

IRESEARCH CONSULTING GROUP



中国第三方支付行业发展研究报告简版

2012-2013年

- 3** 2012-2013年中国第三方支付市场概况
- 9** 2012-2013年中国第三方支付市场监测数据
- 15** 2012-2013年中国第三方支付细分市场分析
- 20** 2012-2013年中国第三方支付核心企业分析
- 31** 2012-2013年中国第三方支付市场发展趋势

本章重点

- 政策环境

2012年中国第三方支付行业监管体系逐步细化、完善，逐步从细分业务层面明确第三方支付企业权责界限；支付牌照持续发放，获牌企业数量增至223家，确立第三方支付企业法律地位，并明确划分业务空间。政策环境的完善推动行业健康平稳发展和企业良性竞争。

- 市场空间

银行卡规模持续增长推动非现金支付用户习惯的培养和非现金支付受理业务的增量；社会零售市场，尤其是零售市场电商化的不断深化，为第三方支付行业的发展奠定了基础。

- 用户基础

网民与移动网民规模的快速增长为互联网支付和移动支付行业的发展构建了坚实的用户基础。

- 产业结构

经过十多年的发展，我国第三方支付行业已形成较完备的产业链结构，支付渠道、支付介质以及支付应用呈现多元化发展趋势。但从企业布局来看，不论是地域分布还是企业市场份额分布均表现出较高的集中度，第三方支付企业集中分布在北上广等经济较发达地区；而以银联、支付宝为代表的集团企业更具优势。

监管细化，推动行业合规进程

随着信息技术的应用和第三方支付服务市场的不断创新，第三方支付业务不断扩展到更多的细分领域，而细分业务领域的管理办法也陆续出台，合规经营和市场监管已成为市场发展的必然趋势：

首先，通过加强客户真实信息的控制，有助于加强支付交易的安全和便捷性，同时也助力运营商开发精准营销、个性化定制产品和服务等；其次，企业资质、职能、费率等权责方面的明确规定和限制，虽然短期或将导致行业市场结构调整、竞争加剧，增大企业运营成本，但长期来看，有助于产业链各方定位的明确，深化市场分工，促进行业良性竞争和稳定发展。

非金融机构支付业务监管体系细化历程

历程		时间	文件名称
总则		2010年6月	非金融机构支付服务管理办法
细则		2010年9月	非金融机构支付服务管理办法实施细则
预付卡		2011年5月	关于规范商业预付卡管理的意见
		2011年10月	支付机构预付卡业务管理办法（征求意见稿）
		2012年9月	单用途商业预付卡管理办法（试行）
		2012年9月	支付机构预付卡业务管理办法
细分	备付金	2011年11月	支付机构客户备付金存管暂行办法（征求意见稿）
	互联网支付	2012年1月	支付机构互联网支付业务管理办法（征求意见稿）
银行卡收单		2012年6月	银行卡收单业务管理办法（征求意见稿）
		2011年10月	银行卡刷卡手续费标准调整方案（讨论稿）
移动支付		2012年12月	中国金融移动支付系列技术标准

来源：艾瑞根据中国人民银行、国务院办公厅、商务部、国家发展和改革委员会、银监会等官网公开发布信息整理。

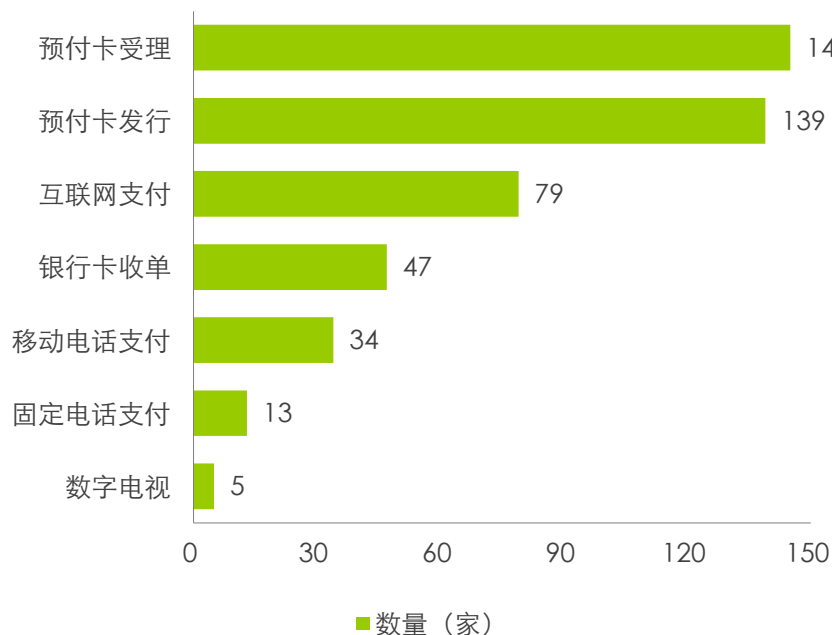
市场扩容，行业格局基本划定

截止2013年3月底，中国获得第三方支付牌照的企业数量已达223家；

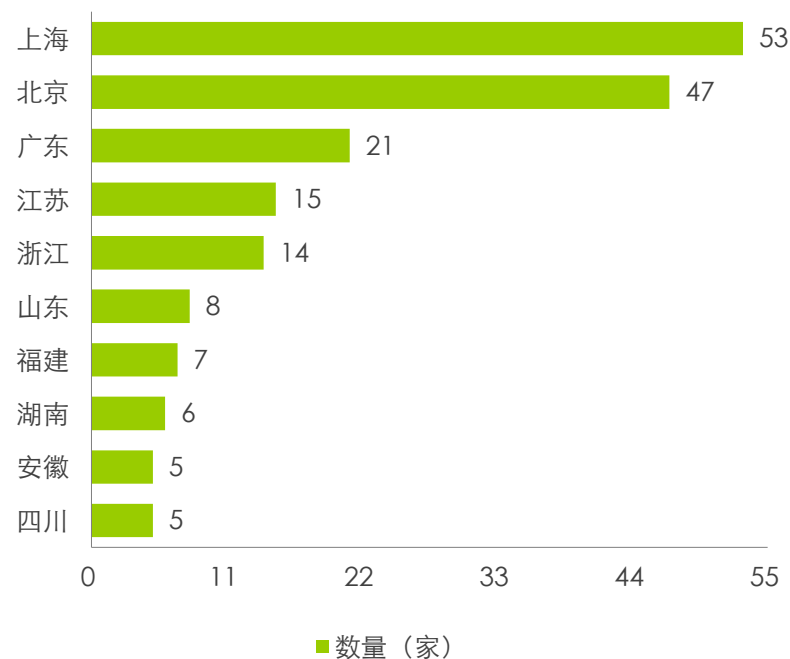
牌照类型完全覆盖7大业务体系，未来大规模、全国性或跨区域的多业务牌照发放可能性下降，行业格局基本划定；

从地域分布来看，已覆盖全国28个省市，上海、北京、广东地区企业集中度较高。

截止2013年3月底央行颁发第三方支付牌照类别分布情况



截止2013年3月底获得牌照第三方支付企业地域分布TOP10



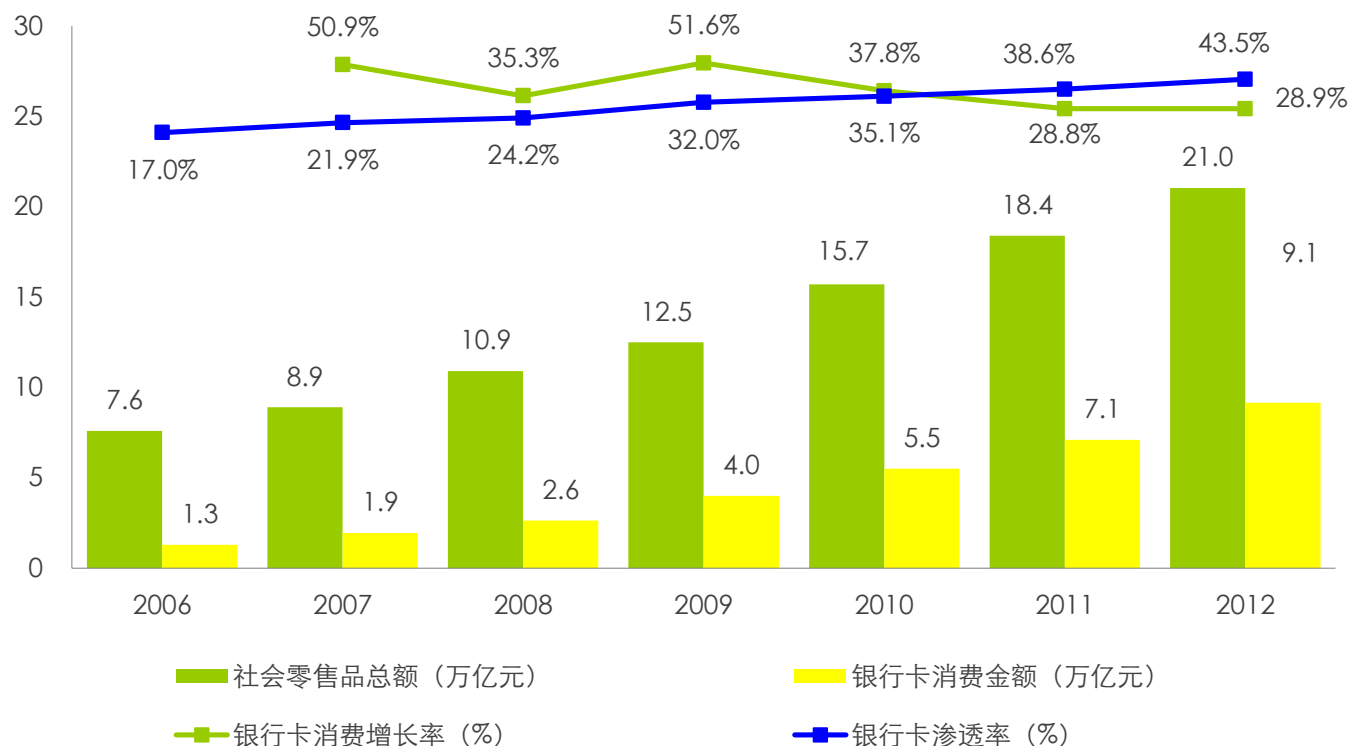
来源：中国人民银行官方网站公布数据、信息整理。

社会消费水平持续增长，带动支付行业的发展

2012年，中国居民社会消费品零售总额达21万亿元，同比增长14.3%；其中，银行卡消费总额9.1万亿元，渗透率达43.5%。

艾瑞咨询认为，社会消费水平的持续稳定增长，以及银行卡消费渗透率的持续上升，为第三方支付市场的发展提供了积极的宏观经济环境。

2006-2012年中国居民社会消费品零售以及银行卡消费额状况

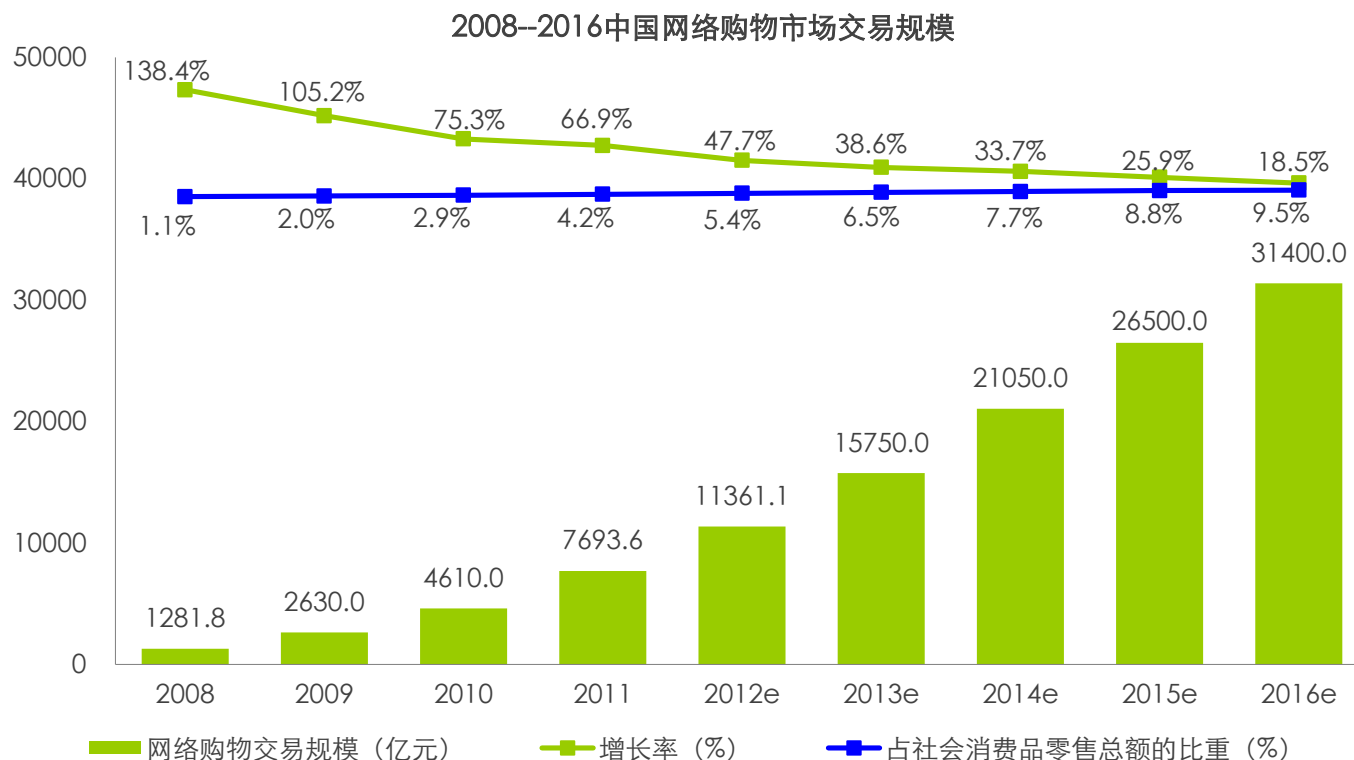


注释：这里统计的银行卡消费金额不包含房地产、大宗批发等交易类型。
来源：国家统计局、中国人民银行历年支付体系研究报告。

网络零售高速增长，拉动第三方支付交易规模增长

艾瑞咨询统计数据显示，2012年中国网络购物市场交易规模达11361.1亿元，同比增长47.7%，占社会消费品零售总额的比重为5.4%；

艾瑞咨询认为，近年来受全球金融环境低迷和我国宏观经济通胀趋势不断加深的影响，政府对中小企业电商化扶持力度不断加大，中小企业自身电商化意识也不断得到提升，我国网络零售市场得到迅速发展，为我国第三方支付市场的发展带来了更大的发展空间。



注释：网络购物市场规模为B2C与C2C购物网站市场规模之和，其中暂不包括付费数字产品下载、航空客票交易、网络代缴费等商品类别的交易规模。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

- 3** 2012-2013年中国第三方支付市场概况
- 9** 2012-2013年中国第三方支付市场监测数据
- 15** 2012-2013年中国第三方支付细分市场分析
- 20** 2012-2013年中国第三方支付核心企业分析
- 31** 2012-2013年中国第三方支付市场发展趋势

本章重点

• 交易规模

2012年中国第三方支付行业交易规模突破十万亿大关，达12.9万亿元。其中，线下收单市场占比最高，为68.8%；其次为互联网支付，占比28.3%；移动支付市场尚处于起步阶段。

• 竞争格局

中国银联、支付宝、杉德、财付通等非独立支付企业优势明显；通联、快钱、汇付、易宝、环迅等独立第三方支付企业亦凭借其优势领域取得一定市场空间。

• 商业模式

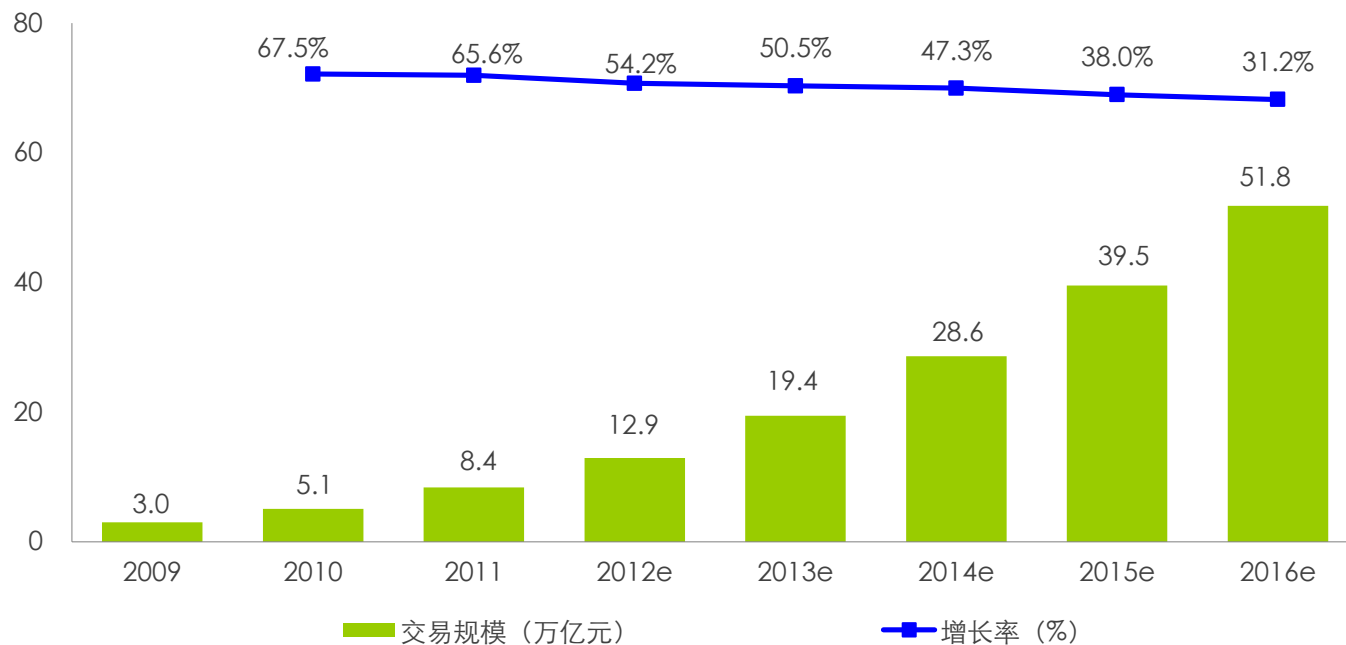
随着银行卡收单、互联网支付领域的逐步成熟和瓜分完毕，第三方支付企业一方面积极寻求业务领域的拓展，逐渐渗透到基金、保险、物流等传统金融电商化领域；另一方面不断通过创新支付模式和产品，为不同行业需求提供定制化综合解决方案。盈利模式也初步从单一的手续费向营销等增值服务费多元化中间业务收入转变。

第三方支付市场交易规模

2012年，中国第三方支付市场交易规模为12.9万亿元，较2011年保持了一个较好的增长态势，增速为54.2%；未来增速将逐步放缓，市场保持健康稳定的发展趋势。

经过十多年的发展，我国第三方支付行业已逐步由一个新兴行业发展成为一个成熟、合规、不断壮大的行业。未来随着业务领域的拓展、支付产品和服务的创新，将为用户带来更安全便捷的支付方式，推动我国零售消费市场的进一步增长；优化我国电子商务产业链资金、信息流，促进我国电子商务产业的发展；同时，借助其跨行业、信息化、互联网技术优势，提升我国传统行业互联网化进程。

2009-2016年中国第三方支付市场交易规模



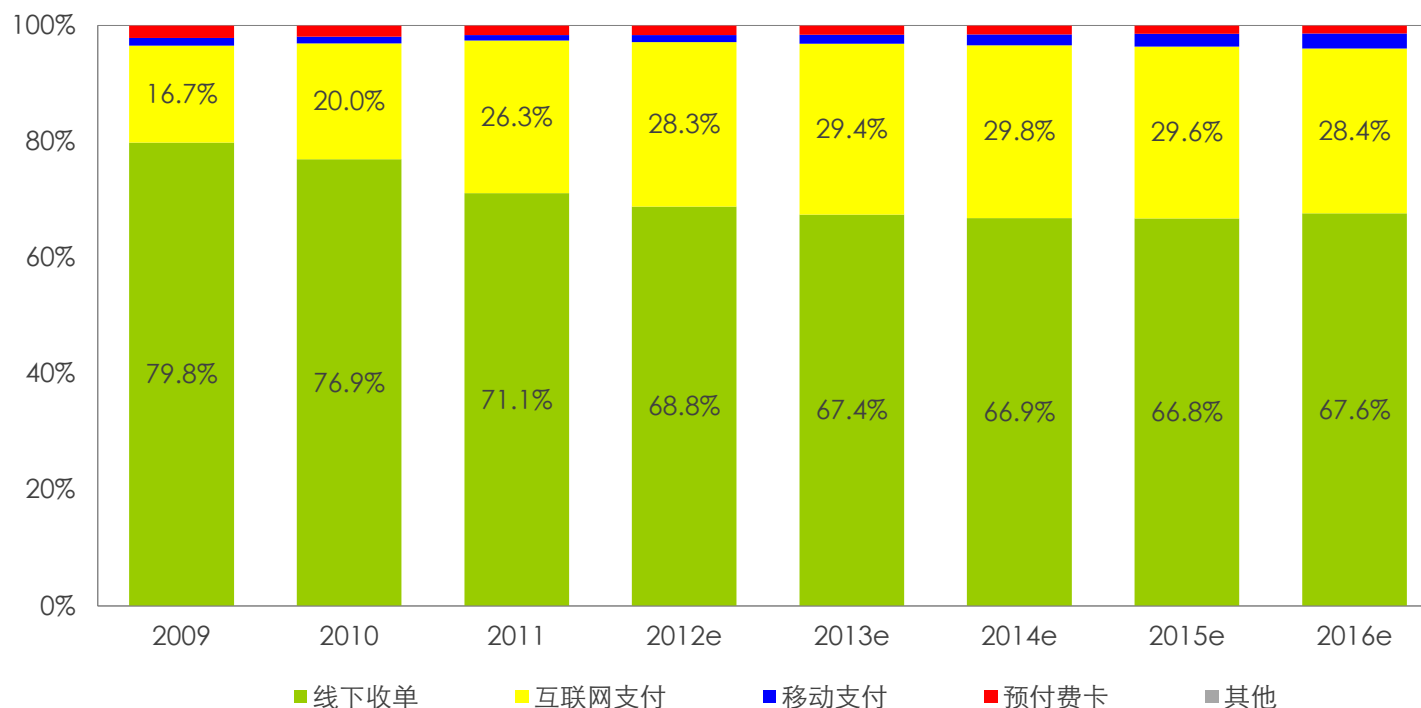
注释：1.中国第三方支付市场交易规模统计了非金融支付机构规模以上企业互联网支付业务、银行卡收单、移动支付、电话支付、预付卡发行与受理等业务的交易规模的总和；2.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

第三方支付交易规模结构

从第三方支付市场交易规模结构来看，2012年线下收单占比最高，为68.8%；其次为互联网支付，占比28.3%；移动支付取得了一定的发展，占比为1.2%；

艾瑞咨询认为，中国电子支付产业的起步较晚，相对于一些发达国家的电子支付产业而言还有一定差距，仍处于发展阶段，传统银行卡支付方式依然占据主体地位。

2009-2016年中国第三方支付行业交易规模结构



注释：1.中国第三方支付市场交易规模统计了非金融支付机构规模以上企业互联网支付业务、银行卡收单、移动支付、电话支付、预付卡发行与受理等业务的交易规模的总和；2.2012年中国第三方支付市场交易总规模为12.9万亿元；3.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

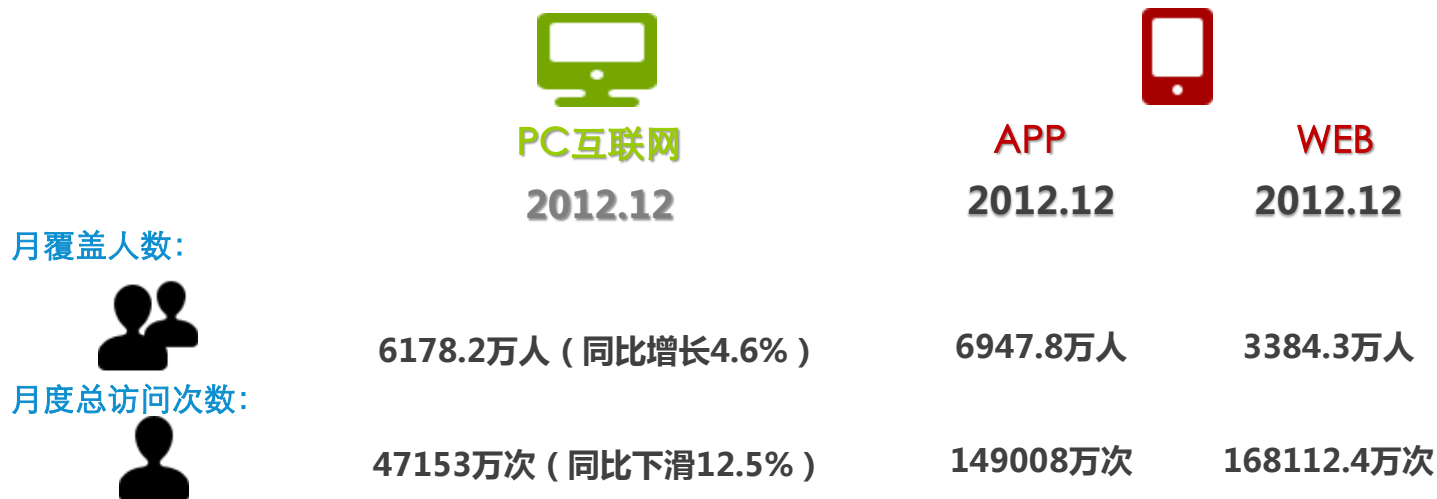
2012年中国第三方支付不同业务类型发展比较

支付方式	获牌企业数量 (家)	代表企业	市场发展
互联网支付	79	支付宝、财付通、银联在线、快钱、汇付	市场逐步走向成熟，传统市场空间见顶，线上线下融合趋势明显，企业纷纷采取差异化的市场拓展战略。发力市场主要有线下市场、跨境支付以及传统金融产品销售领域，而业务形式更多的采取整合平台优势资源为客户提供行业综合解决方案。
银行卡收单	47	银联商务、杉德、通联支付	市场整体稳定增长，商业银行与银联商务占据了收单市场主体地位，未来受宏观经济环境限制以及新规出台，市场增速逐步放缓。
移动电话支付	34	联动优势、上海捷银、支付宝、中国银联、电信运营商	2012年迎来突破性发展，产业链各方积极布局，抢占市场先机。远程支付正进入高速成长期；近端支付前景可观但大规模商用尚需时日。
固定电话支付	13	快钱、汇付、环迅、通联、网银在线	固定电话支付由于受终端、应用场景、运营成本、支付账户、用户体验等多方面的局限，市场空间有限。近年来市场增速逐步放缓。
预付卡	发行139、受理145	联华ok、资和信、海航易生	预付卡行业监管体系不断完善，市场进入良性发展阶段，整体市场将迎来一个高速增长期。随着获牌企业的扩张，抢占地方资源以及二三线城市将成为预付卡企业未来市场争夺的主要方向。
数字电视支付	5	银视通、数码视讯	2012年我国共有5家支付企业获得数字电视支付牌照，相关支付应用目前也尚处于积极开发、试点阶段。

来源：综合中国人民银行官方网站公布数据、企业及专家访谈所得。

不同终端第三方在线支付用户情况对比：

PC互联网支付趋于稳定；移动互联网支付快速超越PC，APP用户体验更好



2012年12月中国典型第三方支付服务PC、APP、WEB端月度覆盖人数分布情况



服务名称	PC端（万人）	APP（万人）	WEB（万人）	渠道用户分布比例（PC/APP）
支付宝	4268.50	6473.15	3272.46	0.65
行业整体	6178.2	6947.8	3384.3	0.89
翼支付	92.7	101.93	15.42	0.91
中国移动	111.6	102.41	18.39	1.09
财付通	1,988.40	920.81	315.05	2.16

来源：1.iUserTracker. 家庭办公版 2013.3，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；2.mUserTracker，基于对7万名iOS和Android系统的智能终端用户使用行为长期监测获得。

- 3 2012-2013年中国第三方支付市场概况
- 9 2012-2013年中国第三方支付市场监测数据
- 15 2012-2013年中国第三方支付细分市场分析
- 20 2012-2013年中国第三方支付核心企业分析
- 31 2012-2013年中国第三方支付市场发展趋势

本章重点

- 线下收单市场

2012年中国银行卡收单市场整体呈现出稳定增长的状态，商业银行与银联商务占据了收单市场的主体地位，未来受宏观经济环境的限制，以及收单新规的出台，市场增速将会逐步放缓。

- 互联网支付市场

2012年中国互联网支付市场逐步走向成熟，面对传统市场空间见顶、盈利需求提升以及线上线下相融合的行业发展趋势，企业纷纷采取差异化的市场拓展战略。发力市场主要有线下市场、跨境支付以及传统金融产品销售领域，而业务形式更多的采取整合平台优势资源为客户提供涵盖支付结算、资金效率管理、市场营销和增值服务的行业综合解决方案。

- 移动支付市场

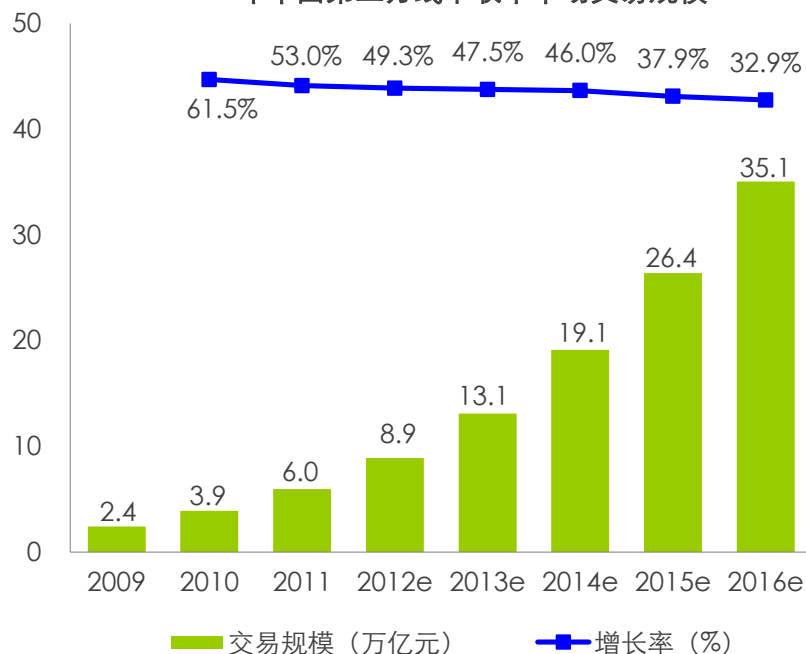
2012年中国移动支付市场取得突破性发展，银行、银联、运营商、第三方支付企业等产业链各方积极布局，抢占市场先机。移动远程支付正逐步摆脱技术层面的束缚，进入高速成长期；而由于终端改造成本、用户使用习惯以及产业链合作模式达成等多重阻碍，近端支付前景可观但大规模商用阶段尚需时日。

线下收单市场稳步发展，POS占据主体地位

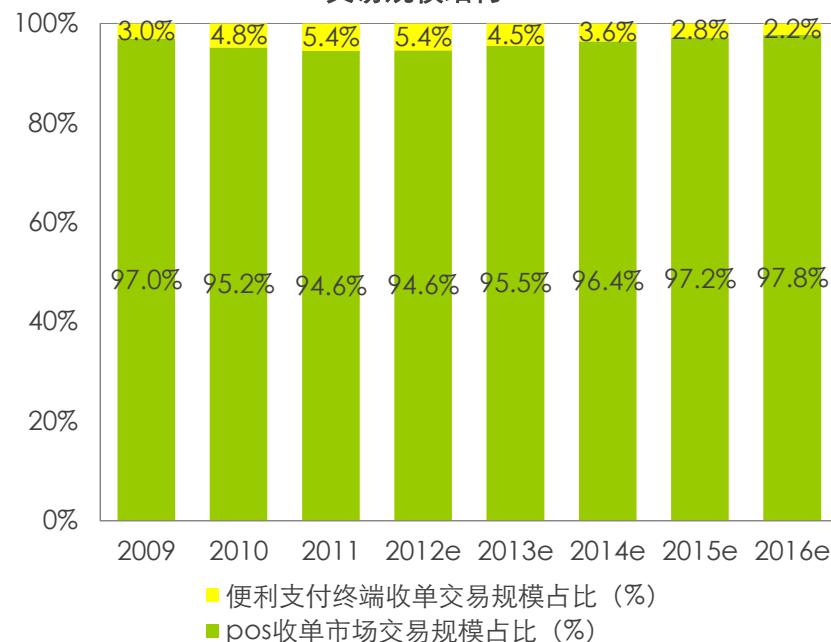
2012年中国第三方支付线下收单市场交易总规模达到8.9万亿元，同比增长49.3%；未来，市场整体呈现出稳定增长的状态，预计2016年总交易规模将突破35万亿元；

从市场结构来看，POS终端占据了绝对优势；然而近年来，以拉卡拉为代表的便利支付终端也取得了快速发展；未来几年，中国线下收单市场中POS收单规模占比将出现上升，一方面是源于网购货到POS付款规模的扩张以及行业应用的深入拓展；另一方面是由于我国便利支付终端主要应用于个人端用户，其市场拓展难度相对较大，且受限于业务范围，市场增长空间有限。

2009-2016年中国第三方线下收单市场交易规模



2009-2016年第三方支付线下收单市场交易规模结构



注释：1.线下收单市场交易规模包含通过POS机刷卡和线下自助终端进行的银行卡交易总额；2.统计企业类型中不含银行，仅指规模以上非金融机构支付企业；3.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。

来源：综合企业公开周报、专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

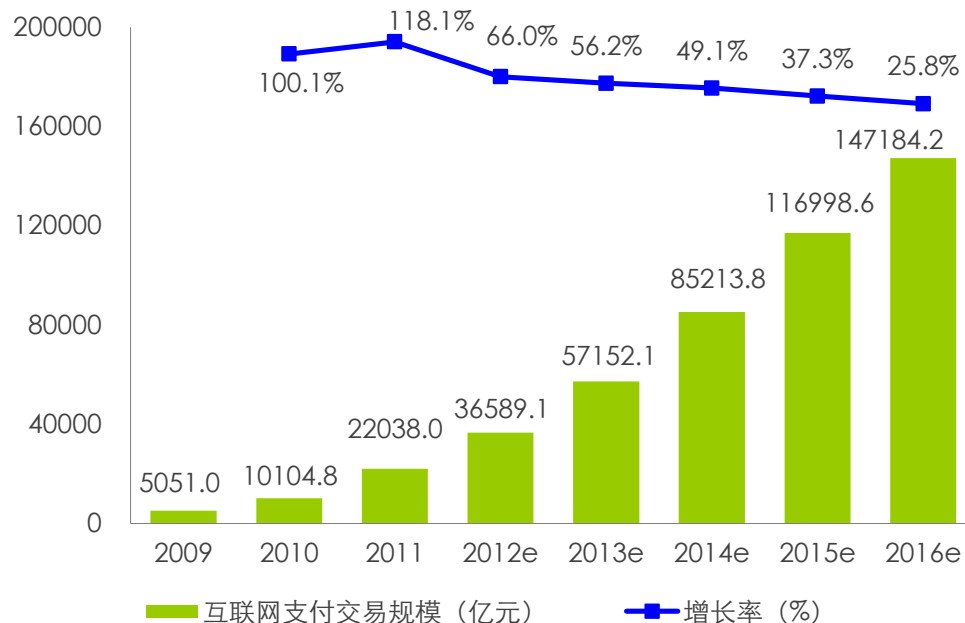
互联网支付市场趋于成熟，支付宝领先地位难以撼动

中国互联网支付发展起步较晚，比欧美主要发达国家滞后5-10年。

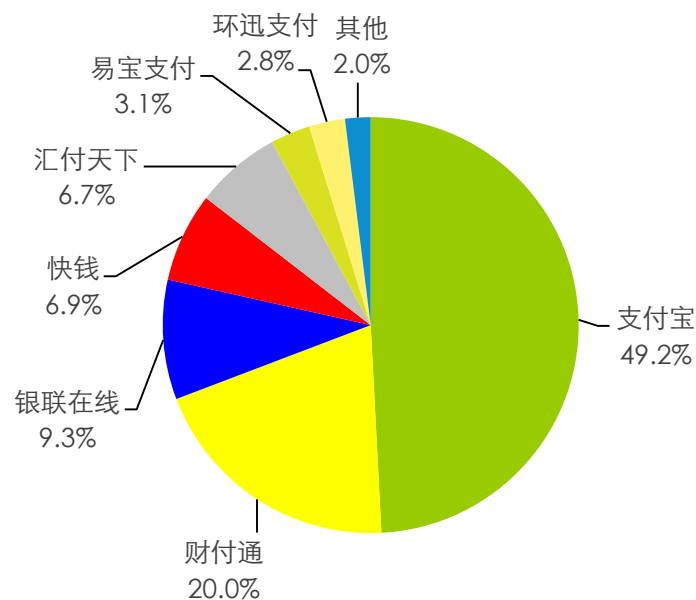
近年来随着国内网民数的增加和电子商务的高速发展，中国互联网支付市场取得了较快的发展。2012年中国第三方互联网支付业务交易规模约为3.66万亿元，同比增长66.0%。然而随着以网购、航空客票为代表的传统电商行业应用逐步饱和，以及传统行业电商化拓展难度较大等因素，市场增速将出现持续下滑，行业进入一个相对成熟稳定的阶段。

从市场格局分布来看，支付宝占据互联网支付市场半壁江山。

2009-2016年中国第三方互联网支付市场交易规模



2012年中国第三方互联网支付市场竞争格局



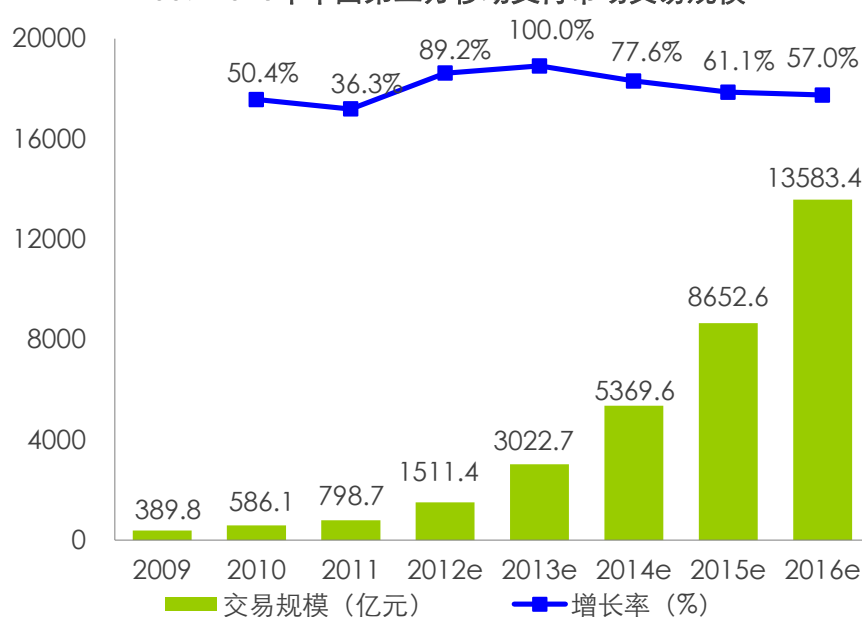
注释：1.互联网支付是指客户通过台式电脑、便携式电脑等设备，依托互联网发起支付指令，实现货币资金转移的行为；2.统计企业类型中不含银行，仅指规模以上非金融机构支付企业；3.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正。
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

移动支付市场放量，行业进入高速增长阶段

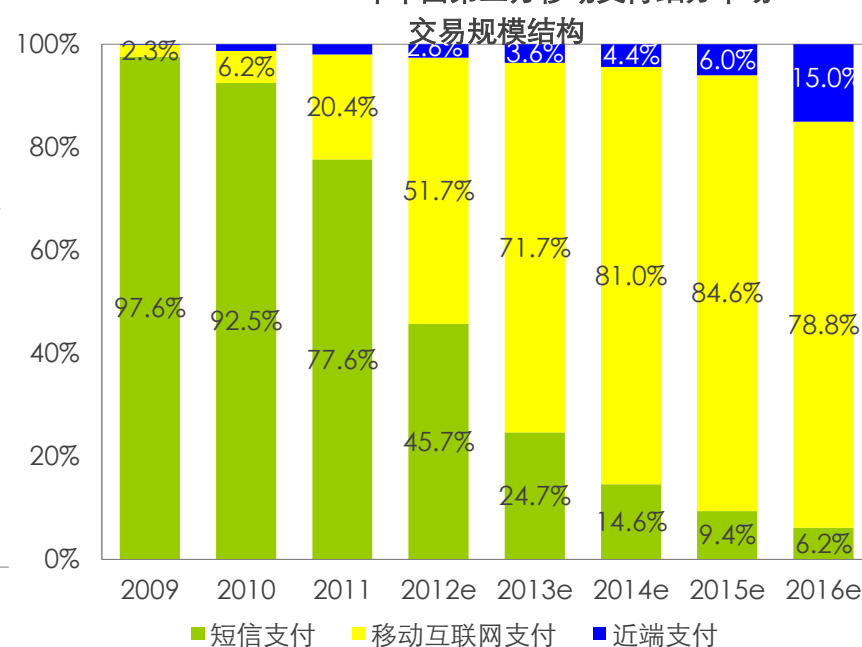
艾瑞咨询统计数据显示，2012年中国移动支付市场交易规模为1511.4亿元，同比增长89.2%；从交易规模结构来看，2012年在移动互联网市场整体爆发的情况下，移动远程支付正快速进入高速成长期，占比达97.4%，其中移动互联网支付占比超过短信支付，达51.7%；而近端支付占比仅为2.6%，且由于涉及产业链较为复杂，行业标准、受理环境、应用场景、应用内容等基础条件也还不成熟，市场放量尚待时日。

2012年在政策和市场的强力驱动下，移动支付产业各方加速了在国内的移动支付应用试点和市场拓展，电信运营商、金融机构、终端设备厂商、互联网巨头、第三方支付企业等纷纷根据自身优势和诉求展开业务布局，推出多样化解决方案。

2009-2016年中国第三方支付移动支付市场交易规模



2009-2016年中国第三方支付移动支付细分市场



注释:1. 移动支付是指基于无线通信技术，通过移动终端实现的非语音方式的货币资金的转移及支付行为；移动支付市场交易规模统计包括用户购买第三方平台提供的产品和服务的行为，包括使用移动支付购买实物商品及信息化服务的支付；2. 统计企业类型中不含银行，仅指规模以上非金融机构支付企业；3. 统计企业移动支付交易规模仅指企业自有产品完成的交易规模，不含转接其他支付企业的移动支付交易规模；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：艾瑞综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估数据。

- 3** 2012-2013年中国第三方支付市场概况
- 9** 2012-2013年中国第三方支付市场监测数据
- 15** 2012-2013年中国第三方支付细分市场分析
- 20** 2012-2013年中国第三方支付核心企业分析
- 31** 2012-2013年中国第三方支付市场发展趋势

本章重点

- **集团运营企业**

以中国银联和支付宝为代表的集团运营支付企业占据了第三方支付市场交易规模的最主要部分，其背靠的集团企业经过多年的积累形成了庞大的商户资源和用户资源，以及稳定的系统资源、较强的市场影响力，为其开展支付业务提供了强大的支持，保证其支付业务交易量的稳定增长。

- **独立运营企业**

而以快钱、汇付天下、易宝支付和环迅支付等为代表的独立第三方支付企业，相较于非独立运营企业C端优势薄弱，因此，经过多年的尝试其业务形式更多的采取整合平台优势资源为客户提供涵盖支付结算、资金效率管理、市场营销和增值服务的行业综合解决方案。

- **电信运营商**

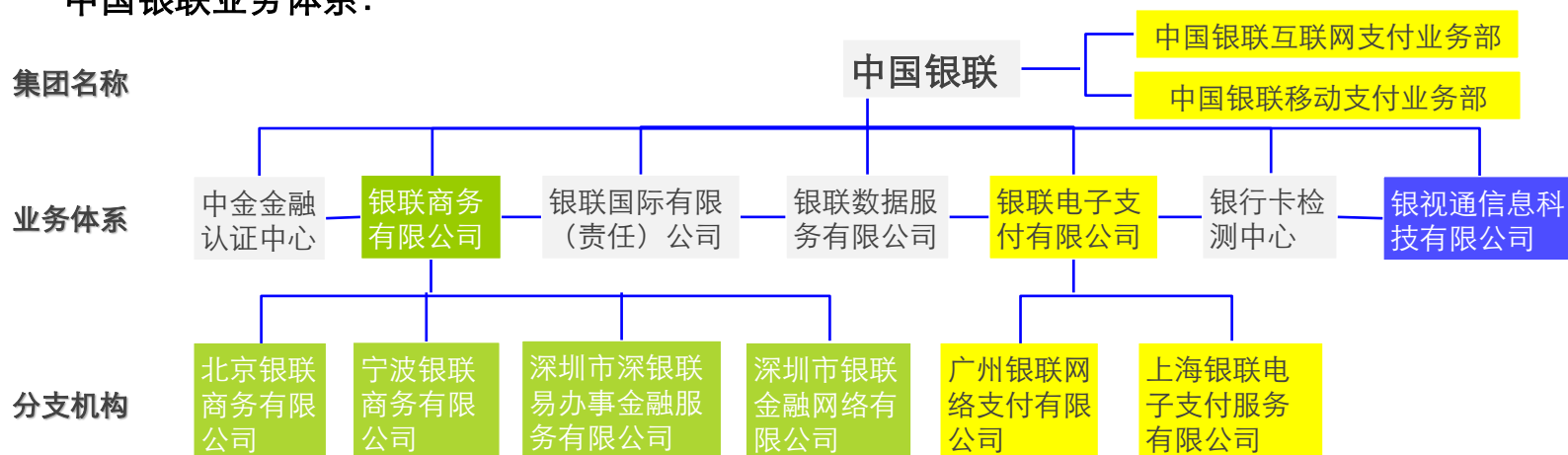
我国电信运营商在支付领域起步较晚，但其在移动支付领域的独特优势：控制着远程通信的通道，掌握终端厂商方面的话语权，拥有广泛的营销渠道、巨大的用户基础，较为完善的小额计费与结算系统，强大的资金实力等将为其创造后发优势，避免沦为通道。

集团运营企业——中国银联



中国银联股份有限公司，于2002年3月26日成立，总部设在上海。是经中国人民银行批准的、由八十多家国内金融机构共同发起设立的股份制金融机构。除了搭建各个商业银行之间联网互通的信息平台，中国银联拥有上海银联和广州银联以及银联商务等第三方支付企业，分别运营网上支付和线下银行收单等业务，已经积累了巨大的商户资源和一定的第三方支付运营管理经验。

中国银联业务体系：



银联商务体系：中国银联旗下的、专门从事银行卡受理市场建设和提供综合支付服务的机构；业务类型包含全国及区域性银行卡收单、互联网支付、预付卡受理

银联电子支付体系：中国银联旗下的网络方面军，提供银行卡网上支付及增值业务；业务类型主要集中为互联网支付、移动电话支付、预付卡受理等

银视通：中国银联与上海东方传媒、中国平安、银联商务、中银通支付联合成立的，在三网融合的背景下，面向全国市场，通过为中国电视应用提供银联支付系统接入技术标准和端到端支付解决方案，开展银行卡收单及专业化服务的第三方支付金融创新服务机构；业务类型为数字电视支付

非独立运营企业——支付宝

支付宝（中国）网络技术有限公司成立于2004年，是阿里巴巴集团的关联公司。2011年5月获的央行颁发的第三方支付牌照，准许经营范围包括：互联网支付、移动电话支付、预付卡发行与受理（仅限于线上实名支付账户充值）、银行卡收单。

2010年推出信用卡支付业务，中国第三方支付进入快捷时代；2011年首批获得第三方支付牌照，同期，支付宝私有化，支付宝将在上市时向阿里巴巴集团一次性支付37.5%的市值(以IPO价为准)现金回报。

阿里巴巴业务体系：



来源：艾瑞综合阿里巴巴官网公开信息、企业及专家访谈整理。

集团运营第三方支付企业SWOT策略分析

集团运营第三方支付企业

S-优势

- ✓ 用户规模大
- ✓ 用户黏性高
- ✓ 品牌知名度高
- ✓ 市场拓展能力强
- ✓ 集团资源支持
- ✓ 产品、应用齐全

W-劣势

- ✓ 细分业务发展不均衡
- ✓ 移动支付业务拓展难度大
- ✓ 非独立运营实体的资源和环境限制

O-机会

- ✓ 互联网经济高速发展，支付行业整体发展迅速；
- ✓ 技术环境推动，政府政策支持；
- ✓ 用户需求广泛，市场空间巨大；
- ✓ 传统行业互联网化趋势显著

SO策略

- ✓ 深度挖掘C端用户价值，提升用户黏性
- ✓ 充分发挥集团企业优势资源，巩固优势领域市场地位
- ✓ 完善安全和信用体系
- ✓ 加大便民服务拓展力度，积极推进移动支付应用

WO策略

- ✓ 重视多业务线平衡发展
- ✓ 突破集团固有优势行业限制，积极构建支付业务行业品牌影响力
- ✓ 加快盈利模式探索，丰富盈利手段
- ✓ 逐步与国际接轨，稳健开拓海外市场

T-威胁

- ✓ 独立第三方支付企业在行业解决层面的竞争压力
- ✓ 运营商、专业移动支付企业在移动支付领域的竞争压力
- ✓ 集团业务体系与合作商户、合作银行之间的竞争恶化
- ✓ 行业垄断监管风险

ST策略

- ✓ 运用资本优势，巩固传统优势领域市场地位，以降低新进入者对自身地位的威胁；
- ✓ 学习海外企业运作及经验，改善当前业务模式
- ✓ 运作规范化，关注并把握政策动向，降低政策风险
- ✓ 加强细分用户市场研究

WT策略

- ✓ 以开放、合作的态度迎接产业链上各方的竞争与合作；
- ✓ 以用户需求和用户体验为基础，开展创新型业务；
- ✓ 借助全业务、全国范围运营资质重点拓展优势区域
- ✓ 巩固与银行的合作关系，探索合理的利益分配方式

独立运营企业——快钱



简介：

快钱是独立第三方支付公司，成立于2005年，总部在上海。2011年5月获的央行颁发的第三方支付牌照，准许经营内容包括：互联网支付、移动电话支付、固定电话支付，预付卡受理、银行卡收单，并获得基金牌照。

主要发展方向是为企业打造流动资金管理解决方案，核心特点为线上线下业务结合紧密，保险、零售连锁、直销为其优势领域。

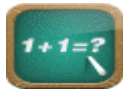
快钱行业解决方案



商旅行业：帮助机票代理拓展业务，提高企业竞争力。



零售连锁：帮助零售连锁企业快速开拓销售渠道，提高资金管理效率，提升竞争力。



教育行业：帮助培训机构实现多样化收款，建立电子化财务管理标准。



电子商务：提供独立第三方电子支付方式，支付方式多样化。



保险行业：帮助保险公司提高财务管理效率，满足不同投保人群的支付需求。



数字娱乐：帮助运营商覆盖更多用户群，提升用户粘性 & 活跃性，以更加扁平化的方式拓展渠道。



IDC行业：帮助代理商提高资金流转速度，提高财务工作效率。

对比传统支付结算业务与第三方支付行业解决方案特点

类别	传统支付结算服务	第三方支付行业解决方案
服务对象	个人、商户	围绕核心企业的产业链上下游及终端用户
业务模式	B2C	B2C、B2B
产品服务	标准化程度较高	个性化、定制化、集成化
盈利模式	交易手续费	交易手续费+企业增值服务费
业务形态	基础支付结算手段	整合基础支付手段和增值服务的综合支付解决方案
发展方向	支付结算平台、新营销平台、个人消费信贷、个人金融创新业务	支付清算平台、供应链融资、企业金融创新业务

独立运营企业——汇付天下



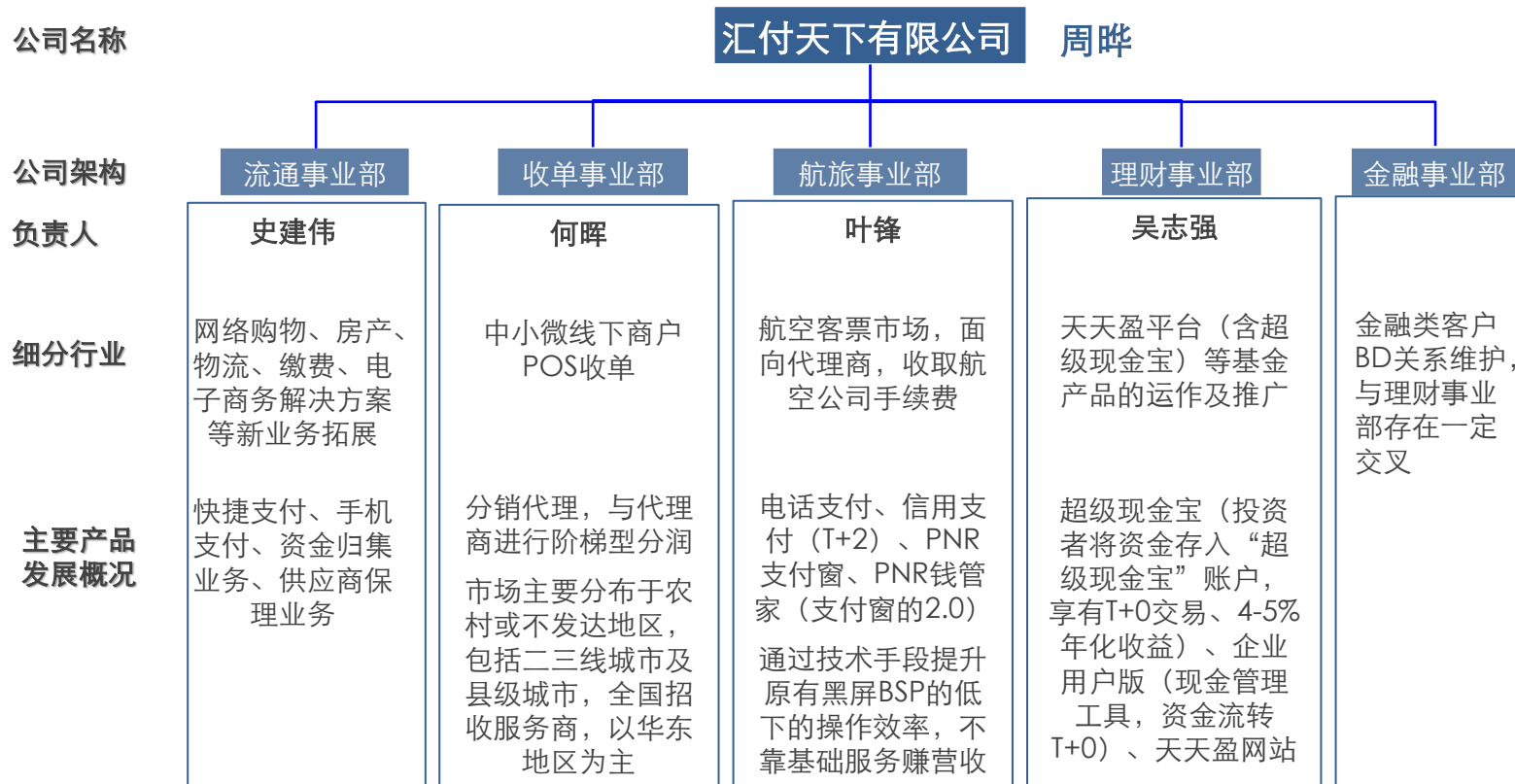
汇付天下

金融支付专家

简介：

汇付天下成立于2006年7月，总部设在上海，在金融支付领域，汇付天下首家获得中国证监会批准开展网上基金销售支付服务。汇付天下定位于金融级电子支付专家，与国内商业银行及国际银行卡组织均建立了合作关系，聚焦金融支付和产业链支付两大方向。

汇付天业务体系



独立运营支付企业SWOT策略分析

独立第三方支付企业

S-优势

- ✓ 独立身份易于获得合作机会
- ✓ 技术能力强
- ✓ 在某些市场形成的先入优势
- ✓ 业务覆盖面较广
- ✓ 定制化服务能力较强

W-劣势

- ✓ 对单一行业依赖大
- ✓ 运营经验不足
- ✓ 用户基础相对薄弱

O-机会

- ✓ 互联网经济高速发展，支付行业整体发展迅速；
- ✓ 技术环境推动，政府政策支持；
- ✓ 用户需求广泛，市场空间巨大；
- ✓ 传统企业互联网化趋势显著

SO策略

- ✓ 借助独立第三方支付身份，积极扩大自身品牌影响力
- ✓ 强化助力传统电商化的能力，体现定制化服务能力和价值
- ✓ 充分利用已有的行业支付解决方案吸引传统行业的商户合作

WO策略

- ✓ 针对传统优势行业领域提供深度增值服务及行业解决方案，保持固有优势行业地位
- ✓ 降低对单一行业的依赖，结合企业独有优势资源，拓展创新业务领域
- ✓ 重点拓展电子商务发展较为薄弱的行业应用
- ✓ 完善产品服务体系，提升个人用户市场应用深度

T-威胁

- ✓ 非独立支付企业行业商户拓展抢占
- ✓ 行业监管日趋严格的政策风险
- ✓ 同质化竞争激烈
- ✓ 安全问题

ST策略

- ✓ 通过技术创新，提高细分领域进入壁垒
- ✓ 对市场变化保持高度敏感，在竞争中抢占市场先发优势
- ✓ 优化产品线，突出企业特色

WT策略

- ✓ 加强与同业及产业链上下游企业的合作，实现优势互补，互利互惠
- ✓ 提升应用的扩展性和定制性

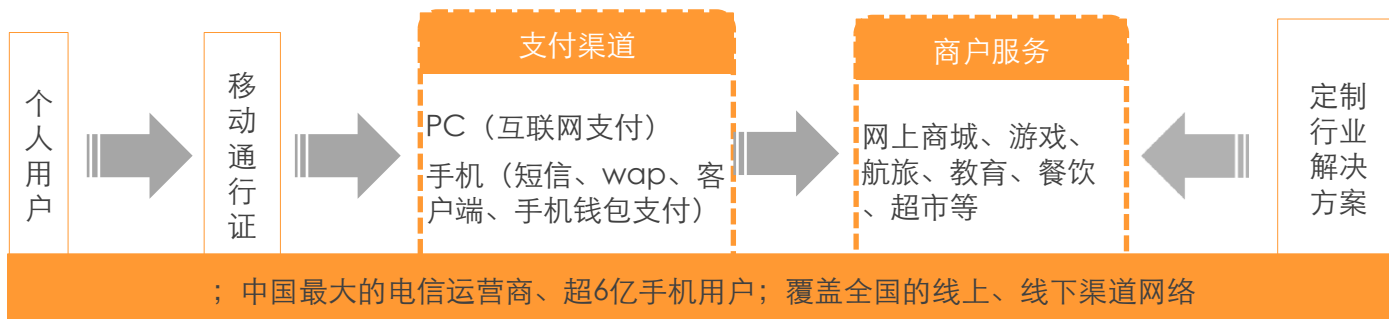
电信运营商——中移电子商务



简介：

2006年3月，中国移动通信集团公司选择前期在电子商务领域积累了丰富经验的湖南公司设立中国移动电子商务产品创新基地；2011年6月，中移电子商务有限公司成立，由中国移动通信集团湖南有限公司全资设立，注册资本5亿元，负责中国移动全网手机支付业务的运营和发展。并于2011年12月31日获牌：移动电话支付、银行卡收单。中国移动是我国最大的移动运营商，在过去两年频频发力，在不断进行支付业务试点的同时，也和其他公司广泛合作。

支付业务体系：



移动支付产品：



手机支付：中国移动手机支付是移动集团面向用户提供的一项综合性移动支付服务，客户先在移动后台开立一个账户，将钱存入该账户中，通过Web、GPRS和WAP（手机上网）、短信、IVR等非面对面进行交易的方式完成购买及支付行为的业务。如：在互联网上购买商品和服务。



手机钱包：手机钱包是指中国移动开发的，基于无线射频识别技术的小额电子支付业务。客户需先到移动营业厅更换一种新型手机卡，将钱存在手机卡上，利用手机在中国移动合作的商场、超市、便利店、餐馆、公交车等场所进行POS机刷卡消费，类似于公交IC卡在POS机上刷卡。

电信运营商——中电信翼支付



简介：

天翼电子商务有限公司是中国电信集团公司深化企业战略转型投资组建的全资子公司

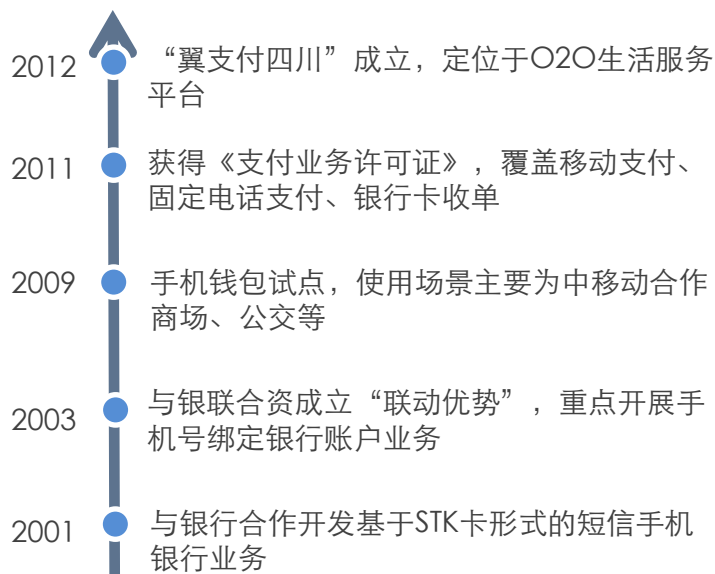
2012年获得《支付业务许可证》，业务涵盖移动电话支付、固定电话支付和银行卡收单领域

公司面向个人用户提供安全、便捷、时尚的电子商务服务；面向商户提供专业化的电子支付平台及解决方案

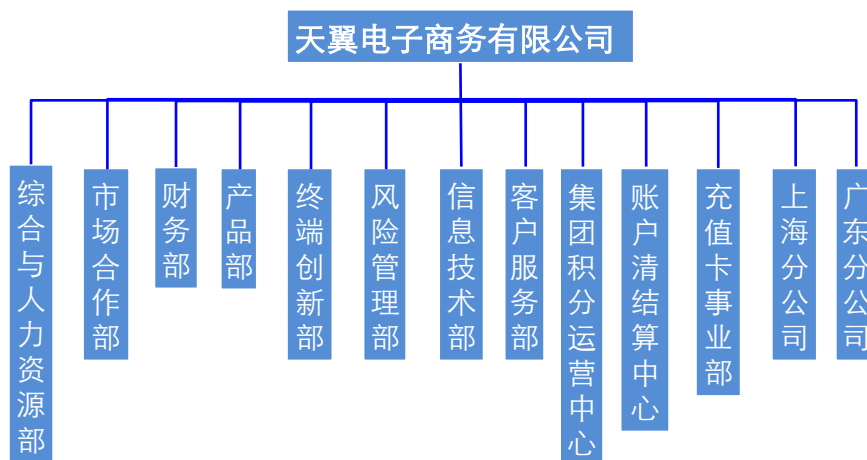
发展现状：（2012年数据）

翼支付员工数量：184人；翼支付账户用户规模：1705万人；商户规模：12375家；移动支付交易规模：27.7亿元

发展历程：



公司组织架构：



数据截止时间为2012年12月底。

电信运营商支付业务SWOT策略分析

电信运营商

	S-优势 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 资本优势； ✓ 控制远程通信的通道，有巨大的用户基础； ✓ 在终端厂商方面有强大的话语权； ✓ 通信资费的处理积累了较为完善的小额计费与结算系统； ✓ 用户粘性较强，营销渠道广泛； 	W-劣势 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 创新及决策效率低下； ✓ 新兴业务拓展较为保守； ✓ 支付行业的人才待补充；
O-机会 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 互联网经济高速发展，支付行业整体发展迅速； ✓ 技术环境推动，政府政策支持； ✓ 用户需求广泛，市场空间巨大； ✓ 移动支付爆发指日可待 	SO策略 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 积极参与到标准及政策制定过程中来，提升行业话语权； ✓ 为商户及用户提供高效、丰富、综合性的支付服务； ✓ 降低业务门槛，看重增长潜力，积极推动产业发展； 	WO策略 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 加大互联网经济的参与力度，运用互联网创新工具，提升新业务创新效率； ✓ 接纳并吸取互联网行业的高效率创新经验；
T-威胁 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 近端支付中的通信通道不必经过移动运营商； ✓ 手机终端厂商和移动互联网应用开发方的用户渗透程度使其开始面对管道化威胁； ✓ 银行、第三方支付 	ST策略 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 运用资本优势，加大创新力度，以降低新进入者对自身地位的威胁； ✓ 稳固自身的品牌优势，以更加安全的产品服务大众； ✓ 同业竞争中坚守自身优势，学习和接纳竞争对手的优势； 	WT策略 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 以开放、合作的态度迎接产业链上各方的竞争与合作； ✓ 改善自身劣势，以用户需求和用户体验为基础，开展创新型业务； ✓ 规避自身劣势，提升部门及各区域的联动性；

- 3** 2012-2013年中国第三方支付市场概况
- 9** 2012-2013年中国第三方支付市场监测数据
- 15** 2012-2013年中国第三方支付细分市场分析
- 20** 2012-2013年中国第三方支付核心企业分析
- 31** 2012-2013年中国第三方支付市场发展趋势

本章重点

经过十余年的发展，我国第三方支付市场已经形成规模，且成长迅速，但第三方支付自身存在的问题和面临的一系列发展瓶颈因素如盈利模式、恶性竞争、风险控制等也将使其在发展过程中受到的越来越多的挑战。

艾瑞针对2013年中国第三方支付行业整体发展趋势总结如下：

- ✓ 趋势一：借跨境支付，拓国际市场
- ✓ 趋势二：国内支付下一片蓝海——二三线及农村市场
- ✓ 趋势三：支付大融合，创造业务拓展新空间
- ✓ 趋势四：第三方支付助力传统企业互联网化
- ✓ 趋势五：商业模式转型，从支付到金融

趋势一：借跨境支付，拓国际市场

在网络经济高速增长的刺激下，全球网上购物市场的迅猛发展，消费者跨境网购需求日益强烈；且相较于境内支付业务，跨境支付利润更高。因此，随着监管层面的开放，中国支付企业在立足于本土优势，深耕国内市场的同时也要抓住中国进出口贸易程度加深的契机，拓展全球市场。

◆ 政策开闸（汇综发〔2013〕5号）

►为积极支持跨境电子商务发展，规范支付机构跨境互联网支付业务，防范互联网渠道外汇支付风险，国家外汇管理局制定了《支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点指导意见》，下发了《关于开展支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点的通知》，在上海、北京、重庆、浙江、深圳等地区开展试点，允许参加试点的支付机构集中为电子商务客户办理跨境收付汇和结售汇业务。

◆ 市场环境 跨境收付与结售汇规模继续增加

►非银行部门跨境收付规模保持较快增长。2012年，非银行部门跨境收付总额达到5.07万亿美元，较2011年增长15%，与同期GDP之比为62%；

►其中，货物贸易跨境收付总额3.62万亿美元，较上年增长10%，占非银行部门跨境收付总额的71%；

►非银行部门结售汇规模继续增加。2012年，结售汇总额为3.03万亿美元，较2011年增长7%，与同期GDP之比为37%。

来源：国家外汇管理局，国家统计局。

◆ 市场现状 主流支付企业积极布局，业务模式有待创新

模式一：第三方支付机构与境外第三方支付机构合作，通过共享账号的形式，实现跨境支付；
模式二：第三方支付将一批小的跨境支付交易汇总，代理客户到银行换汇。

企业	服务/产品	覆盖领域	合作/收购海外机构	覆盖地区
支付宝	海外购 外卡支付	跨境网购、航空、旅游	日本软银、PSP、安卡支付、VISA、万事达卡	港澳台、日韩、欧美 港澳台
财付通	跨境在线购物支付	美国运通网络商户跨境网购	美国运通	英美
快钱	国际收汇	企业收汇	西联汇款	190个国家和地区
银联	银联互联网跨境购物支付	跨境网购	PayPal、三井住友、东亚银行等境外主流银行卡收单服务机构	香港、日本、美国等全球地区

趋势二：国内支付下一片蓝海——二三线及农村市场

推动因素



- **支付行业发展需要：**目前国内一线城市的支付市场竞争几近饱和，过度营销可能造成资源浪费并带来经营风险。在这种情况下，支付企业有必要根据我国经济发展方向、经济结构特点和金融市场需求调整发展模式，大力发展数量众多、具有一定潜力的二三线中小型城市，以及县域农村地区的支付结算业务，实现客户群体从高端向中低端的逐步覆盖。
- **用户非现金支付需求：**截止2012年末，全国13.5亿人口中，农村人口6.4亿，占比47.4%；其中，手机用户达11.3亿，北上广仅占16.7%；艾瑞认为，随着固定电话、移动通信网络、电视网络在农村地区的全覆盖，为卡基支付、移动支付、电视支付创造了有利条件，增强用户非现金业务需求。
- **电商行业发展趋势：**近年来三四线及以下地区的增长速度远远高于一二线地区；且艾瑞调研数据显示，2012年网购用户地域分布相对分散，占比TOP10中一线城市仅有广东。

典型模式



代表企业	业务模式	简介
中国电信翼支付	手机短信支付 (农村金融)	手机汇款、取款
汇付天下	银行卡收单 (红POS、POS mini)	整合移动支付、网络支付与线下收单业务，完成银行网点相关功能
支付宝	便民支付、农村金融 (新农村事业部)	农村便民支付：各大农商行、电信经销网点合作，为农村用户提供各种支付应用的指导和咨询服务，从而实现网络支付的农村普及 农村金融服务：通过创新的技术手段，帮助提升农村地区金融服务
肯尼亚 Safaricom	移动支付 (M-PESA)	采用最简单的短信技术，只需要发一条短信就可完成转账，并且汇款人和收款人都不要要求拥有银行账户，收款人持收到的转账短信即可到M-PESA代理点兑换现金

趋势三：支付大融合，创造业务拓展新空间

随着政策环境的逐步规范，第三方支付市场呈现出运营主体企业多元化、支付形式多样化、支付领域纵深化发展，促进了行业的大融合；

大融合主要体现为：支付方式的融合、支付账户的融合、服务方式的融合、线上线下的融合、支付与营销等行业的融合；

大融合将为整个第三方支付产业的发展带来更为广阔的发展空间和更加丰富的创新机会，促进支付行业差异化竞争格局的形成。而产业链参与各方应认清自身资源优势，有所为有所不为。



趋势四：第三方支付助力传统企业互联网转型

机遇：互联网化趋势不可逆

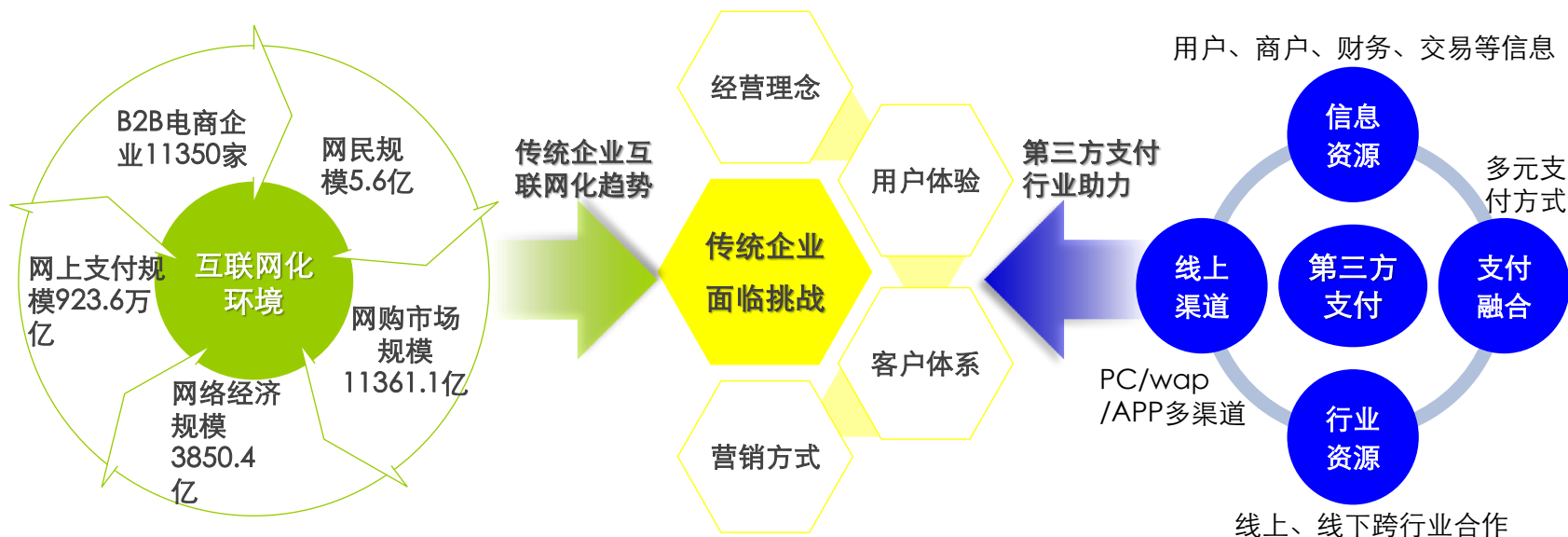
根据发达国家互联网经济发展经验，我国居民生活、消费、娱乐等各个层面逐步网络化，同时互联网化商业模式也取得飞速发展，互联网经济正逐步成长为国民经济的支柱产业。

挑战：拷问传统企业运营模式

互联网是以消费者、企业终端客户需求为主导的市场，传统企业互联网化首先要突破传统运营理念；其次引导业务和管理模式的变革；第三广泛应用网络营销，借互联网实现再造。

变革：第三方支付拓展方向

第三方支付源于电子商务的发展，然而随着第三方支付企业在支付结算服务，用户、商户资源，技术创新，线上线下渠道建设、跨行业产业链整合，资金交易数据等层面的不断积累，对传统行业互联网化转型发展将起到重要推动作用。



趋势五：商业模式转型，从支付到金融

随着第三方支付企业逐步涉及基金、保险等个人理财等金融服务，第三方支付企业将成为银行金融机构的有益补充。电子支付企业也逐步从提供基本的支付工具，行业应用解决方案向金融服务企业转型，第三方支付企业的金融属性逐步增强，这也是未来第三方支付企业发展的方向。

第三方支付借助其数据信息积累与挖掘优势，可实现对客户信用水平的准确、实时把控，有效降低金融风险。因此，在政策逐步开放的大背景下，利用其跨行、信息化和技术领先等优势，开始拓展多种衍生的创新业务，以范金融服务的方式提升资金流转效率将是支付企业发展的重要方向，也是用户的核心诉求。



总结与启示

- **客户资源至上：**在商业社会，谁掌握了客户谁就掌握了业务发展的主线，庞大的上下游客户资源及由此形成的海量的交易信息构成了第三方支付企业实现泛金融商业模式创新的基础和根本。
- **行业渗透是必然：**当前行业内公司拓展至其他行业进行附加利润获取成为趋势，行业之间的壁垒在打破、边界逐渐模糊，行业之间的渗透成为必然。支付企业充分发挥自身资源和能力优势及行业间的协同效应作为出发点和落脚点进行行业拓展。
- **充分挖掘移动互联的价值：**移动互联大大革新了行业的商业模式和个人的消费行为，未来金融产品的开发、销售及与客户需求全生命周期的互动均可利用移动互联平台来实现，移动互联的价值还需要充分挖掘。

概念	定义描述
电子支付	指用户通过电子终端，直接或间接向银行业金融机构发出支付指令，实现货币支付与资金转移的行为。 根据电子支付根据使用终端的不同，电子支付可分为互联网支付、电话支付、手机支付、数字电视支付、POS机刷卡支付、自助支付服务终端支付等多种形式
第三方支付企业	指独立于商户和银行，为商户和消费者提供支付结算服务的机构。 中国的代表企业有支付宝、财付通、银联电子支付、快钱、汇付天下等。
互联网支付	指通过台式电脑、便携式电脑等设备，依托互联网发起支付指令，实现用户和商户、商户和商户之间的货币资金转移的行为。 艾瑞研究体系中的互联网支付特指通过第三方支付平台实现的支付。
移动支付	是指基于无线通信技术（蓝牙、红外、NFC、RFID、移动互联网、短信等），通过移动终端（手机、PAD、电子书、PSP等）实现的非语音方式的货币资金的转移及支付行为。 艾瑞研究体系中的移动支付统计仅包括用户购买第三方平台提供的产品和服务的支付行为，从购买的商品种类来说，包括实物商品（如化妆品、图书）及信息化服务（如机票、游戏点卡），不包括虚拟产品（指彩铃、手机报等定制类产品及图铃、游戏等下载类产品）。
电话支付	是指通过固定电话或手机等拨打商户呼叫中心，通过银行卡授权支付的方式，进行相关订单和服务款项的支付行为。 艾瑞研究体系中的电话支付特指通过第三方支付公司提供的服务通道所产生的电话支付交易，并不完全等同于银行电话银行业务的交易部分。
银行卡收单	是指通过POS终端（传统POS、移动POS等）以及自助支付服务终端（拉卡拉、缴费易、ATM等），基于电话线、互联网以及移动互联网在特约商户为持卡人提供银行卡刷卡消费的授权、清算、拒付等业务过程。
预付费卡	是指以营利为目的发行的、在发行机构指定范围内购买商品或服务的预付价值，包括采取磁条、芯片等技术以卡片、密码等形式发行的电子支付卡片。含多用途预付卡和单用途预付卡。 艾瑞统计数据仅包含多用途预付费卡交易规模。

研究背景

2012年，中国第三方支付逐步进入成熟阶段，市场交易规模达12.9万亿，同比增速有所下滑，为54.2%，但未来仍将保持每年40%左右的稳定增长；

交易规模主要来源于收单业务，但在我国金融基础设施建设还未完善，电子支付渗透率依然不高，并且银行借记卡和贷记卡发卡量也会有提升空间，这都为未来第三方支付市场规模进一步提升提供了条件；

2012年中国互联网支付市场逐步走向成熟，面对传统市场空间见顶、盈利需求提升以及线上线下相融合的行业发展趋势，企业纷纷采取差异化的市场拓展战略。发力市场主要有线下市场、跨境支付以及传统金融产品销售领域，而业务形式更多的采取整合平台优势资源为客户提供涵盖支付结算、资金效率管理、市场营销和增值服务的行业综合解决方案；

移动支付业务正逐渐被市场重视，各方向移动支付领域拓展的意愿十分强烈，未来移动支付的爆发将为第三方支付行业注入新的活力。

未来市场参与者需重点关注新商业模式的建立和数据挖掘。一方面，传统支付业务模式单一，市场壁垒较弱，越来越多的电子商务平台和传统企业都在以收购或自建的方式筹建自己的支付平台，市场竞争进一步加剧，价格战不可避免。未来企业要想维持市场地位，或依靠成本优势或依靠创新商业模式的建立，而只有后者才能保证企业的可持续发展。另一方面，随着用户和交易规模的持续增长，第三方支付企业掌握了大量用户交易关键信息，由此引出的数据经济，将成为第三方支付企业的另一大价值所在。

研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等研究方法，并结合了艾瑞自有的 数据监测系统。

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 结合艾瑞咨询网络广告监测系统iAdTracker和网民网络行为连续性研究系统iUserTracker分析
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - ✓ 政府数据与信息
 - ✓ 相关的经济数据
 - ✓ 行业公开信息
 - ✓ 企业年报、季报
 - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

1. 2012-2013年中国第三方支付市场概况

- 1.1. 政策环境
- 1.2. 市场空间
- 1.3. 用户基础
- 1.4. 产业结构及分布

2. 2012-2013年中国第三方支付市场监测数据

- 2.1. 第三方支付市场交易规模
- 2.2. 第三方支付市场竞争格局
- 2.3. 第三方支付市场交易规模结构
- 2.4. 第三方支付市场用户分布情况

3. 2012-2013年中国第三方支付细分市场分析

- 3.1. 2012-2013年中国线下收单市场发展现状
- 3.2. 2012-2013年中国互联网支付市场发展现状
- 3.3. 2012-2013年中国移动支付市场发展现状

4. 2012-2013年中国第三方支付核心企业分析

- 4.1. 集团运营企业
 - 4.1.1. 中国银联
 - 4.1.2. 支付宝
- 4.2. 独立运营企业
 - 4.2.1. 快钱
 - 4.2.2. 汇付天下
- 4.3. 电信运营商
 - 4.3.1. 中移电子商务
 - 4.3.2. 天翼电子商务

5. 2012-2013年中国第三方支付市场发展趋势

- 5.1. 中国第三方支付行业发展瓶颈
- 5.2. 中国第三方支付市场发展趋势

图1-1 截止2013年3月底央行颁发第三方支付牌照类别分布情况

图1-2 截止2013年3月底获得牌照第三方支付企业地域分布TOP10

图1-3 2002-2012年中国银行卡和信用卡规模

图1-4 2006-2012年中国居民社会消费品零售以及银行卡消费额状况

图1-5 2008--2016中国网络购物市场交易规模

图1-6 2009-2016年中国整体网民及移动网民规模

图1-7 2012年中国互联网支付用户使用及最常使用的支付方式

图1-8 2013年中国互联网支付用户期待使用的支付方式

图1-9 第三方支付产业链结构

图2-1 2009-2016年中国第三方支付市场交易规模

图2-2 2012年中国第三方支付交易规模运营企业类型分布

图2-3 2012年中国第三方支付交易规模核心企业市场份额

图2-4 2009-2016年中国第三方支付行业交易规模结构

图2-5 2010-2016年中国第三方支付细分行业增长趋势变化及比较

图2-6 iUserTracker-2012年1-12月中国第三方支付网站月度总覆盖人数情况

图2-7 mUserTracker-201208-12月中国第三方支付APP月度总覆盖人数情况

图2-8 mUserTracker-201208-12月中国第三方支付web端月度总覆盖人数情况

图3-1 2009-2016年中国第三方线下收单市场交易规模

图3-2 2009-2016年第三方支付线下收单市场交易规模结构

图3-3 2012年中国第三方线下收单市场竞争格局

图3-4 截止2013年3月底中国获银行卡收单牌照第三方支付企业地域分布

图3-5 2009-2016年中国第三方互联网支付市场交易规模

图3-6 2012年中国第三方互联网支付市场竞争格局

图3-7 2012年中国第三方互联网支付细分应用行业交易规模结构

图3-8 2005-2016年中国第三方支付细分应用行业互联网支付渗透率

图3-9 2012年中国互联网支付用户使用第三方支付的方式

图3-10 2013年中国互联网支付用户继续使用快捷支付的意愿

图3-11 2009-2016年中国第三方移动支付市场交易规模

图3-12 2009-2016年中国第三方移动支付细分市场交易规模结构

图3-13 2012年中国第三方移动支付市场交易规模市场份额

图4-1 中国银联集团业务体系

图4-2 2009-2012年银联商务银行卡收单业务市场发展情况

图4-3 2009-2016年银联商务线下收单业务市场交易规模

图4-4 2009-2016年银联在线互联网支付市场交易规模

图4-5 2012年中国银联移动支付平台资金处理规模结构

图4-6 阿里巴巴集团业务体系

图4-7 支付宝支付业务发展历程

图4-8 2011Q3-2012Q4支付宝互联网支付与移动支付业务发展情况

图4-9 2009-2016年支付宝互联网支付市场交易规模

图4-10 2012年8-12月支付宝不同业务渠道用户变化情况

图4-11集团运营第三方支付企业SWOT策略分析

图4-12快钱支付业务发展历程

图4-13 2011Q1-2012Q4快钱互联网支付市场交易规模

图4-14汇付天下业务体系

图4-15汇付天下发展历程及业务系统拓展

图4-16 2011Q1-2012Q4汇付天下互联网支付市场交易规模

图4-17独立运营支付企业SWOT策略分析

图4-18中移电子商务支付业务体系

图4-19中移电子商务发展历程

图4-20 2012年中国移动支付业务交易规模结构

图4-21中电信天翼电子商务发展历程

图4-22中电信天翼电子商务公司组织架构

图4-23中电信天翼电子商务支付业务产品体系

图4-24电信运营商支付业务SWOT策略分析

表1-1 非金融机构支付业务监管体系细化历程

表1-2 重点城市第三方支付发展的特点差异明显

表2-1 2012年中国第三方支付不同业务类型发展比较

表2-2 不同终端第三方在线支付用户情况对比

表4-1 支付宝支付业务发展现状

表4-2 对比传统支付结算业务与第三方支付行业解决方案特点

表4-3 天翼电子商务有限公司主要支付产品及其运营模式

本报告为艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

选择艾瑞，选择可以信任的合作伙伴。

iResearch

艾 瑞 咨 询 集 团