

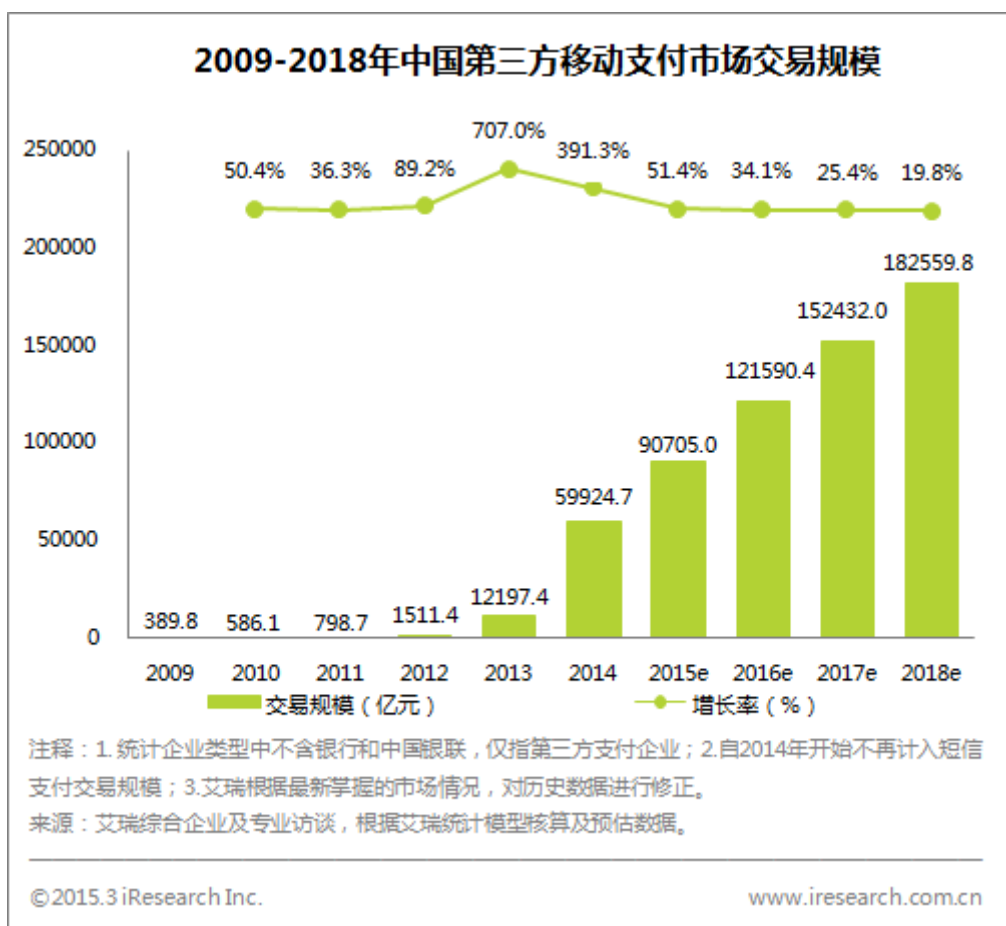
艾瑞：2014 年第三方移动支付体量同比增 4 倍

根据 iResearch 艾瑞咨询的统计数据显示，2014 年中国第三方移动支付市场交易规模达 59924.7 亿元，同比上涨 391.3%，第三方移动支付交易规模继续呈现超高速增长状态。

移动支付行业火热 体量同比增长近四倍

2014 年，第三方移动支付市场交易规模达到 59924.7 亿元，较 2013 年增长 391.3%，继续呈现出较高的增长状态。而 2013 年，第三方移动支付的增长率达到了 707.0%。移动支付已经连续两年保持超高速增长。预计 2015 年开始，移动支付的增速将放缓，2018 年移动支付的交易规模有望超过 18 万亿。

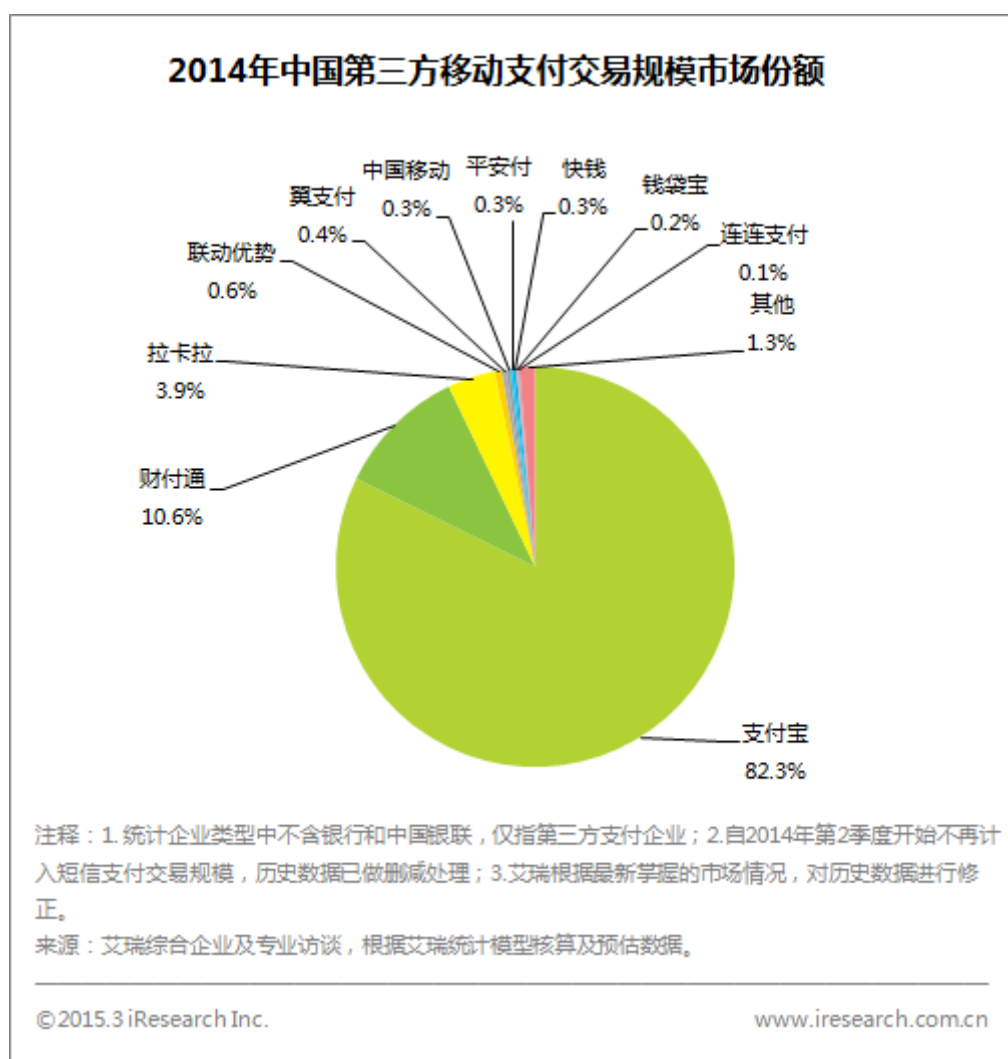
艾瑞分析认为，2014 年移动支付市场的快速增长原因：第一，移动互联网时代用户上网习惯从 PC 端逐渐迁移；第二，移动互联网的普及使得用户从年龄、学历、收入等各维度都呈现长尾化趋势，使得用户数量快速增长；第三，支付场景的拓展使得移动支付成为网民继银行卡、现金外新的惯常使用的高频支付工具；第四，宝宝类货币基金的规模化和现金管理工具化带动了移动支付用户黏性的增长。



支付宝稳占鳌头 财付通扩张市场份额

2014 年中国第三方移动支付的市场集中度更加明显，支付宝、财付通两家企业占据了 93.4% 的市场份额，其中支付宝的市场份额为 82.8%，财付通的市场份额为 10.6%。在移动支付时代，不同于传统的第三方互联网支付的是，同时拥有庞大用户群和应用场景的互联网企业掌握了绝对的市场份额优势。从网购支付通道慢慢成长起来的支付宝，在支付用户量级、黏性和场景铺设的速度和力度等方面都保持遥遥领先。财付通凭借微信支付腾飞，在用户和支付场景方面有了质的飞跃，前景值得期待。

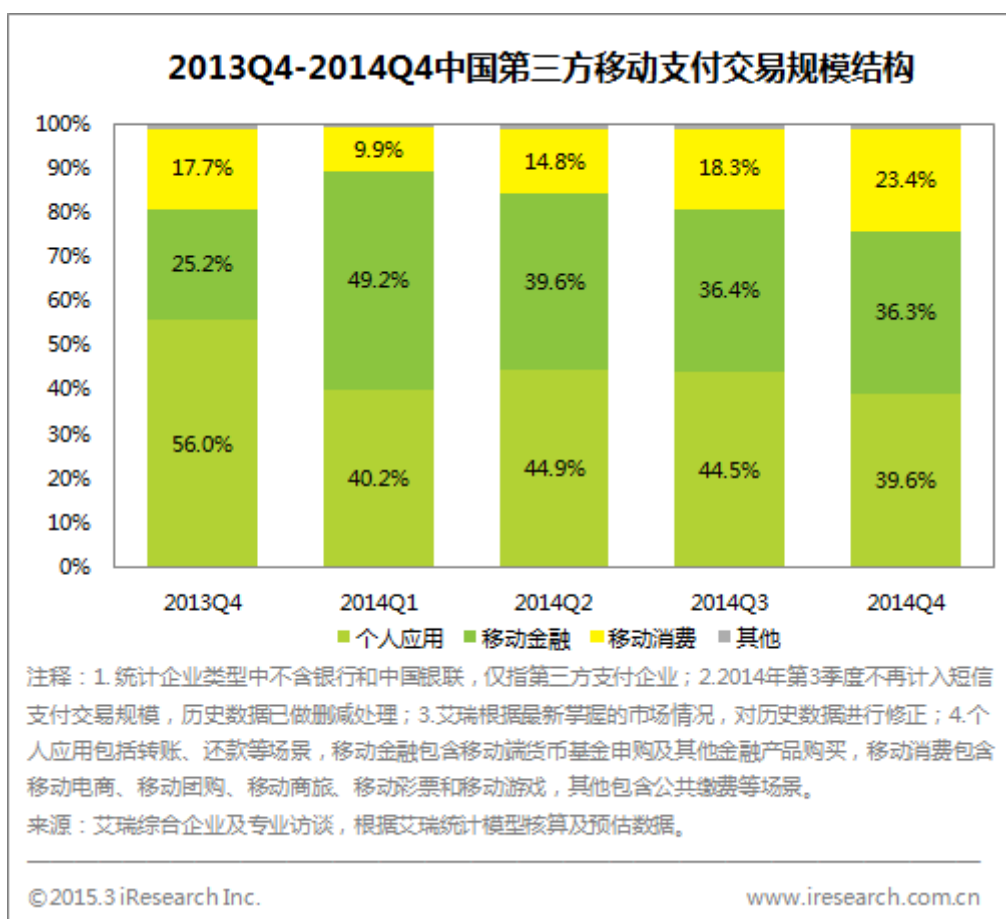
2014 年移动支付虽然在市场份额上呈现集中趋势，然而各个参与者都积极布局，发挥自身的资源和优势，走差异化发展的道路。拉卡拉着重对社区电商和小微金融服务的场景建设和发展；伴随移动互联网应用的崛起，联动优势、快钱、连连支付等侧重 in-App 支付的带来机遇；翼支付在存量客户的发掘和新用户的拓展方面表现不俗；还有移动和包、壹钱包等应用依托母公司的资源和特色逐步发展。2014 年以后的移动支付机遇与挑战并存，行业格局仍旧充满了不确定性。



移动消费占比攀升 用户移动支付行为更为多元化

2013 年 Q4 到 2014 年 Q4，中国第三方移动支付交易规模结构呈现较大的变化。由宝宝类货币基金等一系列互联网金融产品交易带动，2014 年各季度移动金融交易规模占比飞速提升，2014Q1 占比接近 50%，其余均在 35%-40%之间。与此同时，移动消费所占比重日益增加，到 2014Q4 已经占比 23.4%。

艾瑞分析认为，随着移动互联时代的到来，为移动支付创造了新的使用场景，也使用户对移动支付和多种支付场景产生了理念化的新关联。比如：2014H2，网民对于余额宝等货基的观念已经从生息逐渐转化方便支付行为的现金管理工具；同时，移动支付也与社交、搜索等行为紧密结合，更多呈现出小额高频的支付特点。移动支付越来越成为继现金、银行卡外重要的支付组成部分。



2015 移动支付展望

1、 向小城镇和乡村的渗透率增速将提高

随着智能终端的普及和功能升级，以及 4G 网络在中国各地区全方位的普及，我国超 7.3 亿城镇人口和超 6.3 亿农村人口将陆续享受到移动互联网带来的便利。类似其他行业的发展趋势，移动支付行业也势必会在呈现出从一二三四线城市逐渐辐射到乡镇村的过程。现在主流的移动支付参与者已经将渠道下沉列为未来主要的展业方向之一，预计 2015 年移动支付行业在我国小城镇和乡村地区的渗透率将会更快速的增长。

2、 手机钱包将逐步接近实体钱包的适用范围

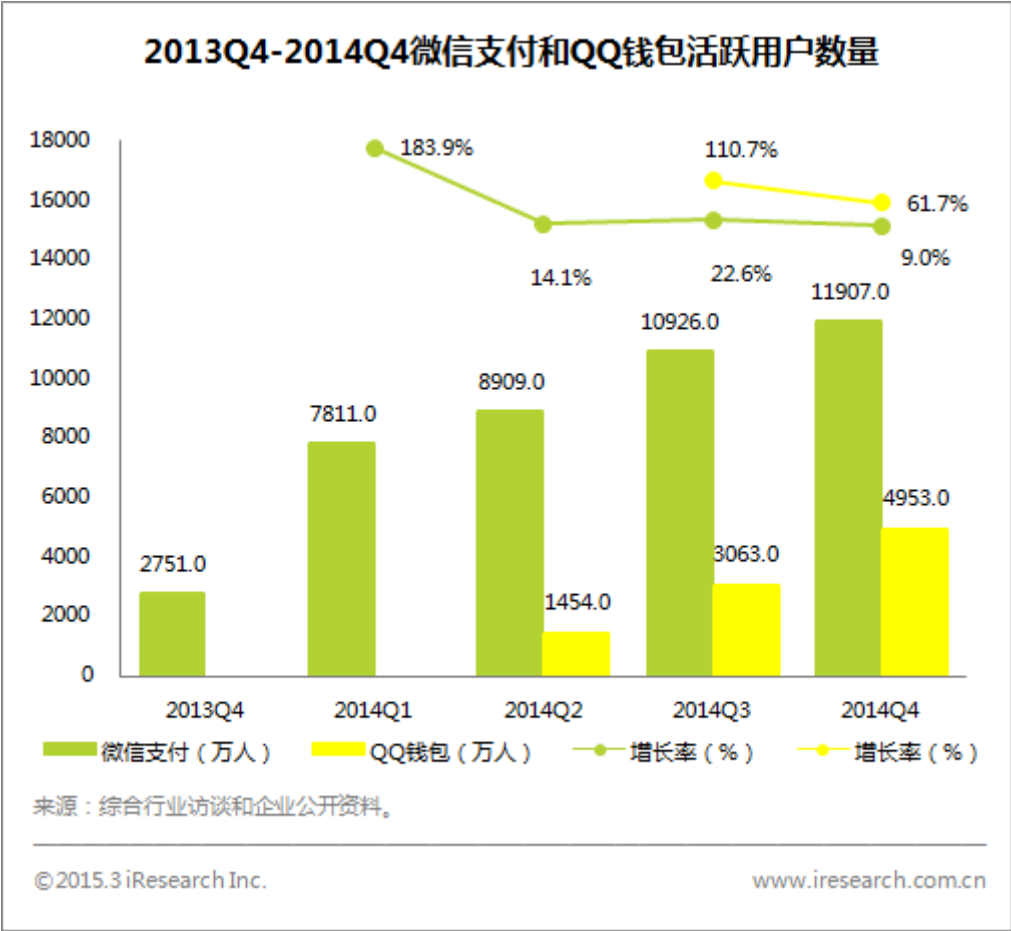
2015 年，支付宝、财付通、拉卡拉等企业均会继续抢占线下的支付场景，无论是打车、餐饮、商超，还是医疗、交通、金融等领域，更多的实体场景将能接受手机钱包的付款方式。扫码支付将迎来将比 NFC 更早在线下市场蔓延。未来苹果、三星等手机厂家也将纷纷进入中国的移动支付领域，NFC 近场支付将为线下移动支付的发展带来更多的想象空间。有理由预期，不远的未来，移动支付将逐步发展成可以替代银行卡、现金的支付工具。

3、 移动支付用户小额高频化趋势更明显

从财付通提供的数据看出，2013Q4 到 2014Q4，微信支付的同比增长率达到 332.8%，尤其可以看到 2014Q1 其环比增长达到了 183.9%，远高于其其他季度的增长，这种现象很容易让人联想到 2014Q1 抢红包活动对其用户人数增长的带动。

2015 年春节，“抢红包”不仅登陆了直播 7 亿收视率的央视春晚，还成为了春晚观众互动的一个重要环节。这标志着“抢红包”背后的移动支付完成了量的积累，正式升级成了一个全民参与的社会现象。抢红包让众多长尾用户“初识”和“初试”了移动支付，当部分用户自助或在亲朋的帮助下完成注册、认证、绑卡等过程后，形成了向移动支付用户的转化。支付宝、财付通等企业再趁热打铁的跟进一

些培养用户小额高频的使用习惯的营销活动等，真正将这部分长尾用户培养成有效用户，这步将完成移动支付的质的飞跃。



4、 移动支付助力手机应用拓展商业模式

2015 年，预计更多的手机 App 将会增加应用场景通过垂直化电商的方式变现的可能性。移动支付的普及将为作为流量入口的手机应用提供新的商业模式和流量变现手段。移动支付用户数量的增加和 in-App 支付模式的发展，使得拥有流量且作为垂直支付场景的手机 App 拥有了加载垂直型电商模式的用户基础和技术条件。这种条件为其商业模式的拓展也为 in-App 型移动支付企业的发展提供了机遇。

5、 移动支付将成为商户营销分析的重要工具

2015 年春节抢红包活动相比 2014 年，除了个人对个人的 P2P 模式之外，还增加了 B2C 类的红包，企业通过支付宝红包、微信红包等方式向用户发放代金券、优惠券等，完成了一次用户主动发起的“反向营销”，这只是移动支付对于商户营销和分析的一种方式。此外，预计 2015 年，更多的线上线下移动支付消费场景的拓展，将有更多商户通过“服务窗”、“支付返券”等方式获得营销客户和客户信息管理的渠道。

艾瑞咨询致力成为中国新经济最佳消费者洞察及研究咨询公司。以“洞察互联网的力量”为理念，为客户提供中国市场专业的互联网相关领域的数据产品、研究咨询等专业服务，助力客户提高对互联网产业的认知水平、盈利能力和综合竞争力，让互联网的力量点燃中国各个行业。艾瑞办公总部设在北京及上海，拥有一支稳定并具有深厚行业服务经验的管理团队，目前拥有员工超过 400 名，在广州、深圳、成都、杭州、南宁、硅谷、纽约、香港等地设有区域办事机构。

因市场研究方法的局限性及市场调研服务行业通行惯例，本公司郑重声明，本文提供的内容仅供用户参考使用，用户需独立判断是否采信其中的内容和数据，如根据本文提供内容和数据进行商业投资或经营决策，本公司不承担法律责任。