

中国第三方支付行业研究报告

2021年



海量行研报告免费读

摘要



行业概况

- ✓ 第三方支付凭借其便捷、高效、安全的支付体验，使得中国的支付市场成为国际领先的支付市场之一。
- ✓ 远C端企业需要通过创新的支付体验以及完整的行业解决方案来提升自身的效率。所以，对于众多的支付机构而言，另一个角度的第三方支付竞争刚刚步入新的开始。



细分领域 现状及建议

- ✓ C端业务迎来新入局者，变现路径合规要求提高，加强与商业银行、持牌消费金融公司的合作，为其提供获客引流通道或开通联名信用卡是更加稳妥的路径。
- ✓ 反垄断措施或使C端市场集中度下降，通过完整的用户和商户运营体系，维持用户和商户的粘性，为其提供独特价值，是支付机构的关键能力所在。
- ✓ 远C端产业改造需求带来产业支付新机遇：通道类支付同质化、单一化的服务已不再适用，头部第三方支付机构开始以提供定制化解决方案、多元化支付产品为标准，协助构筑产业互联网进而实现全产业链条生态化协同的重要价值。
- ✓ 产业支付关键：①业务功能模块复用降成本，引流供应链金融业务增收入；②支付系统奠定数字化基础，供应链数字化重塑进一步释放效能
- ✓ 线下近C端产业支付实践：条码支付为线下商户数字化升级提供窗口，头部收单机构及服务商规模效应显现，服务能力与产品力是业务逻辑升华的关键



趋势洞见

- ✓ 央行数字货币的推广应用，带来下游系统机具升级需求增加
- ✓ 线上线下场景进一步融合，服务商面临转型挑战，有序整合多元企业服务
- ✓ 产业链横向竞争活性增加，纵向开放合作生态，形成开放、富有活力的支付生态

行业发展大观

1

- 行业发展空间与支撑力
- 盈利性分析
- 监管政策分析

细分领域发展分析

2

典型企业案例分析

3

行业发展趋势

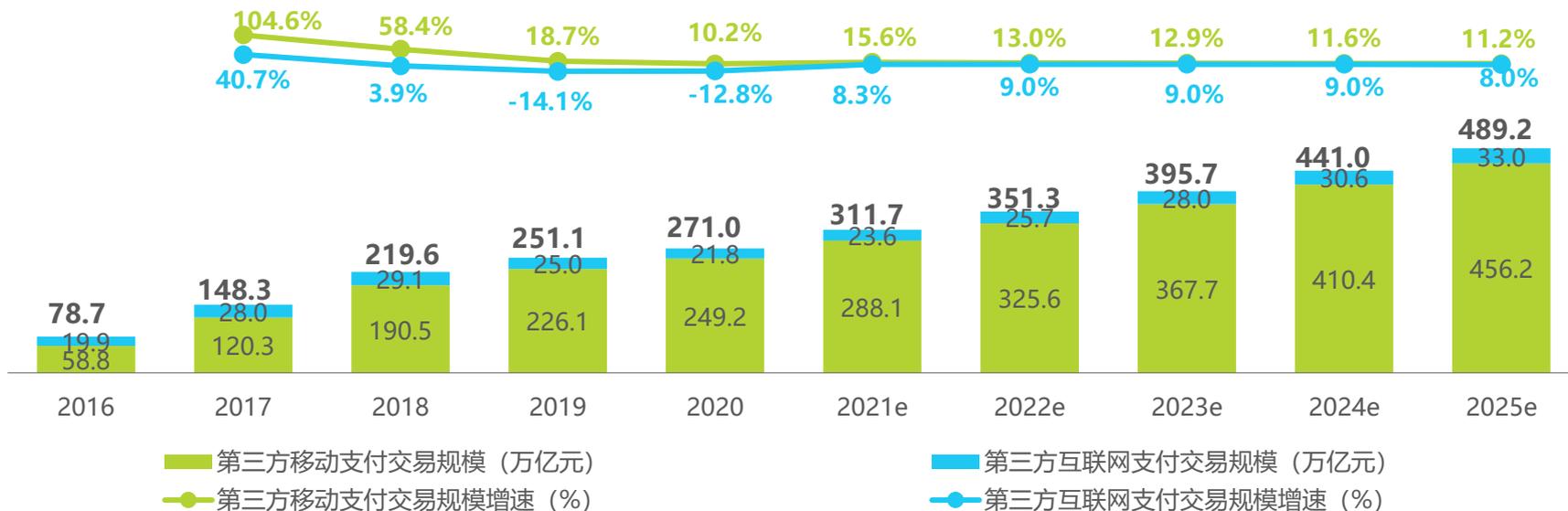
4

国际领先的支付市场

不同时期的产品创新带来便捷高效的支付体验

早在1998-2005年，首信易、支付宝、连连支付、快钱、财付通等第三方支付机构相继成立，开始为线上化商业活动提供支付渠道。2010年，中国人民银行发布了《非金融机构支付服务管理办法》，并向符合条件的机构颁发支付业务许可证，这些举措确认了非金融机构支付业务的合法性地位，通过将其纳入监管规范了企业经营、保障行业长期有序发展。自2010年起，在网络购物、社交红包、线下扫码支付等不同时期不同推动力的作用下，第三方支付交易规模经历高速发展，在2020年，第三方移动支付与第三方互联网支付的总规模达到271万亿元支付交易规模。第三方支付凭借其便捷、高效、安全的支付体验，使得中国的支付市场成为国际领先的支付市场之一。

2016-2025年中国第三方移动支付与第三方互联网支付交易规模



注释：1. 因目前第三方支付企业实际业务具有多元化、集团化、跨行业的特征，核算数据仅代表艾瑞针对支付交易规模这一业务维度的观点；2. 交易规模统计口径为C端用户在移动端和PC端主动发起的C2C、B2C、B2B2C单边交易规模，不包括资金归集等B2B业务；3. 交易规模核算范围为移动消费（移动电商、移动游戏、移动团购、网约车、移动航旅、二维码扫码）、移动金融（货币基金、P2P、其他口径内移动金融产品）、个人应用（信用卡还款、银行卡间转账、银行卡至虚拟账户转账、虚拟账户间转账）、其他（生活缴费、手机充值、其他口径内交易）；4. 艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行调整。

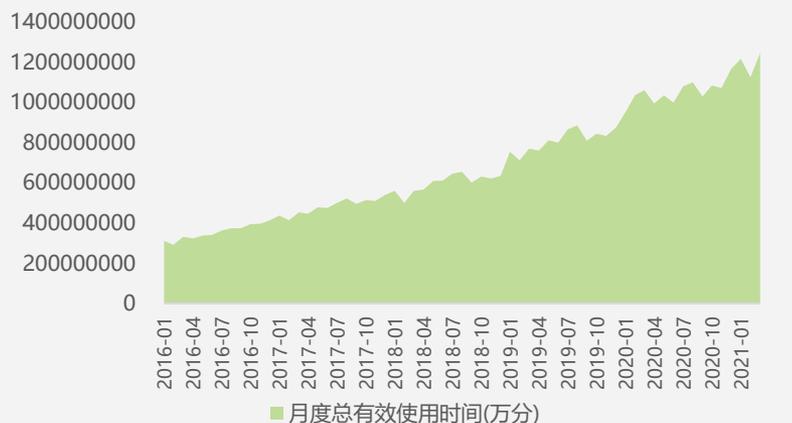
来源：综合市场公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

行业增长支撑因素

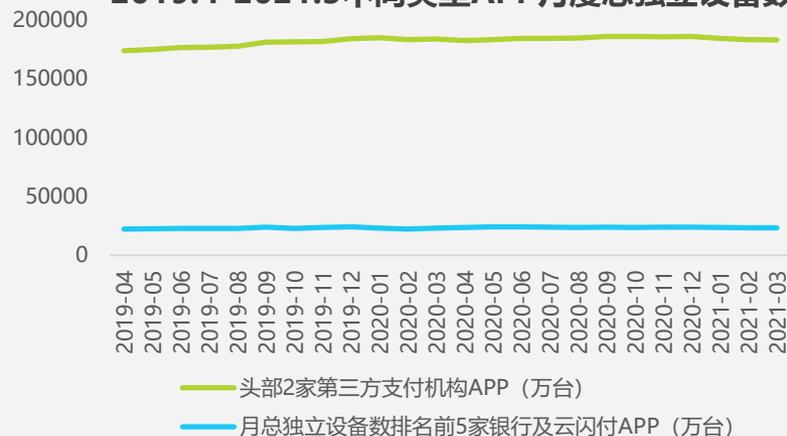
C端用户在网时长稳定累加，产业互联网带来生产型流量

从C端用户交易而言，随着用户移动设备使用时间的加长，移动支付亦将伴随交易规模的稳定增长。同时，第三方支付机构已经构筑了较强的用户壁垒，用户已经形成对第三方支付机构路径依赖，过往未有银行相关支付APP能够成功完成用户使用习惯的迁移，预计未来这种强劲的优势会继续延续。而产业端，产业互联网的崛起将为互联网整体带来大量的生产型流量，支付作为所有商业行为的最关键一环，亦将随之产生新增的产业端支付业务规模。

2016-2021年中国移动设备月度总有效使用时间



2019.4-2021.3不同类型APP月度总独立设备数



2019-2024年中国产业互联网带来的GDP增量



来源：1.mUserTracker: 基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得；2.GDP 增量以 2018 年为固定价格基期，由艾瑞研究院建模推算，清华大学互联网产业研究院复核论证，清华大学互联网产业研究院及艾瑞研究院联合绘制。

稳定期寻求新的增长突破

增速趋于稳定，未来增长支撑性来自于C端下沉和B端创新

回顾我国第三方移动支付的增长路径，缘起于电商，因社交红包转账而获得爆发性增长，因线下二维码支付进入线下驱动的新轨道。而伴随着规模的快速增长，第三方支付渗透率逐步提升，行业规模增速趋于稳定。即便是在特殊的2020年，仅前两个季度线下二维码支付受到一定冲击，行业整体仍旧可以保持稳定的增长态势。行业未来增长的确切性在于第三方支付在地域和人群的持续下沉，而再一次迎来爆发性增长的可能性依托于新的现象级产品的诞生。目前的第三方支付移动支付交易规模主要来自C端用户相关的支付交易，而B端的企业之间第三方支付移动支付渗透率仍有较高增长空间。但能否通过进一步创新支付业务，为企业带来传统支付形态以外的红利，是考验创新意义的关键，亦是行业规模能否迎来下一次爆发性增长的关键。

2013-2025年中国第三方支付移动支付交易规模



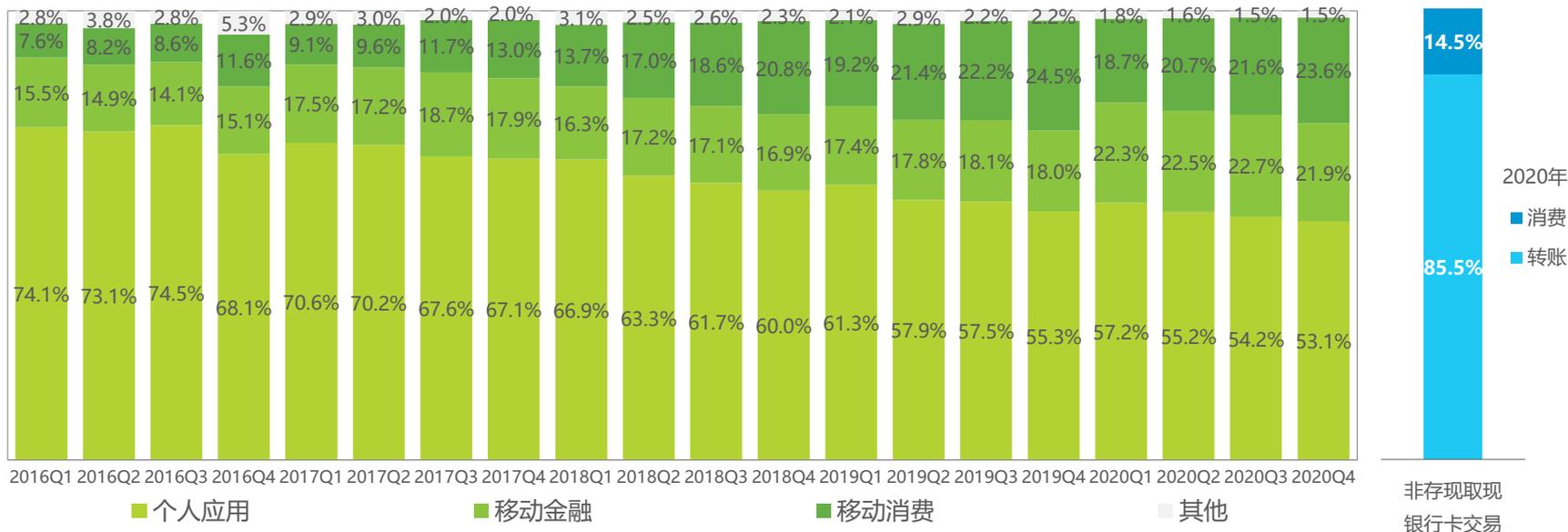
注释：1.自2016年第1季度开始计入C端用户主动发起的虚拟账户转账交易规模，历史数据已做相应调整；2.统计企业中不含银行，仅指规模以上非金融机构支付企业；3.艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行修正；4.不包含线下收单市场规模。

用户交易场景变迁与方向

消费类交易占比稳步提高，金融及个人应用类蕴含增长潜力

从移动支付自身结构变化来看，线下二维码支付的出现改变了线下移动支付的形态，使得消费类交易占比稳步提高。而金融类和个人应用类交易板块，除了早期的社交红包和宝宝类货币基金产品以外，自2016年后并未出现飞跃性的产品形态，这两个板块业务规模的增长主要来自于移动支付自身的渗透率提升、用户粘性的提高以及互联网理财和消费金融业务的发展。对比银行卡交易的结构，同样经历了消费类交易占比提升的过程，但2020年银行卡转账类交易占比高达85.5%，第三方移动支付的个人应用和移动金融两部分加总的占比尚且不及，故而在大额的金融服务和个人应用转账类服务以及B端转账类服务，第三方移动支付从业企业仍有发力空间，蕴含增长潜力。

2016Q1-2020Q4中国第三方支付交易规模结构



注释：1. 自2016年第一季度开始计入C端用户主动发起的虚拟账户间转账交易规模，历史数据已做相应调整；2. 艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行调整；3. 移动消费包括移动电商、移动游戏、移动团购、网约车、移动航旅和二维码扫码，移动金融包括货币基金、P2P和其他口径内移动金融产品，个人应用包括信用卡还款、银行卡间转账、银行卡至虚拟账户转账、虚拟账户间转账，其他包括生活缴费、手机充值和其他口径内交易。
来源：综合公开信息与专家访谈，根据艾瑞数据模型核算。

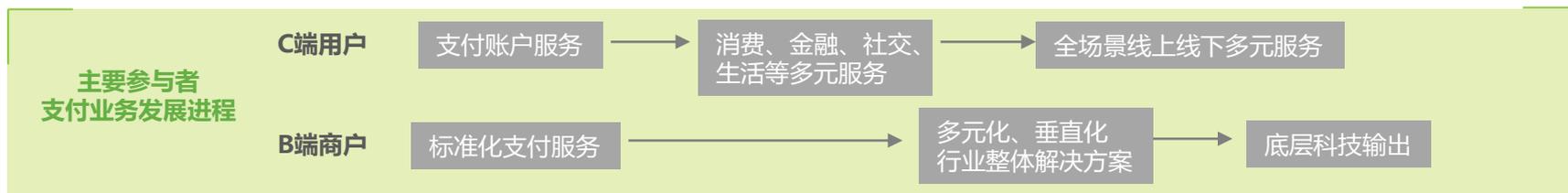
远C端企业需求蕴含增长动力

支付宝财付通占据C端用户心智，不同支付机构在企业端细分领域服务精耕细作

2020年，第一梯队的支付宝、财付通以较大领先优势占据市场头部地位。第二梯队的支付企业在各自的细分领域发力：其中，壹钱包位居第三，依托场景、技术、资源等优势，提升C端服务体验，推进B端合作赋能；联动优势位居第四，推出面向行业的支付+供应链金融综合服务，促进交易规模平稳发展；快钱位居第五，向保险、航空领域持续提供金融科技能力输出服务，实现商户综合解决方案定制化；银联商务位居第六，围绕商户营销拓客、账务管理、终端运维、资金服务等方面的需求，为合作伙伴创造价值；易宝支付位居第七，连接航空、铁路、租车全交通生态，并涉及旅游、酒店到景区的全旅游服务，实现这一生态下的完全布局；苏宁支付位居第八，积极助力城市绿色出行，深耕场景服务，重点挖掘出行领域，打通线上线下多渠道，提高用户参与度。

艾瑞分析认为，尽管移动支付市场的格局趋于稳定，但从更广阔的角度来看，目前移动支付业务主要服务于C端用户及与C端消费场景直接关联的近C端行业内企业，仍有大量的远C端企业需要通过创新的支付体验以及完整的行业解决方案来提升自身的效率。所以，对于众多的支付机构而言，另一个角度的第三方支付竞争刚刚步入新的开始。

中国第三方移动支付市场主要参与者



注释：1. 因目前第三方支付企业实际业务具有多元化、集团化、跨行业的特征，核算数据仅代表艾瑞针对支付交易规模这一业务维度的观点；2. 交易规模统计口径为C端用户在移动端主动发起的C2C、B2C、B2B2C单边交易规模，不包括资金归集等B2B业务；3. 交易规模核算范围为移动消费（移动电商、移动游戏、移动团购、网约车、移动航旅、二维码扫码）、移动金融（货币基金、P2P、其他口径内移动金融产品）、个人应用（信用卡还款、银行卡间转账、银行卡至虚拟账户转账、虚拟账户间转账）、其他（生活缴费、手机充值、其他口径内交易）；4. 艾瑞根据最新掌握的市场情况，对历史数据进行调整；5. 部分企业处于缄默期，经与企业协商，艾瑞在发布企业交易规模时不对其业务情况进行单独披露，亦不体现在排名中。

来源：综合市场公开信息、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

行业发展大观

1

- 行业发展空间与支撑力
- **盈利性分析**
- 监管政策分析

细分领域发展分析

2

典型企业案例分析

3

行业发展趋势

4

第三方支付产业图谱

中国第三方支付产业图谱示意图



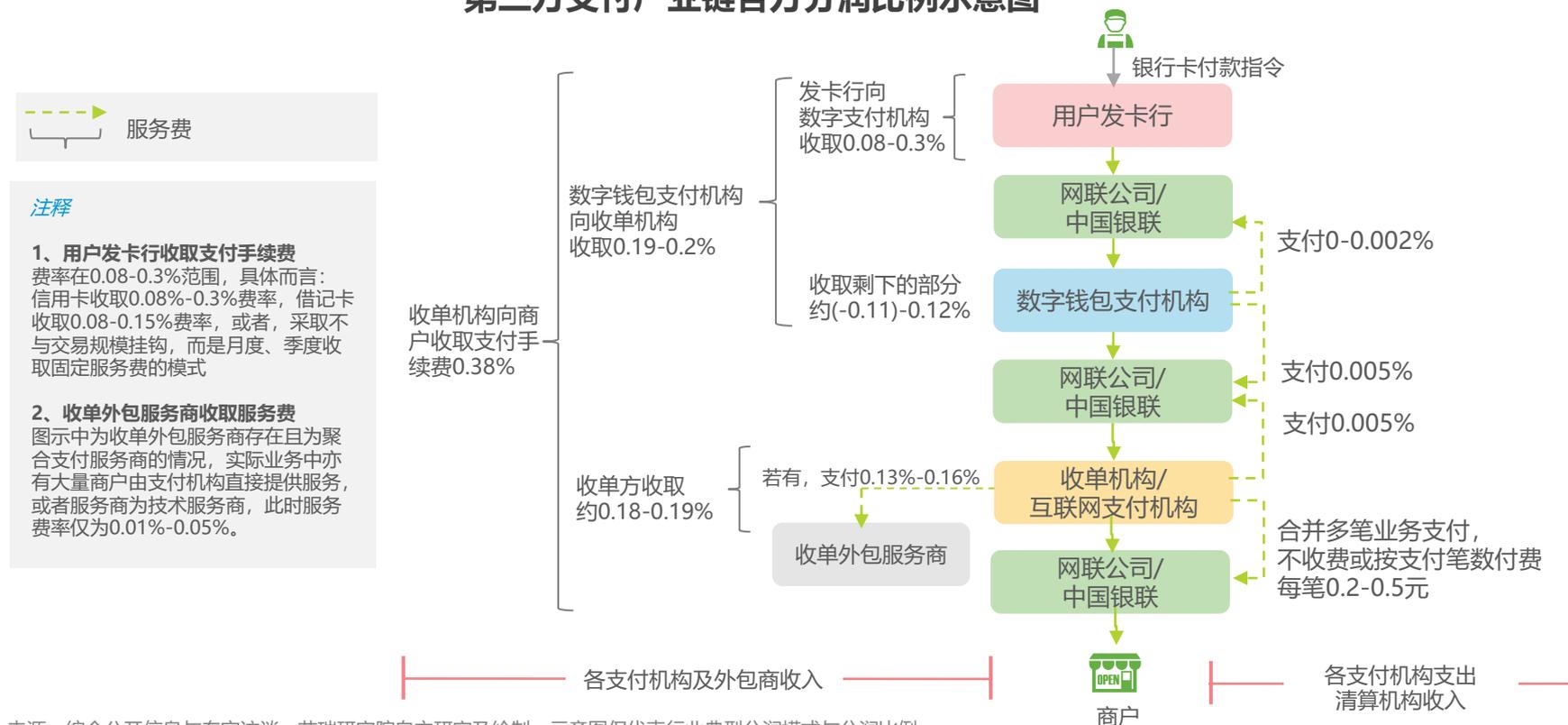
注释：1. 企业图标大小及放置顺序不代表企业排名；2. 图谱为示意图，对各赛道代表性企业进行例举。
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

产业链各方分润比例

网联开启新定价周期，向中小支付机构倾斜费率优惠

用户侧而言，数字钱包支付机构的竞争格局和分润比例已经较为稳定。但在商户侧，由于商户的地域和行业千差万别，具备较强的分散性，这使得收单侧支付机构及其服务商可以凭借定制化、属地化的商户服务来抓取属于自己的商户资源，形成自身的业务壁垒获取更高的分润水平。与此同时，网联平台迎来了新的定价周期，向中小支付机构倾斜费率优惠，预计可以进一步降低收单侧支付机构的成本。

第三方支付产业链各方分润比例示意图



来源：综合公开信息与专家访谈，艾瑞研究院自主研究及绘制；示意图仅代表行业典型分润模式与分润比例。

商户侧支付费率水平

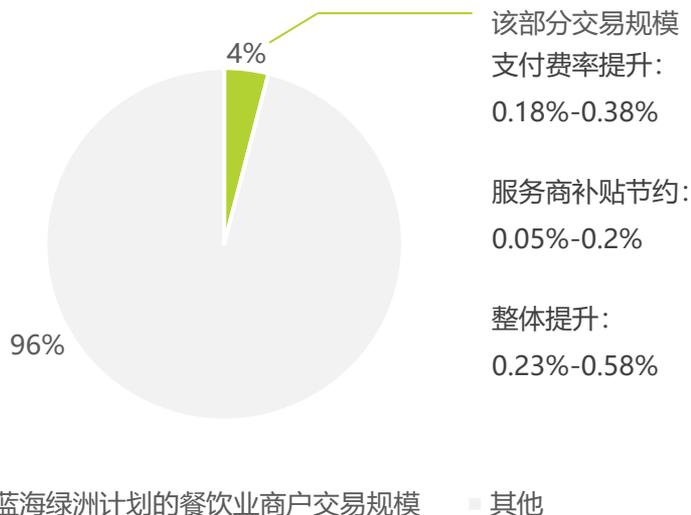
餐饮业蓝海绿洲补贴暂告段落，支付业务货币化率回升

2017年，微信与支付宝相继推出针对餐饮业商户的“绿洲计划”和“蓝海计划”。在活动初期，餐饮业商户收款享受低费率甚至零费率，而推广商户的服务商还可以按照交易金额获得0.2%的返佣。随着对餐饮商户的渗透不断提高，支付宝微信后期对服务商的返佣比例下调至0.1%，直至2020年，蓝海绿洲计划开始逐步将商户的支付费率调整至正常费率水平0.38%，对服务商返佣比例进一步下调至0.05%。与此同时，针对部分配套了指定IoT运营设备的商户，支付宝开启“新蓝海计划”。但整体而言，传统蓝海绿洲的补贴将在2021年正式结束，这意味着这部分交易规模不仅可以获取正常的支付手续费，还可以减少针对服务商的0.05%-0.2%的补贴。分析认为，蓝海绿洲计划的阶段性结束意味着该部分交易的效益可以由交易规模的-0.2%~0.15%提升至交易规模的0.38%，整体提升了交易规模的0.23%-0.58%。

不同类型商户支付费率收费水平



2020年蓝海绿洲计划餐饮业商户交易规模占第三方移动支付交易规模比例



来源：综合公开信息与专家访谈，根据艾瑞数据模型核算，艾瑞研究院自主研究绘制。

行业发展大观	1
<ul style="list-style-type: none">• 行业发展空间与支撑力• 盈利性分析• 监管政策分析	
细分领域发展分析	2
典型企业案例分析	3
行业发展趋势	4

政策梳理 (1/2)

断直连、备付金100%集中缴存等对业务经营产生重大影响的政策效应已完全显现，头部机构历经考验，进入稳定的常态化严监管阶段

2013-2021年中国第三方支付行业相关政策梳理 (1/2)

实施时间	政策名称	主要内容
2013.6.9 (已废止)	《支付机构客户备付金存管办法》	① 要求备付金全额缴存至支付机构在备付金银行开立的备付金专用存款账户 ② 备付金银行包括备付金存管银行和备付金合作银行，支付机构应当并且只能选择一家备付金存管银行，可以根据业务需要选择备付金合作银行
2016.7.1	《非银行支付机构网络支付业务管理办法》	第三方账户实名制及个人支付账户分I、II、III类。保证账户安全，维护正常经济秩序，有效防止洗钱、恐怖融资等行为。
2016.4.12	《国务院办公厅关于印发互联网金融风险专项整治工作实施方案的通知》	① 非银行支付机构不得挪用、占用客户备付金，客户备付金账户应开立在人民银行或符合要求的商业银行。 人民银行或商业银行不向非银行支付机构备付金账户计付利息 ；② 非银行支付机构不得连接多家银行系统，变相开展跨行清算业务 ；③开展支付业务的机构应依法取得相应业务资质，不得无证经营支付业务
2016.4.13	《非银行支付机构风险专项整治工作实施方案》	① 开展支付机构客户备付金风险和跨机构清算业务整治，包括加大对客户备付金问题的专项整治和整改监督力度， 建立支付机构客户备付金集中存管制度，逐步取消对支付机构客户备付金的利息支出，规范支付机构开展跨行清算行为 ，按照总量控制、结构优化、提高质量、有序发展的原则，严格把握支付机构市场准入和监管工作；②开展无证经营支付业务整治
2017.4.17	《中国人民银行办公厅关于实施支付机构客户备付金集中存管有关事项的通知》	① 支付机构应将客户备付金按照一定比例交存至指定机构专用存款账户，该账户资金暂不计付利息。 ② 人民银行根据支付机构的业务类型和最近一次分类评级结果确定支付机构交存客户备付金的比例，并根据管理需要进行调整。 ③ 获得多项支付业务许可的支付机构，从高适用交存比例。
2018.6.30	《关于将非银行支付机构网络支付业务由直连模式迁移至网联平台处理的通知》	2018年6月30日起，支付机构受理的涉及银行账户的网络支付业务全部通过网联平台处理
2018.7.9 2019.1.4	《中国人民银行办公厅关于支付机构客户备付金全部集中交存有关事宜的通知》	自2018年7月9日起，按月逐步提高支付机构客户备付金集中交存比例， 到2019年1月14日实现100%集中交存 。交存时间为每月第二个星期一（遇节假日顺延），交存基数为上一个月客户备付金日均余额。支付机构“备付金集中存管账户”的资金划转应当通过中国银联股份有限公司或网联清算有限公司办理。

来源：中国人民银行，艾瑞研究院整理绘制。

政策梳理 (2/2)

对不同类型的支付机构分类监管，关注信息合规使用，监管环境平稳趋严

2013-2021年中国第三方支付行业相关政策梳理 (2/2)

实施时间	政策名称	主要内容
2021.3.1	《非银行支付机构客户备付金存管办法》	规范了备付金集中交存后的客户备付金集中存管业务：①规定备付金全额集中交存至人民银行或符合规定的商业银行。② 规定客户备付金的划转应当通过符合规定的清算机构办理。 ③详细规定了备付金出金、入金以及自有资金划转的范围和方式，明确了 支付机构间开展合规合作产生的备付金划转应当通过符合规定的清算机构办理。 ④明确了中国人民银行及其分支机构、清算机构、备付金银行各方对于客户备付金的监督管理职责。⑤增加备付金违规行为处罚条款。
未正式实施 2020年10月 13日起开始公 开征求意见	《非银行支付机构行业保障基金管理 办法（征求意见稿）》	支付机构行业保障基金是指按照该办法规定筹集形成的，用于化解和处置因支付机构客户备付金缺口导致的行业风险的非政府性行业互助资金。支付机构将全部客户备付金作为其清算保证金。中国人民银行按季度计提支付机构清算保证金利息划入基金。计提比例按照支付机构分类评级结果确定。
未正式实施 2021年1月20 日起开始公开 征求意见	《非银行支付机构条例（征求意见 稿）》	强化综合监管，系统性提出支付机构在从事支付业务时必须遵守的原则与规定：① 根据从事储值账户运营业务的支付机构和从事支付交易处理业务的支付机构风险程度的不同，分类确定业务监管要求； ②明确支付机构发起的跨机构支付业务，应通过具有相应合法资质的清算机构处理；③强化备付金管理要求，强调备付金不属于支付机构自有财产，要求支付机构将备付金存放在人民银行或符合要求的商业银行，并明确与之配套的审慎监管措施；④非银行支付机构收集、使用用户信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用用户信息的规则， 明示收集、使用用户信息的目的、方式和范围，并经用户明示同意； ⑤ 强化支付领域反垄断监管措施，明确界定相关市场范围以及市场支配地位认定标准， 维护公平竞争市场秩序。⑥规范人民银行的检查权和检查措施，保障人民银行执法权的有效行使。⑦明确支付机构股权质押、 开展创新业务、重大事项变更等情况须向人民银行备案等监管要求。 ⑧明确成为支付机构股东、实际控制人和最终受益人的条件及禁止情形，加强对股东资质、实际控制人和最终受益人的监管。

来源：中国人民银行，艾瑞研究院整理绘制。

最新监管政策分析(1/3)

强化综合监管，强调市场公平竞争秩序

2021年1月20日，央行发布《非银行支付机构条例（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。从监管框架上，《条例》的出台代表了对第三方支付机构**监管法律层级的提升**，综合了以往发布的多项管理办法中的要求，确保监管的专业性、统一性和针对性。从具体内容而言，《条例》中最吸引市场关注的内容是其关于市场支配地位的认定标准，但从操作角度而言，市场份额的计算方式涉及到很多变量，相关条款的出台更多是**为日后规范、约束非银行支付机构公平竞争行为提供依据**，而不是立即制裁某家机构。所以，对于市场参与者而言，在保证良性竞争、具备监管意识的前提下，已经在市场中具备的领先优势依然是宝贵的业务护城河，但如果漠视监管对于安全、高效、诚信和公平竞争原则的强调，《条例》亦规定中国人民银行及其分支机构依法履行对非银行支付机构的监督管理职责，可以向国务院反垄断执法机构建议采取停止滥用市场支配地位行为、停止实施集中、按照支付业务类型拆分非银行支付机构等措施。

《非银行支付机构条例（征求意见稿）》市场支配地位相关规定

第五十五条（市场支配地位预警措施）

非银行支付机构有下列情形之一的，中国人民银行可以商国务院反垄断执法机构对其采取约谈等措施进行预警：

- （一）一个非银行支付机构在非银行支付服务市场的市场份额达到三分之一；
- （二）两个非银行支付机构在非银行支付服务市场的市场份额合计达到二分之一；
- （三）三个非银行支付机构在非银行支付服务市场的市场份额合计达到五分之三。

第五十六条（市场支配地位情形认定）

有下列情形之一的，人民银行可以商请国务院反垄断执法机构审查非银行支付机构是否具有市场支配地位：

- （一）一个非银行支付机构在全国电子支付市场的市场份额达到二分之一；
- （二）两个非银行支付机构在全国电子支付市场的市场份额合计达到三分之二；
- （三）三个非银行支付机构在全国电子支付市场的市场份额合计达到四分之三。

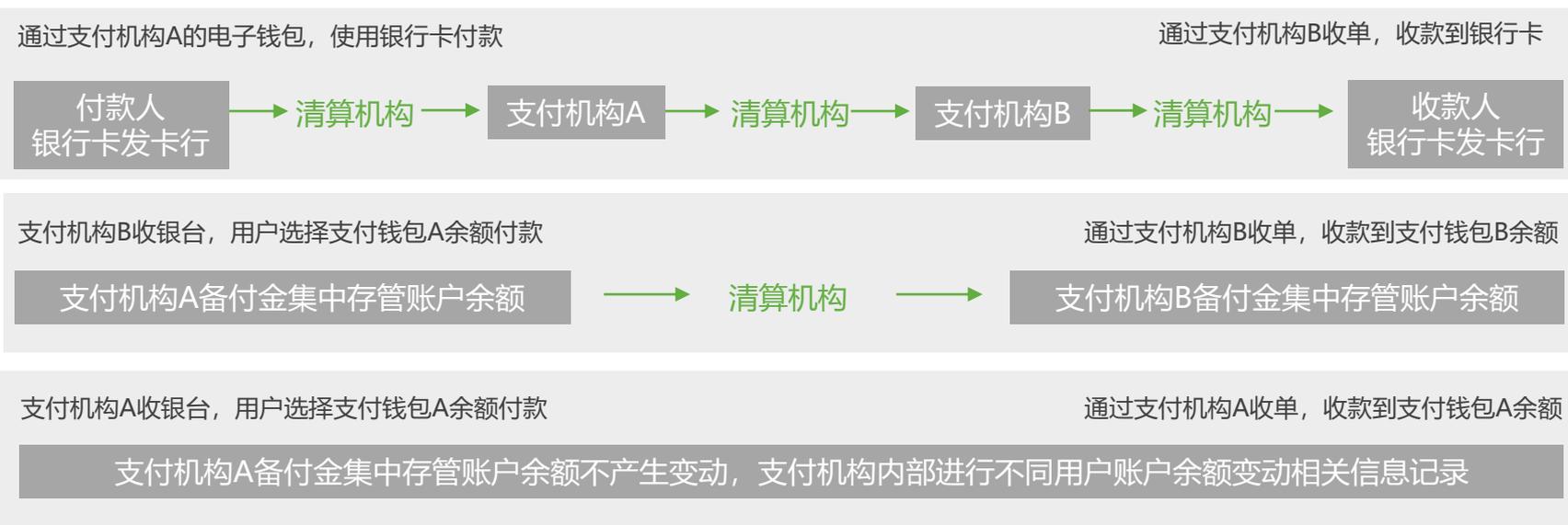
来源：中国人民银行《非银行支付机构条例（征求意见稿）》，艾瑞研究院整理绘制。
关于《非银行支付机构条例（征求意见稿）》的更多政策解读，可见艾瑞发布的新闻稿（艾瑞：框架标准齐备，静候细则落地——《非银行支付机构条例（征求意见稿）》分析解读。

最新监管政策分析(2/3)

明确支付机构间备付金划转亦需经过清算机构

中国人民银行发布《非银行支付机构客户备付金存管办法》，明确提出支付机构间开展合规合作产生的备付金划转应当通过符合规定的清算机构办理。至此，断直连和备付金集中存管使得**机构间的所有合规资金划转都透明化**，有效防控风险。从资金划转链路上，如果付款方和收款方都是银行卡，那么一笔交易会经过三次清算机构，每过一次清算支付机构都需要给清算机构一定的费用。但如果付款方和收款方都通过账户余额付款和收款，不涉及支付机构和银行之间的清算，那么首、尾两次清算则不再需要。继而，当收、付款双方均使用账户余额且支付机构同时承担付款方支付钱包和收款方收单通道时，由于不再涉及不同支付机构或银行间的资金划转，那么该笔支付将不涉及清算机构。所以，除了特定业务流程上的监管措施以外，针对于支付机构整体业务的机构监管措施具有重要意义。未来亦不排除监管将针对此类交易模式出台更具针对性管理办法的可能性。

不同交易模式下清算机构参与环节示意图



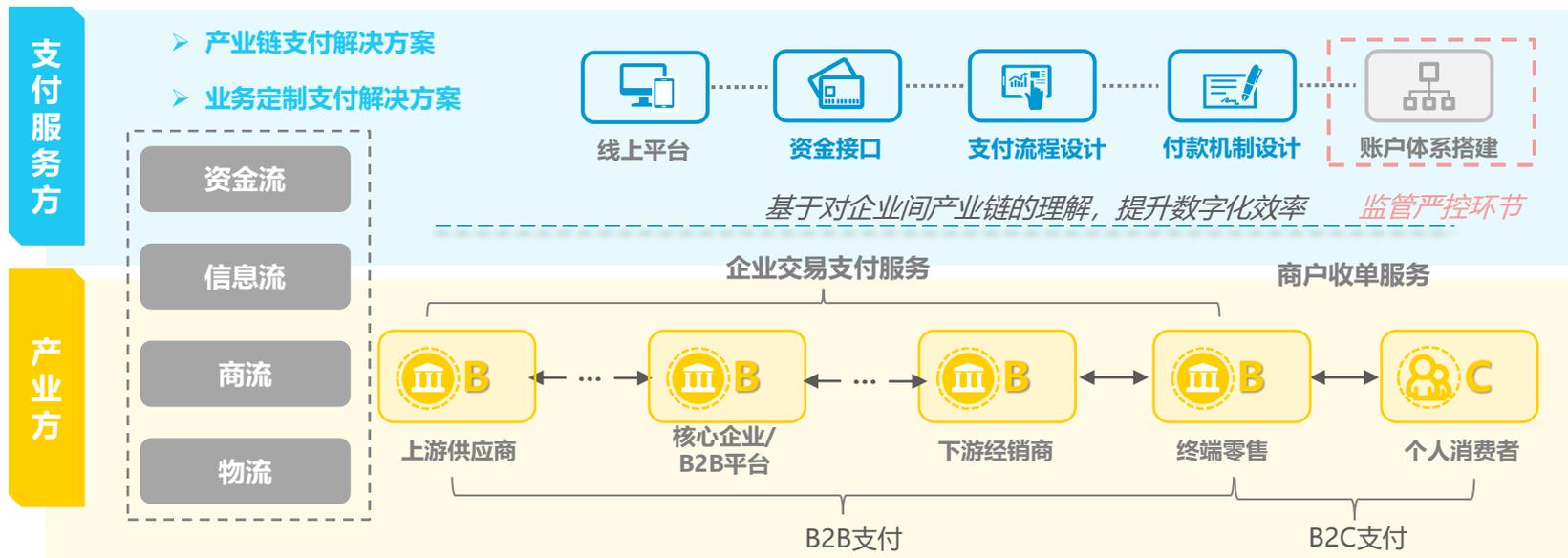
来源：中国人民银行《非银行支付机构客户备付金存管办法》，艾瑞研究院自主研究绘制。

最新监管政策分析(3/3)

严控非银行支付账户向对公领域扩张，提高交易透明度

近期金融管理部门针对当前网络平台企业从事金融业务中普遍存在的问题提出了整改需求，其中第二点要求是“回归支付本源，断开支付工具和其他金融产品的不当连接，严控非银行支付账户向对公领域扩张，提高交易透明度，纠正不正当竞争行为”。艾瑞分析认为，其中涉及到的**“严控非银行支付账户向对公领域扩张”**重点在于**管控对公非银支付账户的开立，而不是限制面向B端的非银产业支付服务**。正如上文提到，支付账户的开立虽然可以为用户提供更多便捷的服务内容，但在支付双方均使用同一机构的支付账户时，清算机构无法直接得到相关交易信息。当非银行支付机构为企业间提供支付服务时，交易金额远高于C端用户间交易，提高交易透明度、保证支付安全的要求相应提高。在这种情况下，企业双方使用银行账户，可以使交易经过清算机构网络从而提高交易透明度。

中国第三方产业支付服务模式



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

行业发展大观

1

细分领域发展分析

2

典型企业案例分析

3

行业发展趋势

4

C端业务迎来新入局者与发展路径转折

新场景方入局，形成支付业务闭环，变现路径合规要求提高

对于近年入局第三方支付的美团、头条、拼多多等互联网巨头，开启支付业务的考量通常是出于三方面原因：其一是形成自身的业务闭环，防止用户交易信息、支付信息被体系外的其他第三方支付企业获取，影响自身业务优势；其二是随着体系内业务规模的扩大，支付交易手续费总额不断提高，建立自由的支付渠道可以节约该部分成本；其三便是希望通过体系内的交易流量转化为支付流量后，进一步叠加信贷、理财等服务，赚取金融服务费。

然而，对于不同引流方向、不同企业而言，支付流量金融业务变现的难度是不一样的。整体而言，占据消费场景的互联网巨头引流信贷业务是更加顺畅的，而引流至理财业务则需要经历对用户心智的长期培养。更重要的是，近期监管合规部门多次强调回归支付业务本源，断开支付产品与其他产品的不当连接。这使得从支付业务变现信贷业务的方式需要面对较强的合规性要求。秉承着金融业务必须持牌经营的思路以及需要通过持牌征信机构依法合规开展个人征信业务的规定，对于新入局者而言，通过加强与商业银行、持牌消费金融公司的合作，为其提供获客引流通道或开通联名信用卡是更加稳妥的路径。

新入局场景方金融业务空间



注释：可转化金融业务空间按照目前行业内参与者的日均非金融类支付业务交易规模与信贷业务余额、财富管理规模之比进行估算。
来源：综合公开信息及专家访谈，根据艾瑞数据模型核算。

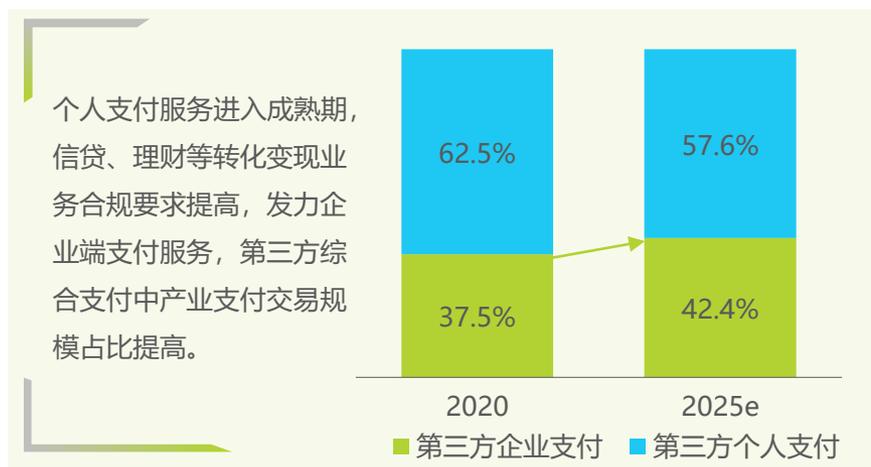
反垄断措施或使C端市场集中度下降

回归支付业务本质，核心能力在用户运营和商户运营

回顾第三方支付的发展历程，无论是电商领域的“担保支付模式”、社交领域的红包还是线下二维码支付，每一次增速的提升都来自于创新的产品为用户和商户提供的独特价值。所以，尽管目前行业面临的反垄断监管合规措施使得部分业务的发展预期与之前出现差异，但恰恰是这些反垄断的合规措施，才能使得已经逐渐呈现出单纯依赖场景优势扩张业务规模的行业参与者重新开始思考自身能够提供的新的支付业务价值。而伴随着反垄断合规措施的落地，可以预见第三方移动支付市场集中度将出现一定下降，而在这一过程中，通过完整的用户和商户运营体系，维持用户和商户的粘性，为其提供独特价值，是支付机构的关键能力所在。对于头部两家机构而言，通过用户间关系网络构建和多元延伸服务的使用习惯培养，C端用户粘性已经形成短期内难以替代的优势；但B端商户侧的粘性却仍可以通过商户服务的叠加、产业生态建构来进一步加强。所以，预计产业链上下游未来对商户资源的合规争夺将更加激烈。

第三方支付相关反垄断措施影响分析

2020-2025年中国第三方综合支付交易规模结构



第三方支付移动支付机构商户侧资源重要性凸显

C端用户侧面临一定的市场分散压力

- 要求在支付方式上给消费者更多选择权，头部企业原有场景优势存在被削弱的可能；
- 要求断开支付与信贷产品的不当连接、压降重要基金产品余额，在传统银行已追赶相应产品能力的今天，头部支付机构面临相应金融业务及其对应支付规模降低的可能；

为B端商户提供多样化增值服务增加商户粘性从而保证受理侧优势

- 为中小微商户提供贯穿产业链的线上B2B采购、库存管理、营销服务、会员管理、灵活用工等增值服务，增加商户粘性；
- 增加直接服务的商户比例，增强与商户的直接联系

备注：①第三方综合支付交易规模包括获得中国人民银行支付业务许可的互联网支付、移动电话支付、银行卡收单、预付卡业务等支付机构的支付交易规模。②第三方企业支付交易规模按照交易对手方发生的实际单笔金额统计，而非按照第三方支付机构角度的收款与付款双笔金额计算。

来源：综合专家访谈及公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

远C端产业改造需求带来产业支付新机遇

Research

艾瑞咨询

以支付为核心，构筑产业数字化平台

以支付解决方案为切入点，支付机构面向不同规模、不同领域企业，提供集支付、财务管理、资金管理、营销等服务于一体的企业解决方案。传统线下企业不具备天然的互联网基因，且通常自身具有庞大的产业生态及复杂的产业链条，因此线上化程度较低、转型过程较困难。然而随着科技的不断发展、国家政策的重点扶持、以及疫情带来的催化作用，使得众多传统线下产业有足够的动力踏入产业互联网转型、数字化升级进程。产业中物流、信息流与资金流的全面线上化集合，以及产业集群内网络化协作，催生了复杂的行业解决方案需求，这为第三方支付机构带来新机会的同时也提出了更高的要求，过往通道类支付同质化、单一化的服务已不再适用，头部第三方支付机构开始以提供定制化解决方案、多元化支付产品为标准，致力解决产业数字化转型过程中的痛难点，协助构筑产业互联网进而实现全产业链条生态化协同的重要价值。

第三方产业支付赋能传统产业数字化转型



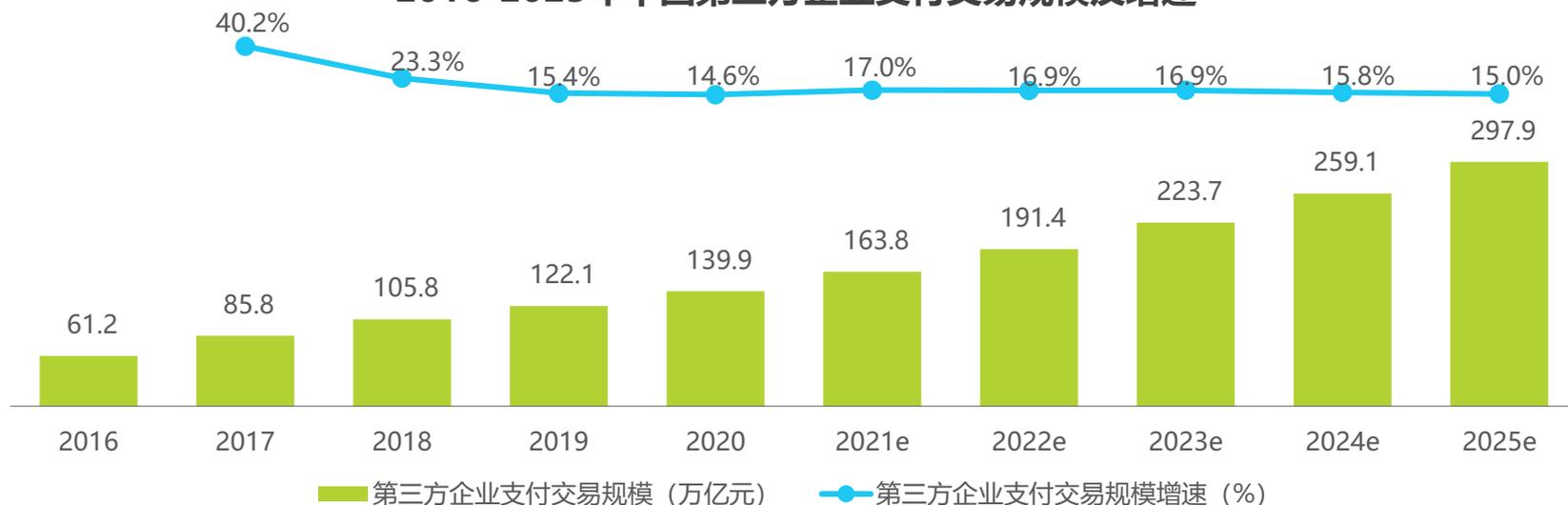
来源：《2019年第三季度支付体系运行总体情况》，综合公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

产业支付落地关键：

业务功能模块复用降成本，引流供应链金融业务增收入

产业支付服务需要支付机构躬身于产业链，出具定制化的符合产业链上要素流转特征支付及数字化解决方案。这种业务要求造成了对于产业支付而言，难以像C端支付服务一样通过标准化解决方案快速拓展业务规模。这种特性对支付机构提出了不同层面的要求：从业务角度，需要尽可能选择数字化改造空间大、需求强烈的行业或产业集群来增加支付系统研发的效用；从技术角度，需要增加支付系统中相似业务功能模块复用的方法及装置以降低每次研发的人力成本与时间成本；从盈利角度，第三方支付以低廉的手续费吸引客户势必造成盈利能力需要通过叠加多样化的服务来完成，而供应链金融业务中需要整合的信息流和资金流已经在支付系统搭建的过程整合完毕，支付机构具备开展供应链金融业务的基础与优势。但秉承金融业务必须持牌经营的核心思路，支付机构更加稳妥的角色是与金融机构合作开展银行直融业务或通过资产证券化方式为低成本资金触达产业中的实体企业提供链接。

2016-2025年中国第三方企业支付交易规模及增速



注释：交易金额规模按照交易对手方发生的实际单笔金额统计，而非按照第三方产业支付机构角度的收款与付款双笔金额计算。
来源：综合专家访谈及公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

产业支付落地关键：

支付系统奠定数字化基础，供应链数字化重塑进一步释放效能

支付是商业行为的关键一环，以支付为切入点为企业构筑数字化解决方案可以将企业之间的交易行为相关资金流和信息流进行线上化集合。然而，对于产业支付的主要服务对象线下传统企业而言，供应链的数字化重塑则关系到其是否能够在生产环节实现数字化管理和智能生产。但相比于资金流和信息流的数字化，供应链的数字化重塑需要面临难以获得结构化、标准化数据的问题。因此，若要真正实现产业数字化平台的构建，第三方支付企业需要在自身的优势能力之外，增加供应链数字化管理、智慧物流等相关技术的研发积累或外部合作。与此同时，从产业支付的展业顺序来看，接近消费端的传统行业（快消品、消费电子、汽车制造、医疗）相比于远离消费端的传统行业（能源、轨道交通、电力、装备制造、农林畜牧）更适合在供应链数字化重塑能力积累期首先开展业务。

第三方产业支付赋能传统产业数字化转型路径分析

Stage 1 资金流与信息流数据聚合

纵向路径：集合产业链上下游交易与服务信息

收单	代付	代收	付款	金融
为产业链上下游提供收单服务	按照产业链核心企业的指令，单笔或批量付款到多个收款方账户中	第三方支付机构受委托从付款方账户中扣除收费款项	第三方支付机构对于付款环节提供聚合支付服务	通过合作机构为核心企业及其上下游提供垫资、余额理财、信贷、保理、保险、预付费卡等金融服务

横向路径：区域或产业集群内资金账户统一管理



- ✓ 集团多渠道收单、集团资金统一归集调拨
- ✓ 协助大型商盟建立互联网平台，为零售终端客户提供线上订货、金融服务、以及相关产品供货等服务
- ✓ 与产业园区合作，通过建立园区平台、app、账户体系等，实现园区内及时、互动、整合的信息感知、传递和处理，形成管理、工作、生活智慧化新园区。

Stage 2 供应链数字化重塑

- 在高度响应用户需求与个性化定制服务的基础上，对供应链环节进行重塑改造，与供应商共同实现流程优化与生产协同，完善生产与消费闭环；
- 从数据来源、数据传递方式、数据场景等不同角度提高数据采集与治理能力，实现行业知识、硬件与软件的融合应用，将行业知识与生产规则落实到生产协同过程中

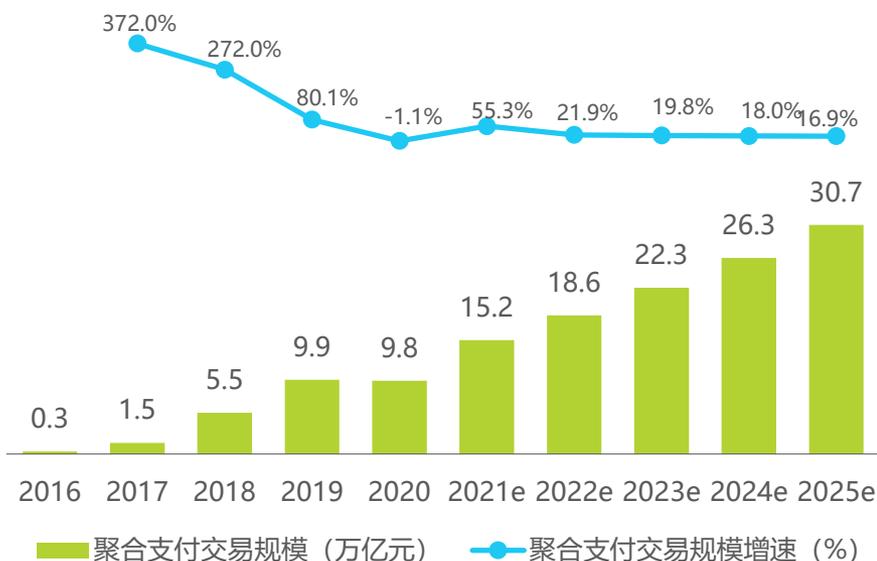
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

线下近C端产业支付实践

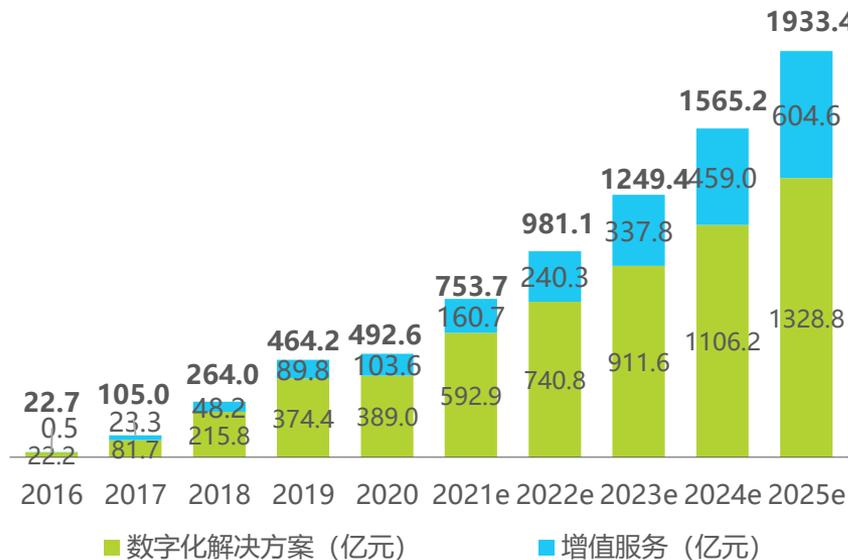
条码支付为线下商户数字化升级提供窗口，多元增值服务进一步助力数字化转型

对于众多线中小微下商户而言，线下条码支付是他们最早接触的数字化方式之一。而在条码支付不断渗透的过程中，线下的中小微商户也与他们的服务商建立了一定的联系。而从条码支付的分类而言，可以分为头部支付机构官方直连的收款码和个人码，以及需要其他收单机构或收单服务商的聚合支付三种方式。聚合支付的提供方在为商户提供多个支付渠道融合的同时，进一步叠加收银终端销售与维护、营销导流等服务，在提高自身业务收入的同时进一步提高商户的粘性、深化商户数字化转型程度。

2016-2025年中国聚合支付市场交易规模



2016-2025年中国基于聚合支付的中小微商户数字化服务规模



■ 聚合支付交易规模 (万亿元) ● 聚合支付交易规模增速 (%)

■ 数字化解决方案 (亿元) ■ 增值服务 (亿元)

注释：本报告中基于聚合支付的中小微商户数字化服务规模为营收规模，其中数字化解决方案服务规模包含中国中小微商户数字化收款服务、SaaS服务以及数字化经营设备市场规模；增值服务规模包含商品及金融产品的营销推广服务、电商积分平台服务以及共享充电宝服务，伴随着更多类型增值服务的发展，增值服务的涵盖范围有可能进一步丰富，艾瑞根据市场最新情况进行更新调整。

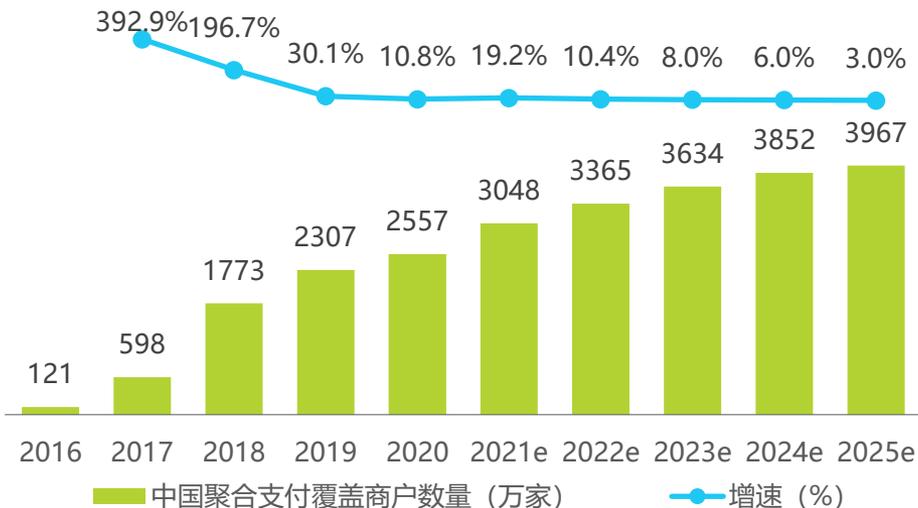
来源：综合市场公开信息与专家访谈，根据艾瑞数据模型核算，艾瑞研究院自主研究绘制。

线下近C端产业支付实践

头部收单机构及服务商规模效应显现，服务能力与产品力是业务逻辑升华的关键

提供聚合支付的收单机构及服务商是整个支付产业链条上直接面向商户的最落地的业务方，其业务特点是门槛低、起步快，但后期维护成本高、盈利性差。这也就造成了在行业发展早期，行业内参与者数量众多，但由于不能快速完成自身规模的增长达到规模效应，大批的小服务商被市场淘汰，或者被其他参与者吞并。而对于行业内的头部玩家而言，在完成一定程度的市场集中后，可以实现自身的盈利。但在此基础之上，完成商户生态的建设，在提供聚合支付服务的基础之上，叠加增值服务是其业务逻辑升华的关键所在。而线下的中小微商户的特点是单个商户付费能力与付费意愿不足，但整体体量庞大且聚合支付覆盖的中小微商户多集中于餐饮和零售行业具备一定的共性。所以，面向中小微商户的增值服务一方面需要洞察实际业务需求，为其带来切实的降本增效能力；另一方面需要应用较为标准化的产品与服务来降低成本提高效能。

2016-2025年中国聚合支付覆盖商户数量



来源：综合市场公开信息与专家访谈，根据艾瑞数据模型核算，艾瑞研究院自主研究绘制。

线下近C端产业支付增值服务可拓展方向

进货渠道线上化 (2019年一二线小店渗透率仅15%)

2019年全国零售小店从快消B2B平台进货金额在小店总进货金额中的占比仅为5%，平台货品分散、价格不具优势是其渗透率较低的主要原因。支付机构在自身优势地域通过与区域性B2B平台构建合作可以增加商户粘性，提升商户供应链数字化程度。

扫码点单降成本 (2020年交易规模3944亿)

扫码点餐将传统点餐、下单、结账等一系列顾客到店堂食流程完全线上化、统一化，在提升商户点餐、收银效率同时，可极大程度降低人力成本。

小程序自营外卖 (2020年交易规模320亿)

外卖O2O模式下商户自主选择权较弱，且需支付较高比例佣金。因此，对于连锁品牌商家或是已有数量可观的老客群的商家而言，转向小程序平台开展自营外卖业务已成为更佳选择。

行业发展大观

1

细分领域发展分析

2

典型企业案例分析

3

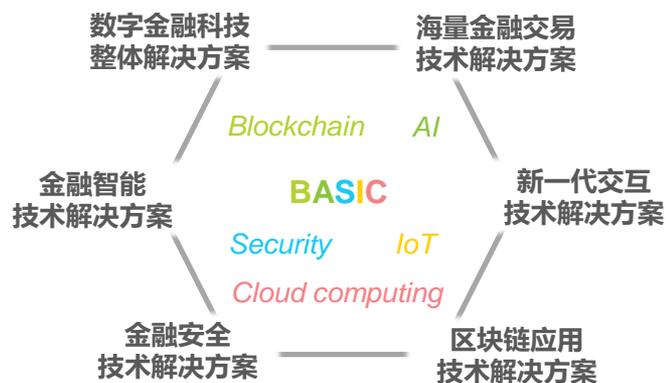
行业发展趋势

4

聚焦“BASIC”战略，为企业及个人用户提供安全、高效、低成本服务

支付宝依托蚂蚁集团整体的“BASIC”技术战略，积极探索前沿科技在支付业务中的应用，由此衍生出了区块链跨境支付、刷脸支付、支付门等应用，通过科技能力为支付宝迈向产业支付提供了有力支撑。

“BASIC”技术战略及支付+科技应用案例



支付+科技应用案例：区块链跨境支付

更便捷、快速、安全、合规的金融服务

实现区块链跨境支付之前 vs. 实现区块链跨境支付之后

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 需去银行柜台操作并留意上班时间 • 到账时间10分钟到几天不等 • 晚7点后汇款最早次日到账 • 资金转丢风险大 | <ul style="list-style-type: none"> • 随时随地操作 • 实时到账 • 7×24小时不间断 • 安全透明 |
|---|---|

技术应用价值

- | 参与机构层面 | 监管层面 | 用户层面 |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 对账成本更低 • 资金效率更高 • 信息透明度更高 | <ul style="list-style-type: none"> • 更可信交易报表 • 支持准实时可疑交易监控 • 支持准实时主动发布监管政策 | <ul style="list-style-type: none"> • 准实时到账 • 更低费率、费用透明 • 普惠触达、覆盖面广 |

打造开放生态，将支付、营销、数据能力，通过接口等形式开放给第三方合作伙伴

支付宝开放平台基于支付宝海量用户，将支付、营销、数据能力，通过接口等形式开放给第三方合作伙伴，帮助第三方合作伙伴创建更具竞争力的应用。通过接入支付宝开放平台，第三方合作伙伴可以获得更多的流量、用户和收益，而第三方合作伙伴提供的服务也让用户获得了更丰富的体验，平台生态更加繁荣，最终实现多方共赢。

支付宝开放平台能力

支付能力	资金能力	营销能力	会员能力	行业能力
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当面付 ✓ App支付 ✓ 手机网站支付 ✓ 电脑网站支付 ✓ 刷脸付 ✓ 互联网平台直付通 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 周期扣款 ✓ 支付宝预授权 ✓ 新当面资金授权 ✓ 转账到支付宝账户 ✓ 商家分账 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 营销活动送红包 ✓ 无资金商户优惠券 ✓ 现金红包 ✓ 现金抵价券 ✓ 直发集分宝 ✓ 支付宝广告投放 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 获取会员信息 ✓ 商户会员卡 ✓ 支付宝卡包 ✓ APP支付宝登录 ✓ 网站支付宝登录 ✓ 身份验证 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地铁线上购票 ✓ 生活缴费 ✓ 车主平台停车在线缴费 ✓ 电子发票 ✓ 中小学教育缴费 ✓ 同城配送
支付扩展	口碑能力	安全能力	基础能力	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 花呗分期 ✓ 收款到银行账户的异步通知消息 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 口碑开店 ✓ 营销活动 ✓ 扫码点菜 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 交易安全防护 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 图片资料上传 ✓ 分享到支付宝 ✓ 蚂蚁门店管理 ✓ CCM 插件化能力 ✓ 服务商代运营基础 ✓ 商家账单 	
		理财能力		
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 余额宝 		

来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

覆盖多元消费场景，打造创新型金融科技平台



2004年成立至今，快钱公司以“科技，为企业加速”为使命，致力于通过科技创新能力，围绕场景搭建一个开放、共享的数字化服务平台，以整套数字新基建为国际和国内各类企业加速，助推万行千业实现数字化升级，支持实体经济发展。



丰富的历史经验

快钱作为成立十五年的资深第三方支付公司，拥有与时俱进的支付产品体系，多年来根据行业内对支付需求的变化，为行业内客户提供创新型、定制化综合支付解决方案。

创新的支付产品体系

自2005年以来，快钱专注于B端的第三方支付业务。并且一直深耕保险、航空客票、零售、餐饮、网络购物等多个行业。在线上和线下积累了大量客户。与万达达成战略控股协议后，发展再次提速，借助万达海量自有场景，快钱发展成为“实体商业+互联网”企业。

多元化金融科技生态

快钱同时还提供金融云、增值业务等高品质、多元化的金融科技服务，融合创新的多种支付产品，赋能企业和用户，带来智能、高效、个性化的金融科技新体验。

一站式聚合服务链接多生态场景，助力企业降本增效

快钱深耕业内大客户，覆盖国内保险、商旅、零售、金融、物流等现代服务业以及全国330余家万达广场的线下场景；同时还为中小微商户构筑从智能收单、智能账户、智能营销等多种增值服务的全链条普惠金融解决方案，有效帮助中小微降本增效，激发自身生产力和竞争力。快钱的一站式解决方案致力于服务好每一个微小的个体，通过数字化服务帮助其践行普惠金融可持续发展之路，进一步拉动内需。疫情期间，快钱面向受疫情影响较大的湖北地区的零售、餐饮商户推出手续费优惠帮扶等办法，还就零售、物流、餐饮等受疫情影响较大的行业开启战“疫”绿色通道，实时响应企业燃眉之急，满足各项战疫需要满足疫情期间各项需要,共同度过疫情难关。

快钱产品体系全面提升商户效率

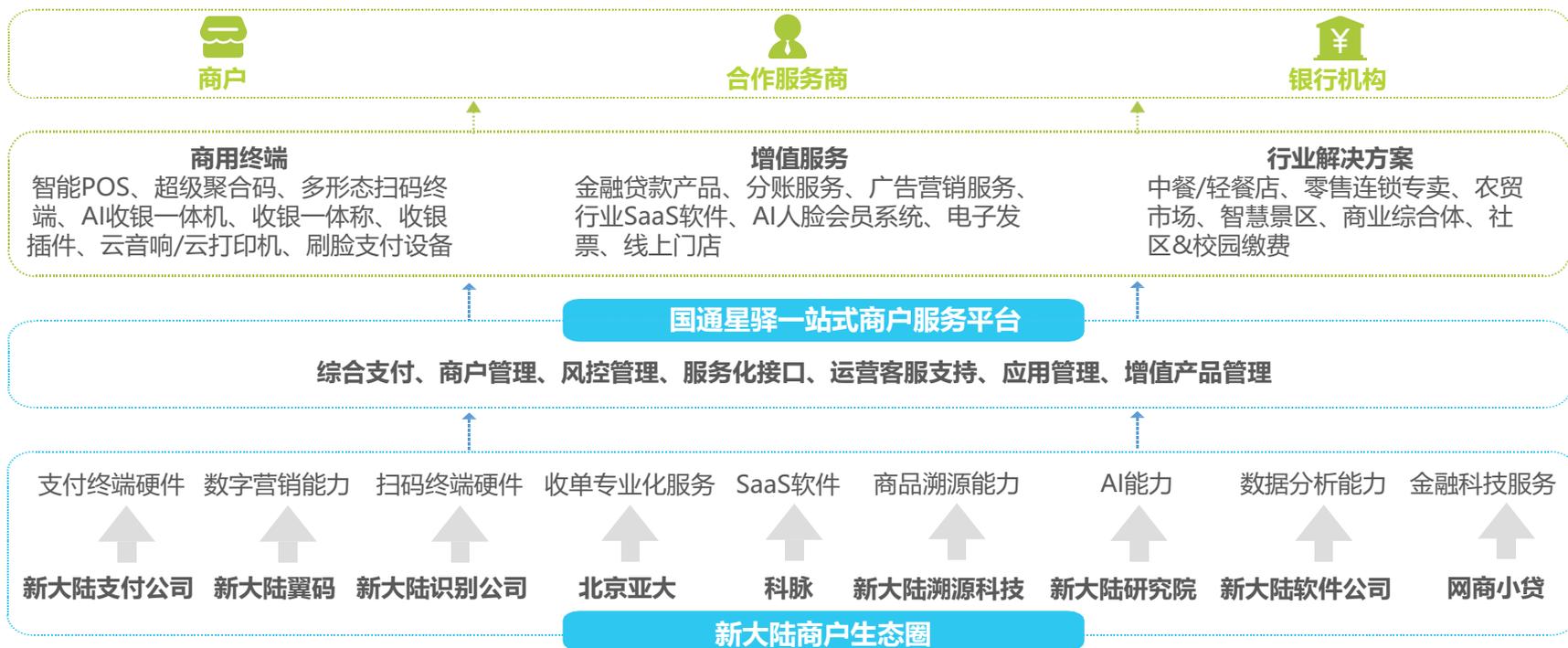


来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

背靠新大陆集团商户服务生态圈，打造国内领先的一站式商户服务平台

国通星驿成立于2010年6月，是新大陆数字技术股份有限公司（股票代码：000997）全资控股的一家第三方支付机构。国通星驿背靠新大陆商户服务生态圈，以支付为基础，依托公司全场景智能收款设备，搭配各类定制化场景解决方案，为商户提供支付、ERP、营销和金融等一站式立体服务。截止到2020年底，在全国开设超30家分公司，携手1813家渠道合作伙伴，及829家ISV和SaaS合作伙伴，累计服务超300万家商户。

国通星驿业务布局示意图



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

与银行资源能力共享，以相互解决需求为目标，建立创新联合收单模式

国通星驿始终以“严格风控”、“合规经营”为原则，围绕“客户为中心”的理念开展业务，与中国银联、中国邮政等企业集团建立了长期战略合作关系。

国通星驿与银行资源协作下的联合收单模式

支付3.0

全国渠道支持，全方位收单聚合支付产品，为银行扩大商户增量。

增值业务

推广数字化营销，其他增值产品业务等，为银行提升存量商户粘性。

直销银行业务合作

为银行的账户理财贷款类直销业务提供海量的存量客户，增加银行存款和贷款收益。

场景建设

通过行业场景解决方案，帮助银行实现智能化的场景建设。



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

数字化战略升级，深度布局民生经济与产业金融生态圈建设

2020结行科技集团全面进入数字化经济时代，大力发展民生经济数字化建设，深入供给侧产业金融数字化创新；以支付为入口，凭借云计算、区块链、深度学习等智慧科技技术的发展创新，结合成熟的新零售云SaaS服务、产业数字信息服务、领先的营销叠聚机制模型，针对全国数百万商户提供一站式数字化支付、运营及营销服务。帮助线下实体商户快速部署、灵活配置，实现流量叠加式营销、智能化进销存管理、标准化店员服务检测，助力中小微商户数字经营转型。

结行科技立足科技的数字化产业生态

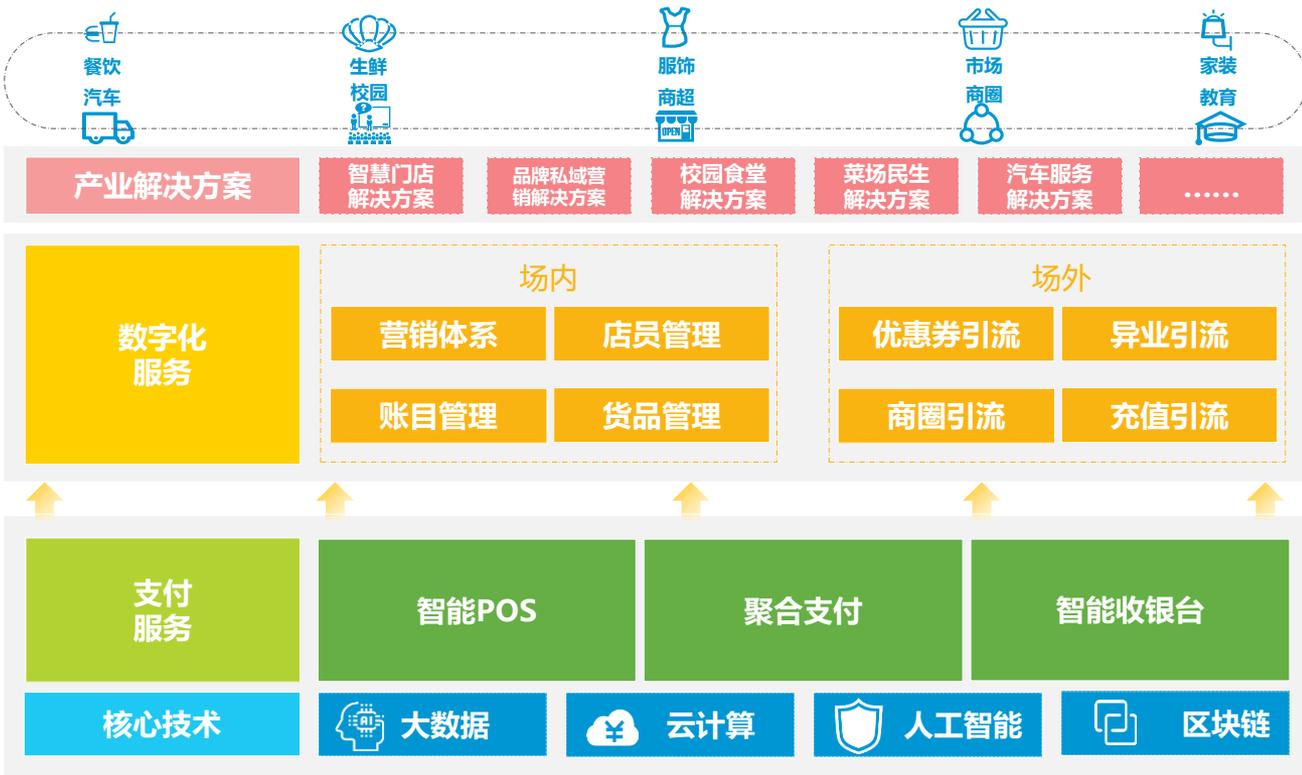


来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

开创本地互联模式，振兴线下实体经济发展

结行科技依托深厚的支付基础，为商户提供数字化经营、智能化管理、AI自动化营销的一体化解决方案。解决中小实体商户有转型需求却无转型能力的问题，使商户在经营中实现成本精简化，管理可视化，客流聚集化，提升商户内外部经营数字化体验，打通本地商家营销壁垒，智能化盘活本地社区及周边民生服务，促进实体经济复兴。

结行科技以支付业务为基础的综合数字化服务生态



商户数字化升级体验



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

覆盖全零售场景，持续拓展智慧出行与便民服务领域

苏宁支付以苏宁易购线上智慧零售场景为突破口，与国内多家大型银行合作，联合打造分期平台，推出信用卡至高24期分期免息、叠加满减等优惠活动，实现交易量稳步提升。在业内率先推出“一键付”、“一键绑卡”等安全高效的支付产品，提升用户体验。

线下通过与银联强强联合，苏宁支付主动连接外部零售生态，实现线上线下的无缝对接。连接起了全国超2700万家银联受理商户。受理范围从苏宁广场、苏宁易购广场、家乐福、苏宁小店、零售云店、红孩子、苏宁影城走向全国。此外，苏宁支付也聚焦于B端市场发展，积极开拓对商家运营的赋能功能，并以支付为切口，为商家提供衍生金融服务。

同时，苏宁支付持续扩展智慧出行布局，已经实现了对公交、地铁、铁路、高速、出租车、航空等领域应用的全覆盖。版图已覆盖上海、南京、苏州、无锡、常州、扬州、镇江、徐州、泰州、盐城、连云港等11城，实现了长三角主要城市公共出行平台的广泛接入。

苏宁支付持续布局高频业务场景

线上线下全零售场景覆盖	持续拓展智慧出行布局	跨地域多种类便民服务
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 苏宁易购 ✓ 苏宁广场 ✓ 苏宁易购广场 ✓ 家乐福 ✓ 苏宁小店 ✓ 零售云店 ✓ 红孩子 ✓ 苏宁影城 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 上海 ✓ 南京 ✓ 苏州 ✓ 扬州 ✓ 无锡 ✓ 常州 ✓ 镇江 ✓ 徐州 ✓ 泰州 ✓ 盐城 ✓ 连云港 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 水电燃气缴费 ✓ 学费缴纳 ✓ 党团费缴纳 ✓ 物业费缴纳 ✓ 话费、流量充值费 ✓ 娱乐充值 ✓ 电影购票 ✓ 火车票 ✓ 飞机票 ✓ 酒店预订 ✓ 信用卡申请 ✓ 信用卡还款 ✓ 查询和提取公积金 ✓ 查询社保 ✓ 查询个人所得税信息 ✓ 查询中高考成绩 ✓ 预约婚姻登记 ✓ 预约诊疗

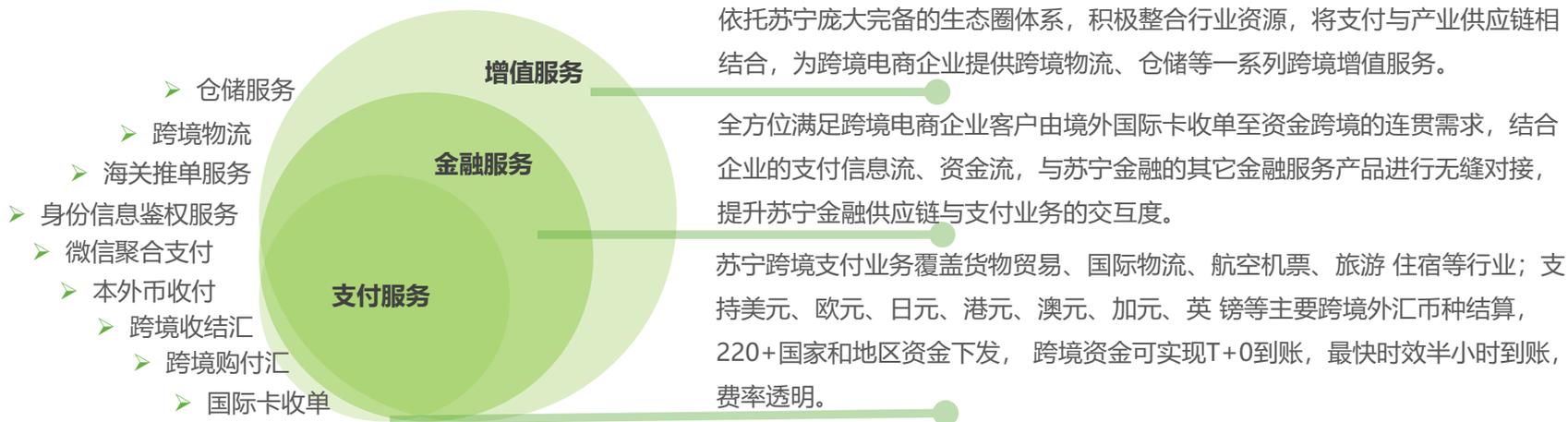
来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

跨境支付经验丰富，服务于跨境电商产业链的多重环节

苏宁支付早在2015年便着力布局跨境支付业务,至今苏宁跨境支付业务已拥有成熟丰富的服务经验。针对跨境电商在进出口业务中遭遇的痛难点，苏宁跨境支付围绕着“收单+跨境+金融”深入做文章，打造三位一体的一站式综合金融解决方案，服务于跨境电商产业链的多重环节。苏宁跨境支付根据B端用户在账户体系搭建、境内收单、国际卡收单、跨境支付、全球分发、供应链融资等方面的需求，打造出了跨境购付汇和收结汇（支持API、企业门户）国际卡收单、本外币收付、微信聚合支付、海关推单等工具，另也可提供基础支付支持服务、身份信息鉴权服务、“三单合一”的海关推单服务，以及跨境物流、仓储等其它增值服务。

苏宁支付提供跨境电商产业链多重服务

服务客户包括：去哪儿网、SHEIN、通拓、YKS(有棵树)等海内外知名企业



聚焦产业互联网，提供行业支付一站式综合解决方案

易宝支付于2003年成立，2011年首批获得中国人民银行颁发的《支付业务许可证》，2006年率先创立B端行业支付模式，是中国领先的第三方支付公司。公司先后为航空旅游、行政教育、通信、零售、跨境、电力、产业电商等众多行业提供定制化支付解决方案，帮助客户提效降本，创造价值，推进企业数字化转型和普惠金融发展。易宝支付通过支付科技渗透至产业链上下游各个环节，与平台合作的同时，深入到平台上下游的厂商、经销商、品牌商等各个环节，通过支付服务、账户服务、供应链服务，并联合物流服务平台、金融服务机构帮助企业疏通产业链的各个堵塞环节，帮助整个产业链实现效能提升，进而达到对交易量、交易效率的改善效果，成功促成交易，赋能产业互联网转型升级。截止目前，易宝支付服务商家累计超千万，服务用户累计超过六十亿人次。

易宝支付提供覆盖多行业的支付一站式解决方案

业内较早布局行业支付领域

成立之初便聚焦企业级市场，积累18年行业支付经验，深耕多行业场景，根据客户需求提供定制化方案。

领先

安全

系统稳定性高，风控业内领先

为真实的客户和交易提供极致的支付体验，交易通过率>99.9%；准确的检测欺诈订单，风险欺诈率<0.03BP。

整合产业链资源，提供一站式“支付+”解决方案

提供以支付为核心的解决方案，叠加多元化增值服务，帮助企业数字化改造。

深耕

高质量一站式支付服务体系

基础产品

- ✓ 网银支付
- ✓ POS 支付
- ✓ 一键支付
- ✓ 扫码支付
- ✓ 账户支付
- ✓ 钱包支付
- ✓ 分期付款
- ✓ 企业付款

行业应用

- ✓ 零售：亿企通 + 钱包解决方案
- ✓ 航旅：电子钱包方案
- ✓ 电力：易电联 + 易交费综合解决方案
- ✓ 通信、金融、教育、通信、跨境、电商、物流等行业综合解决方案

基础服务

- ✓ 商户管理
- ✓ 产品管理
- ✓ 限额限次
- ✓ 短信下发
- ✓ 交易通知

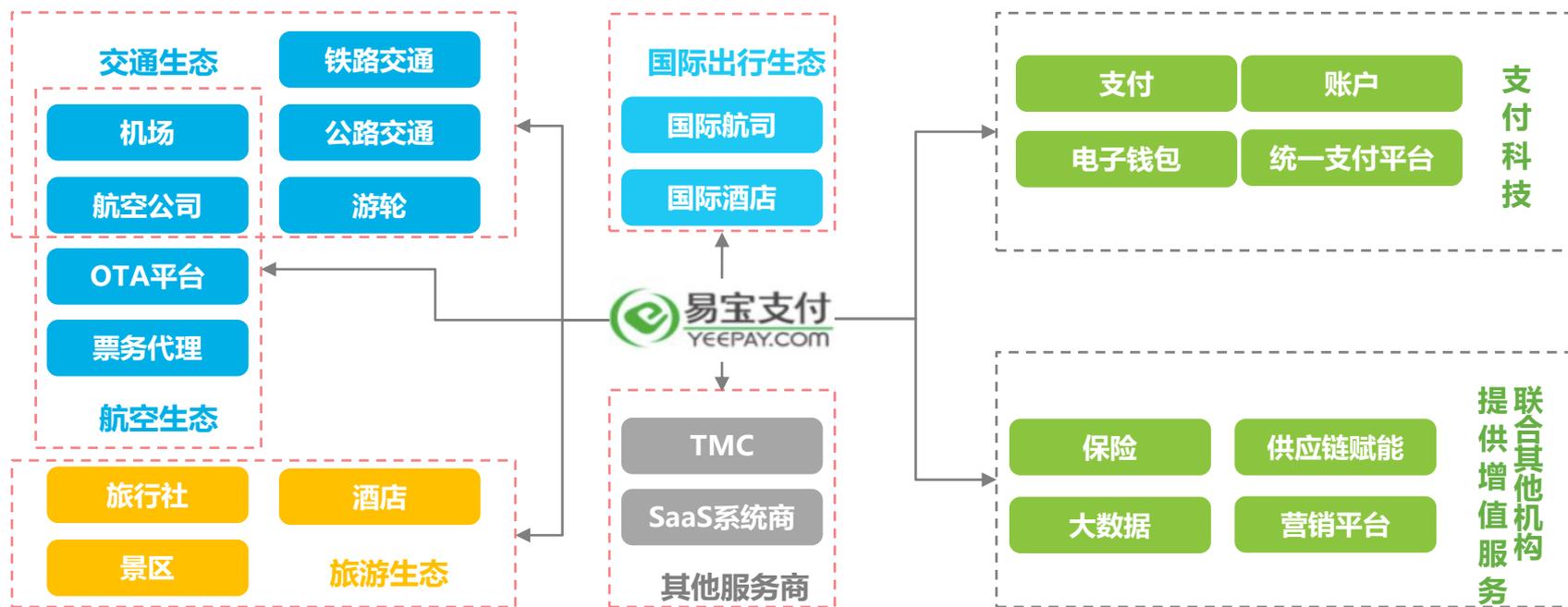
客户接入

- ✓ WEB 端
- ✓ 移动端
- ✓ 智能终端

深度融入产业，打造产业互联网赋能新模式

易宝支付是实现国内航空公司全覆盖的支付机构，同时覆盖了所有主流OTA平台，打通了涵盖航空公司、OTA、票务代理的航空生态，连接航空、铁路、租车的全交通生态，并涉及旅游、酒店到景区的全旅游生态，实现在这一生态下的完全布局。易宝打通产业链各环节，搭建账户体系，实现收付一体化、资金闭环，并以此为基础，联合其他机构提供如会员、营销等增值服务，解决企业管理、获客、运营等一系列问题，提高企业用户粘性。

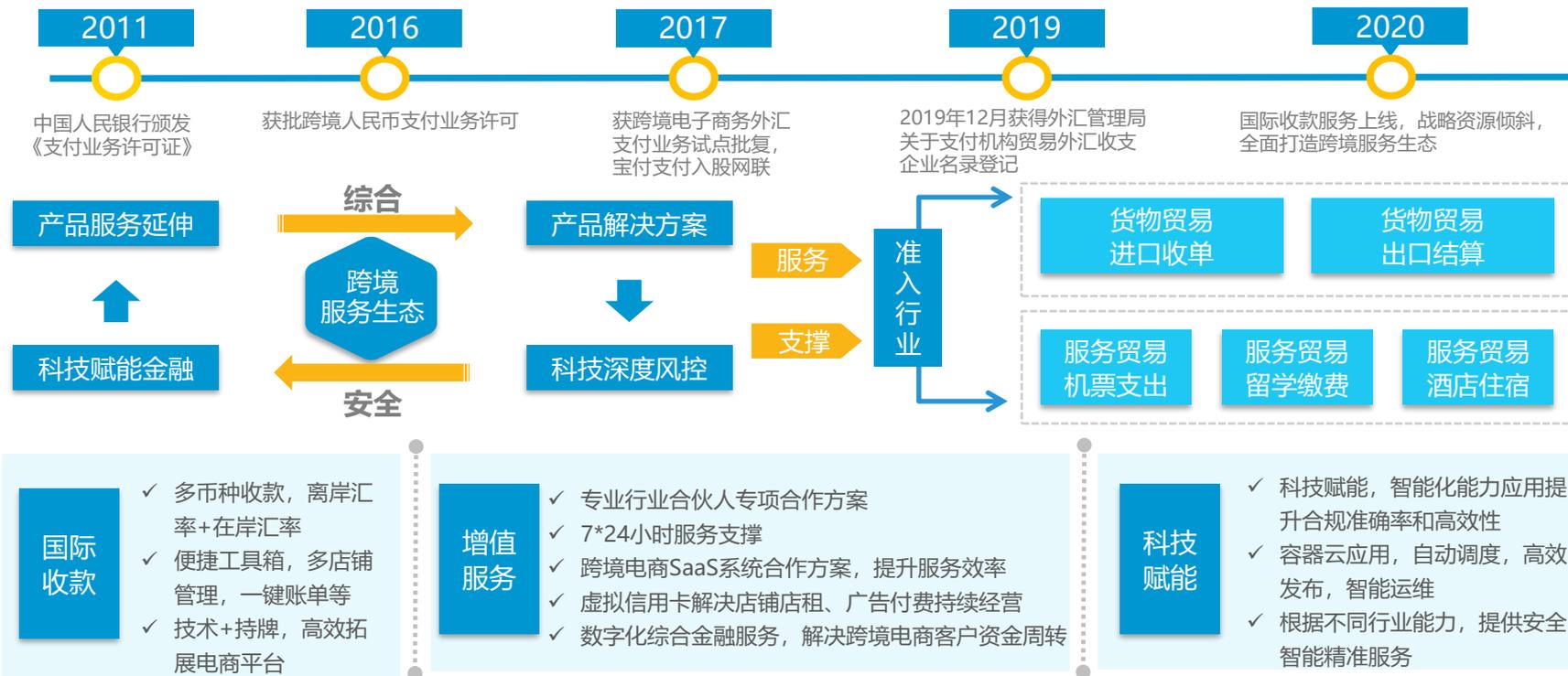
易宝支付深耕出行酒旅生态提供行业级应用



助力跨境企业新竞态，搭建全方位跨境服务生态

宝付支付成立于2011年，同年成为中国人民银行许可的第三方支付机构，在国内监管对宝付支付持续认可下，先后获得跨境人民币批复和跨境外汇名录登记。拥有国内全面的跨境牌照资质，并同步搭建成熟的海外牌照资质。适应全球变化，宝付支付助力跨境企业新竞态，为国内跨境电商企业搭建全方位跨境服务生态，成熟的跨境收款和外卡收单，以及出海电商企业线上经营工具虚拟信用卡等服务，结合数字化综合金融服务，构建中国电商企业国际支付业务闭环。

宝付支付全方位跨境服务生态



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

布局支付+SaaS解决方案，助力商户业绩持续增长

宝付以支付和账户为基础，面向不同行业，解决商户收款、分帐、账务管理等核心问题。同时，宝付持续优化生态布局，深入垂直细分领域，以大金融行业支付+整体解决方案与消费金融、银行、信托等头部客户持续深入合作，并大力拓展互联网保险、物流、SaaS、电商、航旅等细分领域，助力企业降本增效。2020年疫情期间，宝付针对数字经济大趋势下中小微企业和商户的数字化升级需求，协同合作机构打造SaaS解决方案，为加油、教育、出行、买菜、租房等行业提供一站式资金收付及账务管理解决方案，从支付服务、营销助力、金融赋能等方面支持商户实现数字化升级，在数字化建设中发挥更多的“链接”与“赋能”作用。

宝付支付产品能力示意图

聚合支付

集支付宝，微信，云闪付，协议支付等主流支付产品，降低商户接入成本，打通收款核心链路

账户管理

通过合作银行账户完善收款分帐能力，通过收款分帐，让企业收款更合规，降低企业财务管理成本

营销服务

通过数字化运营手段，打造集企业发券，聚合广告，私域流量管理，大数据分析等能力，吸引新客户，提高复购率，增加客户粘性



分期付款

整合主流分期付款产品，打造下单即分期，购买即分期产品体验，降低分期付款门槛，提高商户成单率

行业SAAS

整合各行业拳头SAAS企业，打造教育，大健康，智慧城市等行业解决方案，提升商户展业及商户运营效率

金融服务

根据商户支付流量，商户客户情况，联合持牌金融机构对优质商户进行经营贷、余额增值等综合金融服务

行业发展大观

1

细分领域发展分析

2

典型企业案例分析

3

行业发展趋势

4

新工具：央行数字货币的推广应用

下游系统机具升级需求增加，中上游企业影响较小

央行数字货币替代M0，属于现金货币，按照数字货币定位于现金货币的思路，我们回顾今年发布的《非银行支付机构客户备付金存管办法》中的规定：“非银行支付机构按规定通过现金形式为客户办理备付金赎回的，应当先通过备案自有资金账户办理，再通过备付金主监管机构从备付金集中存管账户将相应额度的客户备付金划转至备案自有资金账户”。可见，新发布的备付金存管办法其实已经在为数字货币通过第三方支付兑换流通的方式做好了政策铺垫，而这一规定对应的业务场景是用户将目前的第三方数字钱包账户余额兑换为数字货币应用。可以看出，第三方支付机构的数字钱包服务和商户侧收单服务依旧是其流通的重要载体之一，数字货币的推广与第三方支付的应用是相辅相成而非相互替代的关系。与此同时，作为支付链条重要基础设施的清算机构依然会在数字货币时代发挥清算作用。而在支付链条的下游，收单服务商和机具生产商为了让数字货币能够具备更广泛的支付场景，需要对原有的设备和系统进行一定的升级改造，这种确定性将为下游企业的业务收入带来特殊的增长动力。

央行数字货币的发行与其通过第三方支付机构流通的产业链示意图



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

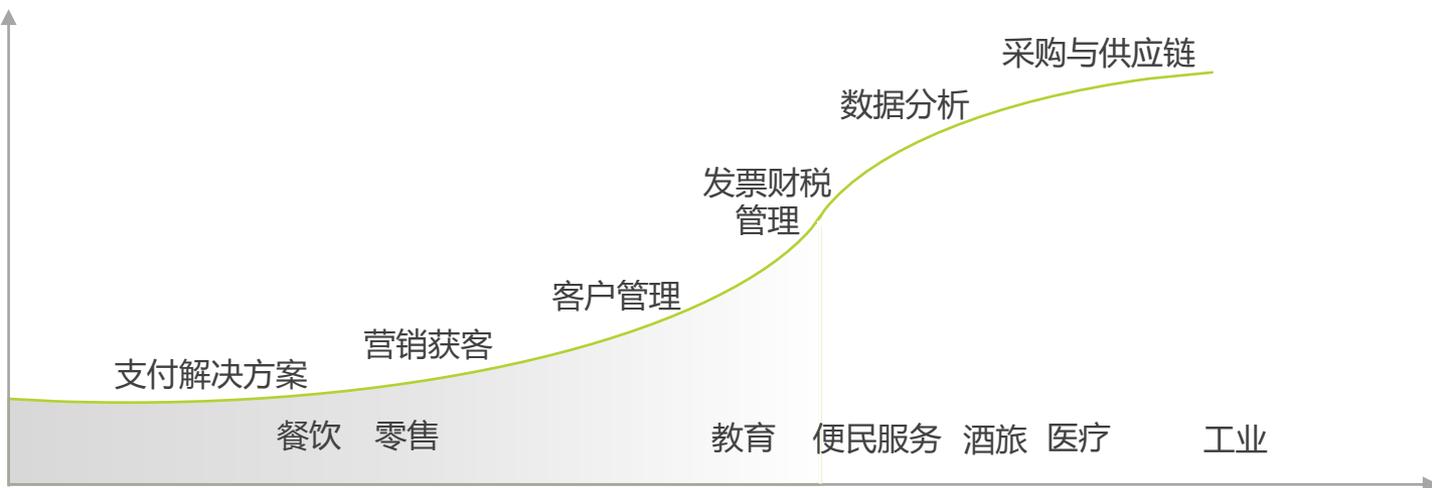
新业态：线上线下场景进一步融合

服务商面临转型挑战，有序整合多元企业服务

线下扫码支付的出现是很多线下商户与数字化的首次接触，而随着数字化浪潮的席卷与支付相关服务的升级，扫码点单和商户小程序成为商户业务进一步数字化的入口。随着扫码点单和小程序外卖、点单的应用推广，对于商户而言不仅意味着运营成本的节约，还会伴随着支付前环节的数字化升级，使商户运营信息更加完整，有利于进一步分析、提升自身的经营效率和获取外部的金融支持。而对于支付企业而言，线上线下的场景区分将就此打破，商户的服务依旧注重线下属性，但为其提供的服务将不仅限于线下支付，这对服务商的综合技术能力提出了更高的要求。如何拥抱转型多元商户SaaS服务，成为许多位居前列的收单外包技术服务商思考的问题，转型成功则意味着打开了更加广阔的企业服务市场，而转型失败则很可能意味着企业难以站立在数字化浪潮的前端。从实现方式上，与具备一定技术积累的SaaS服务商进行并购或参股是将行业理解与技术优势进行整合的有效路径；从业务顺序上，开展能够让商户更加直观看到数字化升级带来的降本增效效果的企业服务更适合在商户付费意愿较弱的市场早期。

支付技术服务商转型整合多元企业服务

业务维度拓展



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

行业与场景维度拓展

新格局：开放、富有活力的支付生态

产业链条更加开放，产业支付生态拓展，整体竞争活性增加

艾瑞分析认为，未来几年间第三方支付机构的账户侧内部将面临新互联网巨头的入局挑战、外部面临银行侧数字钱包借助数字货币的再次入场；在企业服务侧除了对原本B2C收单业务的角逐外，还会将竞争拓展至更加广阔的企业间支付市场和企业数字化升级服务市场，而外包服务机构在完成备案合规手续后将开始完成进一步的市场集中；即便是对于两家清算组织，在不同清算位置的费率标准角逐和新场景的开拓上都在暗暗较量。与此同时，从发卡行到头部支付机构再到清算组织的产业链上各方亦在通过打造开放服务平台来实现产业链上的合作共赢，通过开放平台的合作将多元服务能力嵌入，使得生态中的资源和信息进入良性循环。

横向竞争活性增加，纵向开放合作生态

清算组织

银联与网联在不同清算位置的收费费率具备一定差异，银联通过降低支付机构与银行之前的清算费率来吸引支付机构间清算业务，而网联着意在合规框架下拓展金融等新场景

银联开放平台具备API集市能力，对接发卡行和收单机构，服务的提供方和调用方可以自主入驻或调用服务

支付钱包账户侧

美团、头条等互联网新巨头在自身场景内推广自身的支付业务，对原有头部机构形成一定挤出效应；银行借助数字人民币及相关APP的推广再次尝试入场钱包侧服务，市场集中度将出现一定比例下降

借助云服务能力支撑，构建开放合作生态，例如腾讯SaaS生态“千帆计划”体系里，优质SaaS应用可以通过iPaaS平台进行互联互通

收单企业服务侧

行业间的差异特性为深耕某一领域的企业提供竞争优势，企业间支付市场及企业数字化升级服务市场的开拓将开启新的竞争局面；线下收单外包服务机构备案完毕后将面临市场集中与服务升级转型，同时多家头部机构在资本市场寻求支持

支付机构、收单外包服务商和SaaS服务商的身份相互融合转化，从支付延伸至多样化、标准化的企业SaaS服务

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市场进入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞争策略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，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，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



海量行研报告免费读