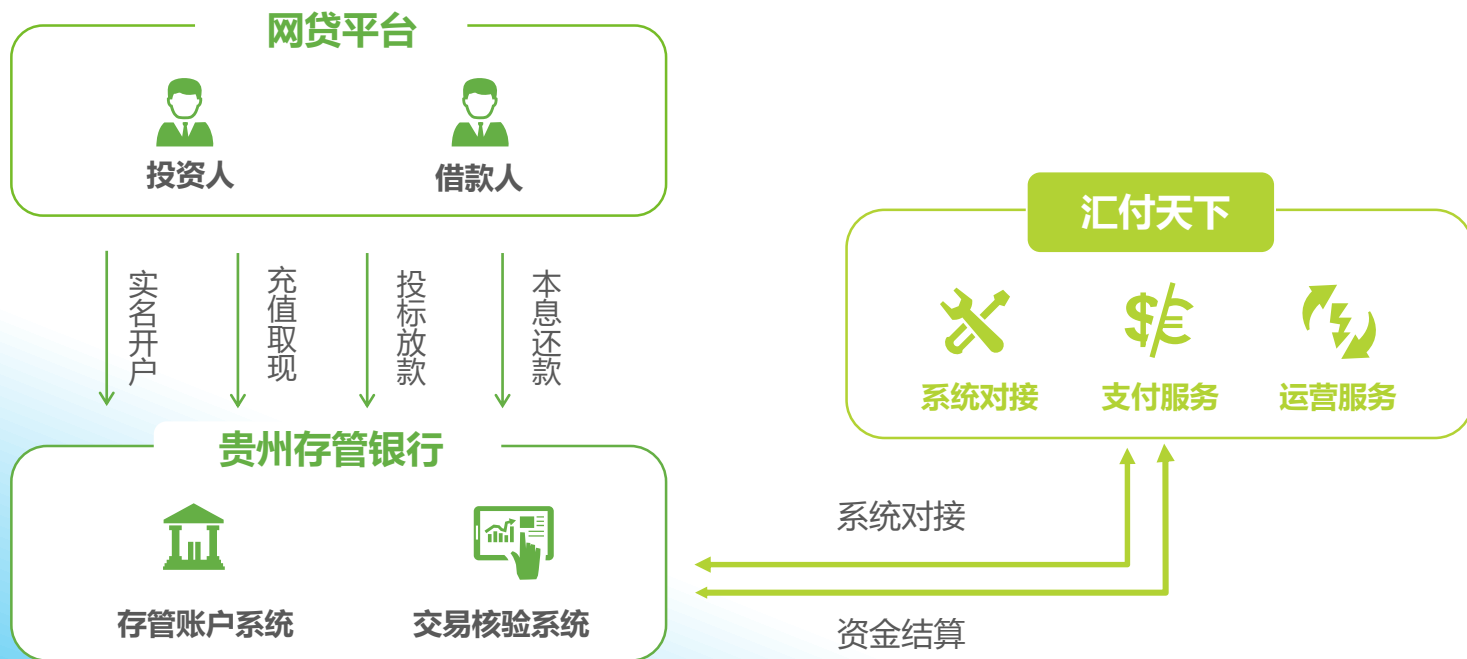
汇付天下业务示意图



“向日葵” 支付+账户解决方案

汇付天下一直秉持依法合规、审慎经营的理念。为严格落实网络借贷平台资金由银行存管的政策，汇付天下与上海银行，贵州银行等银行达成合作，为合作平台接入银行存管起到桥梁作用。具体来说，银行将为符合要求的网贷平台提供银行资金存管服务。汇付天下在银行存管体系基础上，为合作网贷平台提供合规高效的支付解决方案、全天候运营支持服务。同时，汇付天下为平台与银行进行系统对接提供技术支撑。截止目前，已服务1200余个新金融平台和超1500万个人账户，位居行业首位。

汇付天下支付+账户解决方案

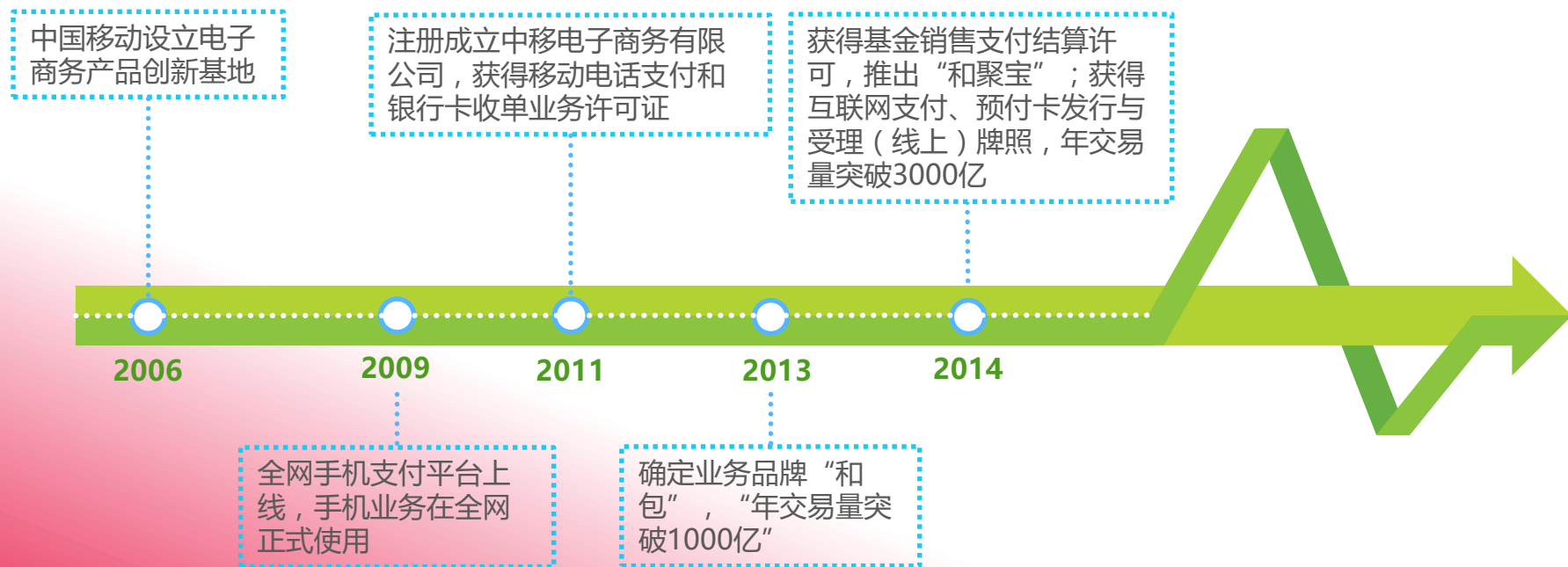


和包支付

中国移动通信集团旗下唯一的支付公司

作为中国移动通信集团旗下唯一的支付公司，和包支付现已获得中国人民银行颁发的互联网支付、预付卡发行和受理、移动电话支付、银行卡收单等支付业务许可证；获得中国证券监督管理委员会批准开展基金销售支付结算业务。2016年，和包用户数量达到2.09亿户，交易规模达到11448亿元，营运收入累计达18.6亿元，月均活跃用户数达到1144万户。

和包支付发展历程



和包支付

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

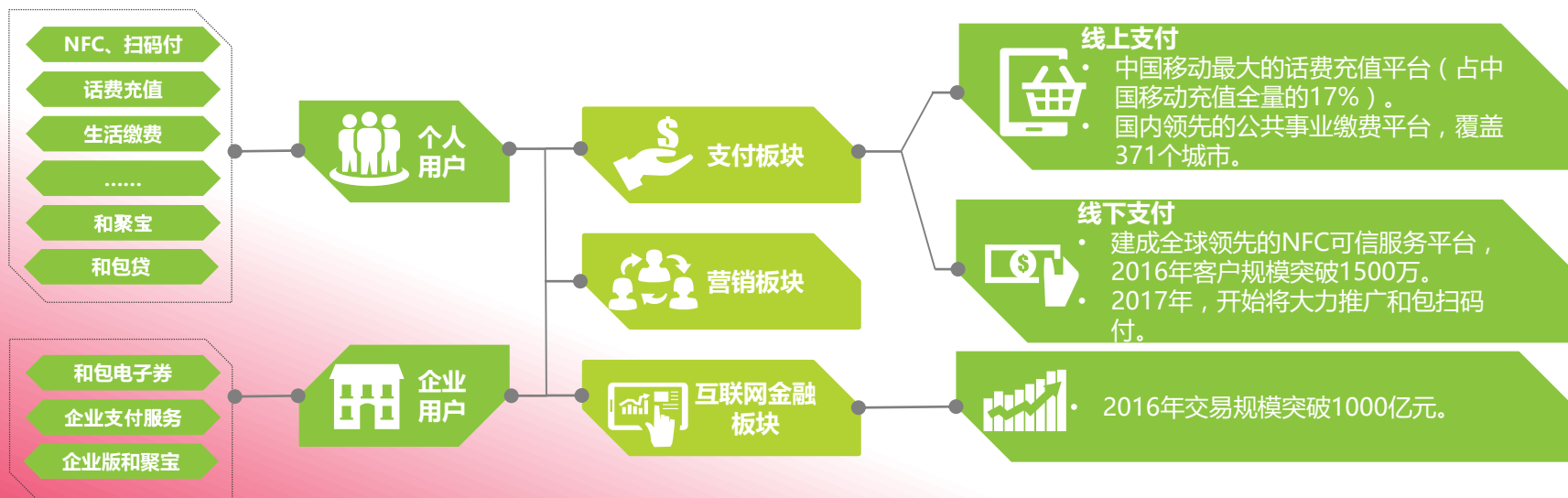
©2017.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

对接中移“大连接”战略

在移动互联网时代，通过支付建立的连接，能够将数据流、信息流叠加资金流，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。

和包支付业务布局



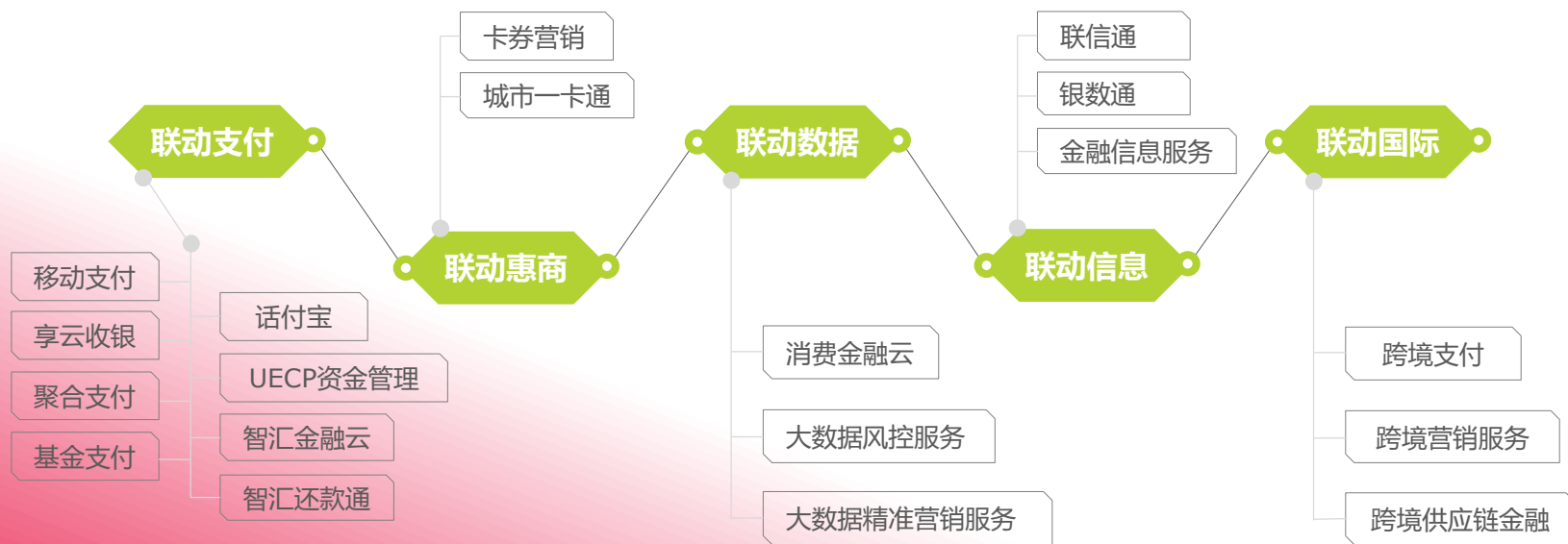
联动优势

用科技创造人人乐享的生活方式

联动优势于2003年8月成立，为产业升级提供金融科技创新服务，在工信部信息中心发布的2016中国互联网百强企业名录中位列第36位，是中国互联网金融协会理事单位、中国支付清算协会常务理事单位。2016年7月，联动优势成为深交所上市公司海立美达的全资子公司。联动优势在全国共设有39家分公司，在美国和加拿大分别设有国际业务公司。

联动优势已获得中国人民银行《支付业务许可证》（全国范围内的互联网支付、移动电话支付、银行卡收单）、中国证监会基金销售支付结算业务资格。联动优势已与140多家金融机构和3300多家大型企业合作，为80万家中小企业和4.8亿个人用户提供综合支付、金融信息、商业营销、大数据和跨境等金融科技服务。

联动优势业务示意图



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

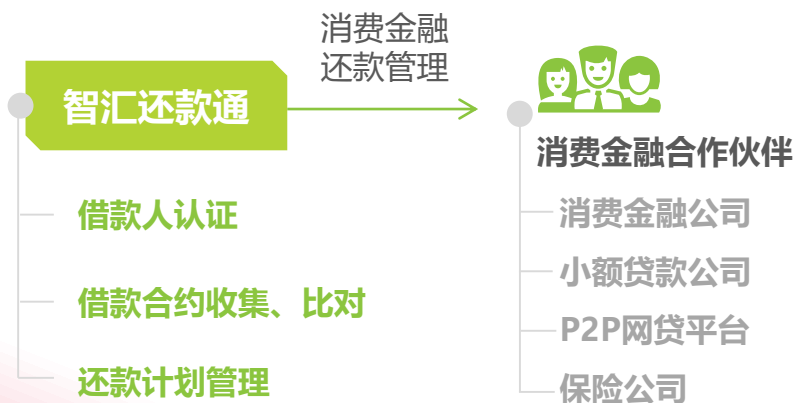
©2017.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

联动优势

智汇让生活妙不可言

联动优势创新产品介绍



优势：

- ✓ 法定数字签约：提供有法律效力的电子签约服务能力
- ✓ 流程化管理：提供对账、扣款、分账及资金管理服务
- ✓ 简单的自助扣款和完善的自动扣款

智汇金融云

聚合支付 + 资金管理 + 营销管理

服务经验

为银行、移动、沃尔玛等连锁大型商户服务，积累电信级、金融级、知名跨国企业服务经验。

支付场景

集成主流支付渠道，覆盖移动客户端、移动网站、PC网站、微信公众账户、POS机具、收银机具、二维码等线上线下支付场景。

营销推广

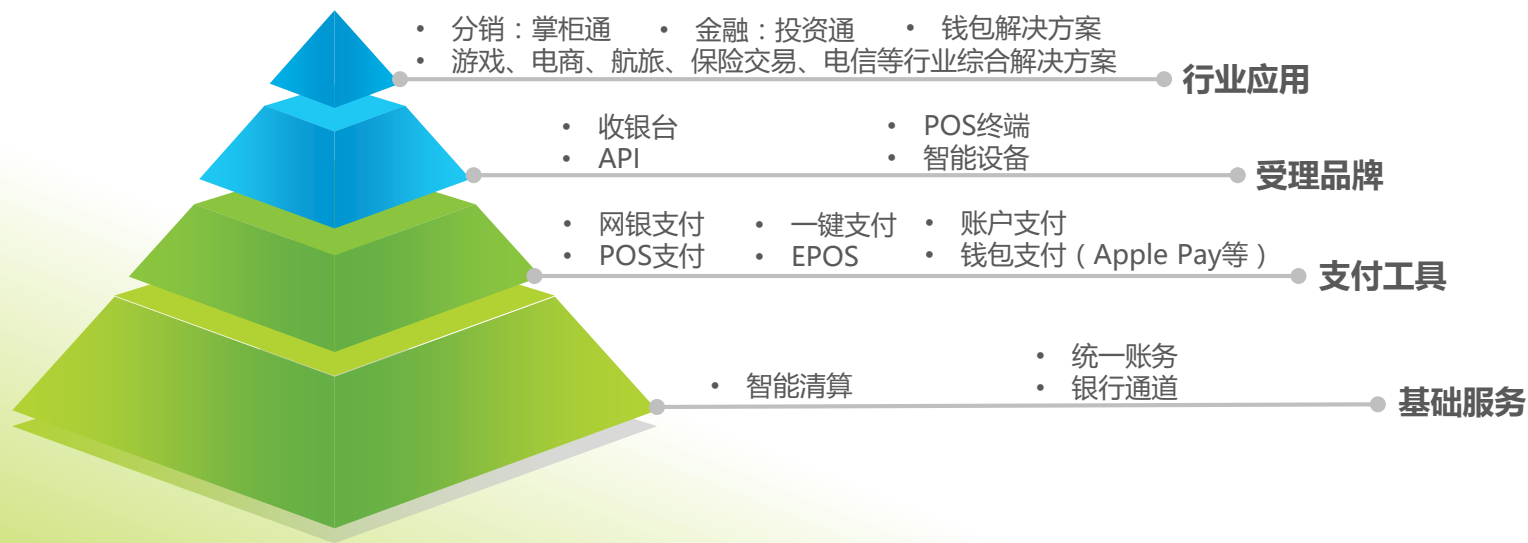
基于大数据技术，为商家提供精准营销、身份鉴权、用户画像及专业的监控和报表、数据分析营销推广服务。

聚焦关键行业，助力传统行业的互联网升级

易宝支付于2003年8月在北京成立，2011年5月获得央行首批办法的《支付业务许可证》，2013年10月获得国家外汇管理局批准的跨境支付业务许可证。成立13年来，易宝支付服务的商家超过100万，在航空旅游、游戏娱乐、行政教育等多个领域保持领先地位。

面对如今的移动支付大潮，易宝支付创新推出移动支付产品“一键支付”，发布了针对O2O行业的解决方案之一掌柜通，助力华为钱包打造生态体系，在移动支付领域持续保持领先地位。

易宝支付产品体系

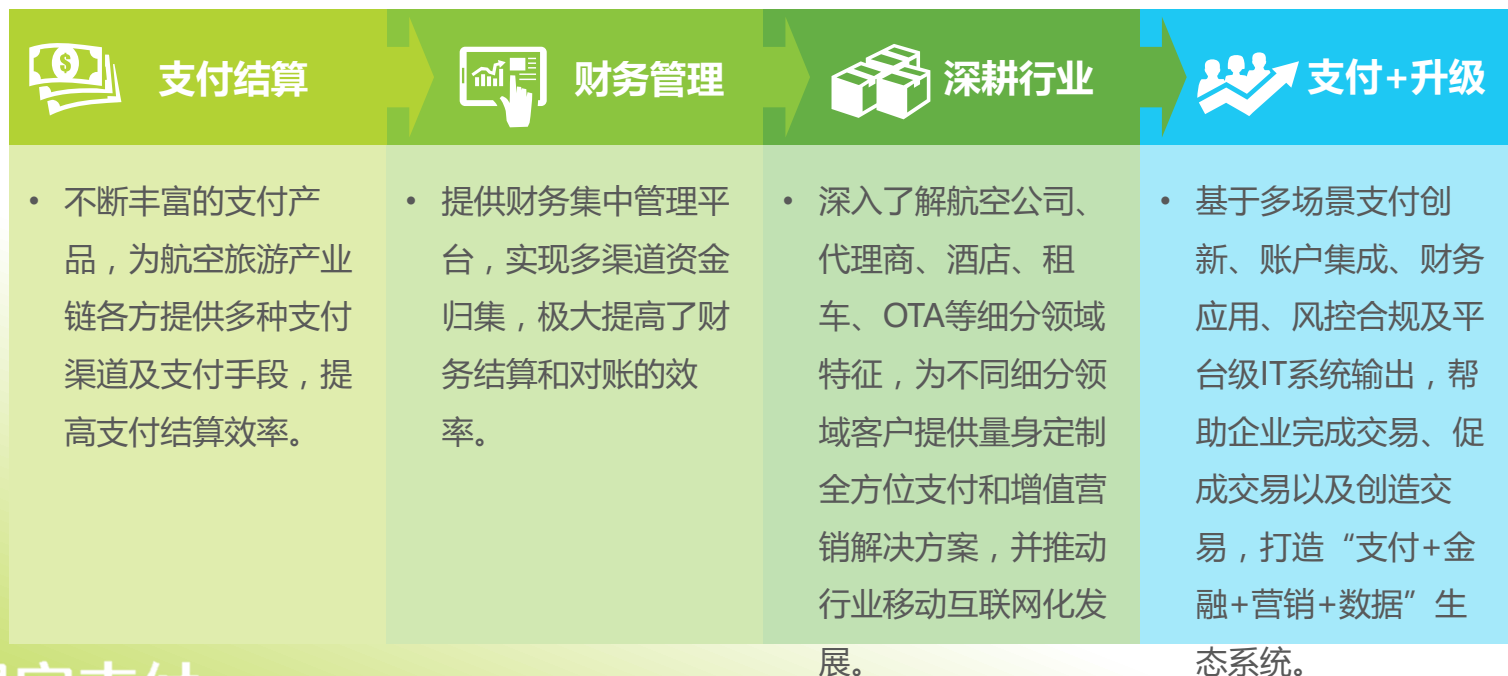


深耕航旅产业的支付服务

易宝支付于2006年成立航旅部门，为满足航旅企业电子商务发展需要，深入了解航空公司、机票代理、OTA、旅行社、酒店、租车、汽车邮轮、TMC、机场等行业特性，基于行业特性、场景输出多元化产品解决方案及风控措施。先后推出分账系统、信用卡无卡支付、电话支付、信用支付、集团账户、UATP差旅支付、空地互联云支付、移动指间付、机场收单、旅游E账通、Apple Pay等20多个系列产品及解决方案，在航旅业实现多个历史性突破。

作为国内第一家深耕航空旅游行业的第三方支付企业，易宝支付已实现航旅行业主流客户全覆盖，提供专业可定制化的服务，并拥有行业尖端专业人才储备力量，助力航空旅游行业移动化快速发展。

易宝支付航旅行业解决方案



快钱布局多层次场景 发力移动支付

在移动化、场景化、数据化趋势下，面对新中产崛起带来的世纪红利，快钱充分利用万达网络科技跨界DNA优势，以场景为依托，以数据为驱动，打造线下线上全面融合、开放式的科技金融服务平台。快钱以一个账户集成支付、理财、信用、权益等服务的方式，为用户提供全生命周期金融产品，带来“一个账户，一生拥有”的集成式、个性化、智能化的科技金融新体验。

快钱业务竞争优势

场景丰富

快钱基于支付优势，将多样化的金融服务叠加到消费场景，目前已布局了综合购物中心、便利店、院线、酒店、停车、机场、汽车等场景



最全面移动支付

全面支持NFC、扫码等多种移动支付方式，让用户可以自由选择银行卡、信用额度、理财账户等各类付款途径，消费付款轻松随心



依托万达集团

快钱在2014年底正式被万达收购以后，发展再次提速，万达自有场景万达电商和万达广场连续进入快钱，快钱发展成为万达“实体商业+互联网”场景基础



数据驱动消费场景 快钱打造综合金融服务平台

快钱科技金融业务

数据驱动的科技金融

- 丰富的线下线上场景，提供了能够完整刻画用户特征的多维度海量用户数据
- 应用人工智能、数据挖掘、海量数据处理和区块链等技术，改变了传统金融服务的产品设计、运营方式、风险管理，带来了以数据为驱动的科技金融服务新体验

集成金融服务平台

- 以账户为核心、以数据为基础，实现金融与场景的融合，并提供一站式综合金融服务。



中国第三方支付市场发展史

1

第三方支付主要细分领域情况盘点

2

用户调研分析

3

中国第三方支付市场案例分析

4

发展趋势

5

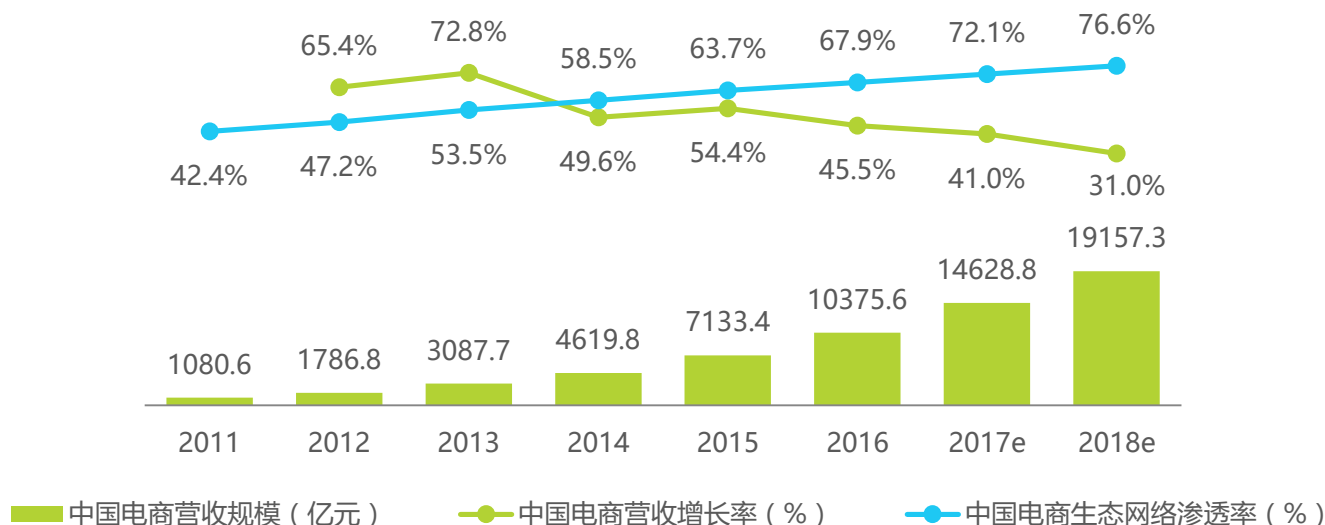
支付与电商的相互促进

支付与电商之间将形成良性循环的状态

支付对于电商行业而言，为其提升了服务质量。其一，良好的用户支付体验为电商平台保护了用户流量。支付的便捷性是用户使用互联网交易的重要因素之一。因此，拥有一个完善的支付工具对于互联网业务起到了增加用户黏性的作用。另外，多种维度的数据资源随着资金一同流动。这些数据资源的深度挖掘，无论对业务拓展，还是精准营销，都具有极高的商业价值。这也是近两年内多家大型互联网公司 and 传统企业纷纷建立自己支付平台的重要愿意之一。

电商对于支付行业而言，为其提供了源源不断的流量。目前电商仍然是互联网行业的流量大户并已培养了用户使用第三方支付的习惯。数据显示，第三方支付在电商的整体交易规模与电商GMV相差不大，说明用户使用银行卡和现金支付的比例在快速下降。这意味着支付平台可以在电商行业中获得大量的利润。

2011-2018年中国电子商务营收规模及电商用户渗透率



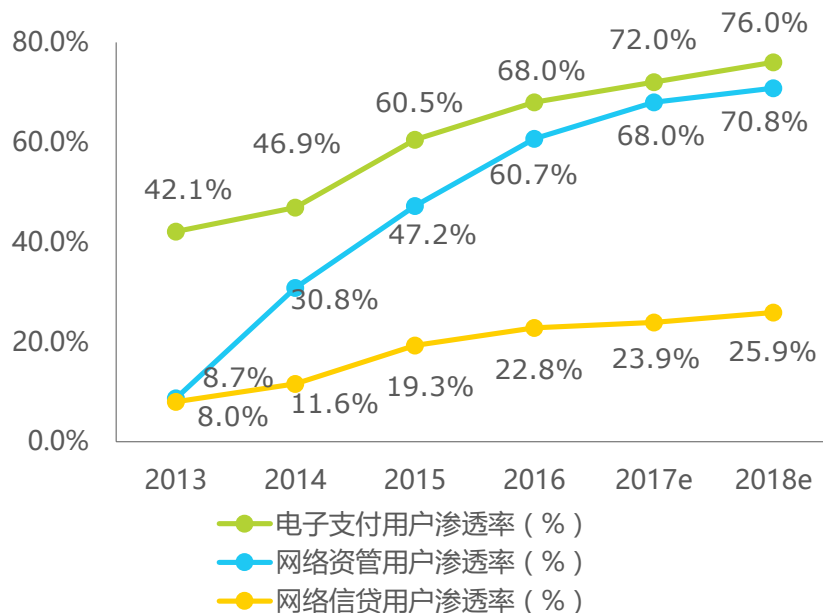
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

第三方支付将推进普惠金融的发展

互联网普惠金融的渐入佳境

第三方支付积累了大量的用户数据，完成了互联网金融的原始积累——征信和风控数据池，为后续金融服务的开展铺平了道路；余额宝的到来，正式点燃了互联网金融的星星之火，教育了用户，互联网金融从小众走向大众；互联网消费金融依托用户的支付数据，是普惠金融最天然的实现形式，互联网金融渗透到用户生活消费的方方面面；互联网保险是互联网金融的继续发展，互联网金融以此试图陪伴用户走完一生。由第三方支付开启的普惠金融，将高高在上的金融变成了平易近人的邻家业务，用户通过手中的智能终端便触手可得。我们有理由期待，互联网的创新精神与金融的结合将碰撞出更多的火花，甚至可能诞生出传统金融尚未涉及到的领域；而互联网强大的连接效应，也势必会使互联网金融的创新服务及时地惠及大众，进一步推动普惠金融的发展。

2013-2020e年中国互联网金融各子行业用户渗透率



来源：渗透率=行业实际用户÷互联网用户。

来源：CNNIC；2016年后根据艾瑞统计模型核算。

互联网金融生态图谱



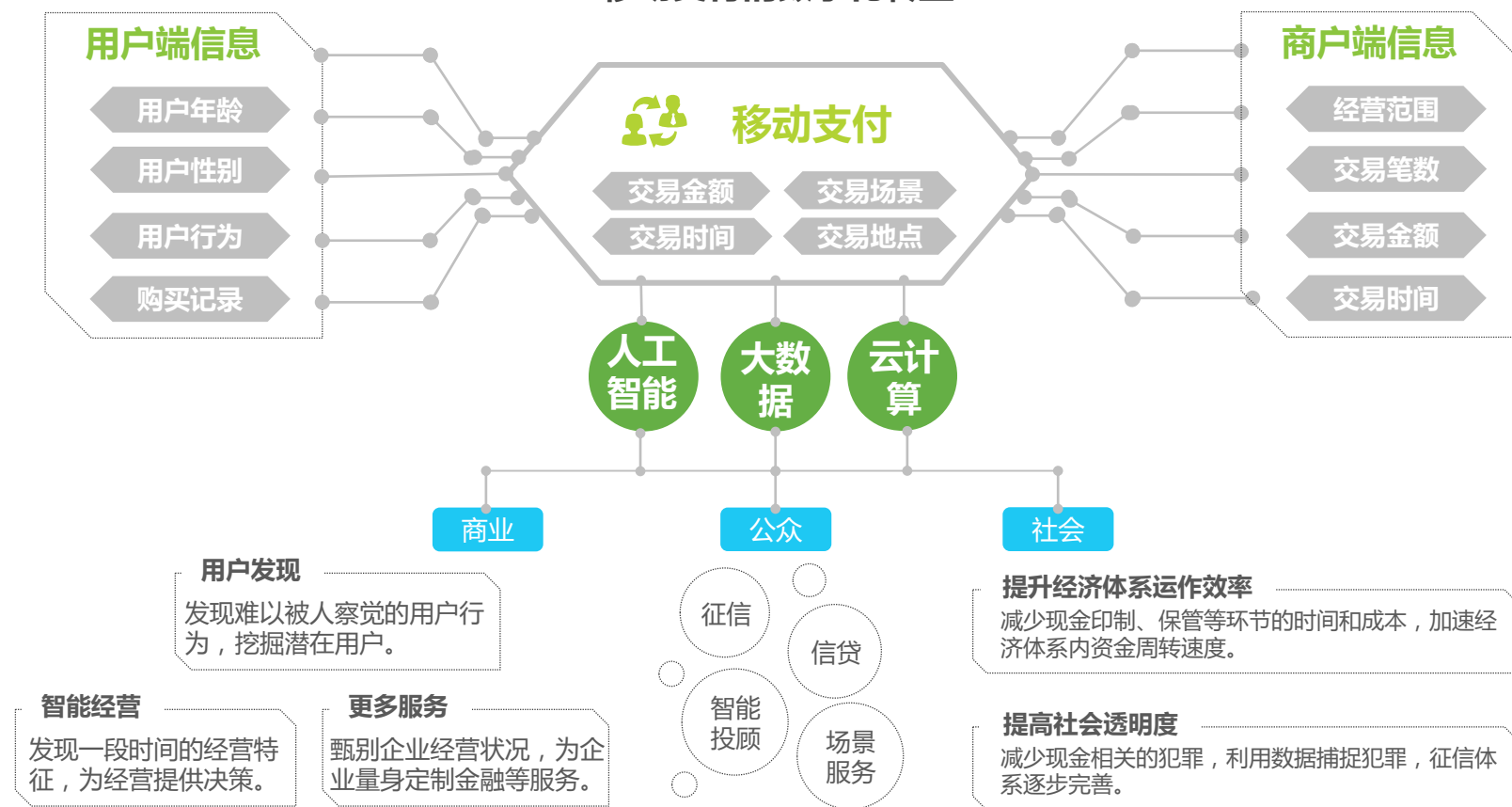
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

移动支付加速数字化转型

金融科技赋予数字化转型丰富的想象力

移动支付的交易方式让交易信息得以沉淀，同时通过用户端、商户端信息的多维度数据获取，为数字化转型提供丰富的数据基础。伴随着人工智能、大数据、云计算等技术的运用，为商业、公众、社会提供更多样的服务，成为真正的金融科技。

移动支付的数字化转型

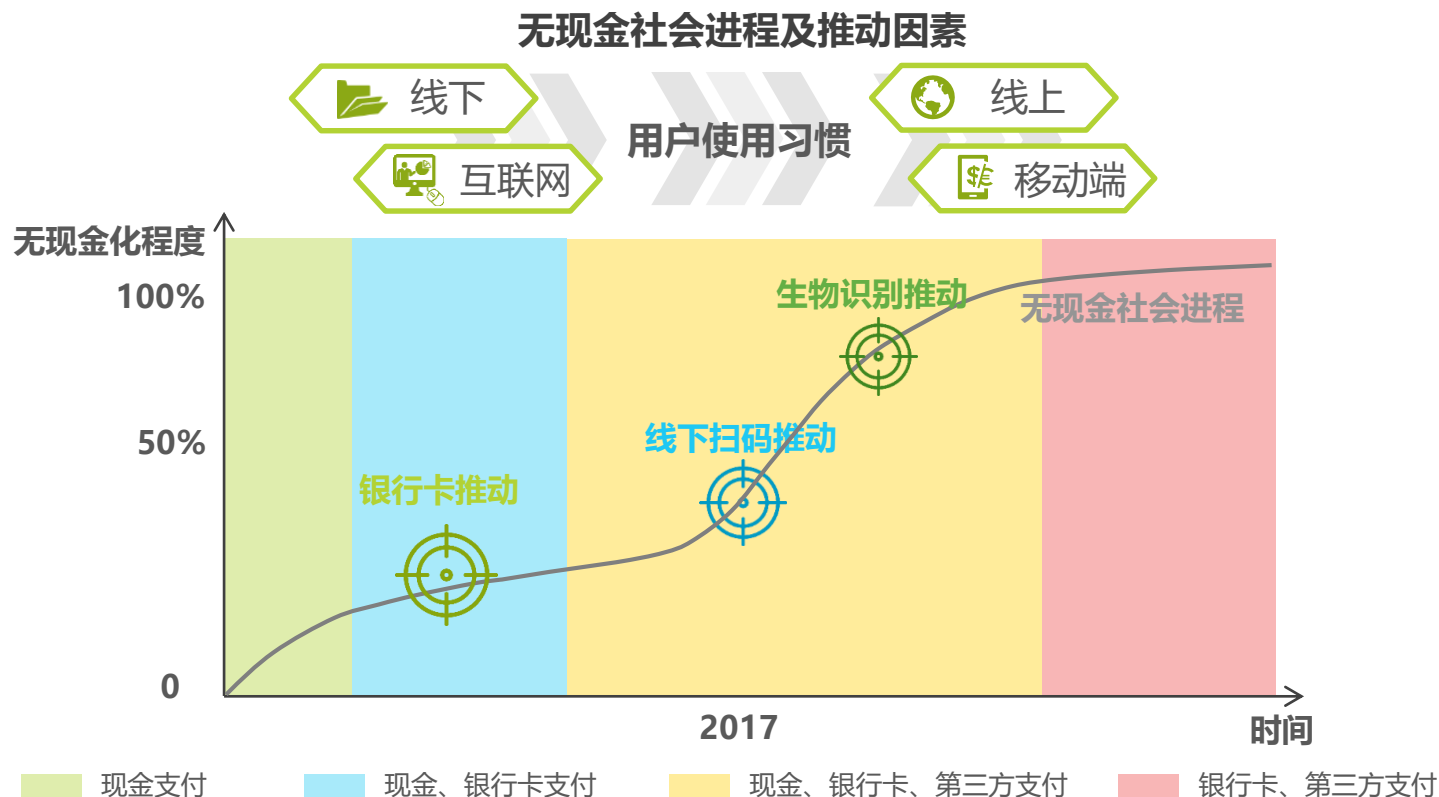


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

走向无现金社会

生物识别支付将成为推动无现金社会发展的核心动能

伴随着第三方支付的快速发展，我国正在逐步走向无现金社会。对比发达国家，其拥有较为成熟和完善的金融体系，信用卡消费习惯已经养成，无现金支付方式主要停留在银行卡支付，而我国由于还没有建好一个信用卡时代，就迎来了更为便捷的移动支付，这种独特的因素使得无现金社会在我国经历飞速的发展。艾瑞认为，线下扫码支付业务是现阶段推动无现金社会发展的主力军，而生物识别支付将成为未来推动无现金社会发展的主要动力。



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

移动支付全球化拓展

从中国移动支付到全球化的移动支付网络

我国移动支付市场较其他国家而言发展较为成熟，因此我国的移动支付企业具备了走出去进行全球化拓展的基础。而较为可行的两种拓展方式：一是通过战略投资，技术、运营经验输出，入股并扶持国外本土移动支付企业，建立全球化用户移动支付服务；二是通过剧增的中国游客出国消费行为，向国外商家推广移动支付服务，并通过国外商家的改变来进行国外本土化市场的教育，并增强国外本土对移动支付的认知程度，建立全球化商户移动支付网络。

2017年中国移动支付全球化扩展示意图



公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

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。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询