

中国电子支付用户报告简版

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

用户属性：

- 1、电子支付渠道用户整体**男多女少**（约6:4），男性更偏爱银行电子渠道工具，女性更偏爱第三方支付工具。
- 2、移动终端支付**年轻人**比例相对更高，**高学历**偏爱移动终端，**用户收入越高**移动终端支付渗透率越高。
- 3、支付用户从**沿海地区发达省份**到内陆省份蔓延。

电子支付整体：

- 1、**第三方互联网支付**网民覆盖率超六成，**第三方移动支付**和**网上银行**覆盖率近五成。
- 2、PC端用户更爱用**网银**，移动端用户更爱用**第三方移动支付**。
- 3、各支付场景用户未覆盖率相差较大，可分为：**较成熟且广泛使用的支付场景**（未覆盖比例10%-30%）；**发展中期的或用户适用率有限的支付场景**（未覆盖比例30%-40%）；**新兴的或用户使用率低的支付场景**（未覆盖比例40%-60%）。
- 4、网银用户更看重**安全性**，移动支付用户更看重**便捷程度**。

银行电子渠道：

- 1、**网银用户**最常使用工行（25.6%），建行（17.5%），农行（11.4%）；**手机银行**用户常用工行（18.8%），建行（17.9%），招行（12.2%）；**微信银行**用户常用工行（18.4%），建行（15.9%），招行（15.2%）。微信银行和手机银行用户有一定的交叉关系。

第三方支付渠道：

- 1、**第三方互联网支付**有87.6%的用户最常用支付宝，第二位银联在线2.9%；**第三方移动支付**有82.7%的用户最常用支付宝钱包，第二位微信支付4.2%，而有约四成网民常使用**两款**移动支付产品。
- 2、第三方支付互联网支付最常用的支付路径是：**银行电子渠道的快捷支付**（31.3%）、第三方支付账户余额（17.6%），基金余额账户（12.6%）。
- 3、第三方支付移动支付最常用的支付途径是**提交订单后直接支付**，占比近5成；最常用的支付路径是**第三方支付账户余额**（39.3%），信用卡快捷支付（20.3%），储蓄卡快捷支付（16.0%）。

1

中国电子支付用户属性特征

2

中国四类电子支付方式对比

3

中国银行电子渠道分析

4

中国第三方支付渠道分析

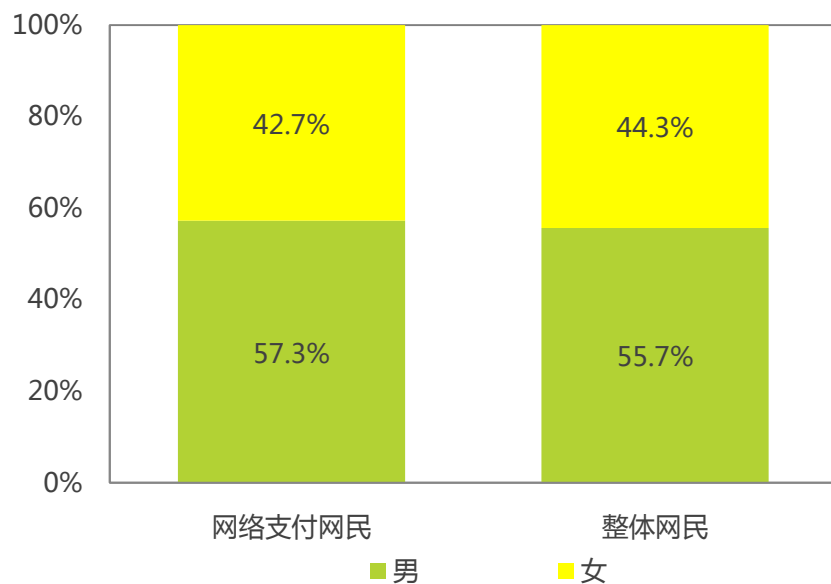
中国电子支付用户性别特点

男多女少 男性更偏爱银行电子渠道工具

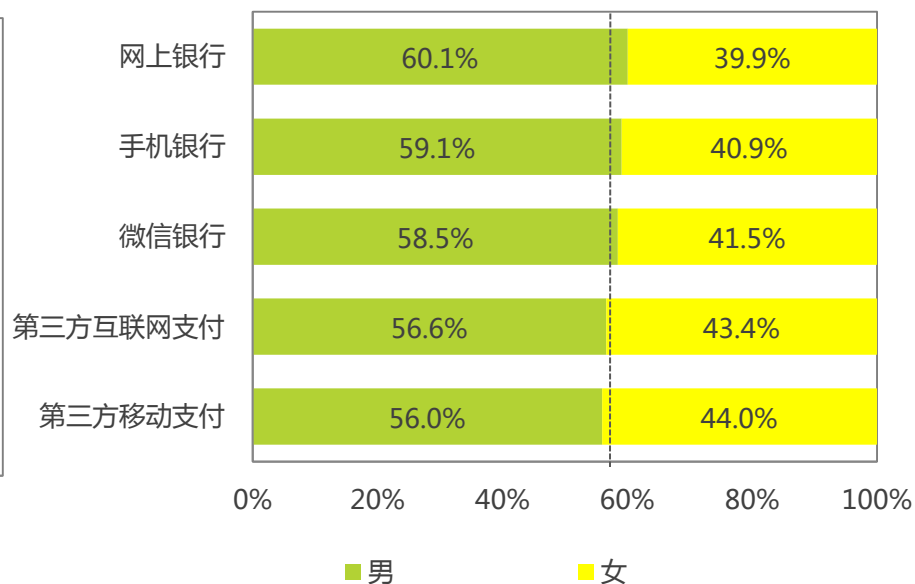
2014年中国电子支付用户男性偏多，占比达57.3%，女性占比为42.7%。电子支付中男性网民占比超过整体网民。不同电子支付方式的用户男女比例中，网上银行、手机银行和微信银行男性比例较高，占比均超过了总体电子支付的男性占比。而第三方互联网支付、第三方移动支付和pos机支付的女性占比相对高。

艾瑞分析认为，中国电子支付男性网民比例偏多，且男性网民更愿意使用银行电子渠道的支付工具（网银、手机银行和微信银行），中国女性网民则更爱使用第三方支付所提供的支付服务。

2014年中国电子支付网民和整体网民男女比例



2014年中国不同电子支付用户男女比例



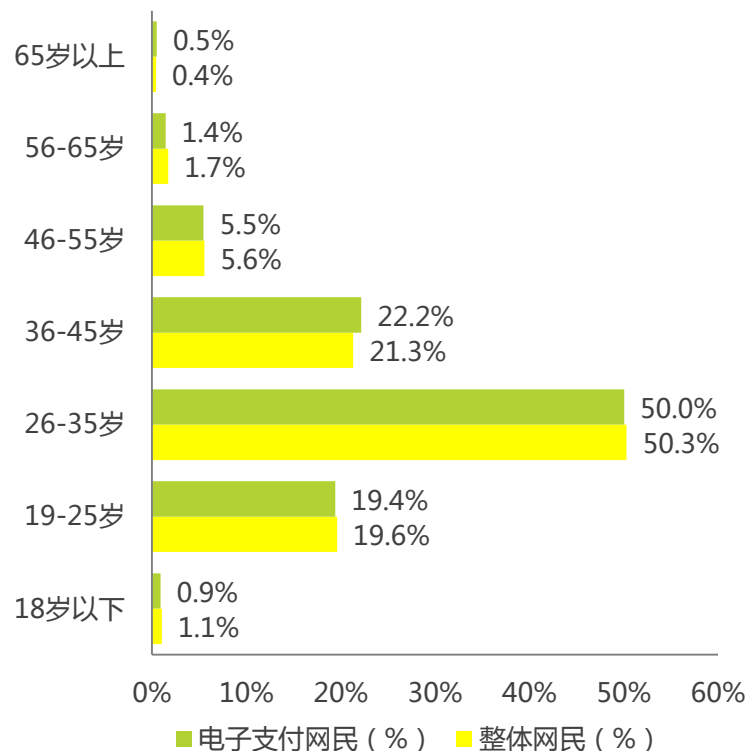
样本：N整体网民=19185；N电子支付=3462；于2015年1月-2015年2月通过iUserSurvey在iClick调研社区调研获得。

中国电子支付用户年龄特点

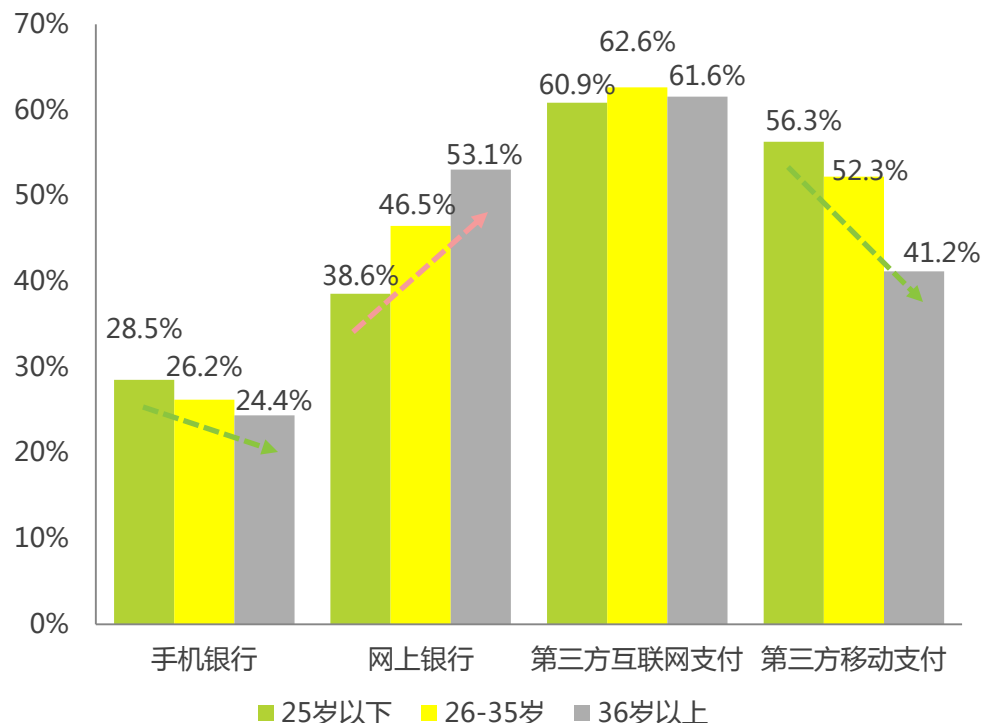
移动终端支付年轻人比例相对更高

2014年中国电子支付用户年龄分布和整体网民分布基本一致，用户占比最高的年龄段为26-35岁，占比达50.0%。不同电子支付方式中，手机银行和第三方移动支付的常用网民渗透率随着年龄层的增长而降低，最高为25岁以下人均。网上银行的常用网民渗透率随着网民年龄层递增而增长，占比最高为36岁以上人群。第三方互联网支付各年龄层差别不明显。艾瑞分析认为，手机终端的支付应用目前低年龄层的渗透率相对较高，未来发展趋势是向相对高年龄层人群普及，而目前相对高年龄层的网民对于网银的忠诚度和依赖度都相对较高，这一情况在未来可能会逐渐改变。

2014年中国电子支付和整体网民年龄分布



2014年中国各电子支付方式不同年龄段用户渗透率



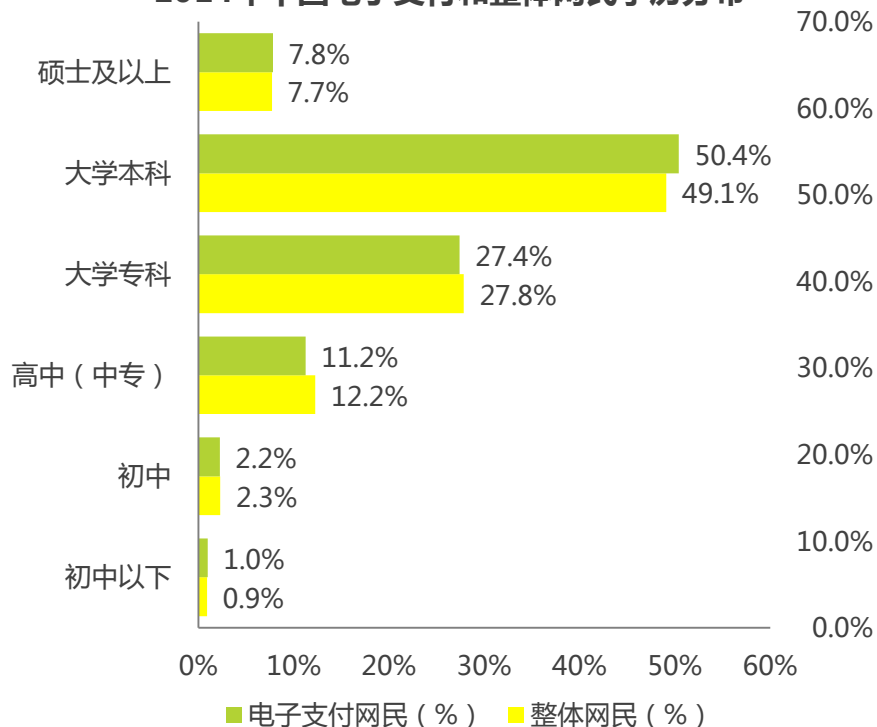
样本：N整体网民=19185；N电子支付=3462；于2015年1月-2015年2月通过iUserSurvey在iClick调研社区调研获得。

中国电子支付用户学历特点

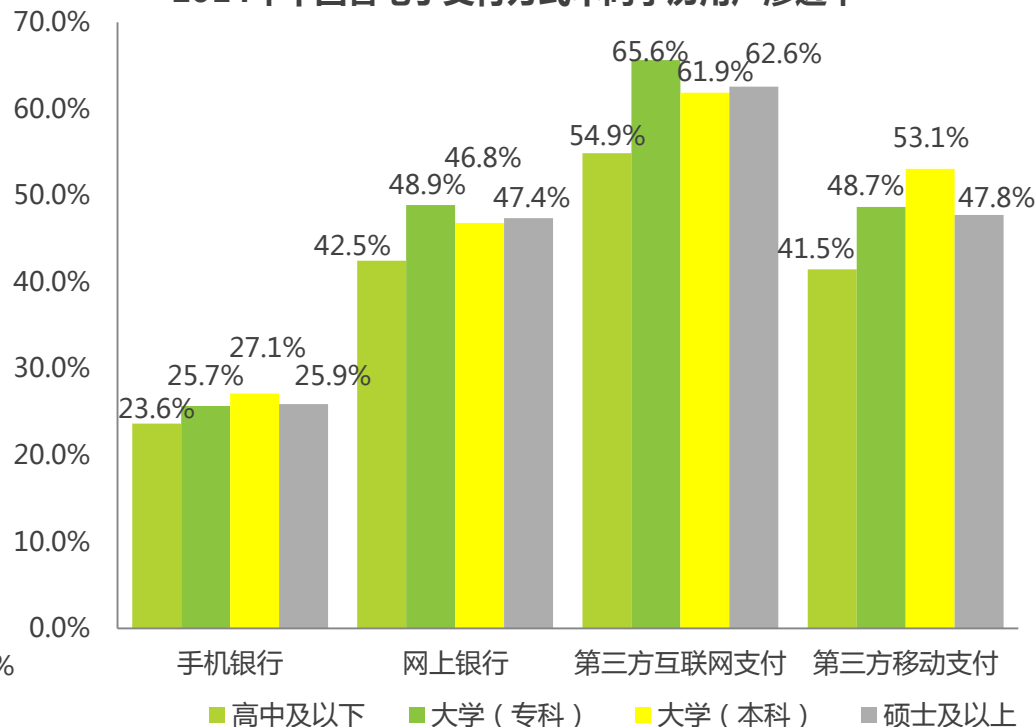
大专生偏爱PC终端 本科生偏爱移动终端

2014年中国电子支付和整体网民学历分布呈现大致相似的特征，电子支付网民硕士及以上和大学本科的占比相对高0.1%和1.3%，而大学专科、高中（中专）和初中的电子支付网民占比相对低0.4%、1.0%和0.1%。整体来讲，不同支付方式的网民渗透率呈现出大致学历越高渗透率越高的趋势，细分占比中，大学专科用户在网上银行（48.9%）和第三方支付互联网支付（65.6%）的渗透率显著高，大学本科用户在手机银行（27.1%）和第三方移动支付（53.1%）的渗透率显著高。艾瑞分析认为，大学专科生较爱使用PC终端进行支付，大学本科生较爱使用手机移动终端进行支付。

2014年中国电子支付和整体网民学历分布



2014年中国各电子支付方式不同学历用户渗透率



样本：N整体网民=19185；N电子支付=3462；于2015年1月-2015年2月通过iUserSurvey在iClick调研社区调研获得。

1

中国电子支付用户属性特征

2

中国四类电子支付方式对比

3

中国银行电子渠道分析

4

中国第三方支付渠道分析

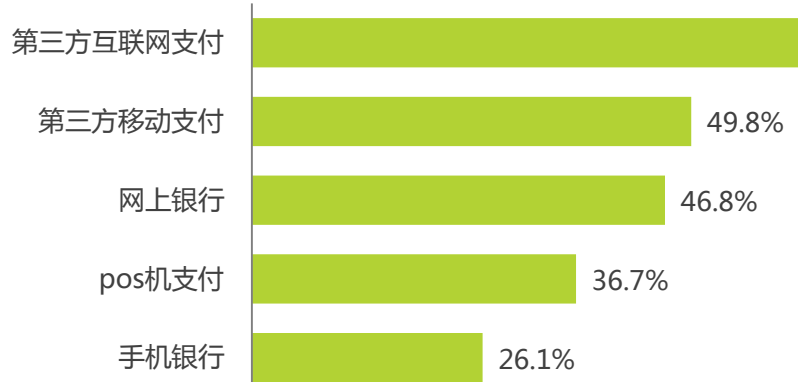
中国电子支付用户使用各支付方式概况

第三方互联网支付网民覆盖率超六成

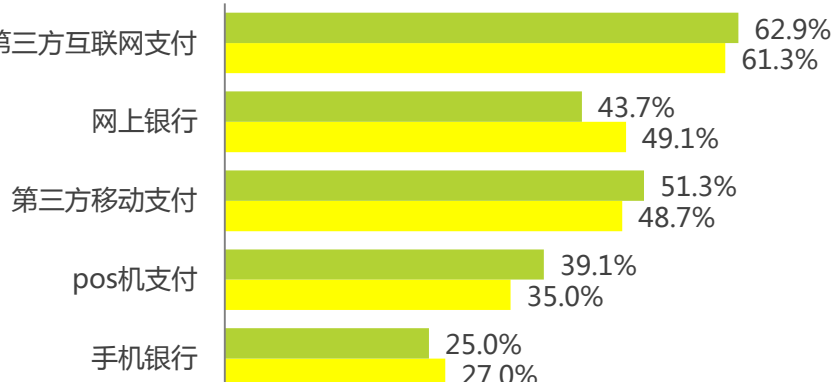
2014年中国网民使用支付方式中占比最高的是第三方互联网支付，占比超六成，第三方移动支付和网上银行紧跟其后，占比各约五成。其中男性网民较为偏爱银行提供的电子支付工具如网银（相对女性高5.4%），手机银行（相对女性高2.0%），女性网民相对更加青睐第三方支付所提供的支付渠道，如：第三方互联网支付（相对男性高1.6%），第三方移动支付（相对男性高2.6%）。

艾瑞咨询认为，第三方支付和网银的网民覆盖率均超过了经常使用pos机支付的网民覆盖率，原因一方面是电子渠道支付无关地区对支付基础设施布设的发达程度，使得支付行为下沉到乡镇村，从而扩展了用户覆盖；另一方面，智能终端和互联网的普及也使得网民的支付行为向电子渠道迁移。

2014年中国网民经常使用的支付方式占比



2014年中国不同性别网民经常使用的支付方式占比



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_21781

