

迈向产业支付时代

中国第三方支付行业研究报告

2020年



海量行研报告免费读

产业支付与个人支付的定义及区别

产业支付是支付机构面向不同规模、不同产业的企业提供集支付、财务管理、资金管理、营销等服务于一体的产业解决方案的支付商业模式。

与产业支付相对于的是个人支付，产业支付与个人支付在服务对象、服务内容、支付产品、业务开展所需关键能力等方面均存在差异，具体不同详见下表。业务的本质差异导致两者的市场发展呈现出迥然不同的竞争局面，个人支付市场寡头且日趋饱和，而产业支付市场割据、拓展空间尚存。

产业支付与个人支付对比图

	产业支付	个人支付
服务对象	☐ 企业	☐ 个人
服务内容	面向不同规模、不同产业的企业提供： ☐ 支付、收单等产品与服务 ☐ 集支付、财务管理、资金管理、营销等服务于一体的产业解决方案	面向个人用户提供： ☐ 消费支付服务 ☐ 衍生服务：如生活服务、金融服务等
支付产品	☐ 网银支付、网关支付、快捷支付、认证支付、协议支付、代收代付、聚合支付等 ☐ POS、扫码枪、收银机等收单终端	☐ 个人APP
关键能力	☐ 商务与渠道能力 ☐ 定制化能力 ☐ 系统与技术能力 ☐ 针对特定领域或行业的品牌影响力	☐ 用户数量与粘性 ☐ 场景覆盖广度与深度 ☐ 功能多样性 ☐ 补贴能力 ☐ 品牌影响力的广泛性
市场竞争	☐ 增量市场尚存，存量市场竞争胶着 ☐ 第三方支付机构、银行等参与者竞争割据	☐ 市场趋近饱和，呈现以支付宝、财付通为代表的寡头竞争局面

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



发展背景

- 产业支付将成为第三方移动支付未来的重要增长点；
- 线下扫码支付爆发式增长拐点出现时，新零售的概念被提出，可见第三方支付是互联网转型的晴雨表；
- 产业支付将伴随产业互联网进入快速增长阶段，支付宝、财付通两大巨头在C端占绝对优势，其他支付机构在产业端寻求新的增量市场成为关键；
- 支付企业在产业支付生态中的核心功能是链接与赋能，各类参与者产业支付模式与发展路径迥异。

百万亿规模的第三方产业支付市场面临重新洗牌。

2C类型参与者的产业支付发展情况：

- “码商”逻辑下的服务升级与细化，C端支付巨头的入局将加剧B端商户数字化升级服务市场的竞争。但由于B端服务市场的客观复杂性使其很难像C端支付市场一样快速进入垄断阶段，未来很长一段时间其他头部支付公司如平安壹钱包、翼支付、苏宁支付、随行付、快钱、宝付、和包支付、拉卡拉等企业将与支付宝、财付通共同形成“两超多强”的产业支付竞争格局。

2B类型参与者的产业支付发展情况：

- **跨境电商支付：**支付规模随跨境零售电商的发展而壮大，增速趋于稳定；跨境电商支付的核心竞争力不止于支付，付款、收单、跨境收款、金融服务、营销等将构建综合解决方案；“持证经营、外资竞争”是2019年跨境支付发展的关键点。
- **物流支付：**信息流的线上扭转催生千亿级的物流支付市场；第三方物流支付服务涵盖物流产业链众多环节；从支付撬动传统物流产业的互联网化与价值交付。
- **零售支付：**零售支付是支付与产业融合的“排头兵”；零售支付走在去媒介化支付体验一线；零售支付推动支付的低县下沉，攻坚农村金融普惠；从支付革新到场景赋能的价值延伸。



发展现状

- 商户线下获客渠道被疫情阻隔，依托产业支付服务商进行数字化升级将成未来主流；
- 金融科技将全面升级支付清结算系统，完成“支付新基建”，未来技术投入将不断增加，进一步驱动“支付新基建”发展



发展趋势

中国第三方产业支付市场发展背景

1

中国第三方产业支付市场发展现状

2

中国第三方产业支付市场典型案例

3

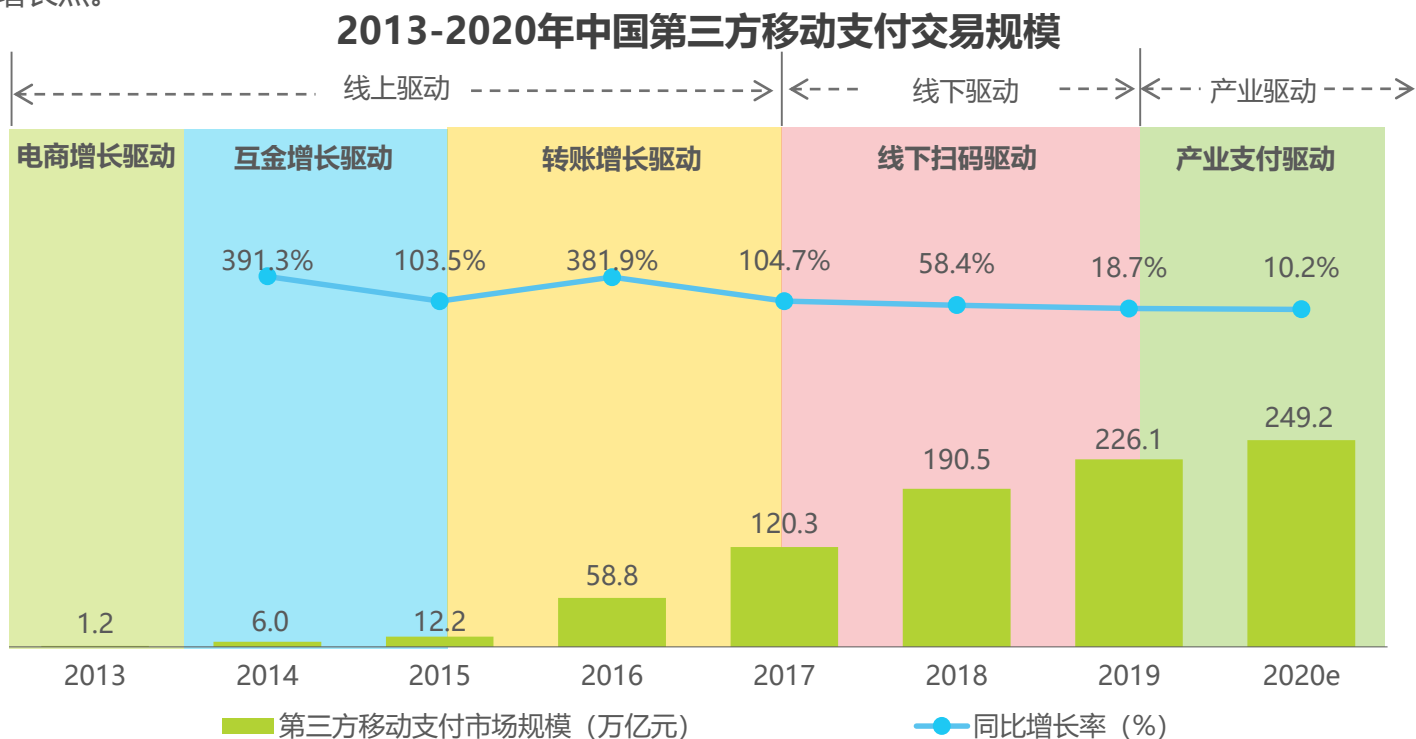
中国第三方产业支付市场发展趋势

4

迈向产业支付时代

产业支付将成为第三方移动支付未来的重要增长点

从我国第三方移动支付市场的发展历程来看，根据不同时期的主要增长点不同大致可以分为三个阶段。第一个阶段是2013-2017年的线上场景驱动阶段，电商、互金、转账的先后爆发持续推动了移动支付的快速增长。第二个阶段是2017-2019年的线下场景驱动阶段，2017年开始线下扫码支付规模全面爆发增长，线下场景的支付增速远高于线上场景支付的增速，引领移动支付经历了由线上驱动阶段到线下驱动阶段的转变。第三个阶段是从2019年开始的产业支付驱动阶段，以C端驱动的线上线下支付因C端流量见顶都进入了平稳增长期，而产业支付伴随产业互联网的快速崛起正逐渐成为我国移动支付新的增长点。



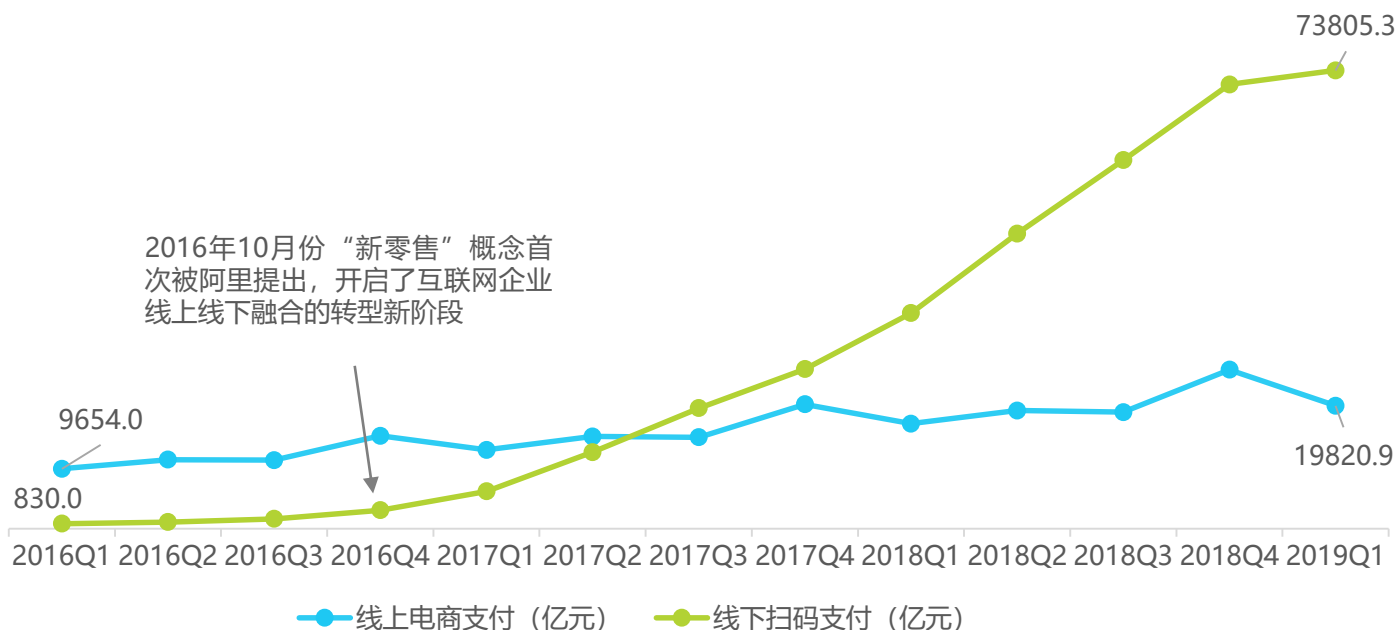
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

第三方支付是互联网转型的晴雨表

线下扫码支付爆发式增长拐点出现时，新零售的概念被提出

2016Q1-2019Q1，线上电商支付的交易规模从9654亿元增长到了19820.9亿元，增长了105.3%，而同时期线下扫码支付的交易规模从830亿元增长到了73805.3亿元，增长了8792.2%。第三方支付是互联网企业战略转型的晴雨表，线上电商支付与线下扫码支付增速的巨大差异，也体现了互联网企业从2016年底开始从纯线上向线上线下融合的转型。2016Q4既是线下扫码支付“S型”增长曲线的爆发式增长拐点，同时也是“新零售”概念首次被提出的时间。

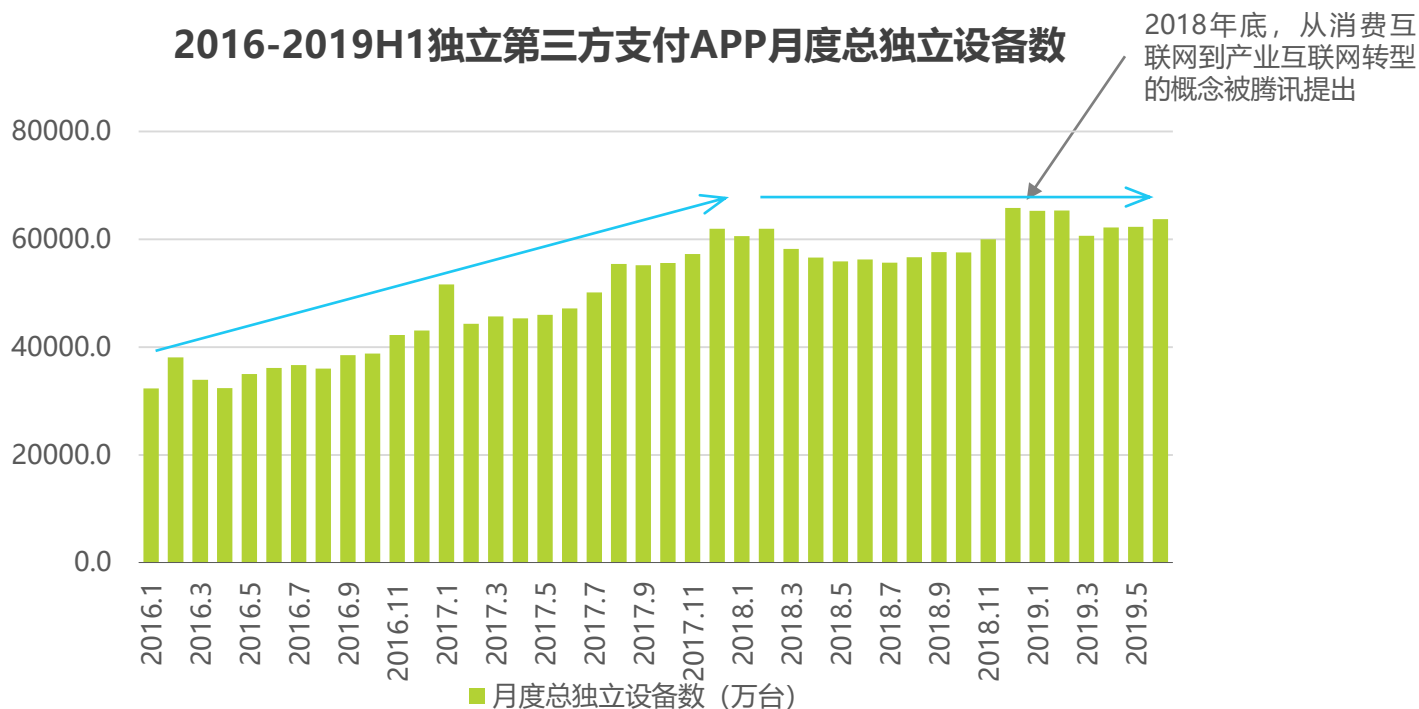
2016Q1-2019Q1中国线上电商支付及线下扫码支付交易规模



C端流量见顶，产业互联网概念被提出

产业支付将伴随产业互联网进入快速增长阶段

线下扫码支付伴随着互联网企业面向“新零售”模式的转型而全面爆发，而产业支付也将伴随着产业互联网的快速崛起进入快速增长阶段。2016年初至2017年底，个人端独立第三方支付APP流量从3亿增长至将近6亿水平。但2018年以来一直波动在6亿上下，无明显上升趋势，C端流量的见顶也进一步促使消费互联网向产业互联网的加速转型。产业互联网的重要前提之一就是产业链条中资金流与信息流的打通，而支付业务本身自带资金流与信息流，因此产业支付与产业互联网本身就是相辅相成的一个关系，由产业支付作为切入点来开展产业互联网业务的商业逻辑是十分顺畅的。



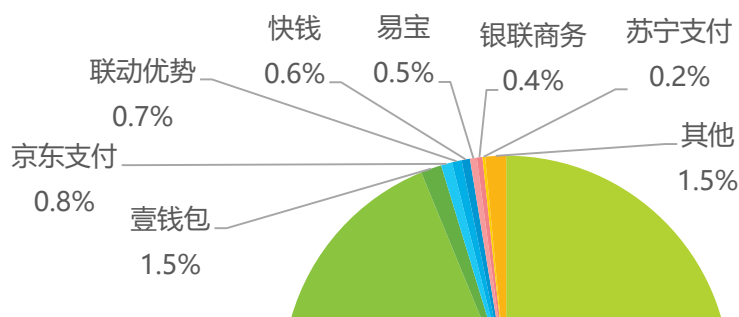
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

支付机构转向产业端寻求增长点

支付宝、财付通两大巨头在C端占绝对优势，其他支付机构在产业端寻求新的增量市场成为关键

目前，第三方支付市场已形成支付宝、财付通两大巨头垄断的市场格局，2019年中国第三方移动支付市场两者的份额共计为93.8%。在C端支付市场中，支付宝、财付通两大巨头已占据绝对优势，转向产业端寻求新的增量市场成为其他支付机构的关键突破点。

2019年中国第三方移动支付交易规模市场份额



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20949

