


2020年 中国聚合支付行业概览

概览标签：聚合支付，第三方支付，移动支付

报告作者：李哲
2020/02



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供**技术支持服务**

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，**园区企业孵化服务**

报告阅读渠道

头豹科技新闻网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451

概览摘要

聚合支付，即第三方支付平台，是通过整合碎片化的第三方支付渠道而形成的多个支付渠道集合平台。在扫码支付时代，支付渠道繁多，消费者与商户之间的支付渠道不匹配的现象经常发生，聚合支付能有效解决这一痛点，为商户与消费者提供支付便利的同时提供卡券核销、财务管理与会员管理等附加服务，已成为中国支付产业链中不可或缺的环节。中国聚合支付行业起步于2011年，随着移动支付的兴起，在2014年底开始进入高速增长期，其总交易额由2015年的1.5万亿元快速增长至2019年的45.2万亿元，年复合增长率达134.3%，预计交易额在2024年达到166.7万亿元。按交易额统计，2019年中国聚合支付行业市场规模为632.4亿元，预计到2024年达到2,334.2亿元。

◆ 聚合支付作为产业链中直接面向商户的环节，能直接了解商户需求，是第三方支付机构与商户之间的重要连接环节

作为产业链中直接面对商户的环节，聚合支付服务商积累了大量商户资源与消费数据，使其较上游第三方支付机构更了解商户需求，特别是小微商户的需求。以收钱吧收款音箱II举例，在扫码支付初期，漏单逃单事故时有发生，为解决该现象，收钱吧率先推出收款音箱，该产品针对小微商户与夫妻店设计，能在不需要网络的情况下即时播报商户的收单信息，并结合适当的智能语音功能节省商户确认交易的时间，解放商户的时间用于生产工作，解决了小微商户与夫妻店商户人手不足、交易难以确认等痛点。

◆ 国民消费水平的日渐增长与商户渗透率的提升驱动聚合支付行业发展，而上游第三方移动支付行业流量见顶为行业带来挑战

聚合支付行业的利润与国民消费紧密相连。中国人均GDP在2019年超过1万美金，同时中国全国城镇居民人均消费性支出从2014年的19,968.1元稳步上升至2019年的28,063.0元，而消费的增加将推动交易量的增加，从而带动聚合支付行业的利润上涨。另一方面，中国聚合支付商户覆盖数量预计将由2016年的123.1万户上升至2019年的2,307万户，涨幅超过18倍，渗透率达46.1%。随着商户覆盖程度的扩大，聚合支付行业的收入也将随之提升。反观上游中国第三方移动支付行业交易规模的增长率从2017年第一季度的22.7%跌至2019年第三季度的1.8%，其中2019年第二季度甚至出现逆增长（-0.7%），说明聚合支付上游整体交易规模的增速已显著放缓。

◆ 中国聚合支付行业呈现定制化与国际化趋势

由于聚合支付行业核心产品聚合二维码与扫码枪等难以实现差异化，导致聚合支付行业产品同质化现象严重。自2017年起，在政策的有力引导下，聚合支付服务商正将产品与服务向差异化与定制化转型，为商户提供定制化的支付解决方案。另一方面，聚合支付行业在面对中国市场日益激烈的竞争与国际市场日益增长的需求，开拓海外新市场成为其寻求增长的主流路径。

企业推荐： PING++，收钱吧，钱方好近

目录

◆ 名词解释	-----	07
◆ 中国聚合支付行业市场综述	-----	08
• 定义、产品分类与发展历程	-----	08
• 商业模式	-----	09
• 政策分析	-----	10
• 行业投融资情况	-----	11
• 行业市场规模	-----	12
◆ 中国聚合支付产业链分析	-----	13
• 上游分析	-----	14
• 中游分析	-----	15
• 下游分析	-----	16
◆ 中国聚合支付行业驱动因素分析	-----	17
◆ 中国聚合支付行业制约因素分析	-----	18
◆ 中国聚合支付行业发展趋势分析	-----	19
• 产品差异化转型	-----	19
• 开拓海外市场	-----	20
◆ 中国聚合支付行业竞争格局	-----	21
◆ 中国聚合支付行业投资企业推荐	-----	22
• 投资企业推荐——PING++	-----	22
• 投资企业推荐——收钱吧	-----	24

目录

• 投资企业推荐——钱方好近	-----	26
◆ 中国聚合支付行业投资风险分析	-----	28
◆ 专家观点	-----	29
◆ 方法论	-----	30
◆ 法律声明	-----	31

名词解释

- ◆ **SDK** : 软体开发工具包 (Software Development Kit) , 是被软件工程师用于为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等建立应用软件的开发工具的集合, 通俗意义上指由第三方服务商提供的实现软件产品某项功能的工具包。
- ◆ **API** : 应用程序编程接口 (Application Programming Interface) , 是一些预先定义的函数, 或指软件系统不同组成部分衔接的约定。其作用是在无需访问源码与了解软硬件内部架构的情况下, 提供应用程序的使用权限给他人使用或开发。
- ◆ **ODM** : 原始设计制造商 (Original Design Manufacturer) , 是一种采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务, 而采购方仅负责销售环节的产品生产模式。采购方通常也会授权其品牌给制造方, 允许制造方生产贴有该品牌的产品。
- ◆ **OEM** : 原始设备制造商 (Original Equipment Manufacturer) 是一种制造商完全依照委托方的设计需求来进行制造加工的产品生产模式。
- ◆ **O2O** : 线上到线下 (Online To Offline) , 是指将线下的商务机会与互联网结合, 让互联网成为线下交易的平台。以滴滴为例, 滴滴以互联网为连接方式, 为乘客提供线上约车服务, 而乘客到线下享受网约车服务。
- ◆ **新零售** : 是个人、企业以互联网为依托, 通过运用大数据、人工智能等先进技术手段并运用心理学知识, 对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造, 进而重塑业态结构与生态圈, 并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。
- ◆ **PCI-DSS** : 支付卡行业数据安全标准 (Payment Card Industry Data Security Standard) , 是由PCI安全标准委员会的创始成员(visa、mastercard、American Express、Discover Financial Services、JCB等)制定的行业标准, 其目的是使国际上采用一致的数据安全措施。
- ◆ **地推** : 是一种线下地面推广模式, 通常是由代理商组织团队对社区商户进行点对点推广。

中国聚合支付行业概述——定义、产品分类与发展历程

在中国移动支付品牌选择较多的情况下，聚合支付整合多个支付渠道形成单一化、产品化的支付方式，解决用户与商家收款渠道不匹配的痛点

聚合支付定义

聚合支付，即第三方支付平台，是通过整合碎片化的第三方支付渠道而形成的多个支付渠道集合平台。相较于传统二维码，聚合支付二维码集合了支付宝、微信支付、翼支付与京东支付等多个第三方支付渠道，解决在传统第三方支付场景下，消费者支付渠道与商户收款渠道不匹配的痛点。

聚合支付概念



聚合支付行业发展历程

中国支付行业经历了两次变革，第一次即现金支付到银行卡支付的转变，第二次是银行卡支付到扫码支付的变化。而聚合支付在2011年扫码支付兴起时诞生，并在2011至2015年快速发展，在2015年支付宝线下移动支付双十二活动时达到顶峰，但快速增长也为聚合支付行业带来诸如价格战、服务商“跑路”等恶性事件。从2017年起，聚合支付行业政策监管趋严，**行业进入稳定期**。

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

聚合支付产品分类

中国聚合支付企业针对不同应用场景，围绕支付服务推出一系列产品，可分为**收款硬件与软件及解决方案**。硬件包括扫码枪与收款盒子等终端设备，软件及解决方案包括支持财税管理、门店管理、智能营销等功能的APP与定制化的支付解决方案，如连锁店收单系统等，多样化的产品也使聚合支付能渗透至不同的支付场景。

中国聚合支付行业典型产品



中国聚合支付行业概述——商业模式分析

中国聚合支付行业商业模式可分为技术驱动型与资源驱动型，其中资源驱动型因其针对的客户群体更广而成为市场主流

中国聚合支付行业商业模式主要有技术驱动型与资源驱动型两种，产品上，技术驱动型服务商定制化程度高，而资源驱动型服务商易于实现规模化，盈利方式上，技术驱动型服务商以收取年费为主，资源驱动型服务商以收取交易服务费为主。

技术驱动型：技术驱动型服务商通过技术开发，提供聚合SDK接口供商户使用或是根据客户需求开发针对性解决方案，商户只需向其支付服务年费而无需支付每笔交易的交易服务费（服务费直接支付给相应的第三方支付渠道），年费根据商户所需接口数、日支付额度、跨境支付权限及附加功能等变化。同时商户需自行申请第三方支付渠道接入聚合SDK接口。

资源驱动型：资源驱动型服务商将聚合支付二维码等技术产品化，通过“互联网+地推”的模式，利用返佣、补贴、入驻送设备等营销手段快速实现规模化，占领市场先机。其主要盈利模式是从商户每笔交易中扣除一定比例的交易流水费。以美团收单为例，通常**新用户费率为0.20%，六十天后转为0.38%**。其商业模式优势是接入门槛较低，使用容易、安装门槛低、易于实现规模化复制。

技术驱动型服务商特点及影响

中国聚合支付行业主要商业模式特征对比

资源驱动型服务商特点及影响

技术驱动型商业模式的优点在于定制化程度高，可根据商户需求和应用场景设计跨境支付、多级代理分销、多门店系统以及新零售等一系列针对性附加功能，受连锁店等高端商户喜爱，同时无需地推与补贴来吸引商户，营销成本相对资源驱动型较低。技术驱动型劣势是客单价过高，以Ping++为例，其标准版定价为9,999元/年，同时还存在接入复杂等缺点，因而将大多数小微商户排除在外。另一方面，技术驱动型服务商的定制化产品开发时间长，难以实现规模化复制，导致发展受限制。

技术驱动型

- **主要收入**：年费
- **针对客户群**：高端商户
- **接入门槛**：较高（年费接近上万）
- **优点**：定制化程度高
- **缺点**：客单价高，难以实现规模化
- **案例**：PING++、Paymax



资源驱动型

- **主要收入**：交易服务费
- **针对客户群**：中小微商户
- **接入门槛**：较低（补贴时无任何接入费用）
- **优点**：易于实现规模化
- **缺点**：依赖地推，利润空间低，定制化程度低
- **案例**：收钱吧、美团收单

资源驱动型服务商主要针对中小微商户，而中小微商户占市场多数，所以**资源驱动型服务商也是目前市场主流的聚合支付行业运营模式**。资源驱动型服务商依赖营销与地推，因此前期投入大，需等到规模化效应产生后才能实现盈利。同时资源驱动型服务商产品附加价值较少，定制能力薄弱等缺点也限制了其在高端商户市场中的发展。目前多数资源驱动型服务商已逐渐开始提供定制化服务，也侧面证明中小微商户市场已经趋于饱和。

来源：PING++官网，美团收单官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业概述——政策分析

中国聚合支付业务发展时间较短，随着政策监管的有效引领，行业正往标准化、有序化与常态化发展

中国聚合支付由于行业敏感受政策高度关注，政策监管从行业定位、技术安全、风险控制与政策红线四个方面促进行业形成标准。

中国聚合支付行业政策监管分析

政策红线

严禁收单机构将特约商户**资质审核、受理协议签订、资金结算**、收单业务交易处理、**风险监测、受理终端（网络支付接口）主密钥生成和管理**、差错和争议处理工作交由聚合技术服务商办理。

技术安全

聚合支付服务商应保证自身系统的稳定性，为市场提供可靠、便利且安全的支付收单业务，需保证各环节的信息技术安全，并应保证商户数据储存与管理的稳定性。

风险控制

聚合支付服务商应提前做好风险管控，对收单各环节风险进行评估，应利用技术手段防止人为篡改、伪造或隐匿商户交易信息。聚合支付服务商应保证交易信息可追溯来源，加强风险管控意识。

行业定位

聚合支付行业相关政策明确了聚合支付行业在市場中的角色定位。聚合支付需要经工商局批准成立，受商户委托，利用自身技术与服务为商户提供集成支付解决方案。在服务中，聚合支付服务商应只提供集成技术与服务，不参与资金的清算。

中国聚合支付行业相关政策，2016-2019年

政策名称	颁布机构	颁布日期	政策影响
《中国人民银行关于进一步加强支付结算管理防范电信网络新型违法犯罪有关事项的通知》	中国人民银行	2019-03	《通知》提出加大对支付结算环节的监管力度提高了相关违法犯罪行为的处罚力度，同时 制定了行业的禁行红线
《聚合支付安全技术规范》（征求意见稿）	全国金融标准化技术委员会	2018-08	《规范》提出了聚合技术服务商与支付服务机构开展聚合支付服务的总体框架、安全、风控管理等要求， 为行业制定了经营管理标准
《中国人民银行办公厅关于加强条码支付安全管理的通知》	中国人民银行	2017-12	《通知》要求行业的支付技术与业务提高安全性， 使行业降低技术安全方面的风险
《中国人民银行关于规范支付创新业务的通知》	中国人民银行	2017-12	《通知》规定了服务商不得使用“零利率”与“套现”等涉嫌不正当竞争，误导消费者或者违法违规行为的文字进行营销， 使行业恶性竞争情况得到缓解
《关于进一步加强无证经营支付业务整治工作的通知》	中国人民银行	2017-11	《通知》要求行业整治无证经营的情况， 间接导致了行业洗牌，大批服务商淘汰出局或转型
《中国人民银行关于持续提升收单服务水平规范和促进收单服务市场发展的指导意见》	中国人民银行	2017-03	《意见》引导行业加强整体服务水平，也 认可了聚合支付服务商的收单业务
《中国人民银行支付结算司关于开展违规“聚合支付”服务清理整治工作的通知》	中国人民银行	2017-02	《通知》 严厉禁止了聚合支付服务商以“大商户”等涉嫌“二清”的违规模式进行收单业务，规范了其业务流程，使商户资金得到保障
《条码支付业务规范(征求意见稿)》	中国支付清算协会	2016-08	《规范》统一了上游条码支付的业务标准，使行业 产品向标准化发展

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

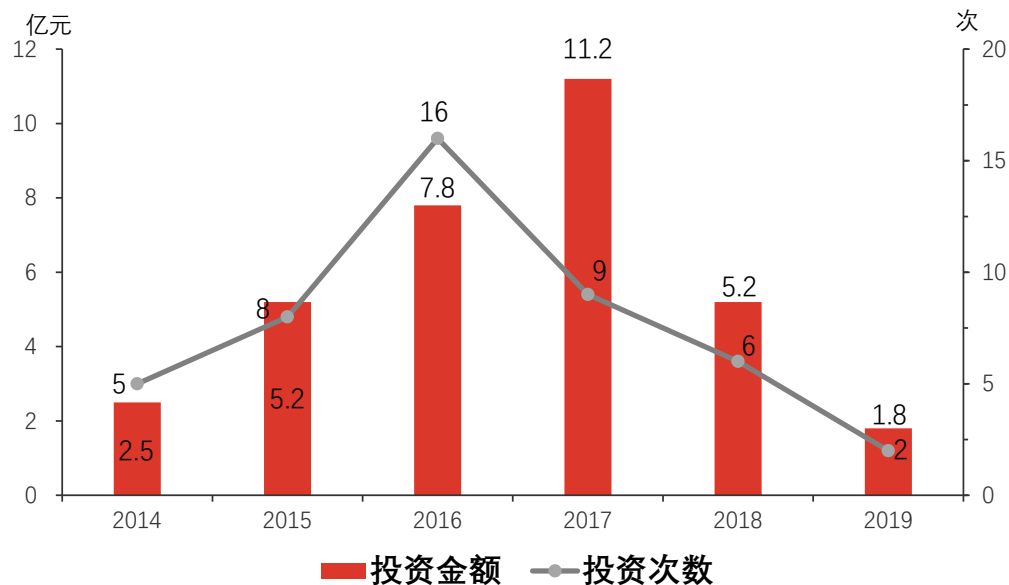
中国聚合支付行业概述——行业投融资情况

聚合支付行业在受到市场追捧后，其投资热度随着监管趋严开始逐年下降，但聚合支付服务商逐渐积累的商户资源与用户数据使其被收购与并购的价值提高

聚合支付行业投融资情况

- ◆从股权投资角度看，聚合支付行业股权投资金额与投资次数在经历逐年上涨后到2016至2017年达到顶峰，之后开始逐年下降，投资金额从2017年的11.2亿元下降至2019年的1.8亿元，投资次数也从2016年顶峰时的16次下降至2019年的2次，行业经历了投资热度上升并受到资本市场追捧，但随着监管落地与行业竞争加大，热度下降。
- ◆从具体投资企业看，聚合支付服务商通常会接受大型金融服务集团的投资作背书，如钱方好近获上市公司四方精创投资、利楚扫呗获富友集团投资、爱贝信息获上市公司麦达数字投资。由于聚合支付服务商拥有的商户数据与流量在流量为王的互联网时代价值颇高，大型企业投资聚合支付行业也印证了其投资价值，说明**收购与并购成为聚合支付行业投资机构退出方式的可能性较高**，2019年京东收购哆啦宝与乐惠两大聚合支付服务商也再次印证此趋势。

中国聚合支付行业股权投资金额与投资次数，2014-2019年



中国聚合支付行业近五次投资事件

时间	企业名称	轮次	投资金额	投资方	投后估值
2020-01	 今码付	A轮	数千万人民币	合生资本	1.5亿人民币
2019-08	 钱方好近	战略投资	2,000万美元	红杉资本中国经纬创投领投	6.5亿人民币
2019-03	 利楚扫呗	A轮	5,000万人民币	富友集团高文投资	2.5亿人民币
2018-11	 首新科技	天使轮	1,000万人民币	和山汇	5,000万人民币
2018-11	 爱贝信息	战略投资	1,000万人民币	麦达数字	5,000万人民币

来源：桔子IT，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业概述——行业市场规模

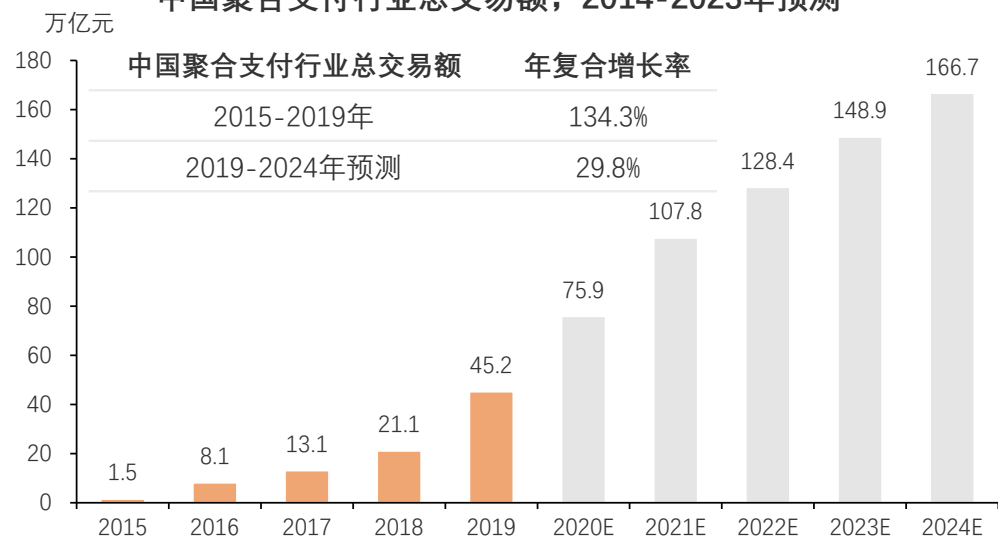
随着上游第三方支付行业的增速降低，聚合支付行业市场规模增速将逐渐放缓并趋于稳定，预计2024年市场规模将达到2,334.2亿元

中国聚合支付的市场规模无统一统计标准，经专家确认，头豹分析师认为以行业总交易额乘以支付通道利润是合理的统计方法。

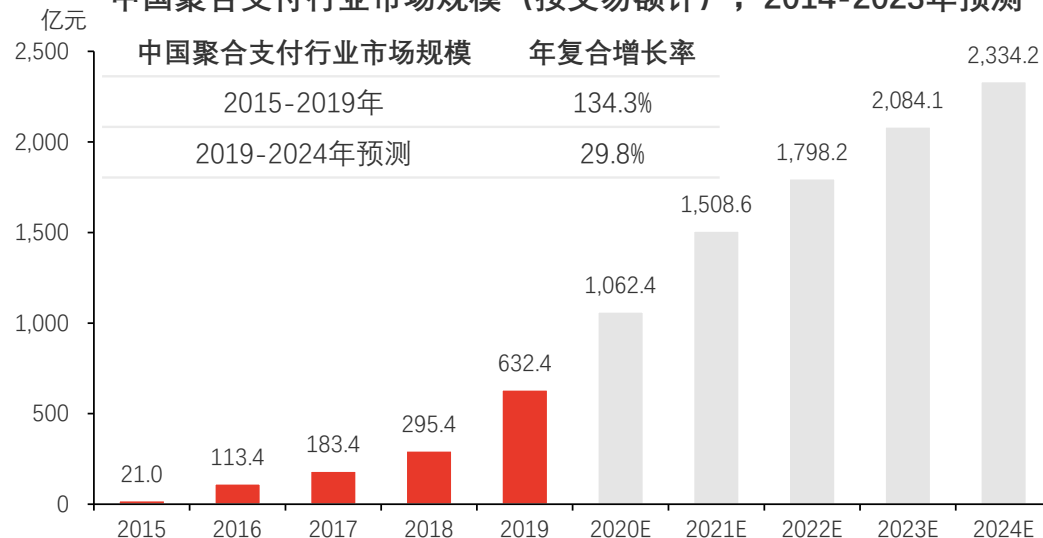
$$\text{总交易额} \times (\text{交易费率} - \text{通道成本}) \approx \text{聚合支付行业市场规模}$$

- ◆ **总交易额**：中国聚合支付行业最早起源于2011年，其随着移动支付的兴起在2014年底开始进入高速增长期。中国聚合支付行业**总交易额从2015年的1.5万亿元快速增长至2019年的45.2万亿元**，年复合增长率达134.3%。结合专家观点，由于聚合支付行业对上游第三方支付行业的高度依赖，头豹分析师认为中国聚合支付行业交易额的增长率需参考第三方支付行业交易规模的增长历史，上游第三方移动支付行业流量增长见顶将传导至聚合支付行业，使聚合支付行业相应地增长放缓。从用户增长角度，三线以上城市移动支付覆盖率超过96%，因此移动支付行业的用户增量将难以继续为聚合支付行业带来交易额的增长。预计2019年起，聚合支付行业交易额增长率将从68%逐年降低至2024年的12%，并稳定在10%-15%左右，交易额在**2024年达到166.7万亿元**。
- ◆ **费率减通道成本**：聚合支付行业交易费率因通道成本的上涨而逐年上升，现**稳定在0.2%至0.38%**，而**通道总成本约为0.2%至0.28%**。
- ◆ **聚合支付行业市场规模**：根据总交易额乘以交易费率与通道成本的差值得出，**2019年中国聚合支付行业市场规模为632.4亿元**，**预计到2023年将达到2,334.2亿元**。

中国聚合支付行业总交易额，2014-2023年预测



中国聚合支付行业市场规模（按交易额计），2014-2023年预测



来源：专家访谈，中国移动支付网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业产业链分析

中国聚合支付行业直接面向商户，能了解商户需求，是第三方支付行业与商户之间的重要连接环节

中国聚合支付行业产业链分为三个环节：产业链上游环节主体为银行、清算机构、第三方支付企业、技术与硬件供应商；产业链中游环节参与者是由互联网系服务商、官方服务商、银行系服务商与创业公司组成的聚合支付服务商；下游主体为营销服务商与终端商户。

中国聚合支付产业链结构



来源：专家访谈，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业产业链分析——上游分析

聚合支付产业链上游核心主体为第三方支付机构和技术与硬件供应商，分别为聚合支付服务商提供底层支付通道与技术开发、硬件生产服务，同时决定其经营成本

中国聚合支付行业产业链上游环节参与者是银行、清算机构、第三方支付企业、技术与产品供应商，其中与聚合支付服务商链接最紧密的是第三方支付行业与技术产品供应商，分别为聚合支付服务商提供支付渠道与软硬件基础支持。

第三方支付行业

第三方支付企业是政府授予牌照的独立支付服务机构，其中第三方移动支付随着智能手机与扫码支付的普及，成为市场主流支付方式。第三方支付机构是聚合支付行业的支付渠道供应商，为聚合支付服务商受理、转接与确认支付订单，是聚合支付服务的核心基础，其服务费率直接决定聚合支付服务商的成本。第三方支付行业规模、政策与竞争情况如下：

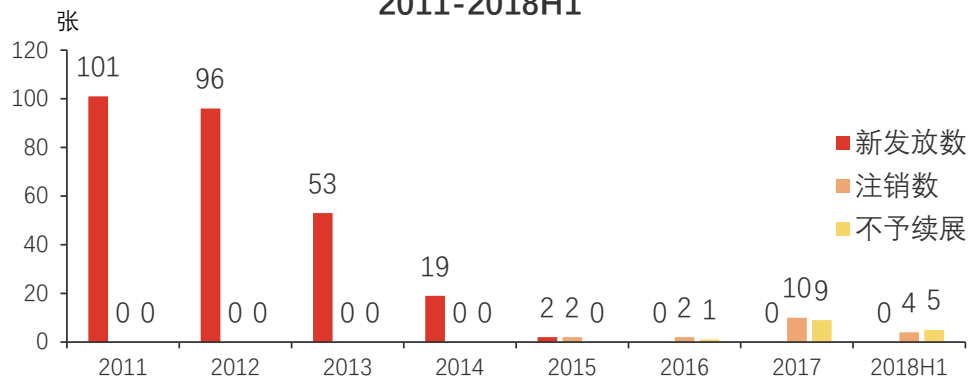
- ◆ **交易规模**：中国第三方移动支付市场经历了2011年-2018年的快速发展，已发展成熟，其交易规模已于2018年达190.5万亿元，接近美国的11倍，位居世界首位。
- ◆ **监管趋严**：第三方支付行业是政策敏感型行业，牌照对于第三方支付机构而言尤为重要。而自2016年起，央行便没有再发放第三方支付牌照，同时注销与不予续展的案例明显增多，第三方支付行业监管趋严，行业进入洗牌期。
- ◆ **寡头竞争**：在第三方支付行业中，蚂蚁金服旗下支付宝与腾讯财付通旗下微信支付合计占据中国第三方移动支付市场份额的92.6%，市场整体呈现寡头竞争格局。

技术与硬件供应商

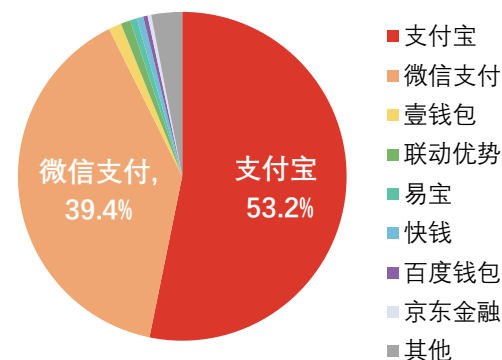
技术与硬件供应商主要负责聚合支付行业上游的技术开发与硬件生产。但由于整体技术开发难度低，多数聚合支付服务商选择自行开发。硬件产品方面，由于自行生产需要前期大规模资金投入，服务商多选择以ODM与OEM的模式生产。

- ◆ **技术开发**：聚合支付技术开发包括APP软件开发、支付系统开发、API与SDK开发等。由于大部分技术已在互联网实现开源，聚合支付技术开发利润偏低，不包括维护环节在内的利润率约20%-40%。
- ◆ **硬件生产**：聚合支付行业硬件包括扫码枪、二维码立牌与POS机等，通常采用ODM或OEM模式生产，该模式帮助服务商降低前期资金投入，使行业进入门槛降低。由于聚合支付硬件普遍订单量大，硬件产品生产商利润率通常仅为15%-30%。

中国第三方支付牌照发放、注销与不予续展情况，2011-2018H1



2019年第一季度中国第三方支付移动支付市场交易份额



来源：中国人民银行，国盛证券，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业产业链分析——中游分析

聚合支付产业链中游主体由互联网系服务商、官方服务商、银行系服务商与创业公司构成，合计2019年覆盖商户数量将达到2,307万家，整体商户资源较为分散

聚合支付产业链中游

中国聚合支付行业产业链中游主体可由互联网系服务商、政府官方服务商、银行系服务商与创业公司组成。互联网系服务商如美团凭借O2O业务积累的400万线下商户资源快速布局聚合支付，是行业的有力竞争者。政府官方服务商如银联商务拥有大批其在银行卡时代积累的高端商户资源。银行系服务商依托其业务与聚合支付的高度关联性迅速获取用户。而由于中国市场容量大，商户分散，市场难以形成统一，吸引众多创业公司参与行业竞争。四方参与者中互联网系服务商与创业公司在市场上表现更加活跃，善于通过地推、返佣、收购等方式整合行业资源，快速占领市场，同时通过为商户提供附加价值以增加商户的黏性。

中国聚合支付产业链中游参与者

互联网系服务商、官方服务商、银行系服务商与创业公司四方形成互相竞争与互相制约的关系，2019年合计覆盖的商户数量预计达**2,307万家**，占整体移动支付商户数量的**46.1%**

互联网系服务商



互联网型平台是指拥有互联网集团背景的聚合支付平台，通常自带支付场景，能有效**依托其互联网生态圈资源与流量**丰富其支付体验，同时提供基于其支付场景的特定服务。以美团收单为例，美团整合其生态圈内一系列互联网资源与流量，为商户提供除聚合支付外的附加价值服务，如支付后自动点评、智能财务SaaS系统、智能卡券核销等

VS

官方服务商



官方服务商是指政府监管机构下属的服务商，以银联商务为主，其业务固定，业务创新较少。由于拥有**官方背书与银行卡支付时代的积累**，官方服务商拥有大批高端商户资源

VS

银行系服务商



银行系服务商以中国建设银行龙支付为例，建行整合现有渠道以及网络支付、移动支付构成的统一支付平台，具有安全系数高、到账时间快、银行系统内便于申请贷款等其他服务商不具备的优点

VS

创业公司



据专家统计，中国聚合支付行业创业公司**超过1万家**，数量众多，是市场的主要参与者。创业公司创新能力更强，更容易从商户需求角度出发设计产品。通常聚合支付行业创业公司会获得互联网与金融类大型公司战略投资，利于双方共同拓展行业资源

来源：中国产业信息网，专家访谈，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业产业链分析——下游分析

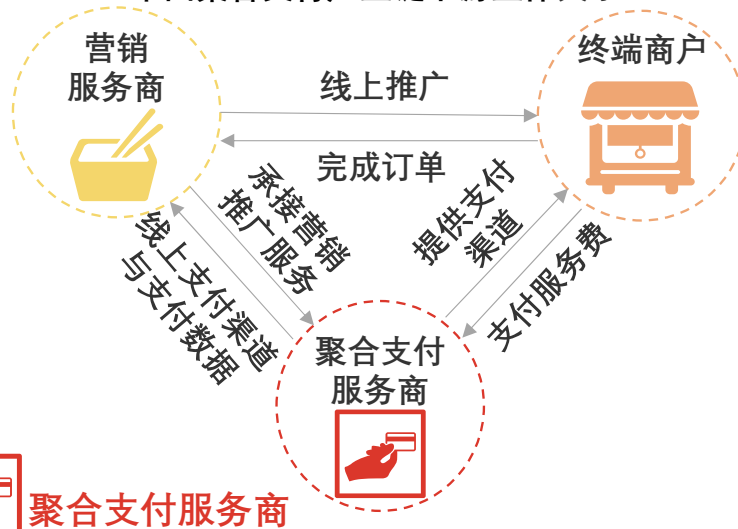
营销服务商与终端商户分别为聚合支付服务商提供线上与线下收入来源，而线下商户是聚合支付服务商的主要客户，因此拓展商户资源是聚合支付产业下游的重要环节

中国聚合支付行业产业链下游环节由营销服务商与终端商户组成，聚合支付服务商提供信息数据与支付渠道给下游环节，营销服务商负责承接营销推广与提供线上商户，而终端商户是聚合支付服务商的主要客户，因此**拓展商户资源也是聚合支付产业链下游最重要的环节**。

营销服务商

营销服务商以**线上本地生活平台为主**，为聚合支付服务商提供**线上收单商户**。以美团点评为例，消费者在线上获取某餐厅信息，选择并下单，到线下该餐厅享受其餐饮服务，而聚合支付服务商在其中提供线上支付渠道，收取服务费。营销服务商为聚合支付服务商提供线上业务的同时，也是聚合支付服务商为商户提供的附加增值服务中**大数据精准营销服务的下游承接商**。聚合支付服务商自身营销能力有限，但拥有丰富支付相关数据，因此通常通过提供数据给下游营销服务商完成商户营销的附加增值服务。由于聚合支付行业的主要客户群以线下为主，线上本地生活服务商为聚合支付服务商带来的收入**不会超过20%**。由于聚合支付服务的选择多且产品与服务相似度高，中游聚合支付服务商对营销服务商的**溢价能力较弱**。

中国聚合支付产业链下游主体关系



聚合支付服务商

聚合支付服务商需要在下游获取商户资源，拓展其服务费收入来源，因此**商户拓展是聚合支付行业下游的核心环节**，是其成本的重要组成部分。聚合支付服务商拓展商户的方式以线下地面推广为主。地推成本是聚合支付服务商的**边际成本**，推广力度增加，收入将随之相应增加。结合专家观点，头豹分析师认为，**地推成本高，且效率低，但由于市场商户分散，线上推广难以覆盖，短期内仍是聚合支付服务商拓展商户时的最优选项**。

终端商户

终端商户是聚合支付服务商的主要客户，其产生的**交易服务费是聚合支付服务商的主要收入来源**。聚合支付针对的终端商户以**线下**为主，终端商户按规模划分为大型连锁商户，中型、小型与微型商户，不同商户类型的交易服务费不同，通常在**0.30%到0.38%**之间。在银行卡支付时代，由于支付系统的接入成本高，大型连锁商户与中型商户是支付行业的主要客户，而在扫码时代，接入成本大幅降低，中小微型商户的需求开始得到满足，成为支付行业特别是聚合支付行业的主要客户群。截至2018年末，中国小微企业法人与个体工商户共计约**9,200万户**，占全部市场主体的**比重超过90%**。由于中小微商户价格敏感度高与聚合支付行业“薄利多销”的商业模式，中游聚合支付服务商对终端客户的**溢价能力较弱**。

来源：专家访谈，中国人民银行，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

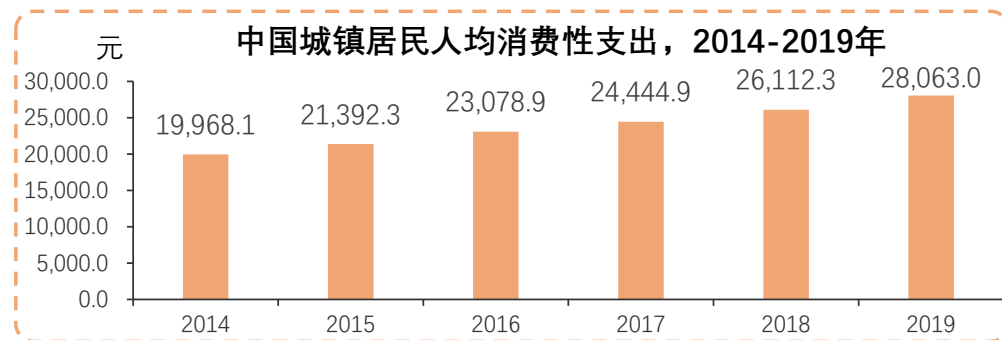
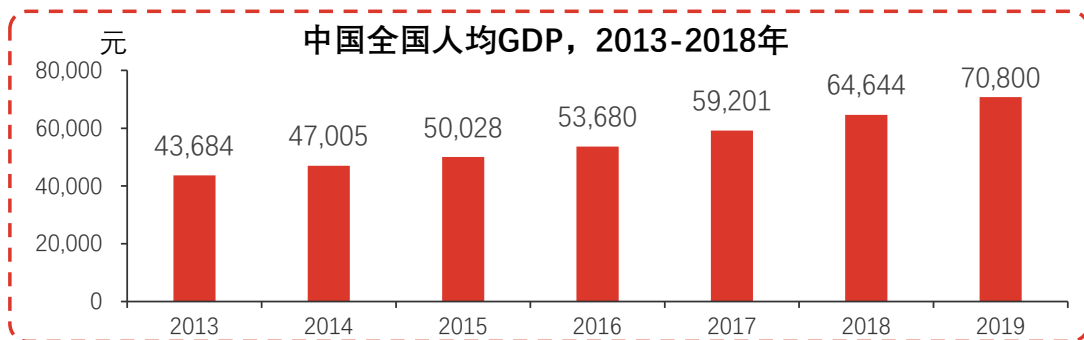
中国聚合支付行业驱动因素分析——消费增长与商户渗透率提升

中国国民消费的增长与下游商户覆盖程度的提升将带动中国聚合支付行业交易规模的增长与收入的上升

驱动因素1：消费带动聚合支付行业交易规模上升

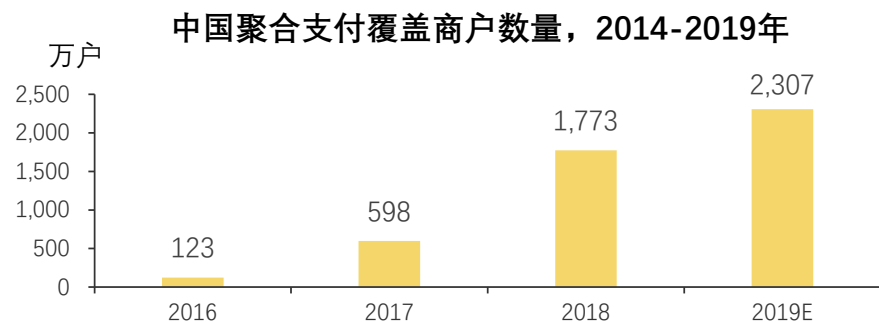
聚合支付行业的增长与国民消费紧密相连。在中国经济稳步增长的背景下，中国人均GDP在2018年达到63,644元，并在2019年**超过1万美元**，同时中国全国城镇居民人均消费性支出从2014年的**19,968.1元**稳步上升至2019年的**28,063.0元**，象征着中国的消费能力正在提升。2019年全年中国社会消费品零售总额**411,649亿元**，比上年增长**8.0%**。国民消费的增长，直接带动聚合支付行业交易规模增长。在交易服务费率不变的情况下，交易规模的增长将直接促使聚合支付服务商的利润提高，推动行业发展。

中国国民消费的增长：2019年全年中国社会消费品零售总额411,649亿元，比上年增长8.0%



驱动因素2：下游商户覆盖程度的提升聚合支付服务商收入

下游终端商户是聚合支付服务商的主要客户，其产生的交易服务费是聚合支付服务商的主要收入来源，因此聚合支付服务商均推出代理商加盟等不同的推广模式以拓展商户。以头部服务商钱方好近为例，钱方好近推出全球合伙人计划，吸引商户入驻。中国聚合支付覆盖商户数量在2016至2019年间显著提升，从2016年的123.1万户升至2019年的预计**2,307万户**，**涨幅超过18倍**，**渗透率达46.1%**，在形成规模后，随之而来的是聚合支付服务商收入的大幅增长。



来源：国家统计局，中国产业信息网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业制约因素分析——上游流量增长放缓

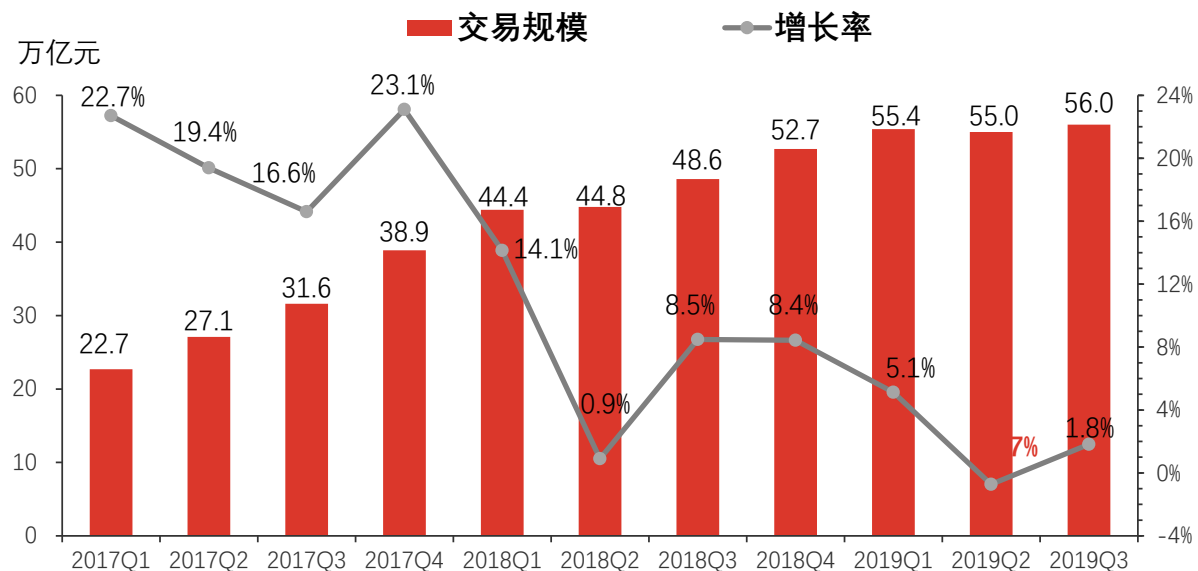
上游第三方移动支付行业增速放缓与移动互联网流量见顶使聚合支付行业的增长潜力降低，移动支付对聚合支付行业的红利将逐渐褪去

上游移动支付规模增长放缓与移动互联网流量见顶这两因素制约了聚合支付行业的发展：

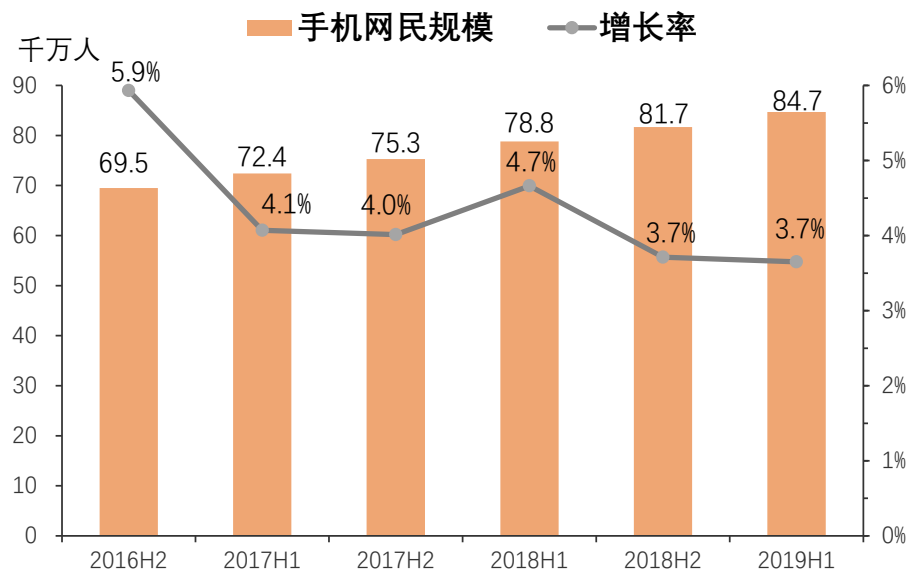
移动支付规模增长放缓：聚合支付的诞生依托于移动支付的普及，而随着移动支付的普及，移动支付对聚合支付行业带来的红利正在逐渐褪去，并制约聚合支付行业的发展。中国第三方移动支付行业交易规模的增长率从2017年第一季度的**22.7%**跌至2019年第三季度的**1.8%**，其中2019年第二季度甚至出现**逆增长 (-0.7%)**，说明聚合支付上游整体交易规模的增速已显著放缓。

移动互联网流量见顶：中国移动互联网流量增长放缓，根据中国互联网络信息中心数据，中国手机网民规模的增长率从2016年下半年的**5.9%**降至2019年上半年的**3.7%**，也印证了移动互联网流量见顶的问题。上游移动支付的增长动力下降将势必影响聚合支付行业的增长潜力。

中国第三方移动支付行业交易规模与增长率，2017Q1至2019Q3



中国手机网民规模与增长率，2016H2至2019H1



来源：中国互联网络信息中心，专家访谈，萝卜投研，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

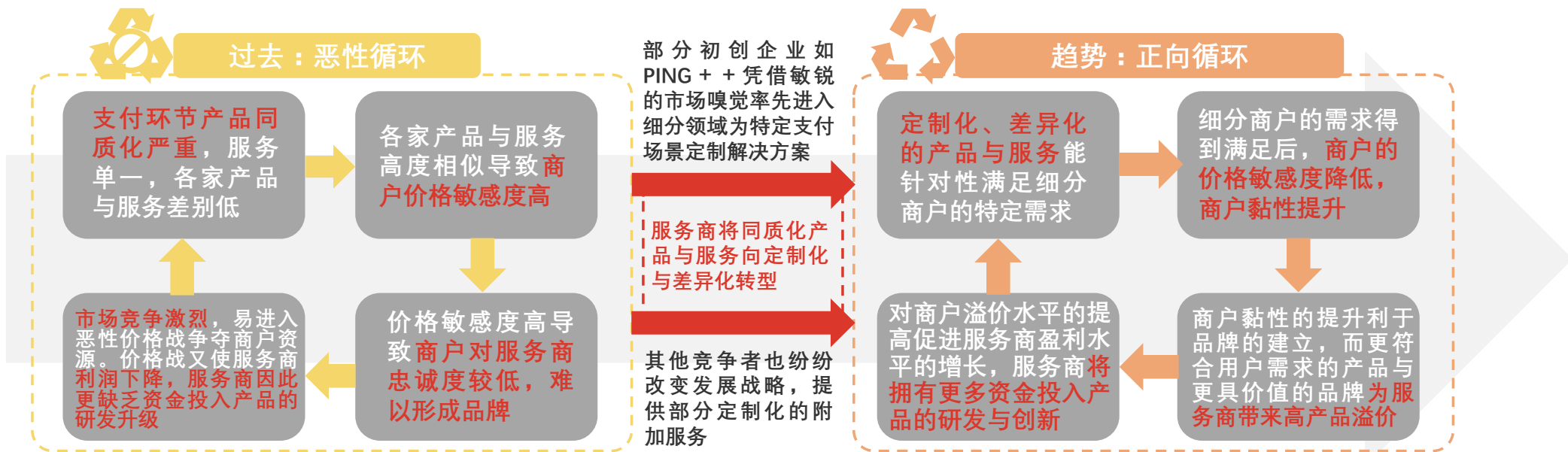
中国聚合支付行业发展趋势——产品差异化转型

同质化的支付产品使商户的价格敏感程度提高、黏性降低，但随着企业提供更多高附加值的定制化服务，商户的品牌黏性将随之上升

产品向差异化与定制化转型

由于聚合支付行业核心产品聚合二维码与扫码枪等难以实现差异化，而稳定性、安全性等产品性能难以被商户察觉，该情况导致聚合支付行业产品同质化现象严重。产品相似度过高使商户对价格敏感，品牌黏性较低，导致聚合支付市场竞争激烈，利用价格战争夺商户的现象时有发生。价格战使服务商利润降低，更无资金投入产品的研发与创新，市场进入恶性循环。自2017年起，在政策的有力引导下，聚合支付服务商正将产品与服务向差异化与定制化转型，针对商户需求，加大研发投入，为商户提供符合商户使用场景的支付解决方案，例如PING++与钱方好近提供的多门店支付解决方案、多级代理分销解决方案与新零售支付解决方案等。

中国聚合支付行业产品趋势



来源：专家访谈，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业发展趋势——开拓海外市场

面对中国市场日益激烈的竞争与国际市场日益增长的需求，开拓海外新市场成为聚合支付服务商寻求增长的主流路径

聚合支付企业开拓海外市场寻求新增长点

随着东南亚等市场智能手机与移动互联网的普及，国际市场的移动支付渗透率正在提高，同时随着跨境电商、出国留学与出境旅游的规模不断增长，大量华人的存在也使海外市场聚合支付的需求随之增加。反观中国市场，聚合支付已在中国发展数年，用户增长放缓。在政策监管日益严格的同时，银行系与众多互联网系企业加入聚合支付行业，使行业竞争加剧。在激烈的竞争环境下，价格战成为行业普遍现象，使聚合支付企业利润空间降低。在海外移动支付发展尚未成熟的情况下，海外市场拥有巨大的增长空间，聚合支付企业出海开拓新蓝海将成为行业一大趋势。

中国聚合支付服务商开拓海外市场原因

内因

竞争压力较大

银行系服务商（如建设银行与中国银行等）与互联网系服务商（如京东与美团等）加入竞争，中小企业压力增大

流量增长见顶

- ◆ 移动支付市场规模增长放缓
- ◆ 移动支付APP活跃人数保持稳定

利润空间低

中国市场企业需通过补贴等方式获取用户，导致利润空间低，而海外市场空白，潜力更大

外因

跨境电商规模增长

中国跨境电商市场规模保持逐年增长，从2014年的**4.2万亿元**增长至2019年的预计**9.8万亿元**，跨境支付需求随之增加

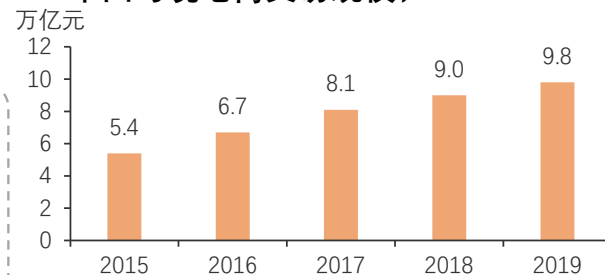
留学生规模增长

中国出国留学人数保持逐年增长，从2014年的**45.9万人**增长至2018年的**66.2万人**，利于移动支付与聚合支付在海外的推行

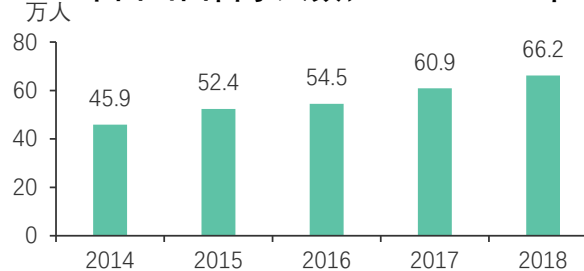
出境游规模增长

中国出境游市场规模在2018年首次超过**8万亿元**，出国游人次超过1.5亿，人均境外旅游消费达800美元

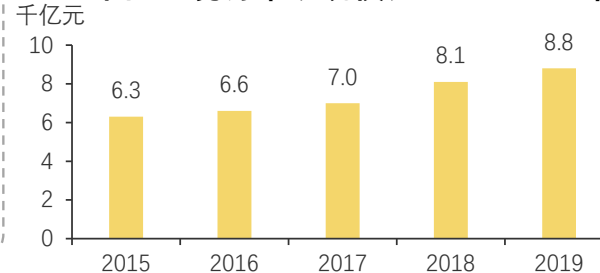
中国跨境电商交易规模，2015-2019年



中国出国留学人数，2014-2018年



中国出境游市场规模，2015-2019年



来源：教育部，网经社电子商务研究中心，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业竞争格局分析

聚合支付行业进入门槛低，产品差异化程度不高，属于完全竞争市场，行业市场份额较为分散，但随着规模与品牌效应的产生，收钱吧与美团等服务商成为行业领导者

中国聚合支付行业呈现完全竞争市场格局，**市场份额较为分散**，但收钱吧、美团、银联商务与京东支付等凭借各自优势成为行业头部企业，**共占据市场18.1%的份额**。

行业进入门槛低

由于各大微信支付与支付宝的底层技术开源，聚合支付产品开发难度低

产品差异化程度不高

行业初期时，各家竞争者的产品同质化现象严重，造成商户的价格敏感度高

商户价格敏感度高

由于行业竞争者跑马圈地，争夺商户资源，同时各家产品差异化程度低，导致用户忠诚度不高，对价格更敏感，使行业易陷入价格战泥潭

中国聚合支付行业竞争格局

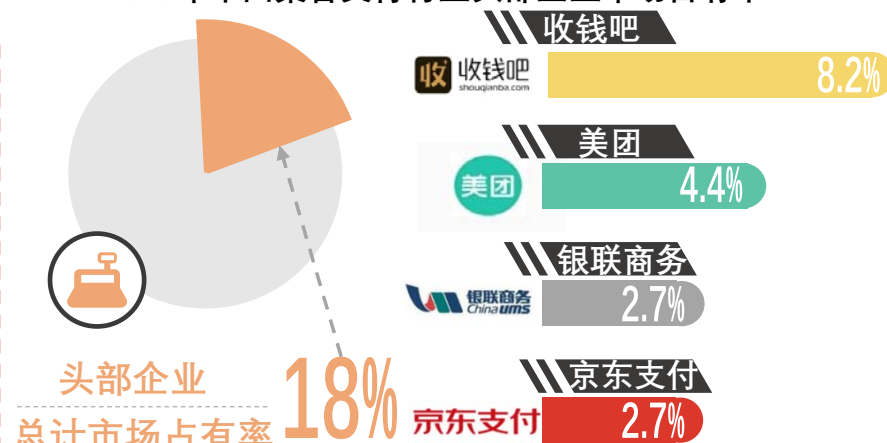
完全竞争市场

聚合支付行业客户群主要由中小微商户组成，而商户较为分散，商户资源难以被集中。此外行业进入门槛低、产品差异化程度不高与商户价格敏感度高现象使聚合支付行业呈现完全竞争市场的格局

行业领导者

- ◆ **收钱吧**：收钱吧作为最早进入聚合支付行业的企业之一，其每日服务人次超过2,500万人，服务商户数达到280万，**日交易笔数接近3,000万笔**，产品覆盖超过660多个城市，率先推出大音量语音提示设备强势占领**小微商户**。截至2019年，收钱吧**市占率达8.2%**，是聚合支付行业领军者。
- ◆ **美团收单**：美团收单依托大众点评与美团等生态圈内超过450万的优质商户资源与超过6亿的用户，覆盖超过300万商户，**拥有1,600万日交易笔数**，覆盖2,800个城区县网络，其开发的美团收单小白盒、美团POS机已经被广泛使用，在**中端餐饮及服务行业商户**中占绝对优势，**市占率达4.4%**。
- ◆ **银联商务**：银联商务凭借其在银行卡支付时期的积累，拥有中国大部分**高端商户资源**，**日交易笔数达1,000万笔**，**市占率达2.7%**，在**高端连锁商户**如麦当劳、Zara与星巴克等中拥有垄断地位。
- ◆ **京东支付**：京东支付在本身拥有完整支付生态链的基础上，加大对聚合支付的投资力度，2019年内分别收购了乐惠与哆啦宝两家聚合支付公司，收购后其**日交易笔数接近1,000万笔**。乐惠是一家移动聚合支付公司，服务超过50万商户、月支付人数超过3,500万，其累计支付服务超过12亿单。而哆啦宝成立于2013年，是较早进入聚合支付行业的企业，其开发的聚合支付接口技术获国家专利，服务200多个城市的80万商户。结合两笔收购后，京东支付**市占率达2.7%**。

2019年中国聚合支付行业头部企业市场占有率



注：数据根据专家访谈与公开数据整理推算

来源：专家访谈，乐惠官网，收钱吧官网，哆啦宝官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

聚合支付行业投资企业推荐——PING++ (1/2)

PING++ 凭借高度定制化的解决方案与安全可靠的产品成为中国领先的技术驱动型聚合支付服务商

企业简介

上海简米网络科技有限公司（简称PING++）是聚合支付解决方案提供商，提供电商、O2O、教育、旅游、医疗等众多领域的定制化支付服务方案，全面覆盖红包转账、报名收费、扫码签到、打赏抽奖等丰富的支付场景需求。

PING++

融资概况

PING++ 总共获得过三次融资：

- ◆ 2014年获得来自线性资本的数百万元的天使轮投资。
 - ◆ 2014年八月获得红杉资本中国的200万美元A轮投资。
 - ◆ 2016年获得宽带资本领投的1,000万美元B轮投资。
- 2016年B轮融资时估值大约为3.25亿人民币。

PING++ 是中国领先的技术驱动型聚合支付服务商

- ◆ **技术创新**：PING++ 创新性开发出“7条代码接入支付”，使支付接入环节更高效便捷。
- ◆ **高度定制化**：PING++ 支付解决方案可根据商户业务情况定制，推出多级代理分销、跨境支付、多门店连锁与新零售等解决方案，提供更适合商户的收单系统，实现业务场景精准匹配。
- ◆ **技术共享**：PING++ 提供全方位API、SDK文档下载，能有效满足商户定制化设计与风险管理需求。
- ◆ **安全可靠**：PING++ 从技术层面上自动完成存管账户内的资金及账务信息同步，保障资金安全。

满足特定需求的针对性服务

多级代理分销

跨境支付

多门店连锁

新零售

PING++ 产品与解决方案

PING++ 凭借丰富的产品与定制化的解决方案，满足不同商户多样化的支付场景需求。
高度定制化是PING++ 的一大竞争优势

产品与解决方案

以多级代理分销为例，PING++ 定制化支付系统拥有**多层级业务关系管理、分润管理与多角色管理**等针对用户场景需求的功能

基础服务

多级商户系统

聚合支付

聚合存管

会员账户系统

来源：PING++ 官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

聚合支付行业投资企业推荐——PING++ (2/2)

PING++已为众多不同行业提供了高度定制化支付解决方案，而基于聚合支付良好的市场前景和其优秀的创始团队，PING++估值仍有巨大上升空间

案例分析

PING++凭借技术优势，为电商购物、医疗健康、旅游交通、社交娱乐、在线教育及房产物业等不同行业提供快捷便利、高度定制化的支付解决方案。



社交娱乐行业案例说明： 简书

简书

简书的内容激励制度鼓励用户为喜欢的创作者“打赏”、为优质的内容付费。为了确保用户订单支付体验以及支付成功率，简书在App端与网页端均接入了Ping++的聚合支付，整合了微信、支付宝等主流支付渠道；同时，在运营管理过程中，简书可调用Ping++ API，一站式管理所有支付渠道的交易数据，简单易用的操作体验，有效帮助提高运营管理效率。



旅游交通行业案例说明： 摩拜单车



通过Ping++，摩拜单车可聚合市面上主流的银行支付渠道，在后续再拓展其它银行支付渠道时无需再重新投入人力进行相关系统的开发。另一方面，由于接入了多家银行支付渠道，财务对账变得格外繁琐，而通过Ping++，摩拜单车可集中下载所有渠道的对账文件，有效提升多渠道、多平台对账的效率。



房产物业行业案例说明： 凯德集团



凯德集团在全国各个城市共有三十多家商场，不同地区、不同类目的产品销售对资金结算及分润的统计需求也有所不同，而Ping++多级商户系统可灵活满足多地域分布、多类目的复杂资金结算及分润统计需求，可便捷地实现子商户收款、交易分级查询管理、账务清分、资金结算等功能，帮助减少集团与商场的人力投入。



投资亮点

- ◆ **优秀创始团队**：创始人金亦冶毕业于斯坦福大学电气工程专业，在创立PING++前有多次支付行业创业经历，其团队成员来自华为、讯联数据等，均拥有丰富的支付、大数据与IT技术背景。
 - ◆ **行业天花板较高，技术型公司估值上升潜力大**：参考业务相近的美国技术驱动型聚合支付服务商Stripe（其估值在2019年接近350亿美金），综合PING++最近一轮融资仅3.25亿人民币的估值，PING++的企业估值仍存在巨大上升空间。
- 此外PING++已获得**国际支付标准PCI-DSS证书**与毕马威中国金融科技Top50等认证，在技术安全与品牌打造上处于行业领先。



来源：PING++官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

聚合支付行业投资企业推荐——收钱吧 (1/2)

收钱吧针对商户与消费者需求，设计出一套软硬结合的一站式支付产品与服务，该因素使其商户规模快速扩张



企业简介

上海喔嚒互联网科技有限公司（简称收钱吧）成立于2013年，是一家软硬件结合的聚合支付服务商，为小微商家提供便捷多样的专业移动支付收款工具与解决方案，同时也提供电子记账、智慧营销与金融等服务，其全国服务团队超过10,000+人。

融资概况

收钱吧总共获得过四次融资：

- ◆ 2015年获得来自德同资本等的3,000万元的A轮投资。
 - ◆ 2017年获得来自考拉基金等的3,000万元A+轮投资。
 - ◆ 2017年获得来自灏源资本等的B轮投资。
 - ◆ 2019年获得来自中金公司与恒生电子的C轮投资。
- 2019年C轮融资时估值大约为20亿人民币。

来源：收钱吧官网，专家访谈，天眼查，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

产品：收钱吧软硬结合的产品线实现支付全环节覆盖，同时产品符合用户场景需求

收钱吧通过将POS机、扫码机、二维码、收款音箱等收单硬件与软件服务高效融合，实现收单、管理、营销等环节的一站式服务，同时在**产品设计上符合商户与消费者场景需求**，得到用户的广泛好评。以收钱吧收款音箱为例，在扫码支付初期，漏单逃单事故时有发生，为解决该现象，收钱吧率先推出收款音箱，该产品针对小微商户与夫妻店设计，能在不需要网络的情况下即时播报商户的收单信息，并结合适当的智能语音功能节省商户确认交易的时间，解放商户的时间用于生产工作，解决了小微商户与夫妻店商户人手不足、交易难以确认等痛点。收款音箱也因此迅速在小微商户中流行起来，使收钱吧的商户规模快速扩张。

收钱吧产品



www.leadleo.com

聚合支付行业投资企业推荐——收钱吧 (2/2)

收钱吧是中国规模最大的聚合支付服务商，拥有明确的市场定位、卓越的团队与行业资源，是中国聚合支付第一品牌

投资亮点1：目标客户群体小微商户的市场潜力巨大



根据央行统计，截至2018年末，中国小微企业法人约**3,000万户**，个体工商户约**6,200万户**，中小微企业（含个体工商户）占全部市场主体的**比重超过90%**，说明小微商户市场潜力巨大。

收钱吧面向小微商户市场，以“全能生意帮手”的品牌定位，在2018年6月推出升级版扫码王II等产品，该产品得到了众多小微商户的认可，市场普及率高，使收钱吧在小微商户中积累了口碑与品牌。

投资亮点3：规模效应使收钱吧进入正向循环



聚合支付行业利润率低，需扩大规模从而实现盈利，同时聚合支付行业由于产品同质化现象明显，商户对价格的敏感度高，导致多数聚合支付服务商需要通过压低价格而获得市场份额，进一步使其利润率降低。而一旦实现规模化运营，聚合支付服务商将进入正向循环，现金流稳定上升，其将获得更多资金与精力投入产品研发，从而为商户提供更多附加值高的服务，增加商户黏性，提升品牌效应。

收钱吧已顺利实现规模化运营，成为中国规模最大的聚合支付服务商，服务商户数超过**300万**，日成交笔数超过**3,000万笔**，两项行业关键数据均**接近于行业第二名的二倍**。在其他数据如日服务人次与覆盖城市数量上，收钱吧也均处于行业领先地位。规模效应使收钱吧实现稳定盈利增长，帮助收钱吧获得更多资金用于高附加值产品服务的开发，而优质的产品与服务又将为收钱吧带来口碑，使其成为**中国聚合支付第一品牌**。

投资亮点2：团队拥有丰富的行业经验与资源



收钱吧CEO陈灏曾供职于证券机构、中国银联、拉卡拉等金融机构，是中国银联电话POS**专利持有人**之一，也是持牌支付公司**拉卡拉的联合创始人**，拥有丰富的支付行业经验与创业经验。除CEO外，收钱吧核心团队均拥有**10年以上**电子支付行业从业经验，全国服务团队**超过10,000+人**。

◆收钱吧在2019年获得来自恒生电子与中金公司的B轮投资，而阿里巴巴分别持有恒生电子20.62%与中金公司4.84%的股份，是恒生电子的第一大股东与中金公司的第三大股东。**阿里系带来的电商与移动支付行业资源将继续加速收钱吧的发展速度。**



300万+
服务商户数



8亿+
累计服务人数



2,700万+
日服务人次



3,000万+
日成交笔数



660+
服务城市数

来源：中国人民银行，收钱吧官网，新浪财经，中新网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

聚合支付行业投资企业推荐——钱方好近（1/2）

在中国聚合支付市场竞争激烈的情况下，钱方好近积极拓展东亚、东南亚及中东等国际蓝海市场，其国际化进程处于行业领先水平



企业简介

北京钱方银通科技有限公司（简称钱方好近），创立于2011年，是一家移动支付和消费大数据金融科技公司，旗下拥有移动支付品牌钱方Qfpay、针对中小微商户的移动支付平台好近、香港网红平台Spread-it。集团总部位于北京，在香港、天津、上海、广州、深圳、成都均设有分公司。钱方好近**连续5年通过国际PCI-DSS的安全检测**，并**连续两年获得KPMG（毕马威）中国金融科技50强荣誉**。

企业融资概况

钱方好近自2011年创立以来总共获得**7轮融资**，**累计融资金额超过5亿人民币**，投资方包括红杉资本中国、经纬创投、老鹰基金等知名投资机构，同时在其最近一轮战略投资中，包括印尼投资机构MDI Venture、日本互联网公司乐天Rakuten与中东早期投资机构VentureSouq在内的多个海外投资机构均参与投资，从而促进了钱方好近在海外市场的拓展。钱方好近2019年**估值约为6.5亿-10亿人民币**。

国际化进程

随着移动支付在海外的普及与出境游人次的增长，开拓海外市场成为中国聚合支付行业的一大趋势，而钱方好近是中国最早开启国际化战略布局的聚合支付服务商之一。钱方好近深耕东亚、东南亚与中东等地区，与当地市场资源的深度合作，并获得当地资本投资，建立分公司围绕聚合支付开展一系列金融服务。在中国聚合支付行业竞争激烈的情势下，钱方好近的国际化战略布局使其能够换道竞争，开拓蓝海市场。

钱方好近国际化战略布局



与当地资源深度合作

- ◆ **香港**：钱方好近与上市公司四方精创（中国银行、中银香港、东亚银行、永亨银行、大新银行、农业银行等境内外商业银行的IT服务外包提供商）联合成立子公司，开展跨境支付业务。同时子公司以香港为据点，**业务辐射东南亚与港澳台地区**
- ◆ **日本**：钱方好近曾获日本私募基金Whiz及日本最大旅游地图出版商昭文社2亿人民币投资，三方签署战略合作协议，成立“钱方日本”合资公司。钱方好近结合日本（中国出境游的热门目的地）当地旅游资源，迅速拓展当地市场

来源：钱方好近官网，36氪，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

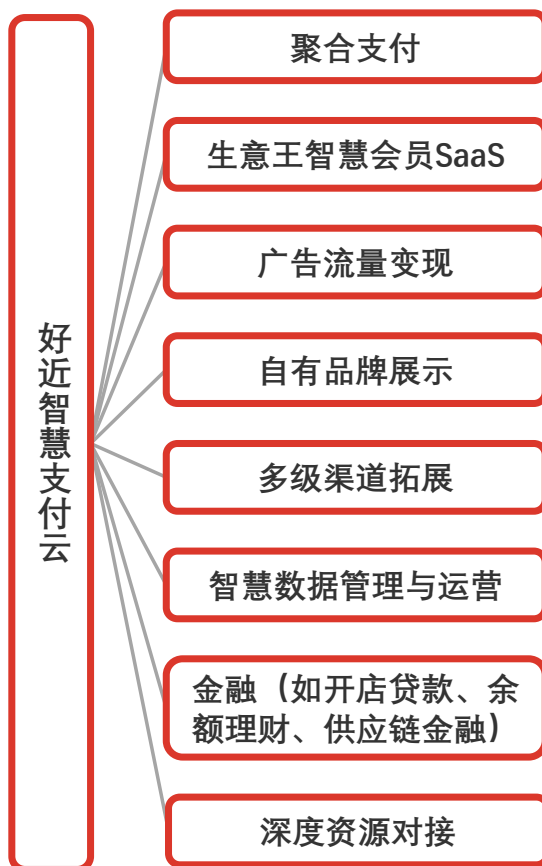
聚合支付行业投资企业推荐——钱方好近（2/2）

钱方好近围绕聚合支付业务，从商户需求角度出发，为商户提供高附加值服务，在聚合支付行业竞争加剧前完成产品差异化升级

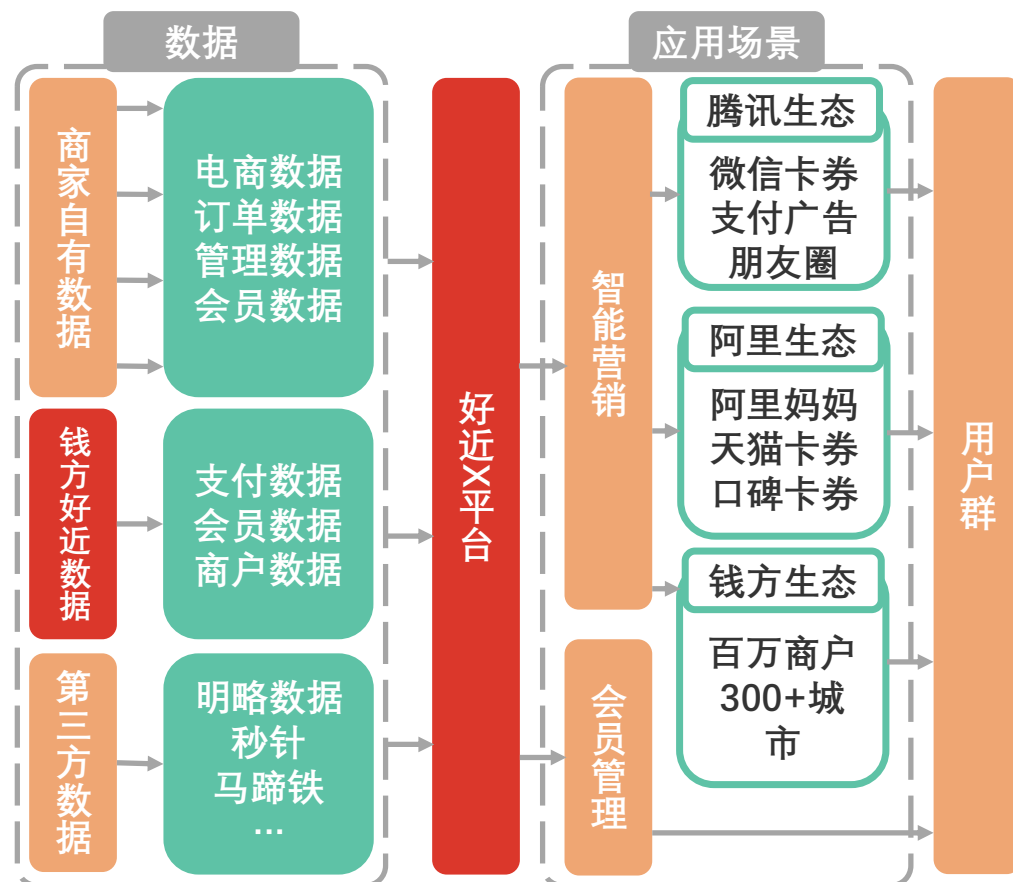
钱方好近智慧支付云 与新零售解决方案

由于中国聚合支付行业竞争激烈，存在产品差异化低的现象，钱方好近通过整合支付产业链各环节业务，从聚合支付服务商转型为平台服务商。此外，钱方好近通过**战略产品“好近智慧支付云”**，打通支付产业链，并开放移动支付能力，为金融机构、银行、第三方支付、聚合支付、支付硬件厂商和线上线下商户等赋能。另一方面，钱方好近推出**新零售解决方案“好近X平台”**，从商户需求出发，为商户提供智能营销与会员管理等高附加值服务。钱方好近在拓宽业务范围的同时，**大幅提升了产品及服务的深度、产品的差异化程度和与商户之间的粘性，为其未来业务发展构筑了坚实的护城。**

钱方好近智慧支付云服务



钱方好近新零售解决方案——好近X平台



来源：钱方好近官网，36氪，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国聚合支付行业投资风险分析

由于社会对隐私安全的关注度增加、上游巨头费率上升与行业政策趋严，聚合支付行业投资存在信息安全风险、利润下降风险与政策合规性风险

中国聚合支付行业风险可分为信息安全风险、利润下降风险与政策合规性风险：

信息安全风险

用户支付数据的获取与管理存在安全风险，聚合支付服务商可能通过获取超出监管范围的用户数据以获利，构成违法行为。同时聚合支付服务商在数据管理时可能出现数据泄露等风险，也可能产生投资风险。

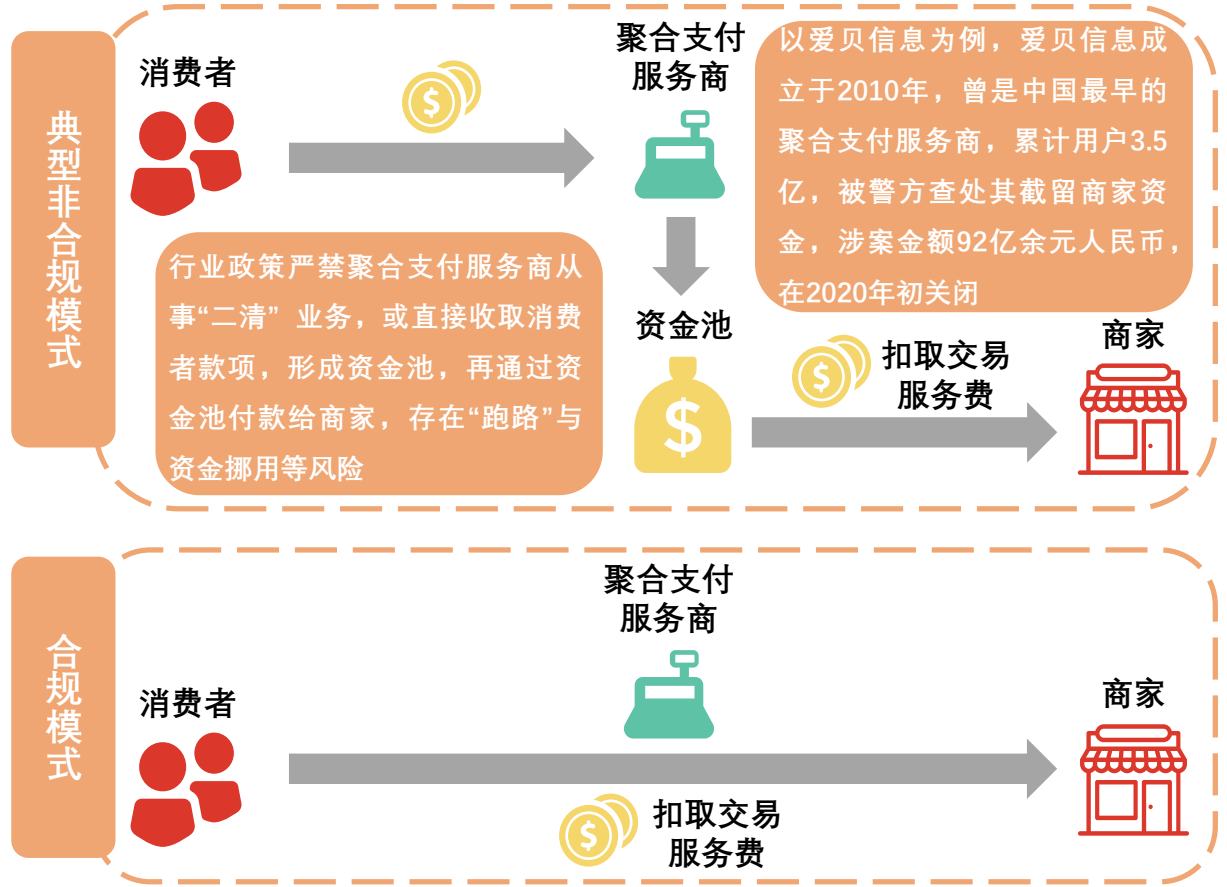
利润下降风险

由于聚合支付产业链上游第三方支付巨头的补贴与推广规则对行业利润率起决定性影响，若支付宝与微信支付等上游巨头提高通道费用，聚合支付行业业务成本将骤增，利润将随之下降。2019年1月微信支付与支付宝相继发布《关于规范微信支付合作伙伴拓展商户费率的公告》与《关于延长支付宝相关支付产品服务费率优惠活动期的通知》，受此影响，聚合支付服务商相继上调服务费率至0.38%以应对补贴与推广政策的改变。

政策与合规性风险

由于涉及资金庞大，聚合支付是政策强监管行业。随着行业市场整顿与监管政策落地，尤其在行业技术标准颁布后，聚合支付行业合规门槛正在大幅提高，企业需要支付更多合规成本以达到监管要求。2017年央行出台《关于开展违规“聚合支付”服务清理整治工作的通知》，界定了聚合支付行业的合规模式与政策红线，**规定聚合支付服务商在任何环节不直接接触及商户资金**，避免存在“二清”与资金挪用等风险。

中国聚合支付行业合规模式与典型非合规模式对比



来源：中国经济网，桔子IT，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

专家观点

聚合支付行业将在商户下沉趋势与行业标准逐渐完善的背景下稳步发展，其中率先实现规模化运营的服务商将占领市场主导地位

商户下沉是趋势，也是聚合支付的机会



专家认为，中国支付行业共经历两次变革，第一次即现金到银行卡的转变，第二次是银行卡到扫码支付的迁移。在银行卡时代，小微商户得到的关注度远小于大型商户，而扫码时代**小微商户正逐渐成为支付领域的主要客户群**，同时聚合支付的出现更符合小微商户的需求。商户下沉是聚合支付行业的重要机会。

政策并不会阻碍聚合支付行业发展，反而对其有益



专家表示，市场普遍担心的监管趋严问题并不会使聚合支付行业的发展受阻，反而会驱使行业形成标准，**使行业往标准化、有序化与常态化发展**。另一方面，政策监管趋严将淘汰部分不合规且恶性竞争的企业，将加速行业洗牌，利于行业发展。

来源：专家访谈，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

专家说

作为聚合支付行业某头部企业的创始人，专家从**商户下沉、竞争格局、政策影响与盈利模式**四个方面对聚合支付行业的市场要素与行业趋势给出看法，认为聚合支付行业发展时间较短，将随着政策引导而不断成熟，聚合支付将成为市场常态。



规模效应是聚合支付行业盈利的第一要素

聚合支付行业交易服务费一般在**0.3%-0.38%**之间，而上游第三方支付行业通道费用整体在**0.2%-0.28%**，同时聚合支付服务商需投入大量资金用于地推获客，因此单笔交易的利润极低。专家形容聚合支付是一个“**薄利多销**”的行业，行业参与者必须实现规模化方能盈利，而交易量小的机构将难以实现盈利。



聚合支付最终将向寡头市场发展

由于聚合支付行业各服务商之间产品服务区别度不高，商户对产品的价格敏感度高，而商户资源对聚合支付行业尤为重要，导致行业竞争激烈，价格战频发。在竞争中，拥有更多资金优化产品与拓展商户的服务商将率先**提高商户黏性与取得规模效应，从而获取更多的市场份额**，而其他服务商将持续在价格战的恶性循环中徘徊。

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从第三方支付、聚合支付、银行、移动支付等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。