

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



海量行研报告免费读

- ▶ **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

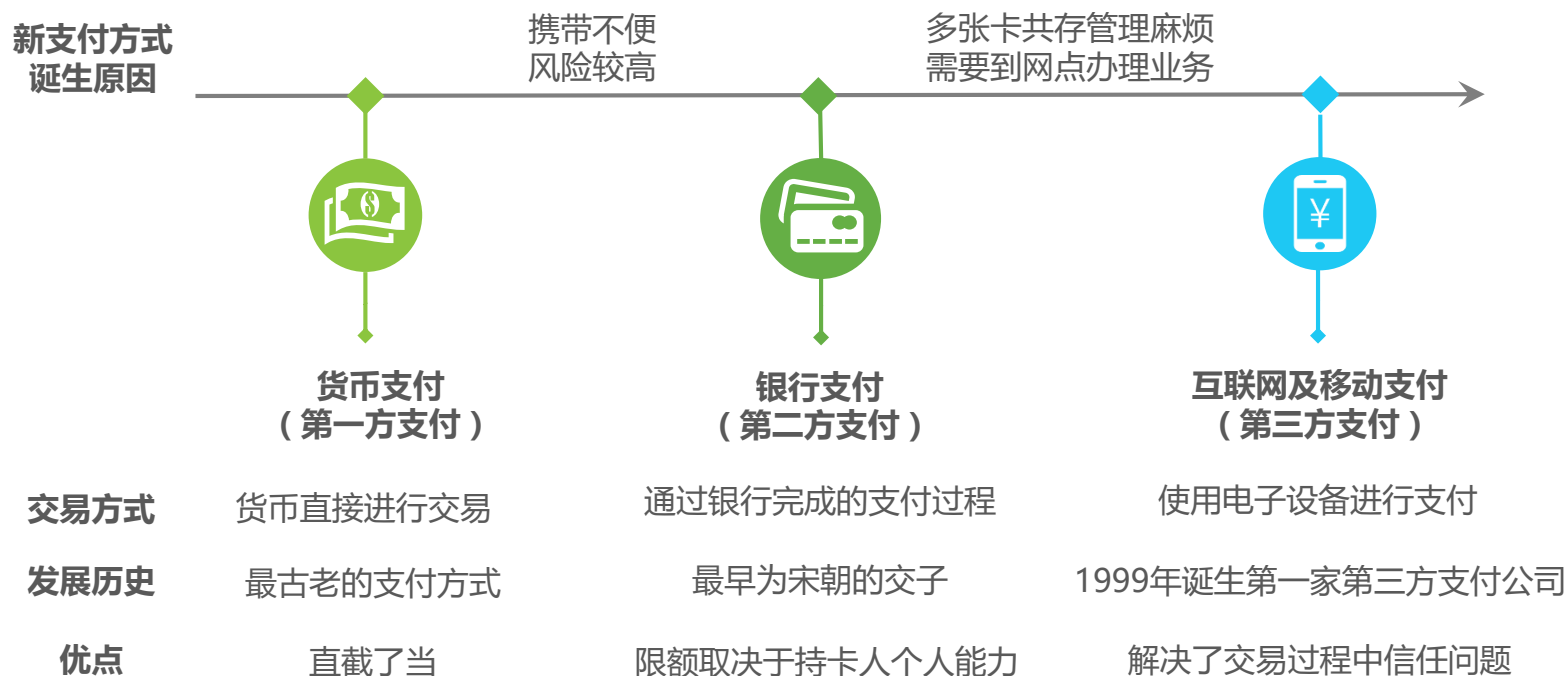


第三方支付成个人支付市场主流

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



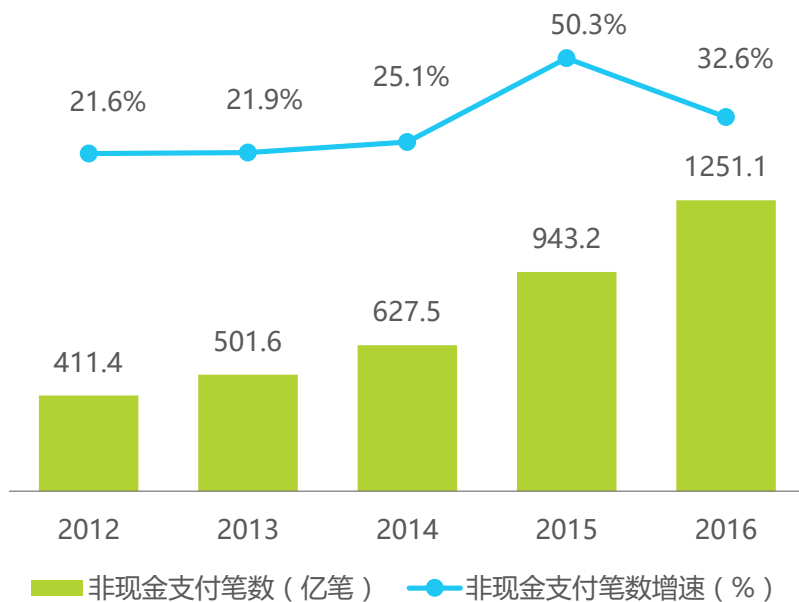
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

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。

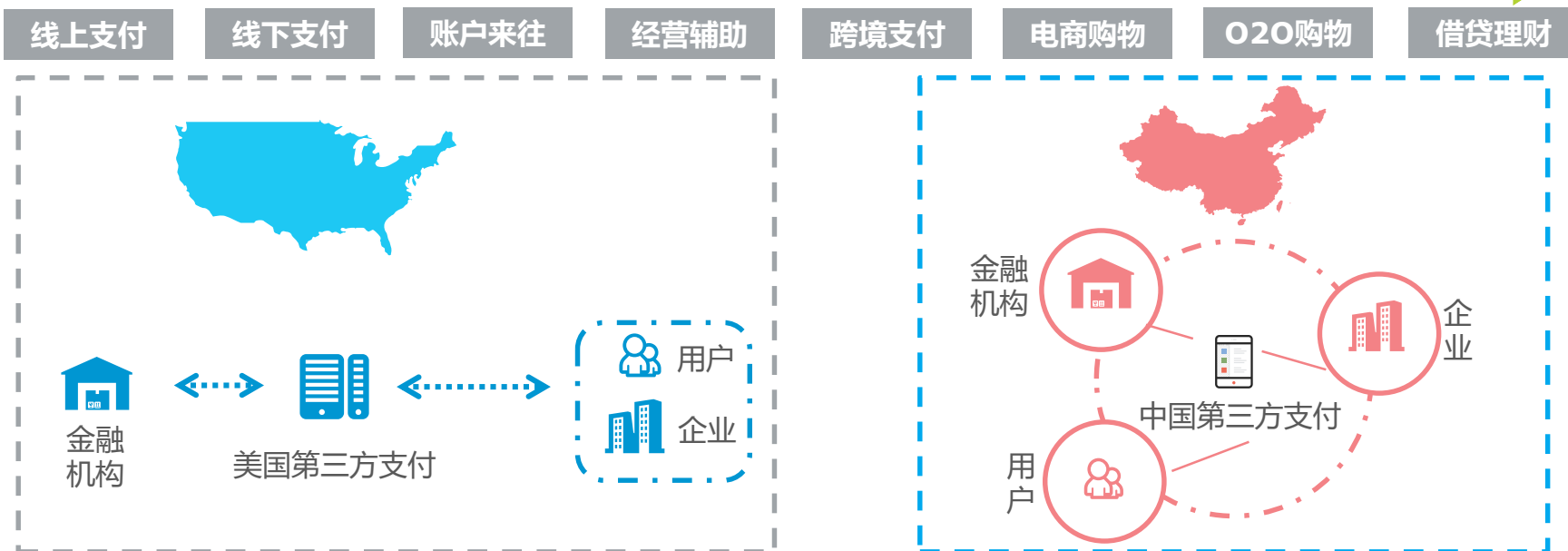
中美第三方支付对比

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

大事件

第三方支付企业诞生

1999

网上支付跨行清算系统
正式上线

2010

央行颁布了首批《支付业务
许可证》

2011

支付宝上线余额宝业务

2013

微信红包上线

2014

央行新颁《非金融机构支付业务

法律法规

2011 人民银行下发第一批支付牌照

2014 人民银行第6号文《支付机构客户备付金存管办法》

内容及意义

内容：牌照申请、牌照续展的要求
意义：第三方支付企业得到权威机构的认可；规范行业准入门槛，便于政府管理。

内容：支付机构客户备付金管理要求
意义：从备付金角度建立监督管理机制，防范支付风险，保障消费者合法权益。

内容：第三方支付账户实名制及个人支付

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_21415

