

---

2021年

# 腾讯移动支付：非银支付市场竞争

2021 Tencent Mobile Payment: Non-bank payment  
Market Competition and Cooperation

Tencentモバイル決済：銀行以外の決済市場の競争と協力

概览标签：移动支付、第三方支付、跨境支付

报告主要作者：彭恋淇

2021/04

# 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

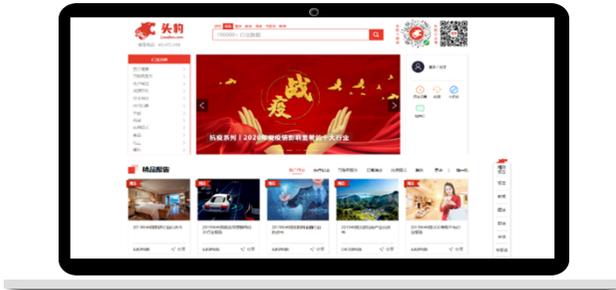
行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

### 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](http://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”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



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

李女士：18049912451

李先生：18916233114

# 摘要

## 聚焦腾讯移动：非银监管趋严，第三方支付市场走向新格局

第三方支付是指具备资金及信誉的非金融第三方机构通过与银行商业合作向政府、企业、个人提供个性化支付结算与相关增值服务。第三方支付基础服务的本质为用户资金中转与无现金买卖过程的风险转移，而非涉及资金所有权。2014年后，随着通讯技术迭代升级，中国互联网用户规模呈上涨趋势。2019年中国移动互联网用户规模超过11.4亿；其净增长规模超过4,600万。同时，移动互联网用户人均单日使用时长超过358分钟。规模红利及时长红利持续推动移动支付应用普及及使用场景持续拓宽。此外，聚合支付、人脸支付等支付方式多样化促进移动支付行业持续扩容，从2014年的7.8万亿上升至2019年的232.9万亿

### 1. 第三方支付服务行业监管法规趋严，垄断监管加强，导致未来支付宝与腾讯市场份额压缩：

- 2019年后，《中华人民共和国反垄断法》及《非银行支付机构条例（征求意见稿）》相继颁布，明确第三方支付机构的3种市场支配地位预警情形和边界认定。2020年腾讯及支付宝于第三方支付市场份额高达93.6%，超过市场份额的1/2。针对于现行国家法规预警，支付宝及腾讯金融预计将对部分第三方支付市场份额进行受让，整体利空两大行业龙头收益

### 2. 第三方支付行业盈利体系、产品形态与核心功能趋同，促进市场竞争核心向场景扩展转移：

- 第三方支付支付流程与服务盈利点趋同。以微信支付为例，从平台接入到支付完成已逐步形成完整且趋同的盈利体系。同时，第三方支付作为各行业底层支撑，其产品及形态趋于一致，导致第三方支付支付产品可替代性增强，因而行业竞争核心逐步转向于支付场景应用的深化与拓展

### 3. 第三方支付两大龙头企业微信支付及支付宝生态模式存在差异，导致其主要赛道存在差异

- 微信生态策略以去中心化。得益于其核心社交属性，腾讯基于平台化服务能力及关联功能实现偏向于个人及小微企业做社交场景分点，再根据社交场景进行支付能力搭建。整体发展较为平稳，外部风险分化能力较强。支付宝生态策略以中心化为主：生态模式较为单一，主要围绕经营理财及生活服务，核心仍为中心化流量思维。同时支付宝本质仍为支付工具，替代性相对较高。政策变化及外部负面冲击对其负面影响程度相对较高

# 目录

## CONTENTS

◆ 名词解释	-----	08
◆ 第三方支付行业简述		
• 行业定义及现况简述	-----	10
• 盈利模式	-----	11
• 市场规模及竞争格局	-----	12
◆ 第三方支付市场竞争		
• 宏观政策与竞争总览	-----	14
• 本土竞争策略对比	-----	15
• 线上支付领域竞争	-----	16
• 线下支付领域竞争	-----	18
• 出海跨境支付竞争	-----	19
• 行业风险及痛点分析	-----	20
◆ 方法论	-----	21
◆ 法律声明	-----	22

# 目录 CONTENTS

◆ <b>Terms</b>	-----	08
◆ <b>Industry Overview</b>		
• Industry Definition and Description of the current situation	-----	10
• Profit Model		11
• Market Size and Competitive Landscape		12
◆ <b>Third-party payment market competition and cooperation</b>		
• Third-party payment market competition and cooperation	-----	14
• Comparison of local competitive strategies	-----	15
• Competition in the field of online payment	-----	16
• Competition in the field of offline payment	-----	18
• Overseas cross-border payment competition	-----	19
• Analysis of industry risks and pain points	-----	20
◆ <b>Methodology</b>	-----	21
◆ <b>Legal Statement</b>	-----	22

# 图表目录

## List of Figures and Tables

图表1: 支付流程 (以腾讯第三方支付为例)	-----	10
图表2: 盈利模式 (以腾讯第三方支付为例)	-----	11
图表3: 中国第三方支付市场规模及份额, 2014-2025年预测	-----	12
图表4: 中国第三方支付市场竞争格局及相关政策	-----	13
图表5: 本土竞争策略对比	-----	14
图表6: 支付宝与腾讯金融布局对比	-----	15
图表7: 支付宝与腾讯电商合作平台平均流量对比, 2020年	-----	16
图表8: 线下消费支付方式偏好, 2020年	-----	17
图表9: 微信生态流程与架构, 2020年	-----	17
图表10: 跨境支付主要需求市场	-----	18
图表11: 腾讯与支付宝跨境支付布局	-----	19
图表12: 第三方支付行业风险&痛点分析	-----	20

# 名词解释

- ◆ **备付金利息**：是当客户使用第三方支付平台消费时，因为存款账户时间差，账户内沉淀的资金。该资金被要求100%存入中国银行并按照0.35%发放**备付金利息**
- ◆ **一带一路**：是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称，2013年9月和10月由中国国家主席习近平分别提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”
- ◆ **O2O**：一种新的电子商务模式，指线上营销及线上购买带动线下（非网络上的）经营和线下消费。O2O通过促销、打折、提供信息、服务预订等方式，把线下商店的消息推送给互联网用户，从而其转化为线下客户
- ◆ **网联平台**：经中国人民银行批准成立的非银行支付机构网络支付清算平台的运营机构。在中国人民银行指导下，由中国支付清算协会按照市场化方式组织非银行支付机构以“共建、共有、共享”原则共同参股出资，于2017年8月在北京注册成立
- ◆ **跨境电商**：分属不同环境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动
- ◆ **微信小程序**：微信小程序是腾讯于2017年1月9日推出的一种不需要下载安装即可在微信平台上使用的应用程序，主要提供给企业、政府、媒体、其他组织或个人的开发者在微信平台上提供服务
- ◆ **月活**：是一种用来衡量的在线游戏、社交网络服务和移动应用程序用户活跃度的方法和标准，也可以用来判断上述服务是否成功、合适。通常情况下，通过测定30天或31天内的活跃用户数量即可得到这个指标
- ◆ **M0**：是银行体系以外各单位的库存现金和居民手持现金总和

# 01

## 第三方支付行业简述

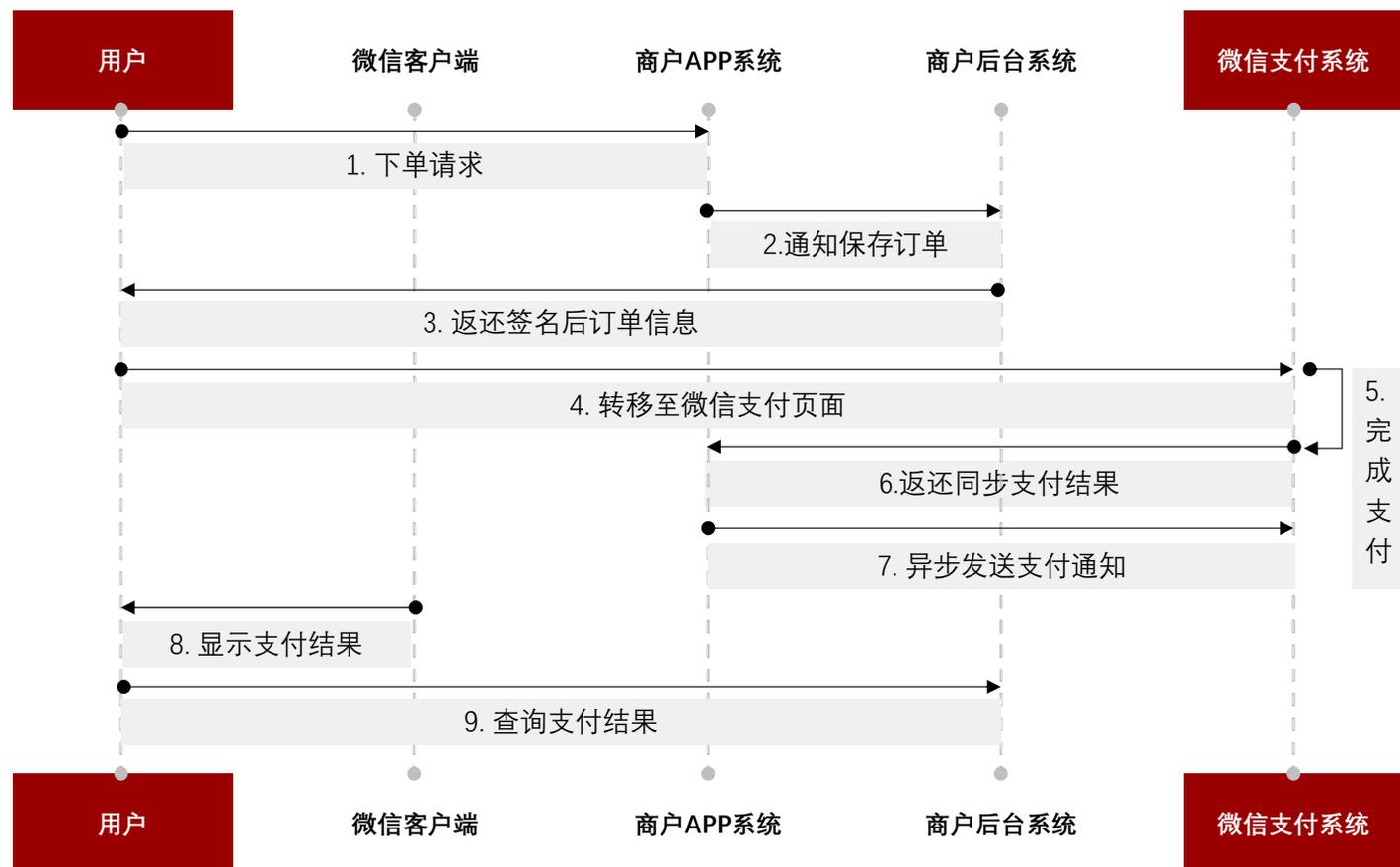
- 第三方支付是指具备资金及信誉的非金融第三方机构通过与银行商业合作向政府、企业、个人提供个性化支付结算与相关增值服务。第三方支付基础服务的本质为用户资金中转与无现金买卖过程的风险转移，而非涉及资金所有权
- 第三方支付移动支付行业属于强监管行业。针对第三方支付市场中金融安全隐患等问题，中央银行出台一系列强效监管法规。同时，中国网联正式成立，支付行业直联模式向间联模式转换，实现第三方支付市场应用前景拓宽及关键用户粘性增强
- 第三方支付作为各行业底层支撑，其产品及形态趋于一致，导致第三方支付支付产品可替代性增强，行业竞争核心逐步转向于支付场景应用的深化与拓展



## 第三方支付行业简述——行业定义及现况简述

- 第三方支付本质为用户资金中转与无现金买卖过程的风险转移，而非涉及资金所有权；第三方支付作为各行业底层支撑，其产品形态及盈利模式趋于一致，行业竞争核心逐步转向于支付场景应用的深化与拓展

### 支付流程（以腾讯第三方支付为例）



来源：河东南师范大学（陈研）、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

### 行业定义与行业现况简述

- 第三方支付以资金中转及风险转移为核心：第三方支付是指具备资金及信誉的非金融第三方机构通过与银行商业合作向政府、企业、个人提供个性化支付结算与相关增值服务。第三方支付基础服务的本质为用户资金中转与无现金买卖过程的风险转移，而非涉及资金所有权
- 第三方支付行业外部政策趋严，监管加强及网联成立完善整体行业体系，推动行业良性可持续发展：从外部监管环境的维度分析，第三方移动支付行业属于强监管行业。针对第三方支付市场中金融安全隐患等问题，中央银行出台一系列强效监管法规。同时，中国网联正式成立，支付行业直联模式向网联模式转换，带动第三方支付行业良性发展，实现第三方支付市场应用前景拓宽及关键用户粘性增强
- 第三方支付行业盈利体系、产品形态与核心功能趋同，促进市场竞争核心向场景扩展转移：从行业内部特点看，第三方支付支付流程与服务盈利点趋同。以微信支付为例，从平台接入到支付完成已逐步形成完整且趋同的盈利体系。同时，第三方支付作为各行业底层支撑，其产品及形态趋于一致，导致第三方支付支付产品可替代性增强，因而行业竞争核心逐步转向于支付场景应用的深化与拓展

www.leadleo.com

## 第三方支付行业简述——盈利模式

- 第三方支付主要依赖于线上应用场景开发及线下地推以实现线上及线下支付场景的协同拓宽，进而向商户及客户收取服务手续费

### 盈利模式（以腾讯第三方支付为例）

第三方支付	盈利模式	名义费率/利息
财付通（微信）	<b>备付金利息收入</b> □ 由于第三方支付使用过程中， <u>结算周期</u> 时间差导致账户 <u>沉淀部分资金</u> ；该部分资金将存入中国人民银行，并按期获取 <u>固定利息</u>	0.35%
	<b>社交支付服务手续费收入</b> □ 平台向客户收取的转账、提现、信用卡还款等服务费用；该部分收入与 <u>银行收费</u> 相抵扣，因而不构成收入	0%
	<b>商业支付服务手续费收入</b> □ 平台向个体户、企业等非个人主体收取付款服务、款项查询、转移支付、退款等交易等服务收费	个体户： <ul style="list-style-type: none"> <li>加油 0.3%</li> <li>游戏、网络广告、推广、软件开发 1.0%</li> <li>其他 0.6%</li> </ul> 企业： <ul style="list-style-type: none"> <li>公共事业、信用还款 0.2%</li> <li>在线娱乐、游戏、直播、论坛、推广 1.0%</li> <li>加油、物流、民办幼儿小学 0.3%</li> <li>其他 0.6%</li> </ul> 政要、机关及事业单位： <ul style="list-style-type: none"> <li>交通罚款 0.1%</li> <li>公共事业 0.2%</li> </ul> 公立医院、公立院校及指定挂号平台 0% <ul style="list-style-type: none"> <li>其他 0.6%</li> </ul> 其他组织： <ul style="list-style-type: none"> <li>民办中小学、幼儿园 0.3%</li> <li>大学、公益基金 0%</li> <li>民办非企业单位、社区服务、咨询、娱乐 0.6%</li> </ul>
	<b>平台衍生收入</b> □ 平台衍生收入涵盖通过客户个人、聚合交易、应用场景等信息衍生的互联网营销、金融增值服务收入	非固定费率

来源：方正证券、腾讯客服、中信证券、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

### 盈利模式分析

- 第三方支付商业模式以线上及线下场景服务盈利点以佣金及手续费为主，同时涵盖部分沉淀资金利息及平台衍生隐性收入：以微信支付为代表的第三方支付盈利模式主要依赖于线上应用场景开发及线下地推以实现线上及线下支付场景的协同拓宽，进而向商户及客户收取服务手续费。此外，以征信、金融为代表的平台衍生增值服务与备付金存蓄同为第三方支付机构额外收入来源
- 腾讯移动支付起步较晚、具备定价后发优势；但由于缺乏先天电商布局，其仍存在增长空间：相较于支付宝，财付通（微信）整体盈利主要形式较为相似，但在目标客户群体、市场认知、收入场景结构等方面均存在在差异。此外，由于起步较晚，腾讯移动支付盈利形式存在借鉴优势及定价后发优势，进而迅速推进其在移动支付市场中份额提升。2019年，腾讯支付接入规模超过8亿MAU，而日均支付超过10亿。在线下商户方面，腾讯移动支付线下商家数超过5,000万，占全国个体商户总数的79.4%，其中长尾商户占比约为40%。但腾讯金融缺乏先天电商布局，导致其线上支付领域存在上升空间

## 第三方支付行业简述——市场规模及竞争格局

- 随着通讯技术迭代升级，中国互联网用户规模呈上涨趋势。同时移动互联网规模红利及时长红利持续推动移动支付应用普及及使用场景持续拓宽，促进移动支付行业持续扩容

### 中国第三方支付市场规模及份额，2014-2025年预测

<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=6087bcb220410e162395ae2e>



免费扫码查看高清图片

### 市场规模及格局简析

- 市场规模简析：**2014年后，随着通讯技术迭代升级，中国互联网用户规模呈上涨趋势。2019年中国移动互联网用户规模超过**11.4亿**；其净增长规模超过**4,600万**。同时，移动互联网用户人均单日使用时长超过**358分钟**。规模红利及时长红利持续推动移动支付应用普及及使用场景持续拓宽。此外，聚合支付、人脸支付等支付方式多样化促进移动支付行业持续扩容，从2014年的**7.8万亿**上升至2019年的**232.9万亿**。
- 2020年，疫情下，商业活跃度降低导致第三方支付的线下交易规模收缩。在线上方面，宅经济带动外卖及线上娱乐等行业支付需求释放，但整体线上大宗型商品销售量仍受到负面冲击，导致线上支付交易规模仍保持下行趋势。2021年后，由于人口红利及时长红利逐步减弱，同时监管环境趋严，将导致第三方支付行业增速逐步放缓

# 01

## 第三方支付市场竞争

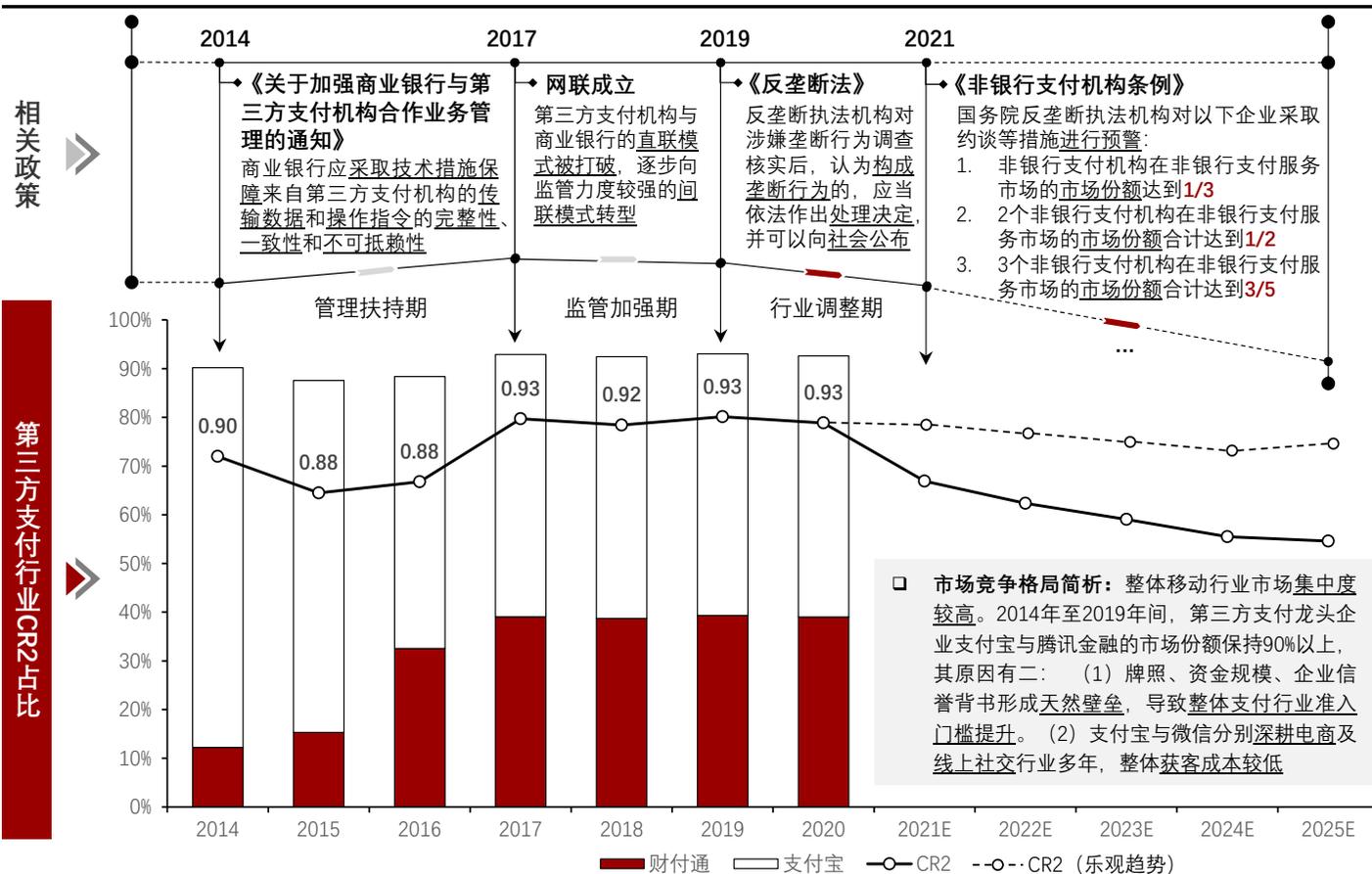
- 2019年后,《中华人民共和国反垄断法》及《非银行支付机构条例(征求意见稿)》相继颁布,明确第三方支付机构的3种市场支配地位预警情形和边界认定,进而强化第三方支付行业反垄断监管将导致未来支付宝与腾讯市场份额压缩
- 在线上消费板块中,支付宝仍占据互联网线上支付板块首位。得益于支付宝起步相对较早,支付宝凭借其专业化支付平台将核心支付功能向其他支付、融资、理财功能延伸,持续扩展金融生态体系边界
- 在线下支付及O2O市场中,以微信支付为核心的腾讯金融占据主优势。微信支付可以以社交作为依托,通过微信红包、好友转账等方式以点及面的网联式快速传播,辐射客户类型向全年龄段扩展、同时提高客户使用粘性,培养支付偏好与习惯



## 第三方支付市场竞争——宏观政策与竞争总览

- 第三方支付服务行业监管法规趋严，支付宝及腾讯金融预计将对部分第三方支付市场份额进行受让，同时实行费率调整策略，通过单位费率上涨减缓市场份额收缩而引起的利润损失冲击

### 中国第三方支付市场竞争格局及相关政策



来源：方正证券、中国银监局、中华人民共和国中央政府、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

### 宏观竞争趋势分析

- 第三方支付服务行业监管法规趋严，垄断监管加强，导致未来支付宝与腾讯市场份额压缩：从宏观层面推导，2019年后，《中华人民共和国反垄断法》及《非银行支付机构条例（征求意见稿）》相继颁布，明确第三方支付机构的3种市场支配地位预警情形和边界认定，进而强化第三方支付行业反垄断监管。2020年腾讯及支付宝于第三方支付市场市场份额高达93.6%，超过市场份额的1/2。针对于现行国家法规预警，支付宝及腾讯金融预计将对部分第三方支付市场份额进行受让，整体利空两大行业龙头收益。相反，第三方支付行业市场份额释放有望利好壹钱包、快钱等长尾支付服务供应商
- 第三方支付龙头策略性上调费率以实现损失缩减及风险减缓：从微观层面分析，微信与支付宝交易费率上涨趋势。2019年起支付宝与腾讯金融相继提高费率。以餐饮行业为例，2018年，其基本费率为0，并同时返佣0.2%。2019年，其费率上升至0.2%，而返佣比率则下降1%。2020年后，以“绿洲计划”为代表的优惠市场策略将逐步被取消，费率再度上涨至0.38%。从动因维度看，两大第三方支付行业相继实行费率调整策略，通过单位费率上涨减缓市场份额收缩而引起的利润损失冲击，同时进一步缩减其第三方支付市场份额以避免垄断法规处罚及信誉风险

## 第三方支付市场竞争——本土竞争策略对比

- 相较于支付宝，微信生态策略以去中心化为核心；腾讯可凭借平台化服务能力及关联功能实现偏向于个人及小微企业做社交场景分点，并根据社交场景进行支付能力搭建。整体生态发展较为平稳，外部风险分化能力较强

### 本土竞争策略对比

	品牌认知	生态策略特性	用户群体	优劣势分析
腾讯金融（微信支付）	<p>微信月活与人均使用时长，2020M1-M8</p> <p>□ 微信偏向于个人零钱包，凭借小额红包起步，以社交属性累积起始用户</p>	<p>□ 微信生态策略以去中心化为主：得益于其核心社交属性，腾讯基于平台化服务能力及关联功能实现偏向于个人及小微企业做社交场景分点，再根据社交场景进行支付能力搭建。整体发展较为平稳，外部风险分化能力较强</p>	<p>□ 微信支付的目标客户群体较为广泛：由于微信支付主要依托于微信社交平台，整体使用活跃度及用户市场频次较高，进而促使微信支付用户粘性提升。2018年，微信用户数量超10亿，其中绑卡用户占比高出80%。在海外用户市场中，微信已延伸超过20个国家</p>	<p>□ 优势：微信支付核心优势在于其背靠微信社交平台，以微信红包进行网链式传播，整体获客成本相对较低，同时现实支付偏好培养及用户粘性增加</p> <p>□ 劣势：微信支付劣势在于微信属于综合社交平台而非支付专业属性较强的专业支付工具，其涵盖业务较广。微信支付及相关金融发展将会受到微信平台限制以确保平台平衡性及多元客户使用体验</p>
支付宝	<p>支付宝月活与人均使用时长，2020M1-M8</p> <p>□ 支付宝则为天然电商交易的大额账户。同时提供理财、金融产品。其支付属性及安全性更偏向金融行业</p>	<p>□ 支付宝生态策略以中心化为主：生态模式较为集中化，主要围绕经营理财及生活服务，核心仍为中心化流量思维。同时支付宝本质仍为支付工具，替代性相对较高。政策变化及外部负面冲击对其负面影响程度相对较高</p>	<p>□ 支付宝的目标客户群体以电商用户及理财用户为主：部分客户因方便获取额外利息将闲置资金直接存入支付宝中。2020年，支付宝用户数超过10亿人次。长期来看，支付宝有望凭借其支付专业化优势，有望依托跨境商务趋势，向海外市场延伸扩展</p>	<p>□ 优势：支付宝依托于中国第一大电商平台，并通过支付宝应用有效解决交易双方信任缺失引发的交易摩擦问题进而累积电商用户。同时，其在支付范围界定、技术升级、安全性保障等多方面占据相对优势，持续推进其支付产品向专业化发展</p> <p>□ 劣势：相较于微信，支付宝产品粘性 &amp; 便利性均存在上升空间。同时其生态布局较为集中化，替代性较高</p>

来源：华东师范大学（陈研）、方正证券、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 第三方支付市场竞争——线上支付领域竞争（1/2）

- 得益于金融生态及电商规模优势，支付宝占据互联网线上支付板块首位；就短期而言，以微信支付为核心的腾讯金融难以实现线上支付场景的反超

### 支付宝与腾讯金融布局对比

第三方支付	支付宝	微信支付、QQ支付
理财	余额宝、蚂蚁财富、存金宝、数米基金、入股朝阳永续	理财通、微黄金
银行	网商银行、入股邮储银行、浙商银行	微众银行、邮储银行
征信	芝麻信用	微信支付分
保险	保进保险、蚂蚁韵保、众安保险、信美相互、国泰财产	微民保险、众安保险、和泰人寿、香港英杰华人寿
基金	天弘基金、德邦基金、蚂蚁基金	腾安基金、还买财富
券商	中金公司、华泰证券	富途、中金公司、合作佣金宝、腾讯操盘手
消费金融	花呗、借呗	微粒贷
小贷	蚂蚁小贷、蚂蚁微贷	财付通网络金融小贷
供应链金融	商融代理	联易通
碳金融	天津碳排放权交易所、北京环境交易所	(暂无)

来源：IT199、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

### 线上消费格局（1/2）

- 在线上消费板块中，支付宝仍占据互联网线上支付板块首位。根据头豹研究院及2019年中国网民支付产品偏好调研数据显示，2019年第一季度，**60.8%**的中国网民线上消费偏向于使用支付宝，而偏向于应用微信支付的网友占比仅为**35%**。就短期而言，以微信支付为核心的腾讯金融难以在线上板块实现反超，其原因有三：
  1. **金融生态优势**：得益于支付宝起步相对较早，支付宝凭借其专业化支付平台将核心支付功能向其他支付、融资、理财功能延伸，持续扩展金融生态体系边界。因此，相较于腾讯金融，支付宝金融布局较为完备，涵盖理财、银行、征信、消费金融及碳金融等方面。同时支付宝的线上缴费等生活应用等场景持续深化、进一步推动支付宝领域实现从个人到政府、支付到理财、生活到娱乐多维度扩展，逐步形成线上支付壁垒
  2. **消费金融产品优势**：支付宝消费金融产品以花呗与借呗。以花呗为例，花呗交易占比超过支付宝交易规模的50%。其标流程及业务发展较为成熟，年轻用户粘性较高，逐步成为第三方机构中规模最大的第三方信用机构

## 第三方支付市场竞争——线上支付领域竞争 (2/2)

- 第三方龙头线上支付竞争将持续保持焦灼状态。腾讯金融难以在短期内找到反超突破口。但从长期而言，以企业微信为代表的B端企业通讯市场存在增长机会

### 支付宝与腾讯电商合作平台平均流量对比，2020年

电商布局	活跃程度	使用时长	人均使用
支付宝	<ul style="list-style-type: none"> <li>活跃人数(亿): <b>7.4</b></li> <li>活跃人数全网渗透率: <b>72.7%</b></li> <li>活跃人数领域渗透率: <b>80.2%</b></li> <li>活跃人数行业渗透率: <b>87.6%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用时长(亿小时): <b>39.4</b></li> <li>使用时长领域渗透率: <b>48.0%</b></li> <li>使用时长行业渗透率: <b>76.3%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人均启动次数(次): <b>50.4</b></li> <li>人均使用时长(小时): <b>5.3</b></li> <li>人均单日启动次数: 4.1</li> <li>人均单日使用时长(分钟): 25.7</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>活跃人数(亿): 0.5</li> <li>活跃人数全网渗透率: 4.6%</li> <li>活跃人数领域渗透率: 5.0%</li> <li>活跃人数行业渗透率: 5.8%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用时长(亿小时): 1.1</li> <li>使用时长领域渗透率: 1.3%</li> <li>使用时长行业渗透率: 2.1%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人均启动次数(次): 20.0</li> <li>人均使用时长(小时): 2.3</li> <li>人均单日启动次数: 3.3</li> <li>人均单日使用时长(分钟): 22.6</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>活跃人数(亿): 5.4</li> <li>活跃人数全网渗透率: 52.3%</li> <li>活跃人数领域渗透率: 57.8%</li> <li>活跃人数行业渗透率: 59.4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用时长(亿小时): 23.8</li> <li>使用时长领域渗透率: 28.7%</li> <li>使用时长行业渗透率: 30.1%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人均启动次数(次): 58.9</li> <li>人均使用时长(小时): 4.4</li> <li>人均单日启动次数: <b>5.8</b></li> <li>人均单日使用时长(分钟): <b>26.1</b></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>活跃人数(亿): 2.9</li> <li>活跃人数全网渗透率: 28.2%</li> <li>活跃人数领域渗透率: 31.1%</li> <li>活跃人数行业渗透率: 34.0%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用时长(亿小时): 4.6</li> <li>使用时长领域渗透率: 5.8%</li> <li>使用时长行业渗透率: 9.2%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人均启动次数(次): 20.7</li> <li>人均使用时长(小时): 1.6</li> <li>人均单日启动次数: 3.2</li> <li>人均单日使用时长(分钟): 15.1</li> </ul>

来源: 易观千帆、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

### 线上消费格局分析 (2/2)

3. 电商规模优势: 支付宝电商体系以淘宝与天猫为主要核心。从电商行业横向竞争维度看, 淘宝在APP使用活跃度、开启频次、使用时差及人均使用等多方面占据相对优势, 为支付高提供稳定的C端客户来源。而腾讯金融主要与京东与拼多多发展战略合作, 但整体线上客户规模仍存在差距。短期内微信支付仍处于劣势地位
- 线上消费竞争展望: 第三方龙头竞争将持续保持焦灼状态。腾讯金融难以在短期内找到反超突破口。但从长期而言, 以企业微信为代表的B端企业通讯市场仍存在增长机会: 微信可凭借企业微信与个人微信互通优势及其天然社交属性以加强微信支付TO B通讯场景应用, 有望于实现B端通讯应用场景板块赶超

## 第三方支付市场竞争——线下支付领域竞争

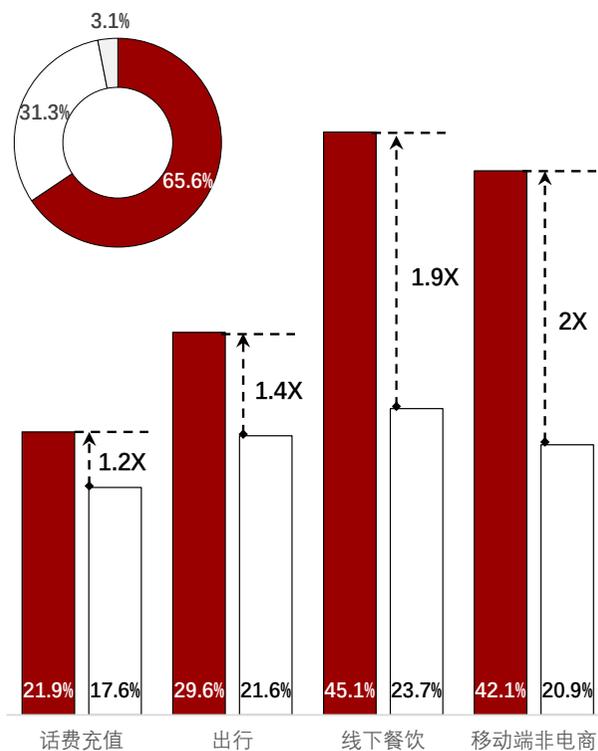
- 微信支付可以以社交为依托，通过微信红包、好友转账等方式以点及面的网联式快速传播，辐射客户类型向全年段扩展、同时提高客户使用粘性，培养支付偏好与习惯

### C端线下消费竞争分析

#### 线下消费支付方式偏好，2020年

■ 微信 □ 支付宝 □ 其他

线下第三支付产品偏好

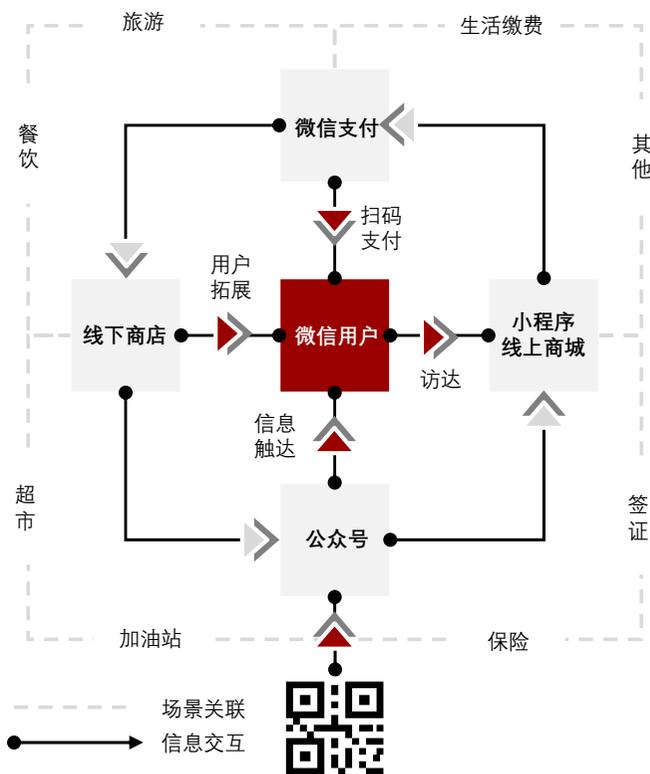


#### C端需求分析

- C端线下产品需求偏好倾向于微信支付：不同于线上支付消费场景，在线下支付及O2O市场中，以微信支付为核心的腾讯金融占据主优势。从需求端的维度看，在线下消费场景中，偏好应用微信支付的客户占比高达65%。同时，在出行、线下餐饮、及移动端非电商等场景中，微信支付应用偏好占比均高出支付宝40%以上
- 微信基础功能是以即时通讯为核心，具备天然社交属性：微信支付可以以社交为依托，通过微信红包、好友转账等方式以点及面的网联式快速传播，辐射客户类型向全年段扩展、同时提高客户使用粘性，培养支付偏好与习惯

### B端线下消费竞争分析

#### 微信生态流程与架构，2020年



#### B端应用分析

- 微信支付B端市场优势在于生态模式去中心化，整体成本控制及效益提升的效率较高：B端线下市场需求核心在于成本控制及效率提升。相较于支付宝，微信支付生态模式较为多元化，并通过微信小程序等功能协同效应，持续扩展用户规模及场景应用；同时其在门店客源拓宽、运营成本缩减、受益提升等多方面均具备相对优势。在商业接触面扩展及受益方面，透过小程序及微信支付的应用，零售门店线上拉动率提升6%，进而整体利好门店营收。从效率提升的维度看，应用微信支付及其聚合码的医疗业、零售业、酒店服务业效率提升均超过6倍以上

来源：方正证券、腾讯、清华大学全球研究院、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 第三方支付市场竞争——出海跨境支付竞争

- 跨境交易服务中主要支付币种仍是人民币，仅是基于交易通道结算成为海外支付币种，导致非华人本土市场切入受到限制；而华人市场中，跨境旅游及留学生将成为跨境支付的主要目标受众，但整体市场空间相对有限

### 跨境支付主要需求市场

中国出境旅游人数，2010-2019年



中国出国留学人数，2013-2019年



### 腾讯与支付宝跨境支付布局

腾讯跨境支付投资及合作

名称	时间	国家	合作形式
PayMaya	2020-04	菲律宾	投资
Satispay	2019-11	意大利	投资
Uala	2019-04	阿根廷	投资
Line Pay	2018-11	日本	合作
Nubank	2018-11	巴西	投资
Paystack	2018-08	尼日利亚	投资
微信马来钱包	2018-07	马来西亚	投资
N26	2018-03	德国	投资
微信支付香港	2017-11	中国香港	独立运营
AfterPay	2017-05	澳洲	投资

支付宝跨境支付投资及合作

名称	时间	国家	合作形式
bKash	2018-04	孟加拉	投资
Easypaisa	2018-03	巴基斯坦	投资
Touch'n Go	2017-07	马来西亚	联合推出
Alipay HK	2017-07	中国香港	独立运营
DANA	2017-04	印度尼西亚	联合推出
Kakao Pay	2017-02	韩国	投资
Gcash	2017-02	菲律宾	投资
TrueMoney	2016-11	泰国	联合推出
Paytm	2015-02	印度	投资

来源：中国旅游局、移动支付网、教育部、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

### 市场规模及格局简析

- 跨境支付目标受众以出境国人及海外化人为主：由于支付行业属于金融强监管行业，整体跨境支付监管压力较大，导致第三方支付机构外卡扣款能力及支持币种受到限制。因此，中国跨境交易服务中的主要支付币种仍是人民币，其仅是基于微信与支付宝交易通道结算成为海外支付币种，导致非华人本土市场切入受到限制。同时由于各地消费习惯及支付偏好各异，中国第三方支付产品难以实现快速渗透下沉。而华人市场中，跨境旅游客户及留学生将成为跨境支付的主要目标受众，但整体市场空间相对有限
- 微信及支付宝海外市场布局趋同，但支付宝布局较微信发展较快：支付宝AliPay Connect已打通全球7-8个交易币种。而微信服务主要市场仍集中于香港及澳门地区

## 第三方支付市场竞争——行业风险及痛点分析

- 中国第三方支付行业易受政策、宏观经济波动、数据风险泄露影响等风险将利空第三方支付行业企业盈利空间，阻碍其行业可持续化发展。同时，未来随着人民币数字化应用落地，非银支付应用市场及场景将受到压缩

### 第三方支付行业风险&痛点分析

#### □ 人民币数字化替代效应

从定义维度分析，数字人民币属于M0的替代，而第三方支付本质是用户资金的中转。因此，微信支付及支付宝中涉及的资金转账与数字人民币名义上并不存在竞争关系。但第三方支付与数字人民币应用场景重叠性相对较高。短期看，由于客户使用粘性较高，第三方支付行业份额的影响较小。但长期而言，数字人民币安全性、法偿性较高，对第三方支付场景应用存在部分替代效应

#### □ 宏观政策风险

2017年后，网联成立，第三方支付机构从原有直联模式向间联模式转型，监管力度持续增强。2020年2月，中国中央银行发布《非银行支付机构条例（征求意见稿）》，其中第五十六条明确了市场支配地位情形认定；其将会对非银支付市占率搞过50%的企业进行告警和约谈，进而影响到部分第三支龙头付市场份额。同时招致潜在企业信誉风险



#### □ 宏观经济波动

第三方支付行业受宏观经济波动意向影响相对较大。以2020年疫情为例，疫情蔓延降低全国商业活跃度，导致第三方支付线下支付及消费应用场景盈利缩减。同时，由于宏观经济增速下降，导致居民收入降低，直接导致线上大宗型商品销售量大幅下跌。同时，疫情期间，第三支付的坏账率呈现上行趋势，整体利空第三方支付行业受益

#### □ 移动支付数据泄露风险

随着金融科技行业延展渗透压，支付行业逐步向数字化及智能化转型。以人脸识别、指纹识别等技术于支付行业应用持续深化，实现消费摩擦缩减及支付效率提升。整体基于互联网第三方支付的开放性及共享性得以强化，但网络及数据安全脆弱面增强，导致客户关键个人信息及企业资产数据泄露隐患增强，将阻碍支付数字化良性发展及应用场景扩张

来源：REEBF、自动支付网、头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

20

# 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，从移动支付、跨境支付等领域着手，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。

# 头豹领航者计划介绍



沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官.....



## 共建报告流程

- 1 企业申请共建
- 2 头豹审核资质
- 3 确定合作细项
- 4 信息共享、内容共建
- 5 报告发布投放

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

©2021 LeadLeo

# 头豹领航者计划与商业服务

## 研报服务

共建深度研报  
撬动精准流量



## 传播服务

塑造行业标杆  
传递品牌价值



## FA服务

提升企业估值  
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，依托**传播服务、FA服务、资源对接、IPO服务、市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

## 资源对接

助力业务发展  
加速企业成长



## IPO服务

建立融资平台  
登陆资本市场



## 市值管理

提升市场关注  
管理企业市值



扫描二维码  
联系客服报名加入



# 读完报告有问题？

## 快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码  
即刻联系你的智能随身专家



### STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研  
迅速生成解答方案



### STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术  
精准拆解用户提问

