

# 中国第三方移动支付行业 研究报告

2017年



2016年中国第三方移动支付快速增长，交易规模达到58.8万亿元人民币。2016年市场份额的集中度上升，财付通前三季度市场份额增长十分迅速，但伴随竞争战略调整，支付宝市场份额四季度开始出现明显反弹。

长期来看支付将成为低毛利的业务，第三方支付企业的竞争主要将围绕适用场景、数据维度的丰富展开，有价值的数据积累才是有经济效益的支付。因此不仅要看支付笔数和份额，还要看一个用户是否在多个支付场景活跃。2016年4季度，中国第三方移动支付中具有经济效益的交易规模为11.9万亿人民币，支付宝市场份额约为61.5%，财付通约为26.0%。

艾瑞估算，2016年我国非现金支付渗透率为42.2%，其中线下扫码支付的渗透率只有1.9%。未来2-3年，线下支付市场将进入加速增长阶段，市场竞争将更加激烈，竞争格局仍在动态演进中。

未来，随着金融科技与移动支付的加速结合，生物识别支付将取代手机扫码支付，成为推动无现金进程的主力。相较国外发展更为领先的中国移动支付企业，将进一步“走出去”建立全球化的移动支付网络。

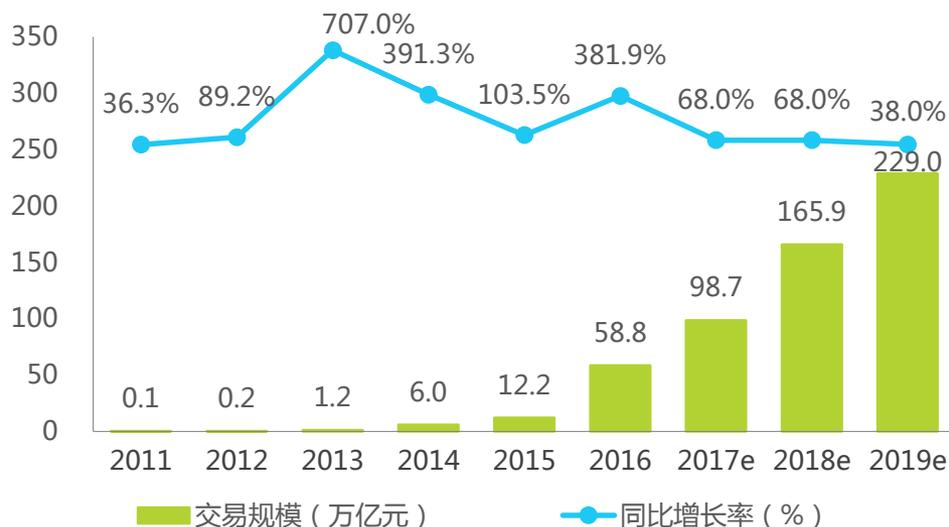
第三方移动支付行业现状	1
移动支付成为线下生态连接点	2
移动支付促进互联网红利扁平化传播	3
围绕移动支付的生态建设	4
移动支付发展趋势	5

# 第三方移动支付行业大观

## 行业规模持续增长

数据显示，中国第三方移动支付交易规模持续增长，2016年移动支付交易规模约为58.8万亿元人民币，较去年同比增长381.9%。艾瑞分析认为，这可以归因为以下三点：首先，移动设备的普及和移动互联网技术的提升为第三方移动支付提供了必要的发展环境；其次，现象级产品的出现使得移动支付用户数大幅提升；第三，移动支付对用户生活场景的覆盖度大幅提升使得用户使用频率增加。但随着移动设备渗透率和生活场景覆盖率的日趋饱和，行业规模的进一步发展需要从新的发力点进行推动。

### 2011-2019年中国第三方移动支付交易规模



注释：1. 统计企业类型中不含银行和中国银联，仅指第三方支付企业；2. 自2014年第3季度开始不再计入短信支付交易规模，历史数据已做删减处理；3. 自2016年第1季度开始计入C端用户主动发起的虚拟账户转账交易规模，历史数据已做增加处理；4. 艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。

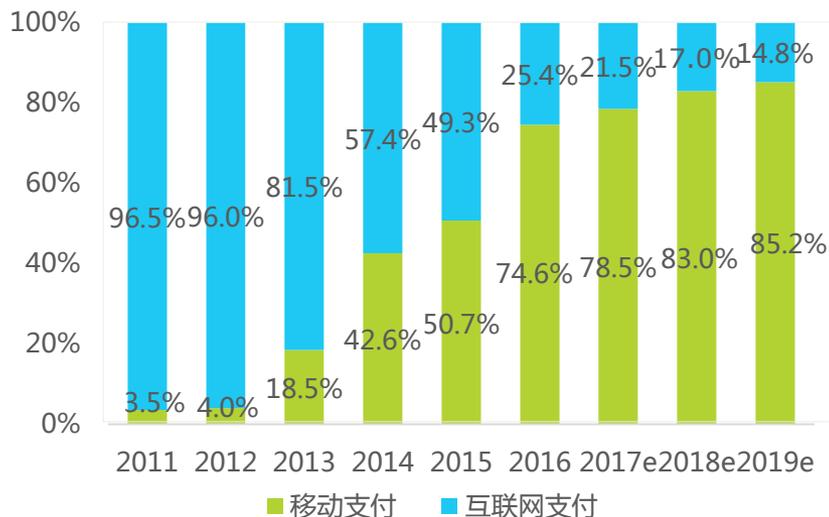
来源：艾瑞综合企业及专业访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

# 第三方移动支付行业大观

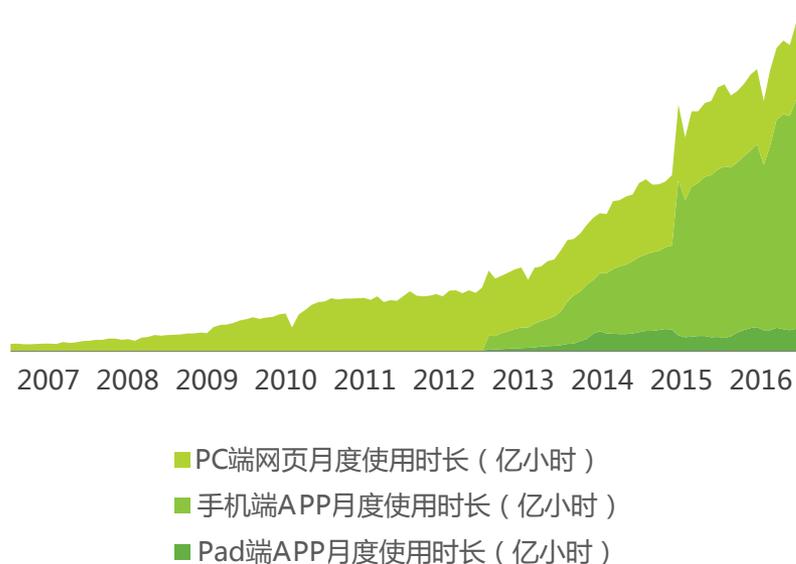
## 移动支付成为第三方支付行业的主要组成部分

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。

### 2011-2019年中国移动支付与互联网支付规模占比



### iUserTracker-mUserTracker 2007-2016年中国 PC端网页、手机端APP、Pad端APP月度 使用时长情况



来源：艾瑞综合企业及专业访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

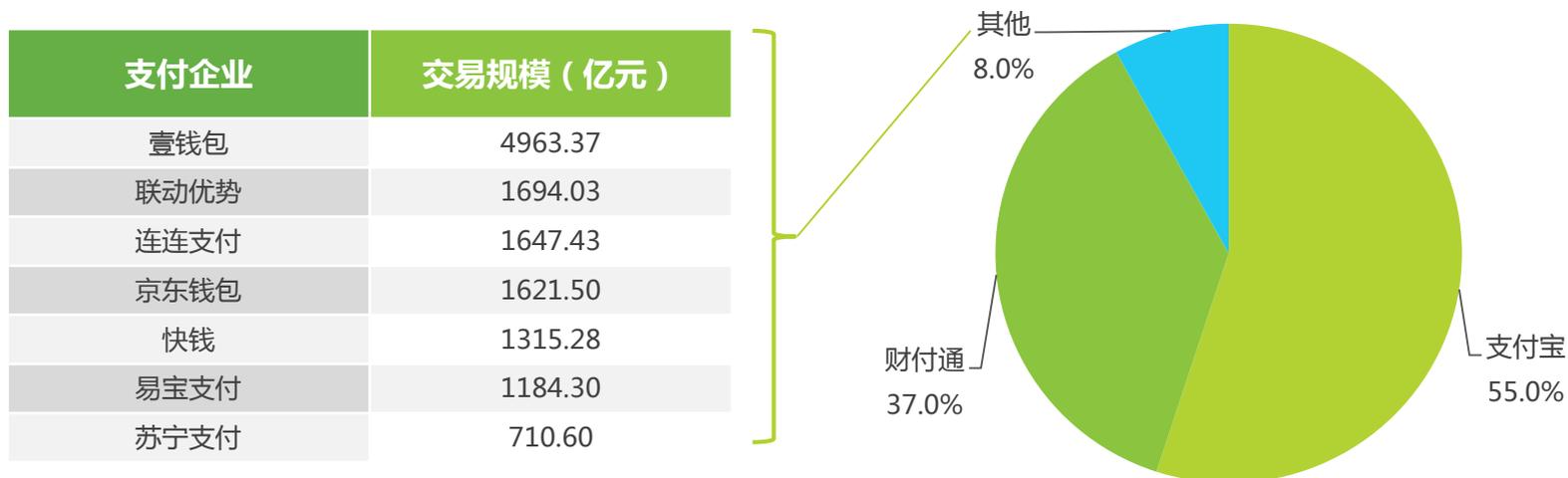
来源：艾瑞综合企业及专业访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

# 第三方移动支付行业大观

## 市场份额高度集中于支付宝、财付通

2016年第四季度的数据显示，支付宝的市场份额达到了55%，财付通市场份额约为37%，其他众多支付企业的市场份额之和约为8%。值得注意的是，财付通前三季度市场份额增长十分迅速，但四季度开始行业格局趋于平稳，支付宝市场份额出现反弹。在行业整体规模增长迅速的同时，第三方移动支付行业出现了市场份额集中的现象。支付宝和财付通拥有庞大的用户群体和丰富的支付场景，占据了绝对的市场优势，并且仍在不断培养用户粘性、开拓新的支付场景以巩固行业地位。艾瑞认为，正如其他的互联网细分行业市场份额高度集中在两三家企业一样，移动支付行业形成支付宝、财付通占据主导地位也是市场选择的结果，而其他市场份额较小的企业也在积极发挥自身优势，走差异化发展道路，加之互联网行业创新速度较快，未来的行业格局对各个参与者都充满了机会与挑战。

### 2016Q4中国第三方移动支付交易规模市场份额



注释：1.因目前第三方支付企业实际业务具有多元化、集团化、跨行业的特征，核算数据仅代表艾瑞针对支付交易规模这一业务维度的观点；2.交易规模统计口径为C端用户在移动端主动发起的C2C、B2C、B2B2C单边交易规模，不包括资金归集等B2B业务；3.交易规模核算范围为移动消费（移动电商、移动游戏、移动团购、网约车、移动航旅、二维码扫码）、移动金融（货币基金、P2P、其他口径内移动金融产品）、个人应用（信用卡还款、银行卡间转账、银行卡至虚拟账户转账、虚拟账户间转账）、其他（生活缴费、手机充值、其他口径内交易）；4.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行调整；5.部分企业处于缄默期，经与企业协商，艾瑞在发布企业交易规模时不对其业务情况进行单独披露。

来源：综合市场公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

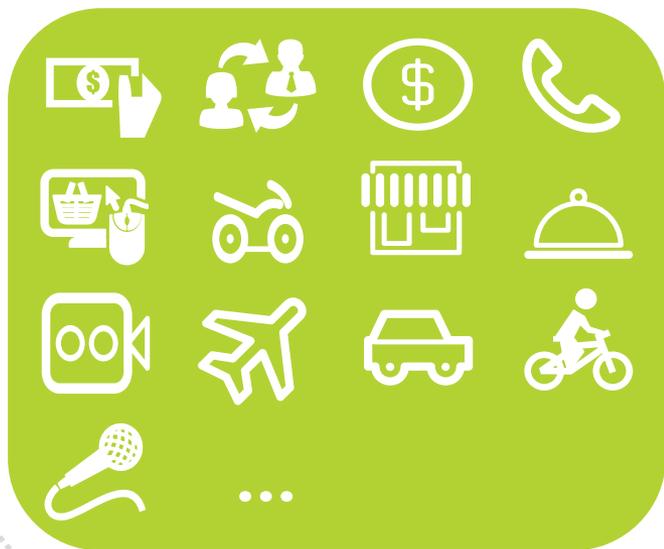
# 移动支付丰富度不断提升

## 适用场景增加支撑众多行业发展，多维度数据增添附加价值

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。伴随着支付场景丰富度而来的是支付数据规模与维度的扩增，对支付数据的挖掘与利用使支付的价值不仅限于其本身。支付作为标准化的服务，长期来看是低毛利业务，但核心价值在于连接和积累数据。场景越全面，客户画像更精准。因此不仅要看支付笔数和份额，还要看一个用户是否在多个场景活跃。

### 2017年中国移动支付场景丰富度提升

#### 支付场景增加



#### 支撑行业增加

支付场景的增加使得其对接的企业行业分布更加广泛，这不仅可以为各行业的企业提供支付渠道，而且可以提供全面的客户信息，使企业的推广、营销更加有效率。同时，通过移动支付这种具有普惠性质的支付方式，各行业的企业得以对长尾理论进行实践，发展差异化优势。

#### 数据维度增加

移动支付适用场景的增加为支付企业提供了多维度的用户数据，信息规模的扩张、维度的扩展以及不同维度数据间的关联为支付服务提供企业带来了远大于支付本身的附加价值。通过对用户支付数据信息的挖掘，企业能够对用户信用、行为、偏好等进行全面分析和把握，从而为开展其他业务提供基础支撑与独特优势。

# 支付本质在于连接用户、商户和产品

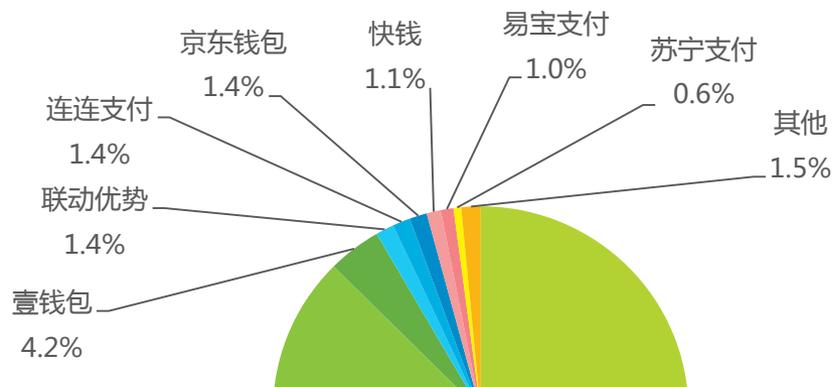
## 具有经济效益的支付凝聚核心价值

支付的本质在于连接用户、商户和产品，正是因为这种链接的特性，支付能够更多创造商业价值，而其核心价值便在于有效的数据积累。不同类型的支付，数据价值不同，支付场景的丰富度提升，使支付核心价值得以积累。

在第三方支付业务中，单笔支付交易能否产生营收，即具有经济效益的交易额，是对企业进行估值的重要因素之一。

2016Q4，中国第三方移动支付交易规模为18.5万亿元人民币，其中具有经济效益的交易规模为11.9万亿人民币，支付宝的市场规模占比最大，达到了61.5%，财付通次之，占比26.0%。

### 2016Q4中国第三方移动支付具有经济效益的交易规模市场格局



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\\_21438](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21438)

