

# 中国第三方支付行业研究报告

再探企业支付——笃行不怠，知新致远

部门：金融研究部 署名：魏琦 于可心

## CONTENTS

# 目录



报告撰写

**魏琦 于可心**

艾瑞咨询 支付与供应链数字化研究团队

---

**01 笃行不怠 ❖ 第三方支付行业发展概览**

---

**02 兼收并蓄 ❖ 线下收单市场**

---

**03 云程发轫 ❖ 跨境支付市场**

---

**04 踵事增华 ❖ 产业支付市场**

---

**05 皓月之辉 ❖ 第三方支付行业卓越者榜单**

---

**06 行之以实 ❖ 第三方支付行业典型案例**

---

**07 知新致远 ❖ 第三方支付行业专家之声**

---

# 01/ 第三方支付行业发展概览

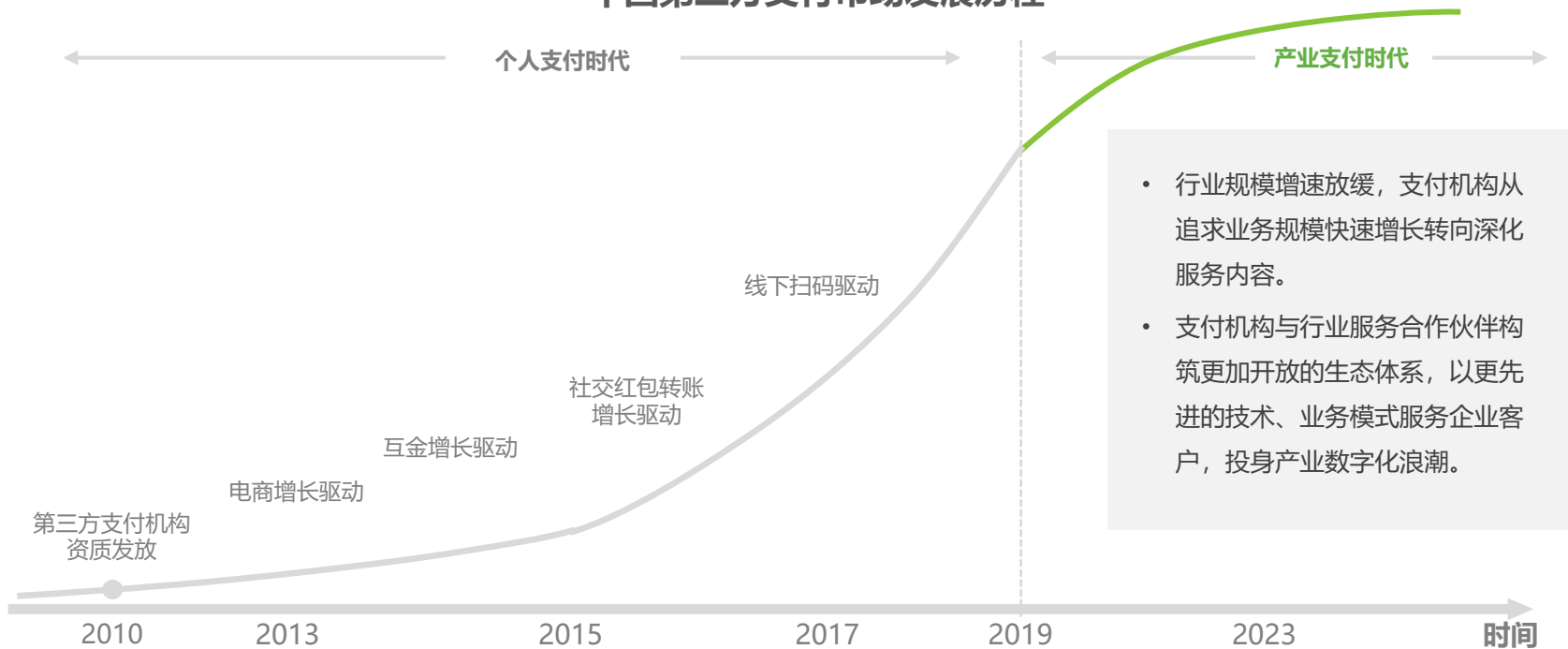
笃行不怠

# 中国第三方支付市场发展阶段

## 更先进、更开放，投身产业数字化浪潮

2010年颁发支付业务许可证以来，第三方支付机构凭借其创新功能及便捷性，推动我国支付规模提升、使我国支付市场成为国际领先的支付市场之一。行业发展早期，现象级的C端支付产品是支撑第三方支付市场快速发展的主要动力，在电商购物、线上金融、社交红包、线下扫码等产品的引爆下，第三方支付也完成了在C端用户及对应交易场景的渗透和进化。自2019年起，个人支付因C端流量见顶而进入了平稳增长期，企业端支付业务渗透率还有进一步挖掘的空间，支付市场逐步进入产业支付驱动时代。**2023年是产业支付时代的第五年，不同支付机构的布局与优势进一步明晰，支付助力产业数字化成为了一条既明确、又充满挑战与变数的共识发展路径。**

### 中国第三方支付市场发展历程



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。

# 第三方支付市场细分业务模式

## 个人支付与企业支付的双向发力、协同发展

按照服务对象的不同，第三方综合支付业务可以分为第三方个人支付与第三方企业支付，个人支付专注于为个人用户提供便捷的支付体验，企业支付专注于为企业提供支付解决方案。个人支付与企业支付机构共同组建成支付网络、形成支付交易闭环，在该闭环中，个人支付机构凭借数字钱包良好的支付功能与多样化的衍生服务提升用户黏性，而企业支付凭借为企业提供支付解决方案使得企业端受理第三方个人支付成为可能，二者在个人端、企业受理端双向发力，共同推动第三方综合支付规模的增长。

### 中国第三方综合支付组成部分



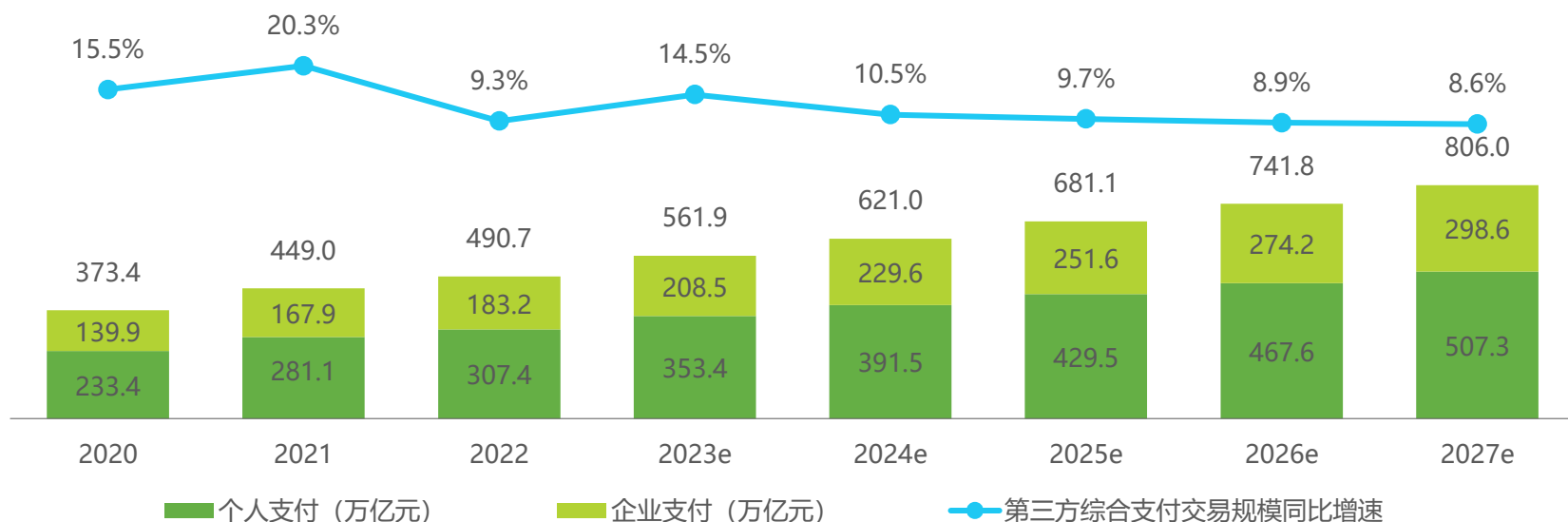
备注：列举企业仅为赛道内企业举例，非领域内全部企业。  
来源：综合专家访谈及公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 第三方综合支付市场大观

## 支付业务价值多元化

2023年，预计第三方综合支付交易规模将以14.5%的同比增速回升，主要来自于社会经济复苏态势蕴含的消费类交易规模的增长和金融类交易规模的增长。从规模结构上，个人支付交易规模仍旧是第三方综合支付的主体，其交易规模的增速回升亦将带动企业支付交易规模共同增长。对于从业机构而言，支付业务已经从早期的追求业务规模快速增长进入到了支付业务价值多元化阶段——以基础支付为切入点，为用户和企业提供多样化的服务，挖掘更深远的业务价值已成为从业机构的核心发展目标。同时，由于第三方个人支付市场的角逐基本稳定在头部两家支付机构之间，本报告将聚焦于发展相对更加广阔、开放的第三方企业支付市场。

2020-2027年中国第三方综合支付交易规模及结构



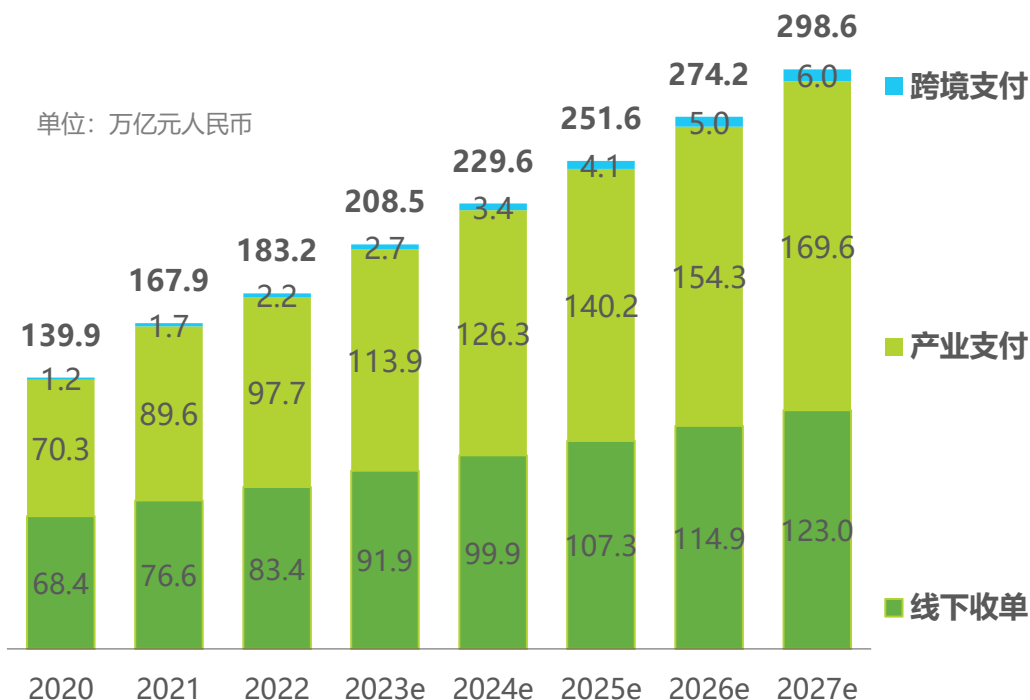
备注：①第三方综合支付交易规模包括获得中国人民银行支付业务许可的互联网支付、移动电话支付、银行卡收单等支付交易规模；②第三方跨境支付交易规模亦统计入第三方综合支付交易规模中；③个人支付中由钱包侧支付机构同步提供直连收单服务的交易规模不再重复计算。④第三方综合支付可以按照服务对象划分为个人支付和企业支付，个人支付机构凭借数字钱包良好的支付功能、多样化的衍生服务，提升用户黏性；而企业支付凭借为企业支付解决方案，使得企业端受理第三方个人支付成为可能，二者在个人端、企业受理端双向发力，共同推动第三方综合支付规模的增长。

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。

# 第三方企业支付细分市场盘点

线下收单向下扎根、产业支付溯源赋能、跨境支付专攻精耕，各细分市场从业机构为不同业务类型、不同体量的商户企业提供日益完善的支付体验

2020-2027年中国第三方企业支付交易规模结构及细分市场发展特点



□ CAGR 2023-2027: **22.1%**

□ 主要商户形态：外贸小微商户企业

□ 竞争要素：合规、风控能力，新兴市场开拓能力

□ 业务壁垒：To C业务竞争红海，切入不易；To B业务蓝海广阔，但风控技术门槛较高

□ CAGR 2023-2027: **10.5%**

□ 主要商户形态：有线上交易需求的大型企业

□ 竞争要素：行业理解、快速响应能力

□ 业务壁垒：大型企业对支付通道稳定性要求而产生的业务粘性

□ CAGR 2023-2027: **7.6%**

□ 主要商户形态：线下大中小微商户

□ 竞争要素：多元盈利来源覆盖商户下沉成本

□ 业务壁垒：与商户业务的深度交织绑定

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。

# 中国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；3. 大多数支付企业会同时涉足不同版块，图谱可能只显示企业的部分布局。  
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 02/ 线下收单市场 兼收并蓄

## 兼收并蓄 ♦ 线下收单市场

Offline Payment Market

@ iResearch: 支付与供应链数字化研究团队

### 线下收单市场发展现状概览

- 夏繁** • 多层级线下收单市场蓬勃发展，市场规模稳定增长
- 秋实** • 扫码收单市场涌现大批优秀支付服务机构
- 冬蕴** • 低费率线下收单市场产业链分润固化
- 竞争合作关系多元化，直连模式使市场竞争日趋激烈

**春序** 线下收单市场发展趋势与可行路径分析：收单服务商破局之道

# 贴身数字支付解决方案提供方

## 收单服务商是支付市场中最了解商户经营与收款需求的落地角色

### 中国线下收单产业链图谱与业务模式示意图

#### ——丰富的收单服务商生态是我国线下非现金支付蓬勃发展的必要条件



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列举。  
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

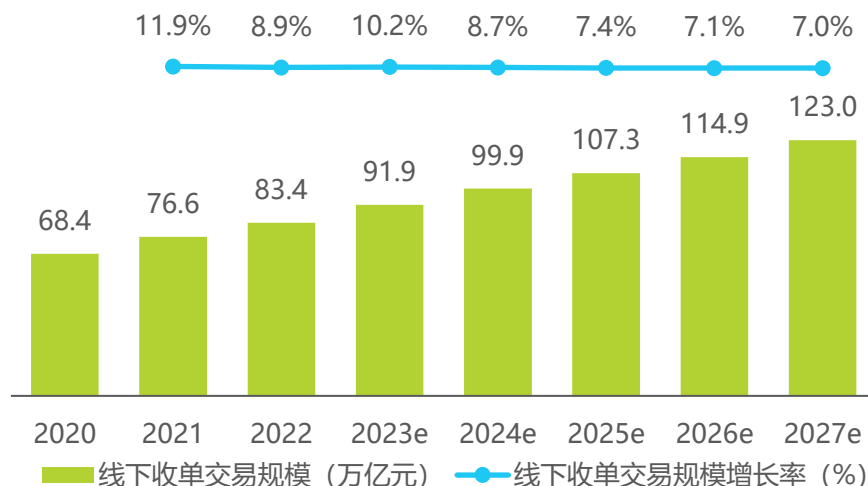
# 线下收单市场的多样化发展

## 刷卡与扫码花开并蒂，在线下非现金支付市场次序绽放

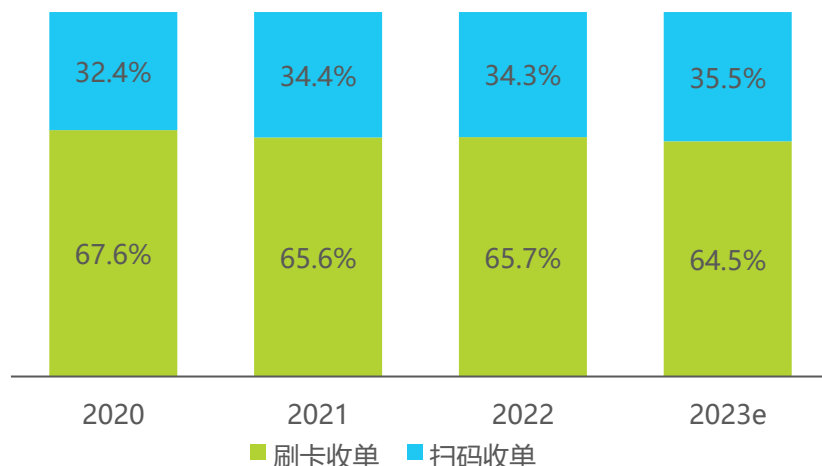
按照用户侧付款方式，线下收单可分为刷卡与扫码两种不同业务类型。刷卡收单具备更悠久的发展历史，是目前收单市场业态形成的基础，银联商务、随行付等先发企业率先服务了头部大型优质商户，形成了深厚的商户资源积累。2016年起，扫码支付以更加轻便的支付体验快速完成了市场渗透。其中，中长尾商户受益于其更加成本低廉的支付受理介质，完成了支付收银环节的数字化转型。收单机构联合外包服务商共同为商户提供了包括刷卡与扫码支付受理在内的支付解决方案，开启了商户数字化服务的新篇章。

由于业务模式均已发展至相对成熟阶段，艾瑞分析认为线下收单市场的规模增长与格局划分均趋于稳定。预计在未来五年内，线下收单整体规模增速保持在7%左右。从规模占比上，对于线下大额交易场景，刷卡依然是主流支付方式，所以刷卡收单仍为线下收单市场占比最大部分。与此同时，用户对手机的粘性使得扫码在相对小额高频的场景显现出独特优势，扫码收单占比将受到个人码转化等因素的驱动小幅微涨。

### 2020-2027年中国线下收单交易规模



### 2020-2023年中国线下收单交易规模占比



注释：按照交易处理机构的类型，线下收单交易规模包括银行收单与非银第三方支付机构收单。按照用户付款方式，线下收单包括刷卡收单与扫码收单。刷卡收单包括传统的银行卡收单业务，也包括NFC支付、手机Pay业务。扫码收单交易规模统计商户侧收单服务的交易规模，个人码收款服务不计入收单统计口径。

来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 扫码收单市场涌现大批优秀支付服务机构

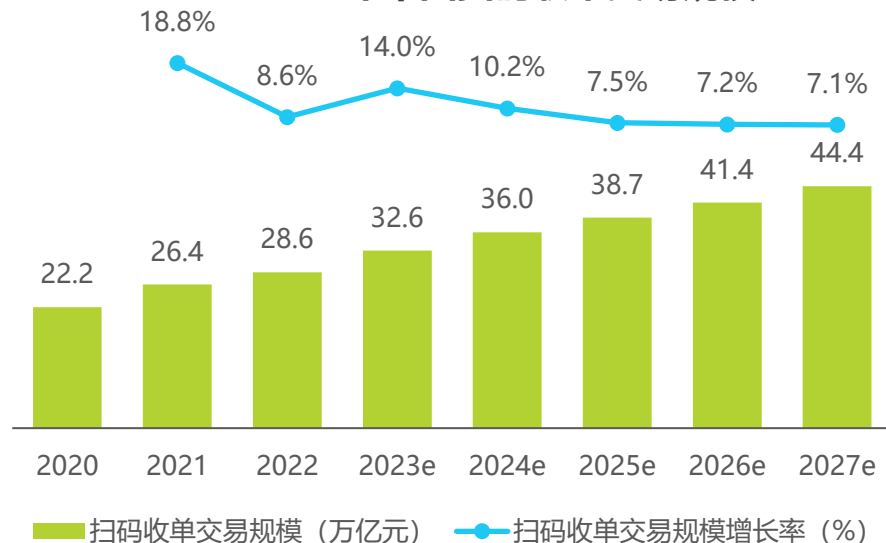
## 第三方支付机构为主，城商、农商行系收单分散化下沉

2022年，我国扫码收单规模约28.6万亿元，预计未来五年内将保持平稳增长。

按照机构类型划分，扫码收单市场的参与方包括银行和非银第三方支付机构，城商行、农商行的下沉能力使得银行扫码收单的地位稳步提升，但以移卡为代表的第三方支付机构占据扫码收单市场交易规模的主导地位。按照2022年扫码支付交易规模计，移卡在独立第三方支付机构中位居第一。

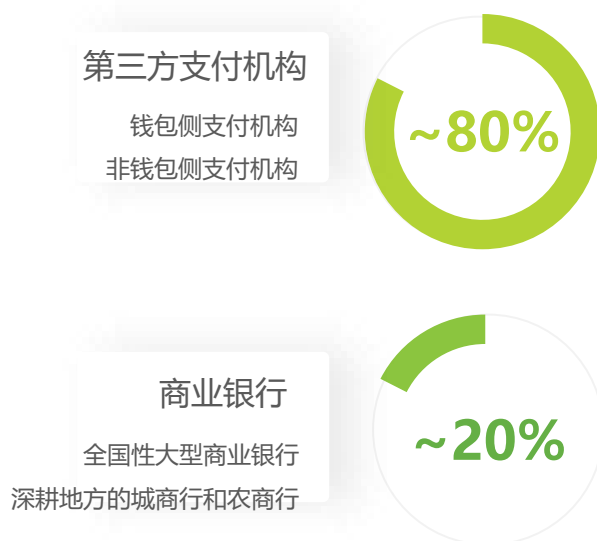
艾瑞分析认为，扫码收单市场未来的增长动力将主要来自于：①从业务类型上，小微商户个人码转化为收单码；②从区域分布上，三、四线城市及以下地区收单服务需求的深度覆盖；③从行业属性上，公共交通、教育医疗、工作园区等具备移动物联网进一步渗透能力的场景。

### 2020-2027年中国扫码收单交易规模



注释：①扫码收单交易规模统计商户侧收单服务的交易规模，个人码收款服务不计入收单统计口径。  
②独立第三方支付机构指不依托于其他生态体系而开展线下收单业务的第三方支付机构。  
③扫码收单市场参与者占比按照2022年收单交易规模统计。  
来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

### 中国扫码收单市场参与者类型



# 个人码支付具备向扫码收单转化潜力

## 小微商户数量庞大但转化难度亦高，考验收单服务机构经营效率与智慧

个人收款码商户是线下支付市场最长尾下沉的部分。在2022年3月银发〔2021〕259号文《关于加强支付受理终端及相关业务管理的通知》正式实施后，头部支付钱包为这部分商户推出了个人经营码，并通过直接触达的方式进行商户转化。但该部分商户费率敏感、无延伸需求的特点明显，转化尚处于早期阶段，实际转化比例不足5%。由于单户流水较低，收单机构触达这些小微商户需要极致的成本控制才能维持生存。同时，有直连个人经营码竞争的情况下，传统以费率为主的“守旧”类玩法难以实现盈利，伴随商户成长提供“降本增效”手段，挖掘其他盈利方式考验着收单服务机构的经营智慧。

### 个人码支付特点及转化思路

#### 转化难度高：

使用个人收款码的尾部小微商户日均交易规模小，难以像头部商户一样形成规模效应，收单合作方的拓展成本相对较大。

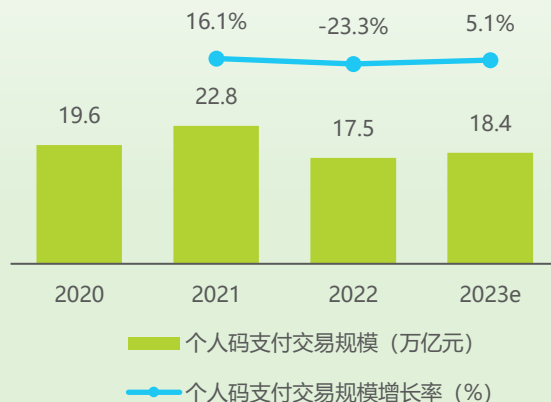
同时，小微商户价格十分敏感、对收款产品要求不高，增值服务延伸空间小，对于收单服务商来说留存商户进行二次挖掘开发的价值较小。



#### 转化空间大：

个人码支付市场是线下支付市场的重要组成部分，将个人码商户转化为收单商户虽然难度高，但由于市场空间较大，仍然蕴藏机会。

#### 2020-2023年中国个人码支付交易规模



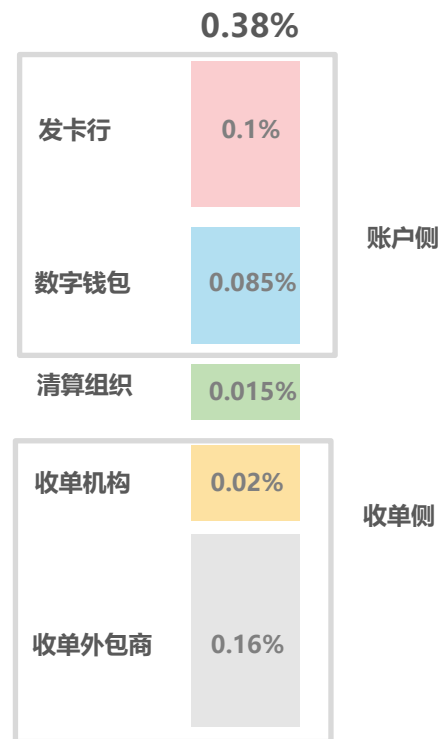
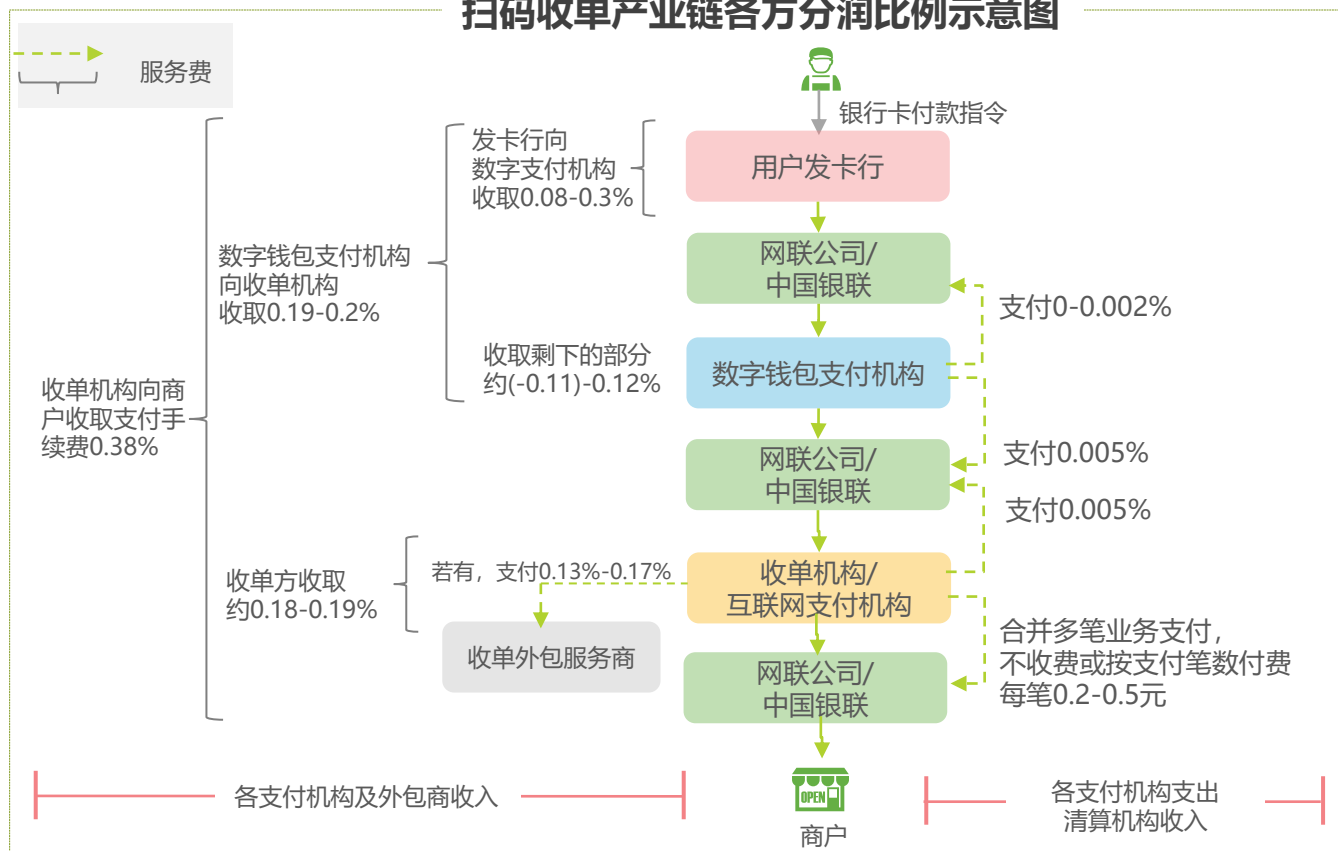
#### 转化思路

- **钱包侧支付机构直连管理：**通过个人经营收款码，钱包侧支付机构直接触达管理小微商户，后台通过识别潜在商户，通过自身平台服务号、收款助手以及公开宣传等方式进行触达转化，而不通过其他服务商拓展商户，降低分润损耗。
- **收单机构极致成本控制实现下沉：**通过对自营团队和服务商的极致管理实现合理成本下沉个人收款码商户，伴随商户体量增长挖掘潜在成长价值。

# 线下收单市场费率低廉、产业链分润固化

账户侧与收单侧费率分配比例相当，但收单侧承担大量商户开拓维护等线下实地成本，需增值服务支撑基础支付业务发展

扫码收单产业链各方分润比例示意图



# 扫码收单市场的激烈竞争角逐

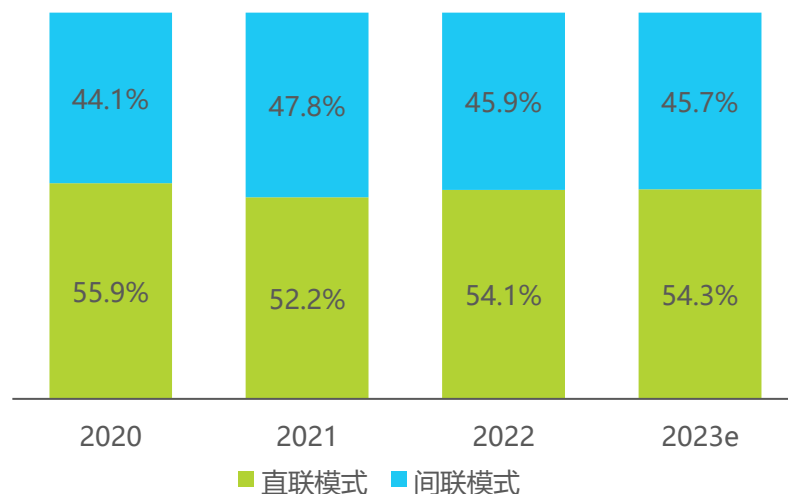
## 头部支付钱包直联模式压降间联服务商空间，小微下沉市场是非钱包类支付机构的立足根基，向更大体量商户拓展需另辟蹊径

头部支付钱包机构同样具备线下收单资质，可以开展商户侧的收单服务，所以在扫码收单市场中，账户侧支付机构与（非钱包类）收单机构之间是竞争合作关系。在直联模式下，头部支付钱包机构直接为商户提供收单服务，以提升自身数据的丰富度和支付业务的利润空间。但由于生态拓展能力的边际限制以及商户需求的差异化，直联模式在一定程度上压降间联服务商空间后，亦无法完成对市场绝对的控制。大部分的中小微商户仍然由间联服务商提供收单服务，且大型KA商户亦会考虑自身数据的安全性放弃与头部支付钱包机构的合作，而选择相对独立的专业收单机构。尽管如此，间联服务商依然面临大型客户被直连模式“切走”的忧虑，需要通过多元的增值服务加深与客户企业的绑定，提升客户转换壁垒。而对有志于增加自身业务规模的间联服务商而言，中小微下沉市场的投入产出更加明确，大型KA商户的拓展角逐不仅仅停留在支付产品本身，需将更多元的影响因素纳入考量。

中国扫码收单市场  
直联-间联业务模式示意图



2020-2023年中国扫码收单市场  
按业务模式拆分规模结构



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

## 兼收并蓄 ♦ 线下收单市场

Offline Payment Market

@ iResearch：支付与供应链数字化研究团队

### 春序 线下收单市场发展趋势与可行路径分析：收单服务商破局之道

- **业务规模增长：**高校园区、公共交通等细分场景规模增长潜力相对较高，搭配物联网及数字人民币相关硬件设施铺设同步推进
- **盈利能力提升：**向高利润率、高市场集中度行业提升服务水平与客户粘性，提高业务护城河与商户转换成本
- **合规要求布局：**强化特约商户审核与持续风险监测，应对合规要求日益提升的市场环境
- **支付服务深化：**以支付为切点，贯通财税精细化管理流程，辅助银税贷产品渗透，解决小微融资风控效果与成本难兼顾问题
- **营收多样化探索：**拥抱上游生态返佣激励，锐意开拓特定场景自营增值服务

# 业务规模增长的潜力场景

## 高校园区、公共交通等细分场景规模增长潜力相对较高，搭配物联网及数字人民币相关硬件设施铺设同步推进

对于收单服务商而言，业务规模增长来自于拓展新市场和抢占竞争对手份额这两条路径。拓展新市场需考虑场景自身的成长性、场景目前的数字支付渗透率，以及场景所在市场的集中/分散程度。行业集中度较高的场景大KA商户基本已经被现有头部机构覆盖，分散化的、属地化运营的场景难以实现“总对总”接入，相对而言可渗透空间更大。综合而言，高校园区、工作园区、公交地铁等场景符合上述场景特征，具备较高的增长潜力。

### 2023年中国线下收单市场潜力场景与竞争策略分析

#### 线下收单



零售百货



餐饮



服务娱乐



酒旅票务



生活缴费



医疗健康



教育



交通出行

#### 个人码



餐饮



零售



网约车/  
出租车司机

头部收单服务商的优势领域，渗透率较高，相应场景下的规模增长需要抢占竞争对手份额实现

交易结算流程相对复杂，拓展相应场景商户不仅需要出色的支付解决方案，更需要独特的商户资源能力

**高校园区、工作园区、公交地铁公司**  
**属地化特点明显，分散化的商户为多层次收单服务商渗透提供了空间**

个人码商户理论上是收单的转化潜力市场，但商户费率敏感度极高，需要支付以外的服务赋能辅助转化

线下收单的竞争手段以降低费率为主，但在厂商实力悬殊的情况下，独立的、规模相对不占优势的小厂商降低费率的能力、持续时间无法与大厂商抗衡，**降价并非有效、可持续的竞争手段**。相应场景的竞争角逐更加有利于具备先发优势的头部机构。

适合具备较强技术能力、服务能力和资源能力的收单服务商，**与场景内现存的其他功能模块服务商、硬件商合作**，共同打造一体化的数字解决方案。

充分利用同一地理区域、不同类型商户的特征，接入当地高校、公共交通等低费率（零费率）场景形成一定规模优势的同时，向付费的教育机构、校园圈内商店渗透。

贴近小微商户的经营需求，通过扫码点单、自营外卖、供应链管理、特殊生鲜短保产品管理运营等**多样化的服务带动数字支付解决方案的嵌入**。

注释：交通出行中加油场景集中度极高，不属于本页中强调的高潜力场景。  
来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 盈利能力提升的可行路径

## 收单服务商向高利润率、高市场集中度行业提升服务水平与客户粘性，提高业务护城河与商户转换成本

线下收单行业整体费率低廉，但针对不同行业与不同体量商户费率水平有一定的浮动空间。在扶持小微商户、为小微企业减负降费的背景下，面向小微商户涨价不符合整体经济环境、也超出了小微企业的承受能力；与此相对，某些行业的利润更丰厚、市场集中度较高、商户体量相对较大，行业内商户更关注服务商的技术水平与服务能力，对支付手续费率敏感度较低。针对这些行业，收单服务商需要着重提升商户粘性，不断挖掘深化合作的可能性，提高业务的护城河与商户转换成本，为提升自身盈利能力奠定基础的同时、防范竞品企业“撬走”高价值商户。

### 2023年中国线下收单市场高价值场景与竞争策略分析



服装鞋帽



化妆美容



母婴产品



健身房



医疗美容



按摩休闲

线下经济全面复苏过程中，服装鞋帽和化妆美容两类子行业会受益于“替代效应”迎来更快的增速抬升，而母婴产品受养育观念影响占家庭消费支出比例亦将持续扩大。与此同时，相比于大型百货商超内的店铺和连锁品牌店铺，**独立鞋帽店、独立美妆店、独立母婴店**的利润水平和灵活度更高，更需要加深用户粘性的打造。

健身房、医美和按摩休闲场景主要通过预充值方式运营，存在较高的商户“跑路”风险，容易给支付机构带来一定的用户投诉风险。所以，平衡风险收益的需求下，给此类预充值场景商家适度提高支付费率是相对合理可接受的。与此同时，支付机构需提高风控水平并开发针对性产品，从实际问题出发防范相应风险。

与商户所在供应链深度融合，  
提高转换壁垒

数字化  
产业支付解决方案

- ✓ 支付流程设计
- ✓ 付款机制设计
- ✓ 提升资金流转效率，降低资金安全风险

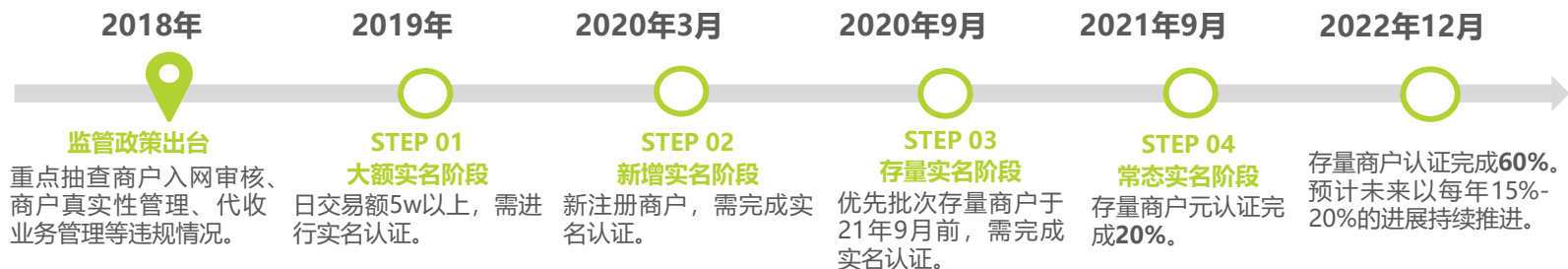


# 合规要求的必要布局

## 强化特约商户审核与持续风险监测，应对合规要求日益提升的市场环境

从监管层的要求而言，《中国人民银行支付结算司关于2018年重点抽查工作的指导意见》、《中国人民银行关于加强支付受理终端及相关业务管理的通知》和《非银行支付机构条例（征求意见稿）》等多项政策文件均提出了对强化特约商户管理的要求。从产业链上游而言，钱包侧支付机构受监管整改指导要求更为严格，对收单侧的商户认证要求亦逐步提高。监管和产业链上游的双重推动下，收单机构强化商户审核与风险监测能力是必然之举，也唯有如此方能应对合规要求日益提升的市场环境。

### 某头部支付钱包逐步推进商户二次认证进程，同步筛查商户资质与服务商能力



#### 商户二次认证五要素

营业执照

对公账户

联系方式

经营地址

法人身份证



#### 商户资质检验

对于签约商户的真实性与相关资质认证情况进行合规检验。充分打击扫码套现、黑灰产等违法违规交易，塑造健康良好的支付生态体系。



#### 服务商能力筛查

检验收单合作方的经营情况及商户管理的经营能力，从而筛选出优质服务商进行深度合作。

筛选交易模型存在风险的商户，对存在电信诈骗、洗钱、赌博和套现嫌疑的商户进行甄别

逐步淘汰商户风控能力弱、排位靠后的收单服务商

# 支付服务的深化方向

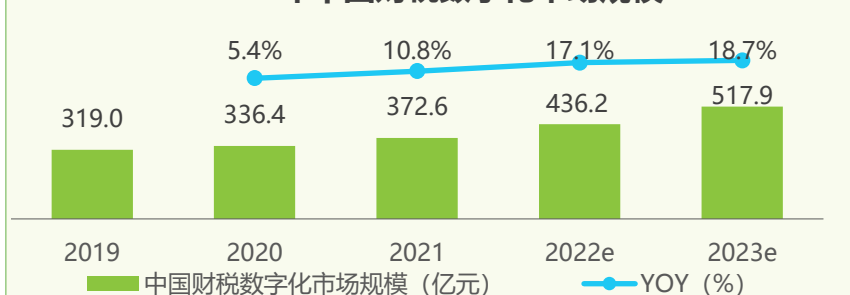
以支付为切点，贯通财税精细化管理流程，在合规尺度内链接税务信息，辅助银税贷产品渗透，解决小微融资风控效果与成本难兼顾问题

对于收单机构而言，从支付切入帮助小微商户进行精细化财税管理，既能解决小微商户的实际需求，又符合以数治税的时代背景，还能进一步延伸银税贷为代表的普惠金融产品，为自身增加收入来源的同时亦缓解了小微融资难的问题。

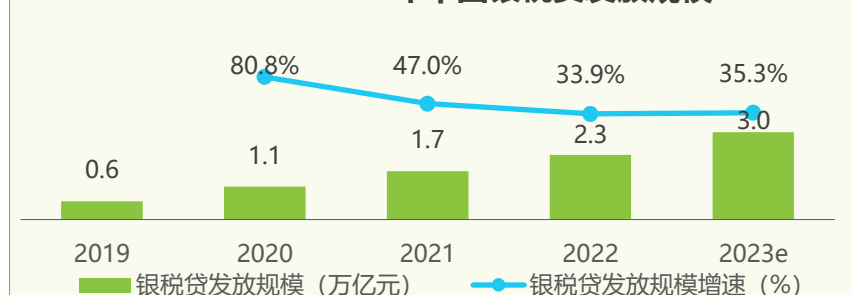
## 支付切入财税数字化服务，延伸普惠金融服务



2019-2023年中国财税数字化市场规模



2019-2023年中国银税贷发放规模



注释：①财税数字化市场规模不包括企业自主开发的财税系统及软件、不包括财税数字化咨询类业务；②银税贷发放规模数据为基于国家税务总局披露的某些时间段规模及增速等数据进行预估得到。③财税数字化业务及银税贷业务具体信息可参见艾瑞过往发布的《2022年中国财税数字化行业研究报告》及《2023年中国普惠金融行业洞察报告》。

来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 营收结构多样化的持续探索

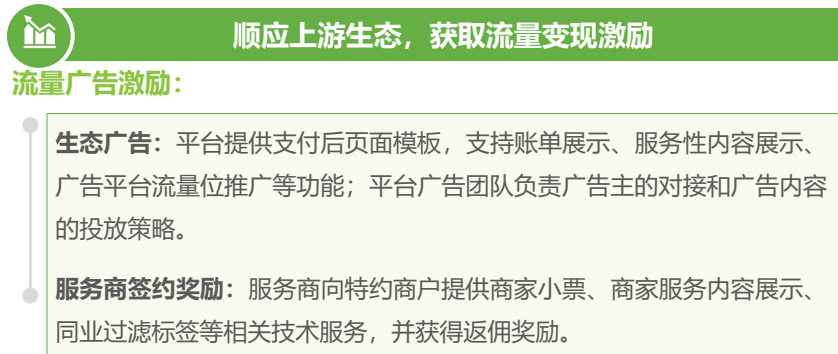
## 拥抱上游生态返佣激励的同时，锐意开拓特定场景自营增值服务

增加支付交易手续费以外的多样化营收项目是收单机构开启第二增长曲线的必经之路。除了上文提到的财税数字化到普惠金融路径以外，拥抱上游钱包侧的多样化返佣激励是更加直接便捷的途径。对于钱包侧支付机构而言，同样需要增加支付手续费以外的收入，扩大支付流量入口的作用，充分发挥自身的营销能力、金融服务能力、智慧经营能力，使生态更加完整、活跃。所以，上游支付钱包在完成了对线下商户的基础覆盖后，将原本的交易返佣激励升级为了非交易返佣激励。收单机构顺应上游生态的变化，可以快速增加相关拓展服务带来的非支付交易返佣，提升营收结构的多样化水平。

但与此同时，由于支付产业链上下游之间微妙的竞争合作并存关系，收单机构开拓自营外卖、充电宝合作、供应链管理等自主化水平更高的增值服务是提升自身竞争力与商户粘性的必要手段。

### 上游平台开启服务商非交易返佣激励

### 锐意开拓特定场景自营增值服务



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 03 / 跨境支付市场

云程发轫

# 中国跨境支付行业主要赛道划分

## 跨境出口B2C电商/B2B贸易支付 为跨境支付两大核心赛道

中国非银支付机构参与跨境支付业务可按照服务对象划分为To B、To C两类，其中To C业务主要包含境外线下扫码支付和跨境C2C转账两个业务场景；To B业务则可进一步按照资金流向划分为汇出业务与汇入业务，其中汇出业务主要包含跨境进口电商支付与跨境企业间转账，而汇入业务则主要包含跨境出口B2C/B2B电商支付、跨境出口服务贸易支付与跨境B2B贸易支付。从赛道规模发展潜力来看，目前“跨境出口B2C电商支付”与“跨境出口B2B贸易支付”为中国非银跨境支付机构参与角逐的两大核心赛道。本报告亦将主要围绕两者展开分析论述。



注释：境外线下支付和跨境C2C转账因主要涉及国人出境游及出国留学消费规模，因此以2019年行业规模数据为例展示，疫情期间数据缺乏参考意义。  
来源：综合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 云程发轫 ◆ 跨境支付市场

Cross-border Payment Market

@ iResearch：支付与供应链数字化研究团队

## 风起 - 中国跨境支付行业发展背景

- 跨境电商成为全球贸易增长新动能
- 中国跨境出口B2C电商发展成熟；B2B贸易蓝海广阔，但对支付服务企业要求更高

## 扶摇 - 中国跨境支付行业发展驱动因素 与发展历程

- 政策鼓励、外贸企业需求细化、科技进步共同推动行业发展
- 自2015年起内资机构入场，跨境支付服务企业角色跃迁，实力反哺外贸行业

## 振翅 - 中国跨境支付业务模式 行业规模 与价值延伸

- B2C支付预计突破2万亿；B2B支付渗透率不足10%，发展空间极大
- 以收款业务为核心，通过“支付+”赋能广大中小微企业，助力整体产业数字化升级

## 万里 - 中国跨境支付行业发展趋势

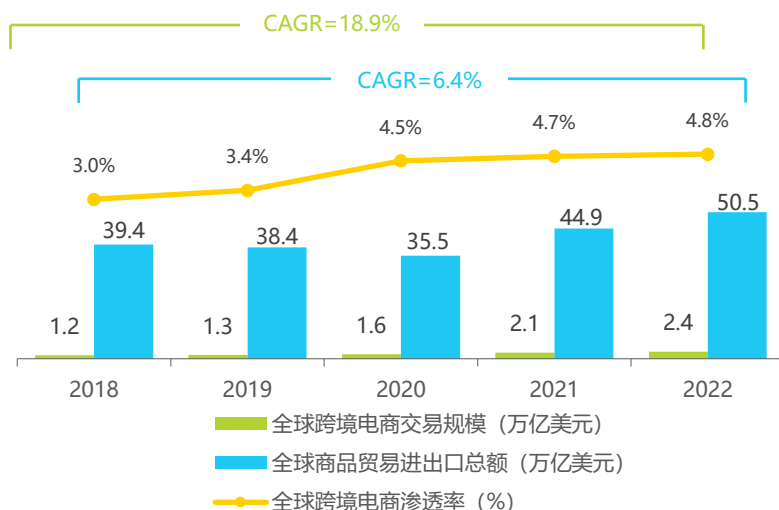
- 跨境支付市场未来可期：技术变革、新兴市场需求、政策环境与数字人民币落地共同做力

# 发展背景：全球外贸市场环境

## 整体贸易进出口额增长压力较大，跨境电商是全球贸易与经济发展的新模式与新动能

作为全球经济的核心组成部分，2022年全球进出口贸易总额达到50.5万亿美元，较前一年增速放缓。在未来全球经济下行压力犹存的环境下，进出口贸易增长面临较大挑战。然而与此同时，数字技术正在加快国际贸易的转型升级过程，eMarketer数据显示，全球跨境B2C电商交易规模预计将从2018年的1.2万亿美元增长至2022年的2.4万亿美元，年均复合增速达18.9%，远超同期全球商品进出口额的年均复合增速，跨境电商已成为未来全球贸易增长的重要支持力量。相比于传统外贸，跨境电商的优势主要有：1. 缩短交易链条，避免了国外分销商的盘剥，利润相对丰厚；2. 小批量采购的资金流转快，缩短回款周期。跨境出口B2C电商的回款周期一般在10-20天左右，而传统外贸B2B的回款周期一般为45-60天；3. 受疫情影响，大量线下交易转移至线上，跨境B2C以交易频次高、交易金额小而满足全球消费者需求。

2018-2022年全球商品贸易进出口总额与  
全球跨境电商交易规模



传统外贸与跨境电商业务链条模式对比



来源：eMarketer，WTO，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

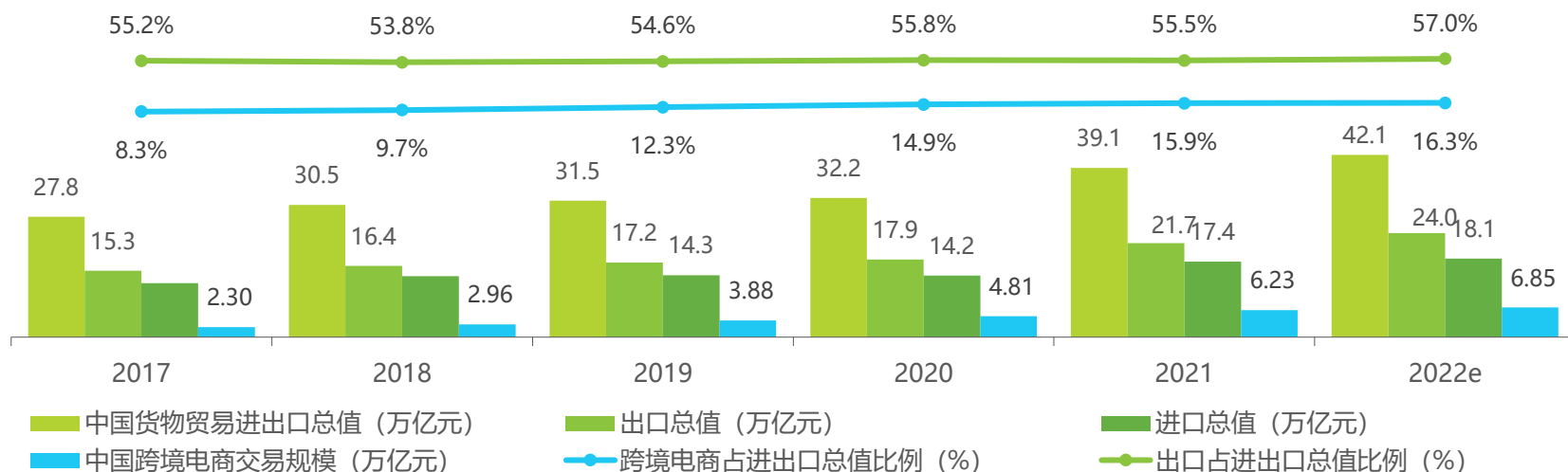
来源：公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 发展背景：中国外贸市场环境

出口为主要贡献方；跨境电商作为新业态持续发力，是跨境支付发展沃土；传统贸易模式体量巨大，对于跨境支付企业而言蓝海广阔

在中国跨境市场方面，2022年中国货物贸易进出口总值42.07万亿元，贸易顺差5.87万亿元，较2021年扩大34.0%，出口持续保持强势地位。同时值得关注的是，我国跨境贸易形式逐渐发生变化，跨境电商交易规模及占比持续攀升，2017-2022年年均复合增长率达24.4%，远高于同期进出口总值增速（10.9%），成为我国外贸新增长点。而传统贸易模式（即B2B贸易模式）由于体量巨大，其重要性同样不可忽视，尤其近年来跨境B2B外贸行业逐渐呈现小额化、碎片化趋势，广大中小微外贸企业很难从银行等传统金融机构获得满意的服务，不少企业面临收款、换汇、结汇等多方面的困难，这一部分需求亟待被解决。作为国家经济三大引擎之一，外贸行业战略地位之高不言而喻，对于跨境支付企业而言，跨境电商是先行发展的沃土，而B2B贸易领域则是未来前景广阔的蓝海市场。

## 2017-2022年中国货物进出口及中国跨境电商规模情况



来源：中国海关总署，综合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 中国跨境支付发展历程

iResearch

艾瑞咨询

## 2015年起内资机构入场带来行业阳光化、普惠化与数字化变革，跨境支付服务向一站式综合服务进阶，实力反哺行业

中国跨境支付的发展主要可分为四个阶段。2015年以前，为中国外贸企业提供支付服务的主要为外资跨境支付服务公司，在这一阶段，行业存在诸多痛点无法解决，例如回款速度较慢、费率高昂、跨境运营障碍重重等。2015-2016年，以pingpong、连连支付、珊瑚跨境等为代表的中国跨境支付服务公司开始进入跨境出口电商市场，并以创新的产品、专业的服务迅速崛起，使得跨境电商基础设施服务趋近完善；同时，得益于成熟的底层技术架构以及强大的资源网络铺设，跨境支付服务成本大幅降低，在核心跨境收款服务方面，内资跨境支付机构率先打破了原有费率格局，普惠小微跨境商户，整体加速行业发展。而后自2017年起，以XTransfer、义支付等为代表的跨境支付机构开始探索跨境B2B贸易市场，同样专注中小微外贸企业，以建立完整的支付服务体系和强大的风控能力为核心，促进传统外贸业态数字化升级。时至当下，原本依托跨境贸易市场发展的跨境支付服务公司，已开始反向赋能，具有前瞻性地不断进行产品创新，在提供完备基础设施服务的基础上，衍生出丰富的“支付+”服务，真正做到“让中国企业放心在全球卖货”，成为跨境新经济生态最重要的建设者。

### 中国跨境支付发展历程



来源：综合专家访谈及公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

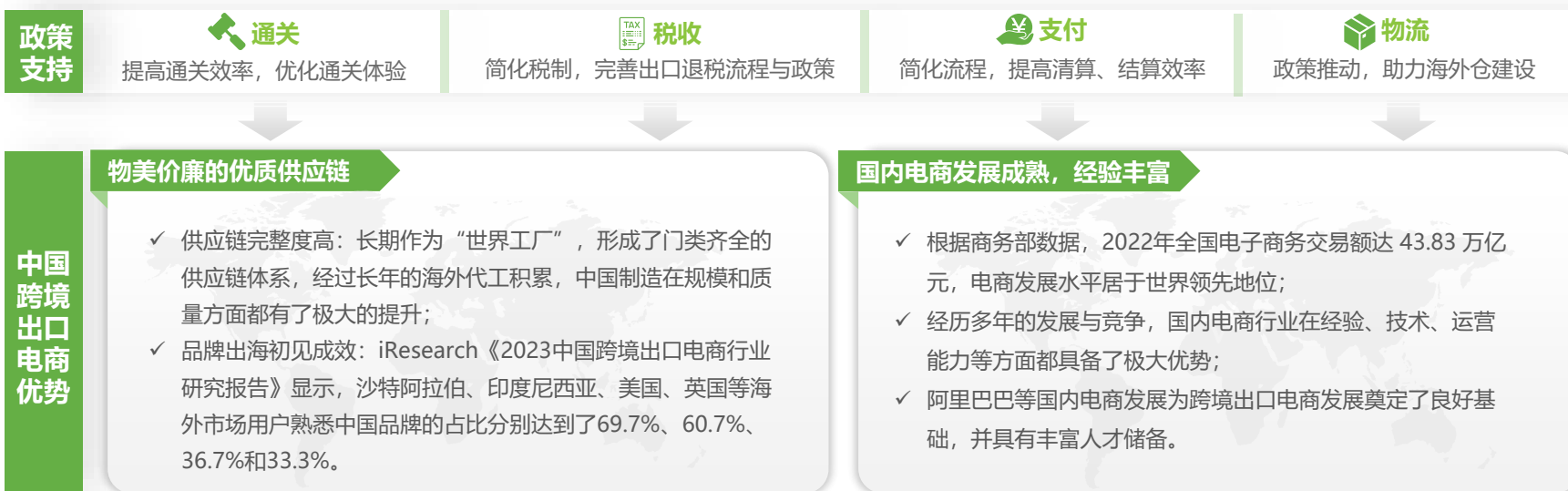
# 中国跨境支付发展驱动因素(1/3)

## 政策持续扶持外贸行业连带惠及跨境支付业务，中国供应链及产业链优势得以发挥

对于外贸行业而言，政策一直以来都是行业发展最重要的催化剂。近年来国家对出口贸易持续给予政策鼓励及优惠支持，涉及通关、税收、支付、物流等全流程环节，使得我国出口贸易市场呈现韧性强、潜力足、长期向好的趋势。例如2021年7月，国务院办公厅印发《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》，《意见》提出深化贸易外汇收支便利化试点，支持更多符合条件的银行和支付机构依法合规为外贸新业态新模式企业提供结算服务，同时鼓励研发安全便捷的跨境支付产品，支持非银行支付机构“走出去”。

政策支持使得我国品类丰富的供应链、强大产业链配套能力等方面的优势得以持续发挥，在2020年疫情首年我国成为全球唯一实现货物贸易正增长的主要经济体。根据世界银行的数据，2022年中国制造业增加值占GDP比重为27.7%，中国制造业规模已经连续13年居世界首位。下一阶段，支持品牌化出海、加强产品服务、实现外贸出口企业的转型升级将是行业重要发展方向。海外商品消费供需的巨大缺口也将使得我国出口持续发挥“替代效应”，推动中国在全球出口份额上升，并进一步巩固在亚太地区的经济中心地位。

### 政策助力跨境出口电商发挥强供应链优势



# 中国跨境支付发展驱动因素(2/3)

## 外贸企业经营需求不断细化，促使跨境支付服务日趋完善

外贸企业的数量激增与需求细化亦是行业发展的主要动能。随着行业的快速发展，越来越多的中国外贸企业向多平台、多地区市场进军，行业竞争愈加激烈，企业面临着内外多重经营难点。就商家运营而言，收款服务已较为完善，但对于物流、金融、数字化运营等服务的升级仍存在极大需求；与此同时，平台管控趋严、境外市场合规要求提升等外部环境的挤压，亦对外贸企业提出较大考验。而这些也正是跨境支付机构为外贸商家提供服务的侧重点，助力商家提升自身运营能力的同时，帮助商家应对平台及境外市场政策、合规展业。

### 跨境商家经营面临内外部经营难点

#### 仓储物流

**跨境物流成本**可占外贸企业整体订单额的**20-30%**，不同物流方式时效在2-20天之间，企业需进行多重比对，试错成本较高；同时销往不同国家或平台，需选择不同物流服务商，而整个市场有**数十万家物流服务商**，市场较为分散，企业进行甄别挑选通常耗时耗力。

#### 金融服务

随着外贸企业业务拓展，**不同企业对金融服务产生多层次需求**，例如部分企业需要低成本资金，对前期较长时间的评估尽调接受度较高；而部分企业面临需要进货但之前货款还未到账，因此需要快速融资。应对不同需求，需提供不同种类金融产品来满足。

#### 数字化运营

在外贸企业逐步成长为腰部商家、并向KA企业迈进的过程中，**对于营销、获客、数据分析等都有更深度的需求**，在选择包括数据云仓、自动化营销、多账号管理、SEO优化、智能选品等一系列数字化运营工具时，企业需要耗时对比选择，同时还存在语言、使用方法等方面障碍。

近两年来，亚马逊、eBay等多个**平台规则不断趋严，严格把控卖家资质**、规范商家在平台上的运作，并对不合规卖家进行清理，行业门槛逐步提升。例如推出面向全球卖家账户状况评级（AHR），以及发布堪称亚马逊史上最严格沟通指南版本等。

#### 平台管控趋严

由于不同国家和地区间政策存在巨大差异，外贸企业面临着更高的合规成本，**数据保护、知识产权保护、VAT等成为卖家痛点**。例如2018年5月，《欧盟一般数据保护条例》（GDPR）生效，需要卖家严格记录数据使用全流程、定期清理、并及时公布隐私权政策，全面提升买家数据保护能力。

#### 境外市场合规

随着行业成熟度提升，外贸领域已经从曾经的“价格战”市场转变为**以质量和品牌为竞争力的良性市场**，行业参与者需从依赖低成本向专注于打造质优技高、符合国际标准的外贸产品转变，甚至通过产品创新强化自身竞争优势。

#### 买家要求提升

■ 内部因素

■ 外部因素

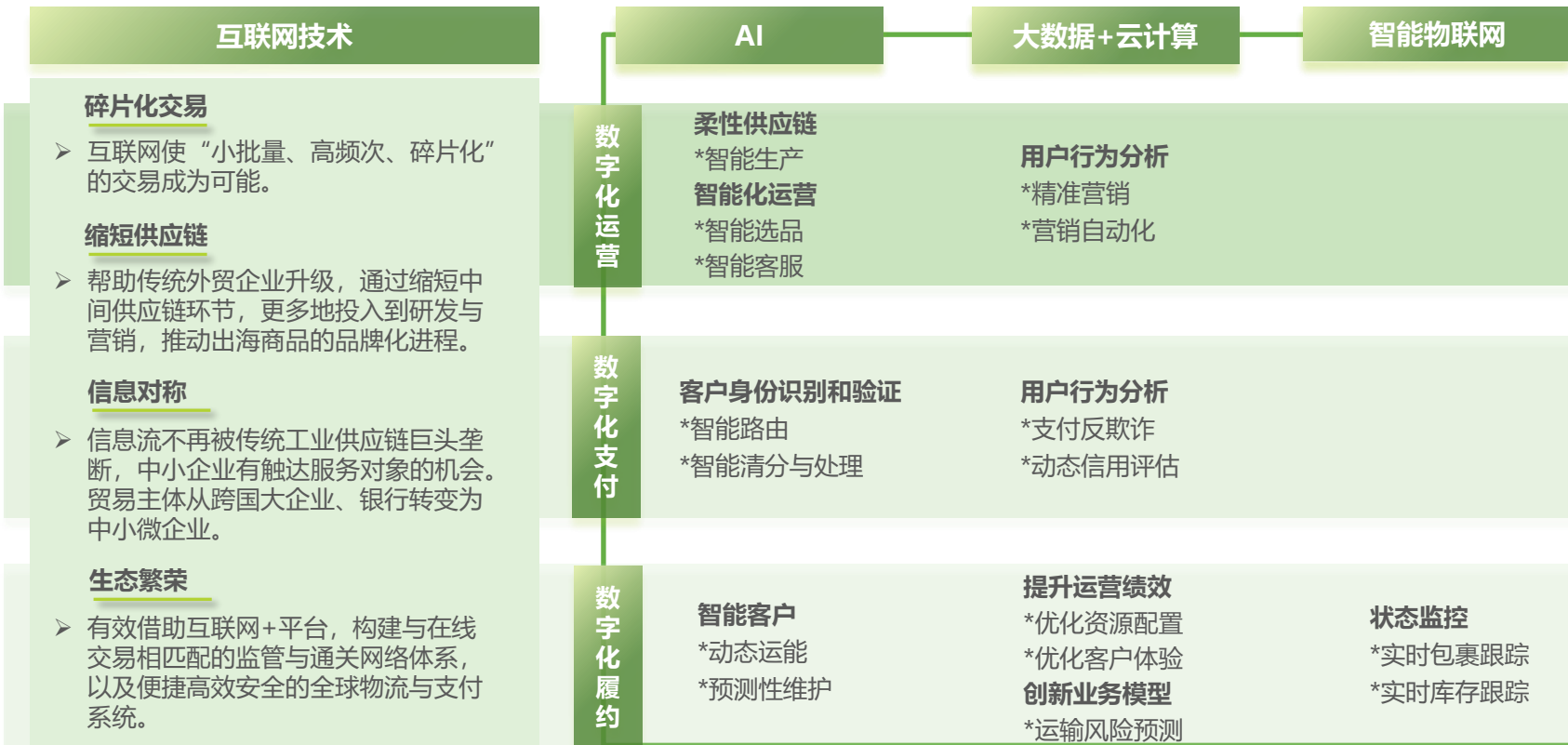
来源：综合专家访谈及公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 中国跨境支付发展驱动因素(3/3)

## 科技促进跨境支付等基础设施完善，跨境贸易成本大幅降低

前沿科技对于外贸行业整体生态基建建设有着根本性的推动作用。技术极大地降低了跨境贸易成本，缩短了跨境贸易链路，同时为创新中小企业提供了历史性的发展机遇。全球信息网和互联网开放平台实现了跨地域跨时间的线上交易，使碎片化交易成为可能，带动供应链升级并衍生出跨境收款等新场景以及与之配套的服务商。而大数据、AI等新技术的出现，也在不断地完善着交易链路与生态体系。

### “互联网+”时代下的跨境贸易



来源：公开资料收集及整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 跨境出口B2C电商支付业务模式

## 以收款服务为核心，致力于发展全链路支付服务

不同于传统B2B跨境贸易，跨境出口B2C电商是端对端、全线上化的商业模式，即在平台内形完成易闭环。因此在跨境出口B2C电商交易过程中，全链路线上支付是刚需服务，其中对于商家而言，能够将多国外币货款安全收回至国内人民币账户（即收款服务）是核心需求，也是跨境支付企业服务跨境商家的切入点。在满足基本需求后，跨境支付服务企业通过横向、纵向两个维度进一步深化跨境支付服务。其中纵向深化指围绕跨境支付产业链上下游进行业务拓展，例如发展收单业务、卡支付业务等；而横向深化则指由底层支付服务衍生出一系列增值服务，根据跨境商家不同阶段需求增设不同业务板块，即致力于通过“支付+”赋能商家全链路经营环节。

### 跨境出口B2C电商支付服务业务流程

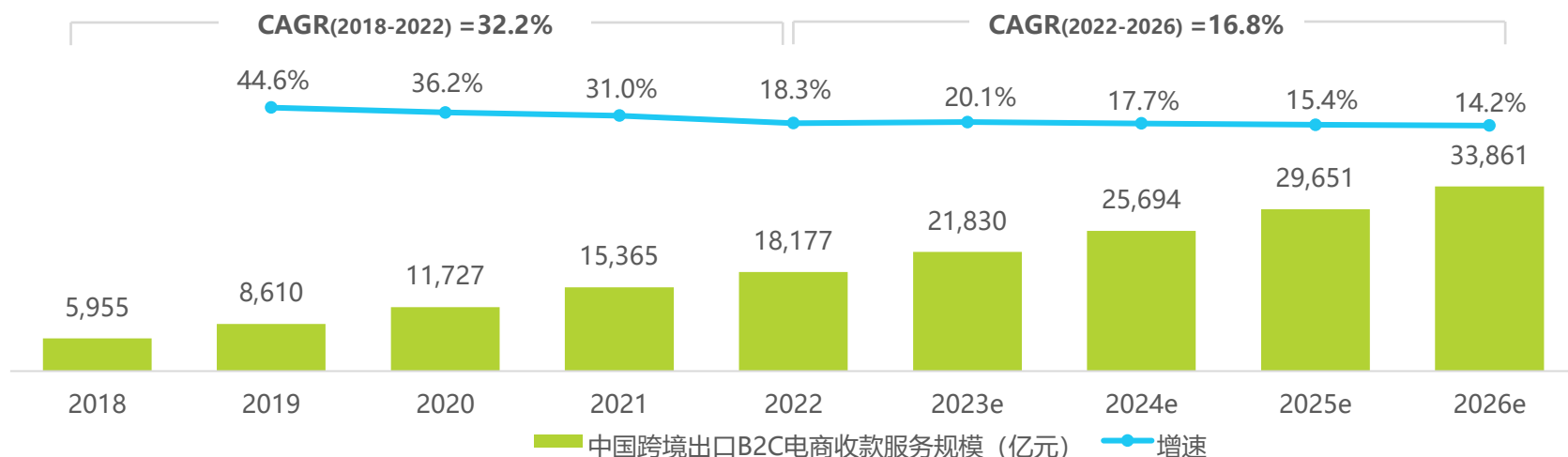


# 跨境出口B2C电商支付行业规模

## 疫情延长爆发增长期，目前行业逐步回归稳定高速发展，2023年核心收款业务规模预计突破2万亿元

从数据来看，跨境出口B2C电商行业在2016-2019年阶段经历了行业的爆发性增长阶段，而后在2020与2021两年期间，行业仍保持了超高速增长，这主要由于疫情加速了全球消费线上化的趋势，同时彼时各国复工复产情况较差、极度依赖中国供应链出口，疫情使得行业爆发增长期延长。2022年，整体跨境出口B2C电商市场规模增速有所减缓，原因在于各国供应链逐步恢复，对于中国出口依赖度降低；同时全球经济下行压力、以及国际政局动荡带来的影响开始显现，各国居民对于日常消费的态度普遍由积极转向保守。根据艾瑞统计测算，2022年中国跨境出口B2C电商收款服务规模达到18176.6亿元，同比增长18.3%；2023年市场有所回温，外贸行业整体增长空间的广阔与部分新兴市场的蓬勃发展，仍然给予从业者较大信心，预计至2026年行业将持续保持稳定高速发展。

### 2018-2026年中国跨境出口B2C电商收款服务规模



注释：收款服务规模已从整体跨境出口B2C电商规模中去掉了“贷款直接打入商家自行开立的境外账户”的规模，以及平台抽佣规模，因为此两部分不涉及收款业务。  
来源：综合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 跨境出口B2C电商支付价值延伸(1/2)

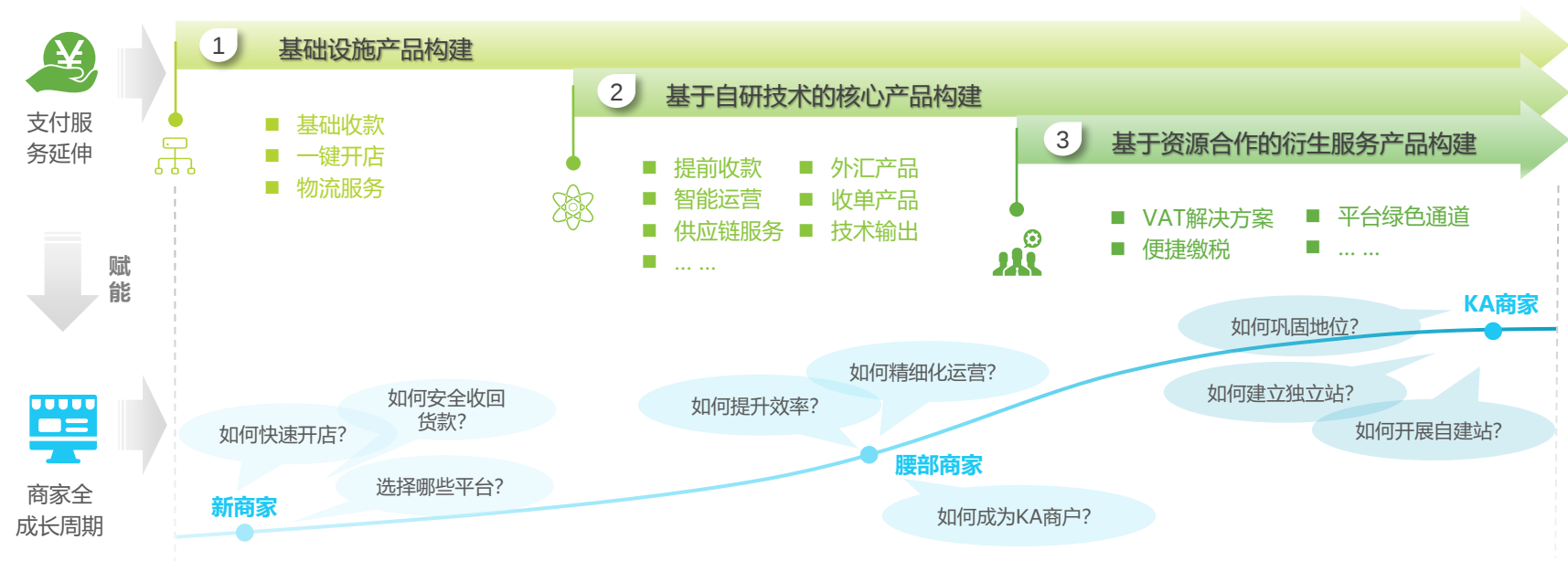
## 由支付服务延展出三层产品架构，服务商家全成长周期

跨境支付服务企业作为跨境贸易生态重要参与者之一，在连接全球跨境电商平台的同时，战略性进行本地深耕，其根本在于通过提供刚需的支付服务与跨境商家建立深入连接，培养商家信任度并发现商家真实需求及痛点，进而运用自身技术能力，延伸出支付以外的产品及服务。

首先，跨境支付服务企业可通过线上化平台搭载除支付外的其他基础设施服务，如开店与物流服务，实现一键对接各大主流电商平台以及物流服务商。同时，头部跨境支付服务企业具备强大的金融科技实力，在货币兑换、数据分析、风控等方面均掌握成熟技术，且拥有完整的商户支付数据，因此得以深化其基础设施服务并研发其他核心技术产品，例如智能运营、提前收款、供应链服务、外汇产品、收单服务等；对于机构类客户，头部跨境支付服务企业还可向银行等传统金融机构输出金融解决方案。除此之外，通过在全球范围内构建可靠资源网络，跨境支付服务企业可与其他第三方机构合作，为外贸企业提供诸多衍生服务，例如与境外专业税所合作，为商家提供便捷缴税、退税等服务。

由支付延伸到三层产品与服务体系构建，跨境支付服务企业得以为商家提供一站式、全链路解决方案，赋能商家全成长周期，极大提升了跨境出口电商行业整体效率及收益。

### 三层产品服务体系构建赋能商家全成长周期



来源：综合专家访谈及公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 跨境出口B2C电商支付价值延伸(2/2)

## 真正帮助中国中小微跨境商家实现降本增效

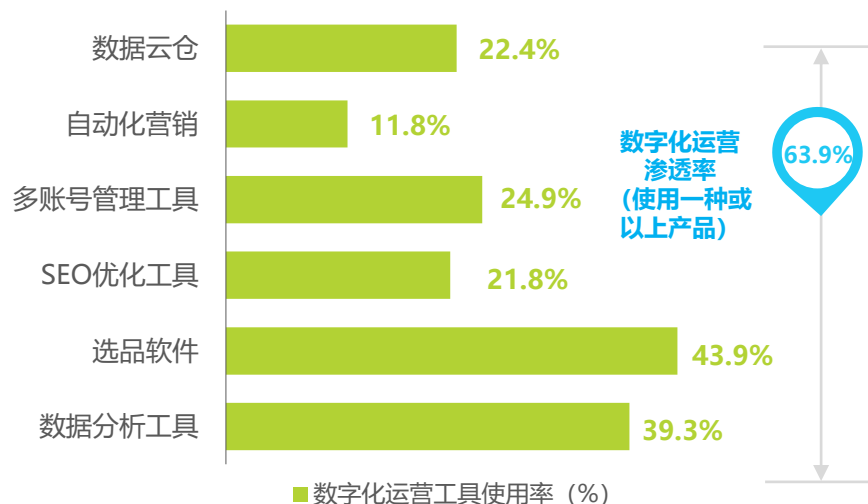
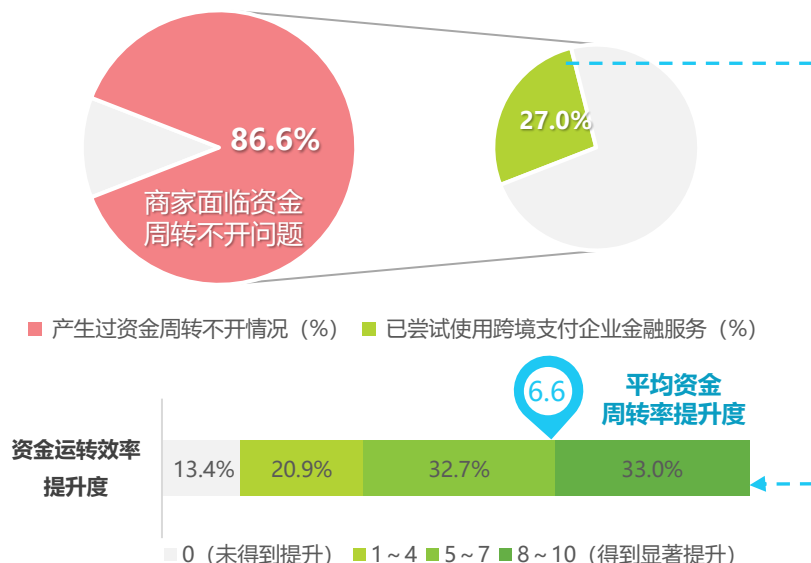
跨境支付的另一价值在于普惠小微外贸、助力行业提质增效。根据JungleScout发布的《2022年亚马逊卖家状况年度报告》，截至2022年，亚马逊全站共有接近200万中小微卖家，贡献了亚马逊整体58%的年销售额，中小微卖家已然是跨境出口电商市场的绝对主力军。而相比大卖家而言，运营能力较弱、资金来源相对不稳定，运营效率难以提升、传统渠道融资困难是中小微跨境商家的普遍存在的痛点。中国跨境支付服务企业通过产品创新，专注解决商家痛点的同时降低服务成本，以“支付+”服务积极普惠中小微跨境商家。

**帮助跨境商家降低财务成本** 根据艾瑞调研数据，86.6%的中国跨境出口商家面临资金周转不开的情况，而通过使用跨境支付企业提供的提前收款等产品及服务，94.7%商家得到了不同程度的资金周转效率提升，极大程度解决了融资难、融资贵的痛点。

**帮助跨境商家提升效率** 根据艾瑞调研数据，中国跨境商家数字化运营渗透率已达到63.9%，其中选品软件及数据分析工具的使用率较高，分别达到43.9%和39.3%。跨境新支付企业通过云计算、大数据等金融科技，帮助跨境商家实现精准营销、用户偏好分析、商品精准匹配等需求；同时通过数字化运营后台，帮助跨境商家实现多平台统一管理，帮助提升商家经营、运营效率。

### 中国跨境B2C出口商家资金周转及金融服务使用情况

### 中国跨境B2C出口商家数字化运营工具使用情况



来源：iResearch《中国跨境新经济行业研究报告》，综合专家访谈及公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：iResearch《中国跨境新经济行业研究报告》，综合专家访谈及公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 跨境出口B2B贸易支付业务模式

## 收款服务仍是核心业务，但大量线下环节使得B2B贸易数据呈现分散、非结构化特征，服务难点在于风控

跨境出口B2B贸易支付服务的核心仍然是收款服务，这一点与B2C模式相同，但B2B模式仍具备其独特性：交易时间更长，从沟通、定制、寻找供应商到发货、清关等，一笔交易往往长达数月，整个链路涉及大量的线下环节，使得B2B跨境交易数据呈现分散、非结构化特征，其反洗钱风控环节的难度系数更高。近年来跨境B2C支付行业发展迅猛，其客观原因之一在于交易发生依托于大型电商平台，其交易真实性、可追溯性、以及三单数据对碰的可行性都更高，但跨境B2B支付场景则不具备这样的天然优势。随着跨境B2C领域竞争日益激烈，很多跨境支付服务企业开始将战略重点向B2B蓝海市场转移，如何解决B2B外贸的风控难题是所有市场参与者共同要面临的挑战。

跨境支付企业参与B2B贸易业务流程示意图



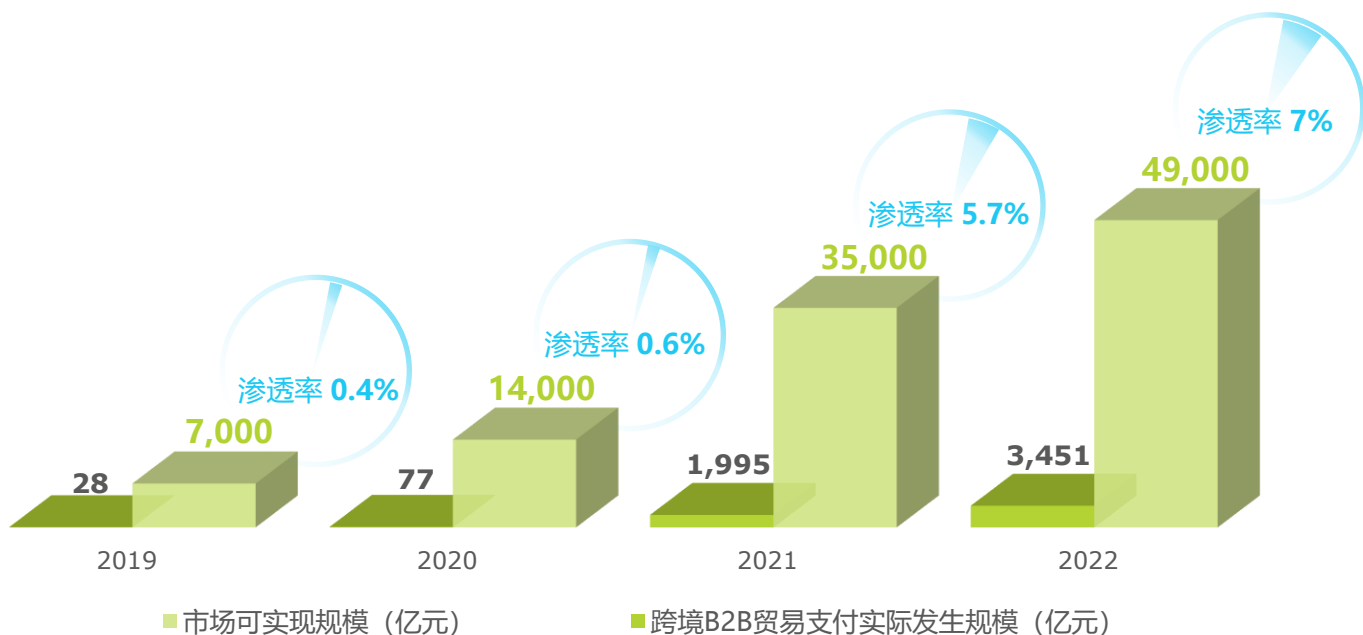
来源：综合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 跨境出口B2B贸易支付行业规模

贸易形态呈碎片化趋势，市场总体可实现规模接近5万亿元，当前市场渗透率尚不足10%，跨境支付机构发展空间巨大

根据艾瑞统计测算，2022年中国跨境出口B2B贸易支付总体可实现市场规模（TAM）为4.9万亿元（即在一般贸易额中的中小微企业业务规模总和），同比增长40%，随着出口B2B贸易小额化、碎片化趋势凸显，预计行业TAM仍将持续保持高速增长；2022年各跨境支付机构实际发生业务规模为3451亿元，同比增长73%，但整体市场渗透率仍然不足10%，市场发展空间巨大。

2019-2022年中国跨境出口B2B贸易支付实际发生规模 与渗透率情况



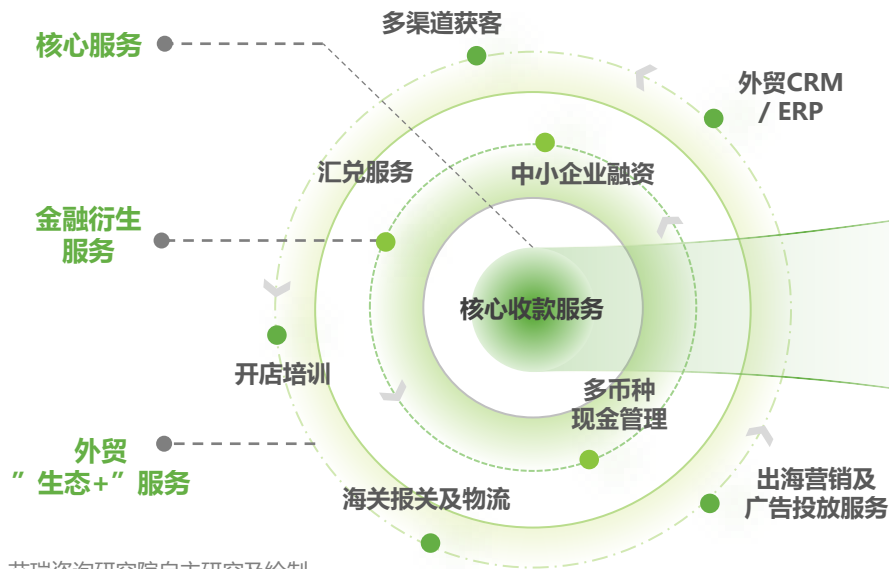
来源：综合专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 跨境出口B2B贸易支付价值延伸

## 专注中小微外贸企业，支付科技、风控技术与SaaS服务结合，共同助力整体外贸产业数字化升级

在跨境出口B2B市场中，中小微企业对专业化服务的需求更为迫切。传统大型外贸企业有赖于贸易资金量庞大、境外客户资源稳定，因此能够获得传统金融机构较好的服务，整体业务链条通畅稳定，即便延续过往的传统线下经营模式依然能够在外贸市场中如鱼得水。然而对于近年来大量新进入市场的中小微外贸企业而言，则很难从传统金融机构获得完整的、有针对性的服务。疫情期间，由于传统线下展会等获客渠道受阻，中小微外贸企业的经营困境进一步凸显。跨境B2B支付的服务核心即围绕金融与外贸“生态+”两方面展开：首先，通过前沿的支付科技与风控技术，跨境支付服务企业基于银行网络为企业提供优于银行的资金服务，帮助大量中小微企业解决外贸交易过程中收款、结汇、换汇等支付环节的困难；同时，通过“支付+SaaS”，提供如客户关系管理软件、与Facebook等流量平台达成合作，使得获客渠道拓宽、经营数据完全可视化成为可能，极大程度提升传统外贸企业获客、营销、运营等效能。未来，助力整体外贸行业数字化改造、提高外贸企业业务效率与运营收益，是跨境支付服务企业的使命与不断前行的方向。

跨境支付企业B2B贸易数字化服务图谱



### 优于传统金融服务

- ✓ 全程线上操作，无需柜台开户
- ✓ 提供海外本地账户服务
- ✓ 资金链路完全可视化
- ✓ 支持供应商分账，资金账目清晰
- ✓ 7\*24小时到账服务，快速结汇

# 趋势洞见——技术变革

## 支付+科技，打造外贸行业生产流通、精准营销、交易履约、信用资产的完美闭环

跨境贸易生态未来将逐渐进入数字化、信息化、精细化的新阶段。表现为 1) 技术的协同效应与普及化，得益于跨境贸易生态的繁荣，各种功能的工具逐渐丰富，对中小卖家的渗透程度增加，同时卖家对技术的认知和复用更加成熟； 2) 业务协同与国际信息共享，整合优质企业资源，建设包括产品、用户、平台销售、仓储物流等全链路完善的数字生态系统，实现供应链智能化与自动化转型。

### 以技术为核心的跨境贸易生态全链路智能化建设



来源：综合专家访谈及公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 趋势洞见——新兴市场

## 成熟市场发展完善，未来跨境支付企业将着力开拓新兴市场

### 全球各地域特征与出口环境概览

|      |       | 成熟市场                                                                                                                               |                                                                                                                               | 新兴市场                                                                                                         |                                                                                                                                     |                                                                                                                                   |                                                                                                                                    |
|------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |       |  北美                                               |  欧洲                                          |  亚太                         |  拉丁美洲                                            |  中东                                            |  非洲                                             |
| 地域特征 |       | <ul style="list-style-type: none"><li>• 语言较统一</li><li>• 经济发达</li><li>• 消费水平高</li><li>• 网购渗透率高</li></ul>                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• 语种多元化</li><li>• 国家众多，人口较少</li><li>• 消费水平高</li><li>• 人力成本较高</li></ul>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• 各地差异性较大</li><li>• 人口红利</li><li>• 智能手机普及度高</li><li>• 地理位置优越</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 地广人稀</li><li>• 贫富差距大</li><li>• 网购者年轻化</li><li>• 重农轻工，依赖进口</li></ul>                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• 智能手机较普及</li><li>• 年轻人比例较高</li><li>• 家族观念，宗教对人的影响深刻</li><li>• 女性无法外出购物</li></ul>           | <ul style="list-style-type: none"><li>• 经济发展滞后</li><li>• 移动端发展迅速</li><li>• 当地基建不完善</li></ul>                                       |
| 通用指标 | 消费能力  | ☆☆☆☆☆                                                                                                                              | ☆☆☆☆☆                                                                                                                         | ☆☆☆                                                                                                          | ☆☆☆                                                                                                                                 | ☆☆☆☆☆                                                                                                                             | ☆☆                                                                                                                                 |
|      | 支付便捷度 | ☆☆☆☆                                                                                                                               | ☆☆☆☆                                                                                                                          | ☆☆☆☆                                                                                                         | ☆☆☆                                                                                                                                 | ☆☆☆                                                                                                                               | ☆☆☆                                                                                                                                |
|      | 物流服务  | ☆☆☆☆☆                                                                                                                              | ☆☆☆☆                                                                                                                          | ☆☆☆                                                                                                          | ☆☆☆                                                                                                                                 | ☆☆                                                                                                                                | ☆☆                                                                                                                                 |
|      | 法规完善度 | ☆☆☆☆☆                                                                                                                              | ☆☆☆☆☆                                                                                                                         | ☆☆☆                                                                                                          | ☆☆☆                                                                                                                                 | ☆☆☆                                                                                                                               | ☆☆                                                                                                                                 |
|      | 市场容量  | ☆☆☆☆☆                                                                                                                              | ☆☆☆☆                                                                                                                          | ☆☆☆☆☆                                                                                                        | ☆☆☆                                                                                                                                 | ☆☆☆                                                                                                                               | ☆☆                                                                                                                                 |
|      | 市场成长性 | ☆☆                                                                                                                                 | ☆☆☆                                                                                                                           | ☆☆☆☆☆                                                                                                        | ☆☆☆☆                                                                                                                                | ☆☆☆☆☆                                                                                                                             | ☆☆☆☆                                                                                                                               |
| 市场特征 |       | <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 购买力强，市场体量最大</li><li>◆ 物流体系与支付体系最成熟</li><li>◆ 竞争较激烈，流量成本高</li><li>◆ 适合新手与追求成交量的卖家</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 第二大跨境市场</li><li>◆ 欧盟VAT的监管趋严</li><li>◆ 国家分散，运营难，但利润高</li><li>◆ 俄罗斯支付与物流系统薄弱</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 日韩客单价高，有地缘优势</li><li>◆ 东南亚与印度电商高速增长，但客单价偏低</li></ul>                 | <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 巴西等市场增长较快，税负较重，但整体利润中上</li><li>◆ 临近国家间交易频繁</li><li>◆ 基建较落后</li><li>◆ 政局动荡、货币贬值风险高</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 客单价高</li><li>◆ 在互联网、智能手机和社交媒体的渗透率高</li><li>◆ 支付系统不完善，COD比例高</li><li>◆ 妥投率低，退货率高</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 跨境网购群体主要为当地中产阶级及以上</li><li>◆ 海外仓占比很小</li><li>◆ 主要模式是入驻第三方平台</li><li>◆ 竞争不激烈，冷门市场</li></ul> |

注释：星星代表程度，五星代表程度最高。消费能力为人均GDP水平与跨境网购的客单价综合评估结果，亚太为狭义定义，指西太平洋地区，主要包括东亚的中国（包括港澳台地区）、日本、俄罗斯远东地区和东南亚的东盟国家，且延伸到大洋洲的澳大利亚和新西兰等国。欧洲包含俄罗斯，实际俄罗斯在跨境出口电商中经常被单独提及。

来源：商务部，艾瑞咨询研究院根据专家访谈、结合企业公开资料，整理及绘制。

# 趋势洞见——政策环境

## 政策红利驱动跨境贸易生态快速发展，合规化要求提升行业成熟度

观察当今跨境电商生态所处政策环境：一方面，国内政府频发相关政策文件，鼓励跨境贸易行业发展；另一方面，“一带一路”建设、区域全面经济伙伴协定（RCEP）的签订等体现国家贸易环境的向好态势，政策法规与国际贸易环境均已为中国外贸的蓬勃发展做好准备。境外环境方面，近几年来各地针对合规化要求不断提升，虽然向外贸商家提出了越来越高的要求和挑战，但也在不断驱动着跨境贸易的良性发展，一个高效合规的业态模式正在被建立，这将进一步提升行业整体发展成熟度。

### 政策环境变化驱动跨境电商服务行业发展

#### 政策支持跨境贸易新业态

- 2022年9月，商务部发布《支持外贸稳定发展若干政策措施》，《措施》强调支持跨境电商海外仓发展的政策，加强出口信用保险对海外仓建设的运营的支持力度，支持海外仓出口货物运输，加快出台便利跨境电商出口退换货的税收政策。
- 2021年11月，商务部下发《“十四五”对外贸易高质量发展规划》，提出支持海外仓对接各跨境电商综试区线上综合服务平台和国内外电商平台，探索创立海外智慧物流平台。

#### 国际贸易环境向好利好跨境电商行业

- 根据国家发展改革委会议公布，截至目前，我国已经与138个国家、31个国际组织签署201份共建“一带一路”合作文件，推动共建“一带一路”助力外贸外资基本盘稳定。
- 2020年11月，各方积极磋商了8年的区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）在东亚合作领导人系列会议期间正式签署。该协定的签署意味着覆盖22多亿有余人口的市场的全球最大自贸协定的产生。

#### 境外各地合规化要求提升行业发展成熟度

- 近几年欧盟VAT税务审查、GDPR条例、欧盟授权代表法规、美国商标官费上涨等频发，各地合规化要求愈高，行业合规化程度的提升将进一步肃清行业乱象，提升行业发展成熟度。

#### RCEP:

##### RCEP协定对中国外贸企业及跨境电商的影响：

- ① 形成区域内更规范统一的规则体系
- ② 进一步优化区域的供应链和价值资源
- ③ 有助于外贸企业海外投资和品牌化建设
- ④ 进一步促进中国稳定外贸和稳定外资
- ⑤ 促进中国“双循环”新发展格局

##### RCEP协定对外贸企业的利好具体体现在：

- ① 区域内的关税壁垒将大大的取消和消减
- ② 东盟十国市场相对欧洲和美国更具备潜力
- ③ 跨境电商进口成本大幅下降
- ④ 技术输出，数据贸易成为新市场亮点

# 趋势洞见——数字人民币

## 多边央行数字货币桥各项举措循序演进，对跨境支付影响深远

针对全球范围内日益扩大的跨境支付需求，以及当前跨境支付存在的支付费用高、结算周期长、资金透明度低等问题，G20跨境支付路线图从5大方面共提出19条改进建议。其中，在创新模式非常重要的一项为：加大央行数字货币（CBDC）的研究。当前，我国央行已深度参与多边央行数字货币桥（m-Bridge）项目，在系统建设与平台接入方面均具备先发优势。m-Bridge项目设计采用参与者广泛兼容、银行点对点连接、新旧支付系统互通等举措循序演进的理念，成功展示了其在可用性、兼容性、多样性等方面的阶段性成果。数字人民币作为一项新型支付工具，可以一定程度上推进人民币的国际化进程，并对跨境支付产生深远影响。

### 多边央行数字货币桥项目（m-Bridge）的价值及影响

#### Value: m-Bridge的建设价值及意义

- **点对点连接**：支持收款人和付款人银行间的点对点连接，并通过智能合约实现跨境同步交割。相比代理行模式在交易时效、透明度、成本、结算风险方面具备可见优势。
- **传统支付系统对接**：m-bridge采用区块链技术内核，模块化架构可兼容各司法辖区监管要求与技术标准，平台代码可开放给所有参与央行审查。可实现与各辖区CBDC系统、传统支付系统（如RTGS或FPS）对接，有助于降低参与者的接入成本，循序渐进提高CBDC跨境支付的覆盖度。
- **手动/自动发行赎回**：支持手动/自动模式完成CBDC系统/传统支付系统与m-bridge的集成，充分兼容不同辖区CBDC系统建设情况及操作偏好，并兼顾不同系统API集成的缓冲空间。

#### Influence: 数字人民币的国际化影响

- 人民币国际化之路受政治、经济、技术等多重因素影响，道阻且长。数字人民币作为一项新型支付工具，可以一定程度上推进人民币的国际化进程。
- **维护国家金融主权**：贸易战频发的国际背景下，数字人民币支付结算体系或可成为应对美国霸权、维护我国金融安全的重要抓手。
- **提升人民币国际影响力**：数字人民币安全便利、功能多样化等特性，可以推动“一带一路”沿线国家的商户和用户选择数字人民币支付的可能性，促进与境内的商户和用户进行贸易往来。

#### 模式 1

##### Domestic Issuance & Redemption

同辖区内中央银行与商业银行间的CBDC发行赎回。



#### 模式 2

##### Cross-border Payment using Domestic CBDC

两辖区商业银行间使用交易方CBDC的单一跨境支付。



#### 模式 3

##### Cross-border FX PvP

两辖区商业银行间CBDC的跨境PvP外汇交易。



**多边央行数字货币桥（m-Bridge）**：由香港金融管理局、泰国中央银行、阿拉伯联合酋长国中央银行、中国人民银行数字货币研究所联合发起。

**试点成效**：2022年8月15日至9月23日首次完成四个司法辖区20家大型商业银行的试点测试，为迄今最大的CBDC真实交易测试。平台共发行逾1200万美元，促成逾160笔支付、外汇PvP即时结算，交易总价值达2200万美元。

来源：BIS《Project mBridge: Connecting economies through CBDC》；艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 04/ 产业支付市场

## 踵事增华

# 踵事增华 ♦ 产业支付市场

*Industrial Payment Market*

@ iResearch：支付与供应链数字化研究团队

## 击鼓 - 中国产业支付行业发展现状

- 数字化浪潮赋予产业支付新内涵
- 产业支付市场规模稳定增长、伺机突破

## 猛士 - 中国产业支付行业发展路径与核心竞争力

- 众多参与者以行业领域为天然区分，选择优势产业赛道深耕
- 业务理解力、数字化服务能力、品牌影响力、生态能力共筑企业护城河

## 同袍 - 中国产业支付典型场景——航旅/保险

- 航旅场景：从C端收款到复杂产业链各方分账的全流程支付解决方案
- 保险场景：四层产品体系架构解决保险行业复杂收付款场景痛点、提升运营效率

## 四野 - 中国产业支付行业发展趋势与前瞻能力布局

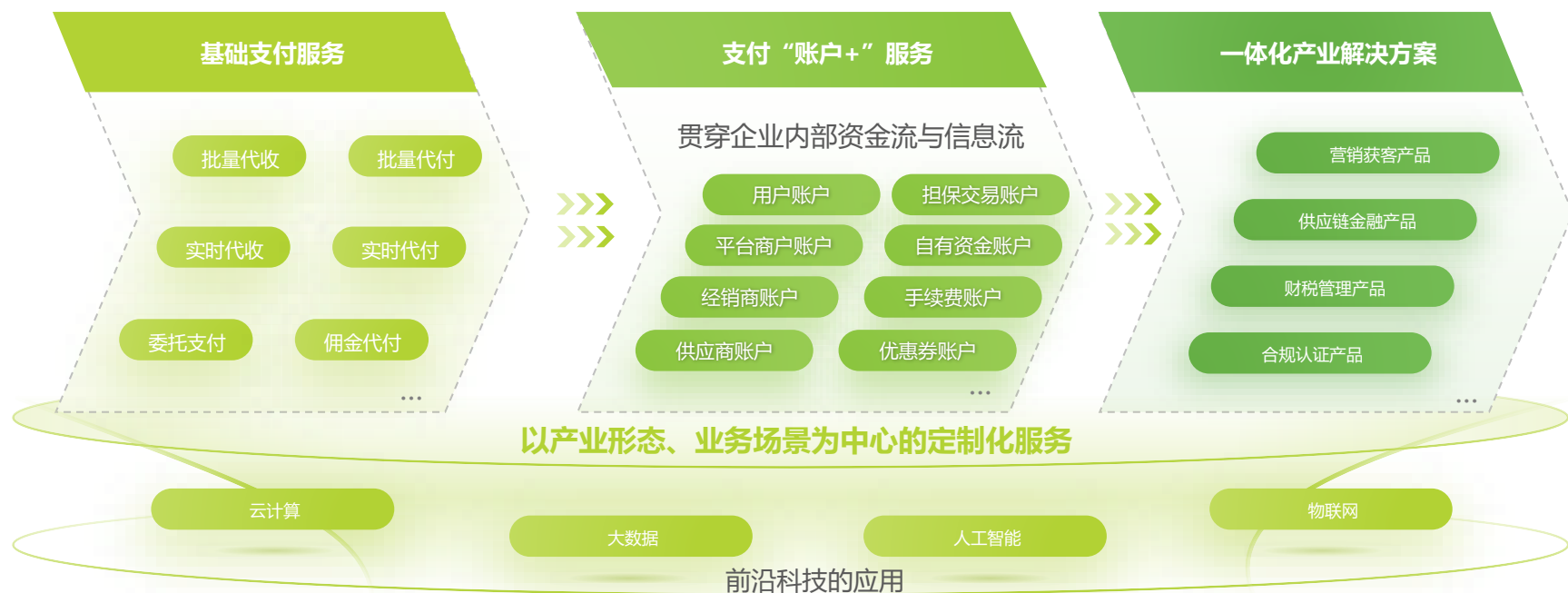
- 精准把握行业客户需求并敏捷反应
- 以产业支付贯通供应链金融服务
- 数字人民币落地应用：围绕智能合约的互信机制，标准化互联的生态体系有望建立

# 数字化浪潮赋予产业支付新内涵

## 多元化支付产品、定制化解决方案，服务产业数字化转型

产业支付服务机构深入产业场景，为中大型企业、集团构建提供完备的数字支付解决方案，建立数字支付与账户体系，在基础支付服务的基础上为企业提供一体化产业解决方案服务，充分解决“二清”等问题的同时，使企业资金流与信息流更加透明化，大幅提升企业内部与供应链上下游资金周转效率，有效激活产业供应链整体交易的活跃程度。第三方支付已然成为产业数字化的有效入口与重要枢纽。基于云计算、大数据、人工智能、物联网等技术积累，以支付为切点的金融科技创新爆发着强大的生命力。通过海量支付数据的沉淀与积累，沟通产业资金流与信息流、重塑产业链价值，支付服务商向产业数字化综合服务商转变。

### 数字化浪潮下产业支付的服务内涵



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

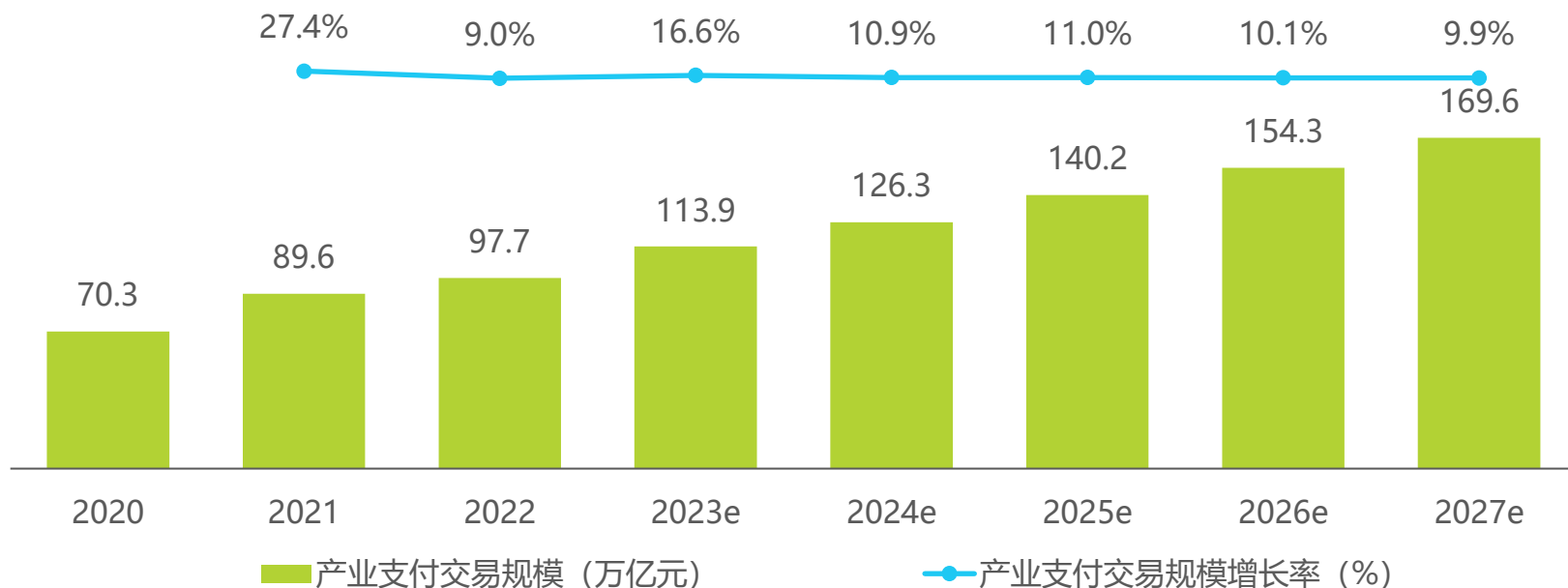
# 第三方产业支付交易规模

## 稳定增长，伺机突破

艾瑞分析认为，中国第三方产业支付交易规模在近五年内将保持稳定增长态势。因交易规模已发展到较高体量，行业增速相对稳定，2023-2027年的年化复合增长率约10.5%。但随着区块链、互联网3.0等技术的发展与应用，B端企业间的交互模式、交易链路有可能进一步重构，第三方产业支付的规模有望迎来突破性增长。

就现阶段而言，产业支付赛道内玩家的业务重心主要聚焦于通过支付交易深化多元交易服务能力、提升业务价值。

### 2020-2027年中国第三方产业支付交易规模



注释：此报告中所指第三方产业支付聚焦于线上支付交易服务，为线下的大中小微商户提供的企业支付服务体现在线下收单交易规模中。  
来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 第三方产业支付生态图谱

## 以行业领域为天然区分，产业支付服务商深耕优势赛道

产业支付生态图谱



外部挑战：商业银行提供的产业支付服务

商业银行的金融资源优势、品牌优势、客户资源积累相对更强。

第三方支付机构需充分发挥自身精细化服务优势、业务理解优势和组织灵活性优势应对日趋激烈的外部挑战。

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：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 产业支付的发展路径与核心竞争力

## 紧随行业客户发展需求，与生态伙伴共襄产业数字化进程

产业数字化的进程包括了数字化软件与数字化硬件的结合，需要数字化服务生态内的多元服务商共同参与。所以，产业支付的发展路径需要紧随细分领域内产业客户自身的发展方向，以突出的业务理解能力伴随行业客户共同成长，善用数字化服务能力快速承接客户在不同发展时期产生的定制化需求，并以开放的心态拥抱/构建生态合作圈，共同助力行业客户的产业数字化进程。

### 产业支付参与者核心竞争力



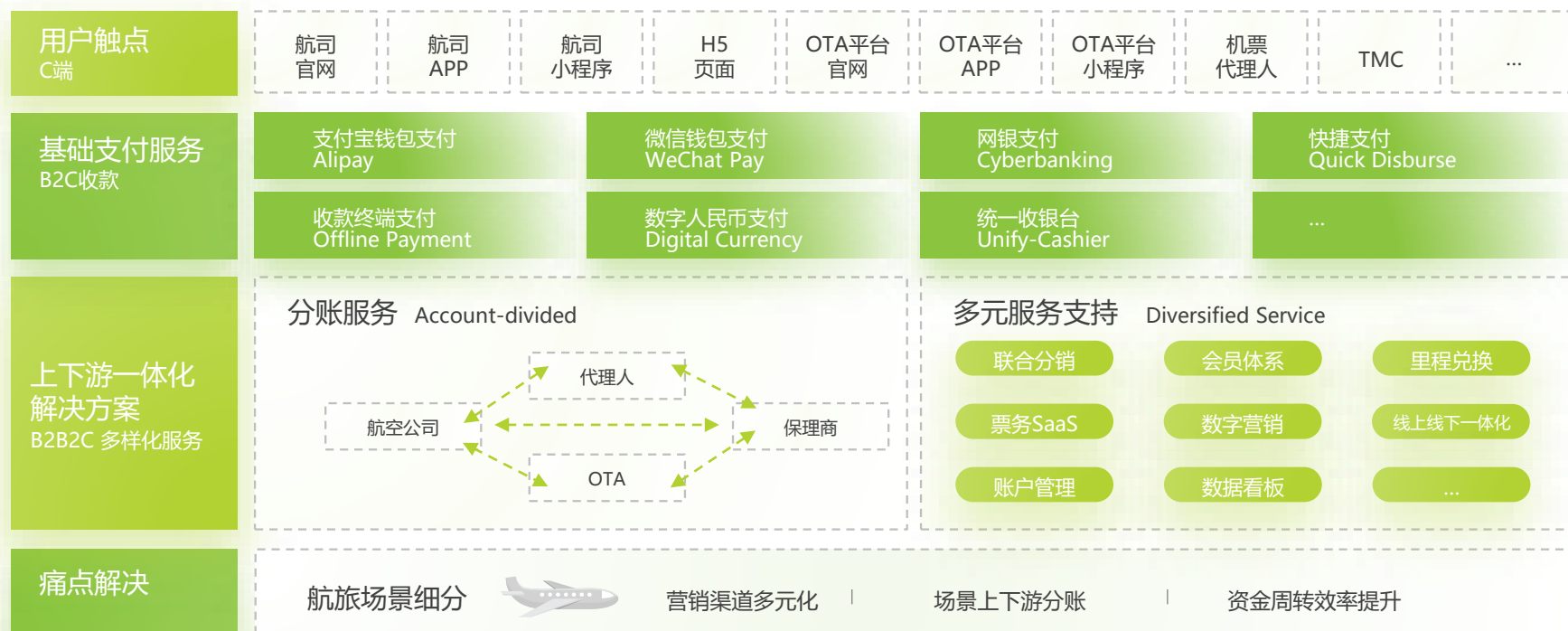
来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 产业支付典型场景——航旅

## 从C端收款到复杂产业链各方分账的全流程支付解决方案

航旅产业链相对复杂，航空公司、OTA平台、机票代理人都可以触达C端用户，购买交易达成后又需要在各方之间进行分润，产业支付机构提供的一体化支付解决方案可以帮助航旅产业上下游各方提升资金流转的效率和准确性。同时，针对产业链上各方的经营痛点，产业支付机构又联合生态合作伙伴延伸出了航司拓客的数字化营销服务、机票代理人供应链金融服务等多元服务方案，助力产业链各方经营效能的提升。

航旅产业支付解决方案示意图



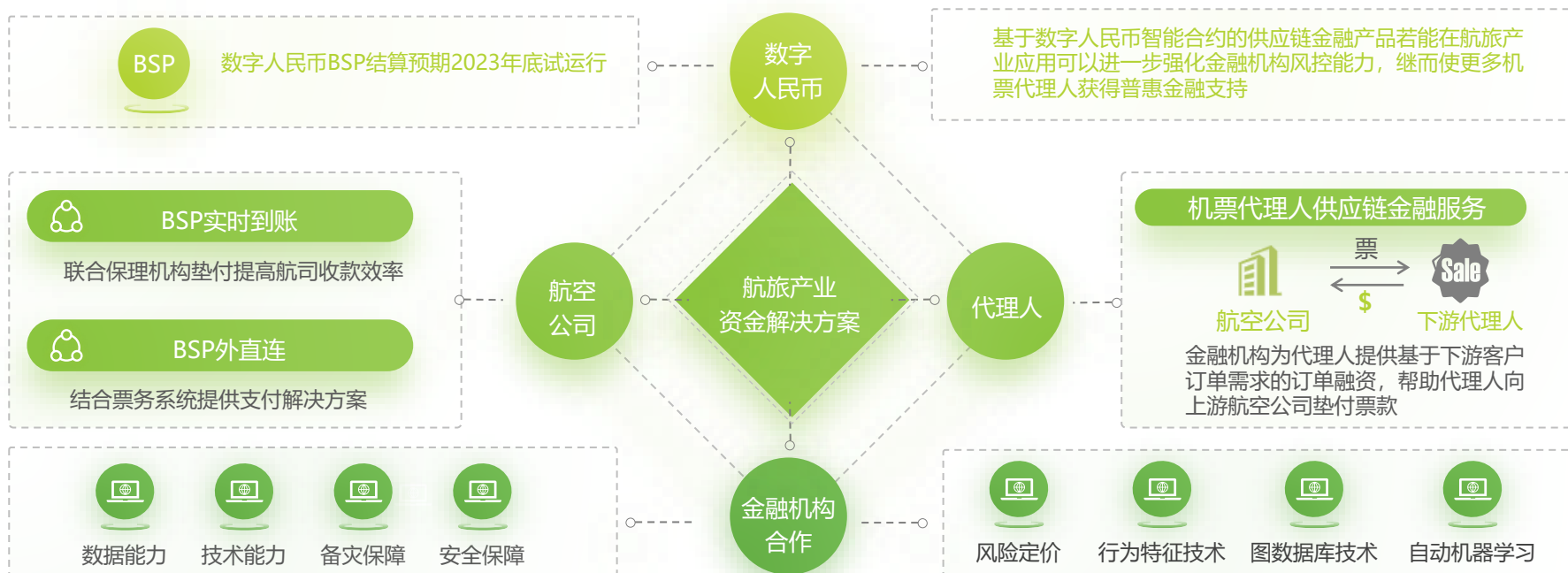
来源：综合企业访谈，汇付、易宝、快钱、德付通等企业市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 产业支付典型场景——航旅

## 辅助金融机构共同提升航旅产业链上下游资金流转效率

在为航旅产业链上下游各方提供一体化支付解决方案的基础上，产业支付机构可以通过真实的交易数据帮助机票代理人和航空公司从金融机构获得更加便捷的供应链金融服务。由于企业客户或OTA平台的实际付款周期较长，机票代理人通常需向航空公司垫付一部分资金以采购票源，造成了较大的资金压力。产业支付机构为代理商提供了整体的票务解决方案和支付系统，了解代理商的业务真实性与还款来源，可以整合金融资源帮助代理人获得及时、便捷的金融支持。同时，对于航空公司而言，传统的BSP体系通常需要一周左右的到账时间，而支付公司提供的BSP体系外的支付服务、BSP体系内的实时支付服务可以加快航空公司的资金流转效率。

### 航旅产业支付机构助力产业链资金流转效率提升



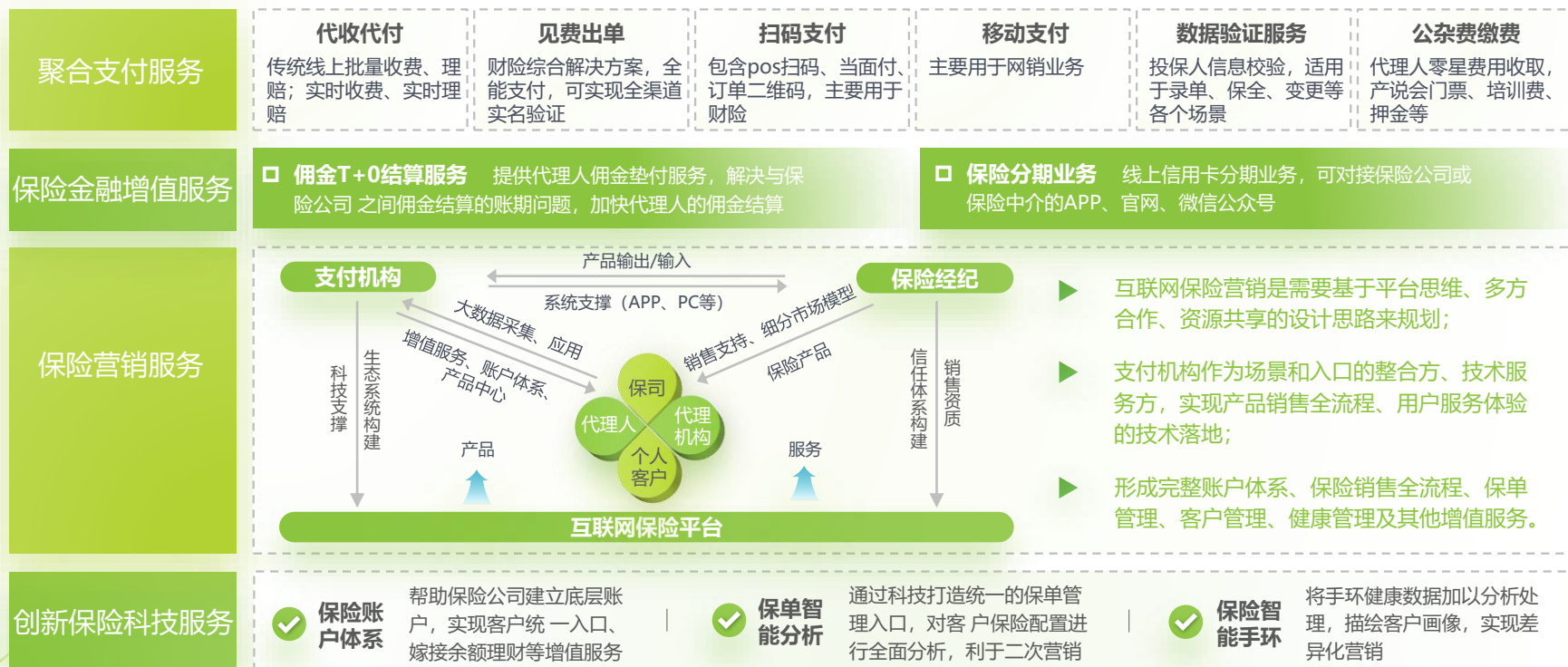
来源：综合企业访谈、汇付、易宝、快钱、德付通等企业市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 产业支付典型场景——保险

## 四层产品体系架构解决保险行业复杂收付款场景痛点、提升运营效率

产业数字化浪潮同样深刻影响着保险行业，保险支付场景、渠道、方式日益复杂多样。其中收款环节包括 PC端官网、移动端、线下网点面对面、电话销款等多种收款场景；而付款环节中，又包括保险退保、保险理赔等资金付款场景需求。同时由于运营流程传统、保险品种多样、对账结算复杂、赔付周期长等现状，导致行业存在运营效率和资金使用率较低、用户体验亟待提升等难点。第三方支付机构面向保险公司、保险经代公司等行业客户，通过聚合支付、金融增值、保险营销、创新保险科技等综合服务解决上述复杂场景下资金收付难题。

保险产业支付解决方案示意图



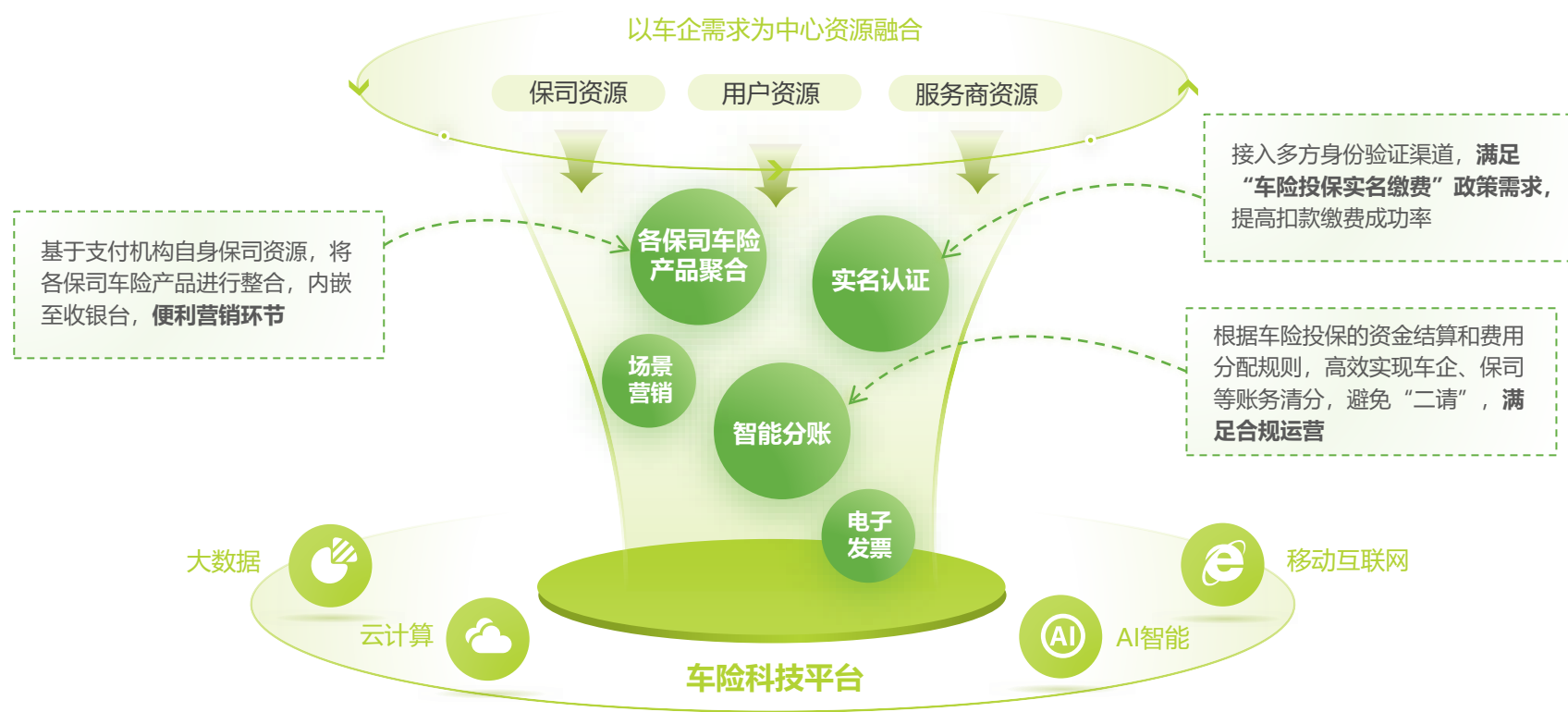
来源：综合企业访谈，通联、宝付、快钱等企业市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 产业支付典型场景——保险

## 以聚合车险等服务打造车险科技平台，构建数字化车险生态

近年来，随着车险政策改革、新能源汽车等行业新风向出现，车险在销售场景、营销需求、合规运营等方面均持续发生着变化，第三方支付机构在车险领域的行业解决方案更迭，便是前述“紧跟行业客户发展需求”很好的例证。例如第三方支付机构通过整合保司及数字化服务商资源，为4S店或新能源车企打造车险科技平台，在全链路支付服务基础上，着重嵌入“车险产品聚合”、“多渠道实名认证”，以及“智能分账”等功能，使得车企得以满足车险销售环节的合规运营及良好用户体验需求，实现多方共赢。

### 第三方支付机构打造车险科技平台 连接保司、车企与用户



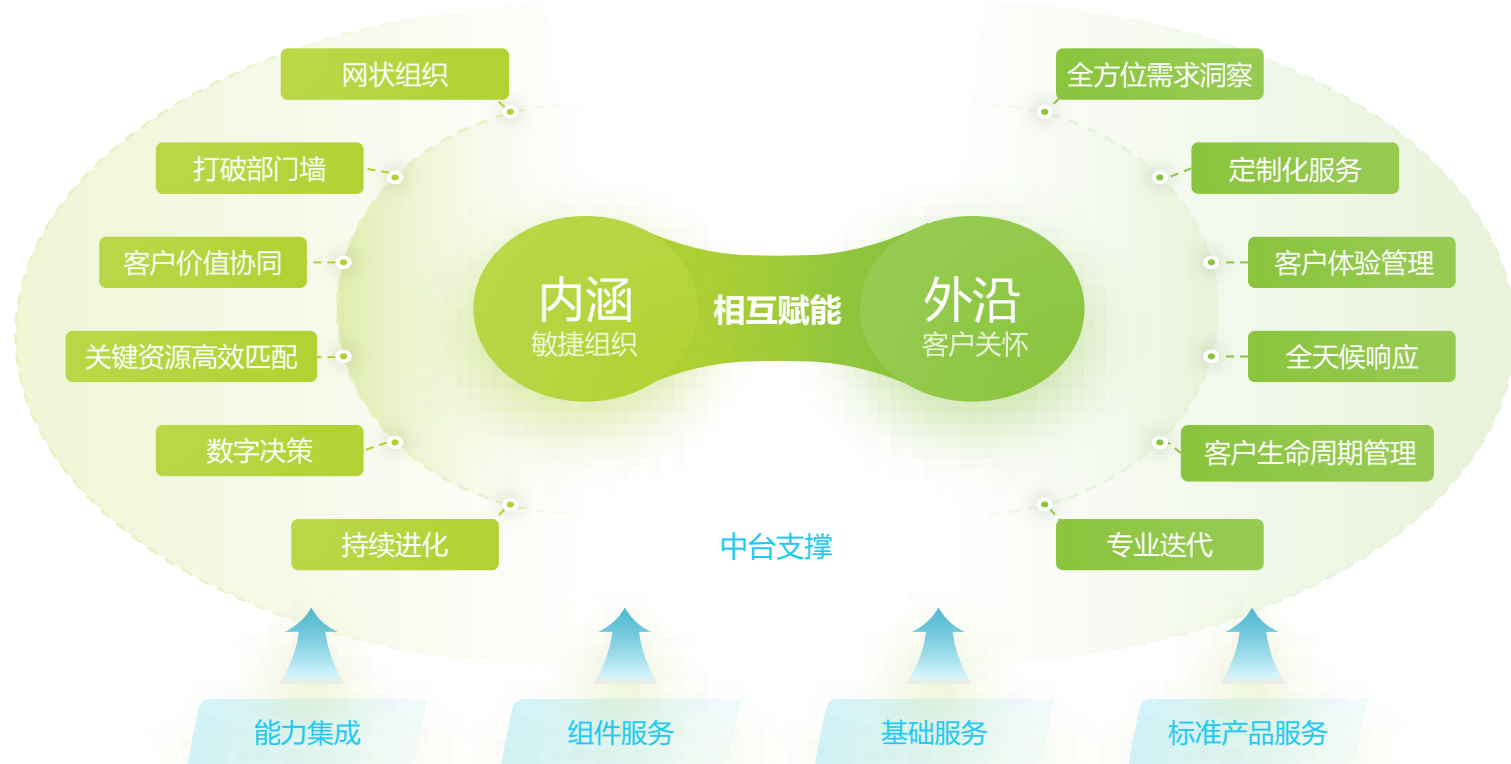
来源：综合企业访谈，通联、宝付、快钱等企业市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 趋势布局：精准把握需求并敏捷反应

## 优化组织运转方式与效率，完善行业客户关怀体系

产业支付机构的核心竞争力之一是对行业客户的业务理解能力，而行业客户自身的经营策略、其所在的经营环境一直处于动态的变化中，这就需要支付机构能够及时了解产业客户的需求、并对此进行敏捷的反应，真正意义上实现与行业客户的共同成长。完善的行业客户关怀体系可以迅速了解客户的需求变化，而高效运转的敏捷组织可以更精准快速地实现新产品、新功能的落地与改善。

### 产业支付机构敏捷反应的内涵与外沿



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 趋势布局：产业支付贯通供应链金融服务

艾瑞咨询

## 结合区块链技术等支付新兴基础设施，双向助力产业发展与供应链金融服务数字化渗透

产业支付机构可以作为银行等金融机构开展供应链金融服务的技术服务方，帮助产业生态内的各类型企业获得更加便捷的金融支持，改善供应链金融的数字化渗透程度，与生态合作伙伴共同实现供应链金融业务的：业务流程线上化、信用评估数据化、风控决策自动化、数据交易可信化、风险监测动态化。

产业支付贯通供应链金融服务方案架构示意图



来源：综合企业访谈、市场公开信息，艾瑞研究院自主研究及整理。

# 趋势布局：产业支付数字人民币应用

## 围绕智能合约的互信机制，标准化互联的生态体系有望建立

数字人民币作为国家信用的数字化法币，为智能合约的自动执行提供了可信工具；同时，通过加载不影响货币职能的智能合约，对资金的时点、流向等加以限定而形成的创新型支付方案，也为数字人民币在市场中找到了差异化发展策略。在试点过程中，智能合约已经在消费红包发放、预付资金管理、财政补贴等方面取得较为成熟的落地实践。随着相关法律法规的完善，以及央行与指定运营机构的牵头推动，提供开放化标准服务的智能合约互联互通生态体系有望在未来建成。

### 数字人民币智能合约生态的建设路径与价值分析

#### 互信的机制

(数字人民币+智能合约)

“数字人民币+智能合约”建立互信桥梁，有助于降低履约成本、提升资金管理效率、监测资金流向。伴随试点扩张，复杂交易场景的实践不断深化。

零售营销 预付资金 财政款项 智能缴费 智能分账 内外贸易 ...

#### 互信的环境

(数字人民币+智能合约+互信平台)

- **可信授权平台**：在央行中心化管理与双层运营体系下，建立**智能合约平台**，并配套相关技术标准与业务规范，实现智能合约模板的统一授权与管理，保障智能合约的合法性与一致性，引导市场对智能合约价值的正确使用。

#### 互信的生态

(数字人民币+智能合约+互信平台+互联互通)

- **运行环境互通**：建立底层技术架构与运行环境的互联互通，保障智能合约模板在不同行业与场景下的通用性与易用性，实现一次开发，多次复用。
- **系统生态互通**：建立开放共享的供给体系，实现智能合约平台与指定运营机构，以及指定运营机构与非指定运营机构智能合约系统的互联互通。

### 数字人民币智能合约生态的厂商机会分析

#### 短期机会

- 试点扩张期指定运营机构、非指定运营机构数字钱包智能合约的基础功能建设。
- 试点地区智能合约商户/行业客户的系统升级、系统维护，以及经营的相关增值服务。

#### 中期机会

- 智能合约平台软硬件系统搭建，以及合规模块、功能模块、业务流程等环节的设计。
- 针对不同金融客户的“智能合约+智能科技”数字人民币交易解决方案。

#### 长期机会

- 智能合约平台与指定运营机构、非指定运营机构系统间层级互通的接口设计。
- 智能合约模板及身份验证、合规审查等核心环节的数据共享及安全保障的技术策略。

来源：2022中国国际金融年度论坛，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 05 / 第三方支付行业卓越者榜单

皓 月 之 辉

# 《中国第三方支付行业卓越者》介绍

## 评选介绍

@iResearch – 中国第三方支付行业卓越者



iResearch –中国第三方支付行业卓越者由艾瑞咨询联合第三方支付行业内专家共同提名、评选，并确定最终入围者。

- 本次评选从“合规安全、技术服务、产品创新”三方面核心能力出发，并综合考量行业内各类服务商的自身定位，旨在加深公众各界对第三方支付行业的了解，共同推动行业进一步发展。

# 卓越者评选标准



## 评选规则及流程

“第三方支付行业卓越者”评选由内外两部分评审团组成：内部评审团评审权重为20%、外部评审团评审权重为80%。  
具体评选流程如下

- Step 1：榜单提名：由艾瑞内部研究团队及外部行业专家团队，共同对“第三方支付行业卓越者”进行提名。
- Step 2：内部评审团评选：由内部评审团队对提名企业进行评选，输出评选结果。
- Step 3：外部评审团评选：由外部评审团队对提名企业进行评选，输出评选结果。
- Step 4：评选结果审核校验：对最终评选结果进行多次校验审核，保证结果准确公正性，确定最终入围者名单



## 关键评选指标



### 合规安全 (35%)

- 1、产品安全性（账户泄露及资金损失类风险情况）（35%）
- 2、监管侧公开信息（35%）
- 3、企业合规技术及资金投入（30%）



### 技术服务 (35%)

- 1、支付解决方案性能（40%）
- 2、数字化衍生服务能力（30%）
- 3、支付交易规模（30%）



### 产品创新 (30%)

- 1、前沿技术应用案例（35%）
- 2、行业标志性产品开创（35%）
- 3、新支付场景、支付工具的落地与应用（30%）

注释：评选指标括号内的百分数代表指标的评审权重。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 卓越者入围说明

01

2023年《中国第三方支付行业卓越者》榜单名单，系综合艾瑞咨询研究团队及外部专家意见，共同制定评选各维度权重占比，并最终确认各领域入围名单。

02

艾瑞咨询研究团队通过线上/线下/背对背调研的方式了解提名企业评选指标相关情况，以保证评选结果的客观公正性。

03

榜单列示顺序不代表各赛道企业排名，未列示者不代表其不具备产品及服务优势。

04

《2023年中国第三方支付卓越者》榜单最终解释权归艾瑞咨询所有。

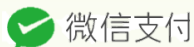


联系艾瑞咨询研究团队

# 《中国第三方支付行业卓越者》榜单

## 先驱推动者

“在第三方支付行业发展过程中具有整体性推动作用。第三方支付行业历次变革：线上驱动 → 线下驱动 → 产业驱动，均由行业先驱推动者所带动，在产品创新、模式创新、技术创新等方面为行业领军者。”



PIONEER

## 跨境支付与结算服务商

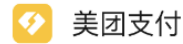
“以坚实的支付科技、颠覆性产品，一举推动跨境生态发展和数字化转型升级，使得跨境产业成为近年来表现最为亮眼的产业之一。”



CROSSBORDER

## 产业数字化生态服务商

“深耕产业，对于传统行业线上化、数字化起到至关重要的作用。在赋能产业同时，积极加快自身数字化转型，以“更快、更优、更强”的服务哺育实体经济发展。”



INDUSTRY

# 06 / 第三方支付行业典型案例

## 行 之 以 实

## 高效协同 智能进化——持续赋能企业数字化升级

易宝支付（YeePay.com）成立于2003年，首批获得中国人民银行《支付业务许可证》。2006年创立B端行业支付模式，为企业客户提供集技术、产品、服务为一体的数字化交易服务解决方案。目前，易宝已累计服务超过百万家商户，覆盖航空、旅游、零售、能源、汽车、互联网3.0、跨境、金融、政务、本地生活等众多行业的头部客户，业务规模位居行业前列。易宝支付不断战略聚焦，由内而外开展数字化转型。通过“高效协同、智能进化”的数字化生存思维，对内运用数字化思维和技术重构流程，赋能员工，进化管理模式，实现产品与服务的持续创新，为客户创造极致的差异化服务；对外通过数据流动、生态协同，基于数据、技术和场景的深度协同，实现客户与合作伙伴的共生共赢。

### 易宝支付业务布局及核心能力介绍



## 以数字中台为支撑，为客户量身定制安全、高效、便捷的数字化交易服务解决方案

针对各行业客户数字化转型痛点，易宝支付依托丰富的产品、灵活的技术及多行业场景，整合业务中台、数据中台以及风控中心，并通过具体场景的结合，联合服务商提供完整的支付、账户及相关增值服务，帮助客户实现降本增效，在数字化时代创造更大价值。

### 易宝支付数字化交易服务能力优势介绍



## 引领数字化支付，为企业收款和资金管理提供平台服务

汇付天下成立于2006年6月，于2011年首批获得中国人民银行颁发的《支付业务许可证》。作为国内领先的数字化支付企业，汇付天下在解决方案、商业模式等领域开创支付行业先河。近年来，汇付天下在业内率先开启全方位数字化转型，持续对技术、产品和服务模式迭代升级。

### 汇付天下核心能力及优势介绍



#### 创新基因

- **2007:** 首创行业支付解决方案
- **2012:** 首先引入ISO\*模式
- **2018:** 首家支付上市企业
- **2021:** 首个支付PaaS平台
- **2023:** 首推客户全旅程管理

注: Independent Sales Organizations,  
独立销售组织

#### 平台生态



业内率先推出全栈支付处理、数据集成、运营服务与软件开发PaaS平台“斗拱”，可灵活配置标准功能、定制场景解决方案，集成生态伙伴能力。

**100+**  
合作伙伴能力集成

**50+**  
解决方案沉淀



#### 服务场景

秉持“一切以客户为中心”的宗旨，汇付天下面向**集团企业、平台企业、连锁企业、小微商户、跨境电商、元宇宙**等行业，携手合作伙伴提供全域收款、账户钱包、资金管理、数字权益、数据分析、系统集成、金融增值等一站式数字化解决方案。

客户与合作伙伴

SHEIN



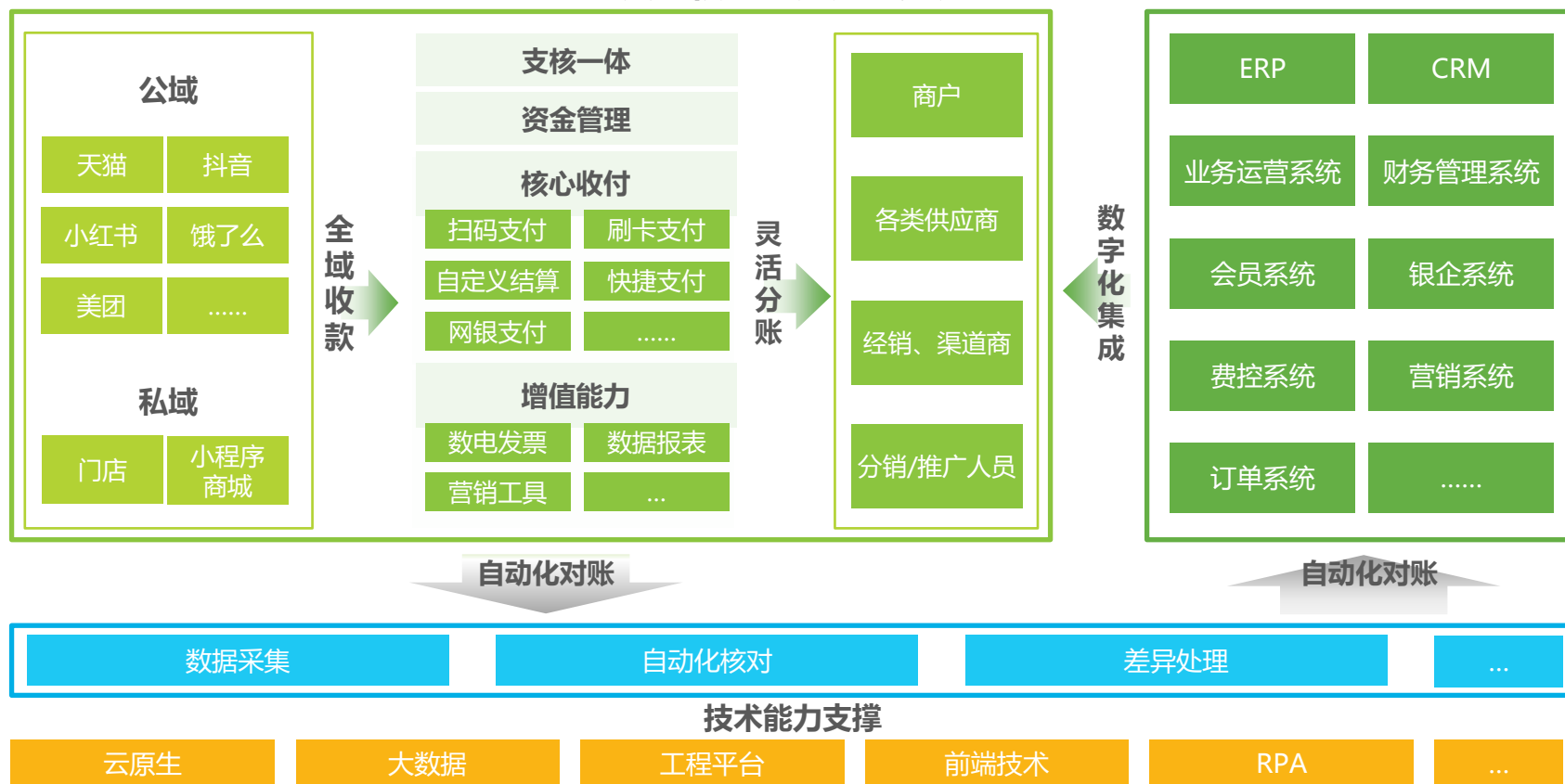
(部分)



## 助力千行百业降本、提效、增长，实现数字化转型

汇付天下为客户提供全域收款、智能分账、自定义结算等支付功能，自动化对账、数电发票等资金与财税管理服务，以及解决方案定制、SaaS连接等数字化集成服务，助力超1万家行业客户与1000万家中小商户实现开源、提效与提质。

### 汇付天下核心能力及优势介绍



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

## 以支付为入口、科技为支撑、打造数字化支付服务平台

随行付成立于2011年，是国内行业前列的第三方支付企业。拥有人民银行颁发的银行卡收单牌照、互联网支付牌照、移动电话支付牌照、跨境人民币结算资质。在服务能力与行业场景的进一步结合中，随行付在原有的零售、餐饮、酒店、加油站、高校食堂、旅游景区、菜市场等业务基础上，实现商户全智慧化管理。目前已建立形成四大功能模块和产品为一体的零售数字化服务生态圈，为各行各业商户的数字化升级持续赋能。

### 随行付数字化支付服务布局及核心能力介绍



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

## 护航跨境商贸安全稳定经营，打造更懂中小微企业的跨境支付

随行付于2016年正式进入跨境领域，并成立CoGoLinks跨境业务品牌。CoGoLinks坚持合规先行，依托境内外双向持牌资质，打造合规、安全的环境作为展业前提。同时，CoGoLinks通过全球支付网络为商家提供跨境资金收付汇服务，为中国出海商家提供全球跨境生态全链路资金解决方案，覆盖跨境电商、传统外贸、国际物流以及商旅教育等场景，致力于为中国出海企业提供安全、稳定、高效的一站式资金解决方案。

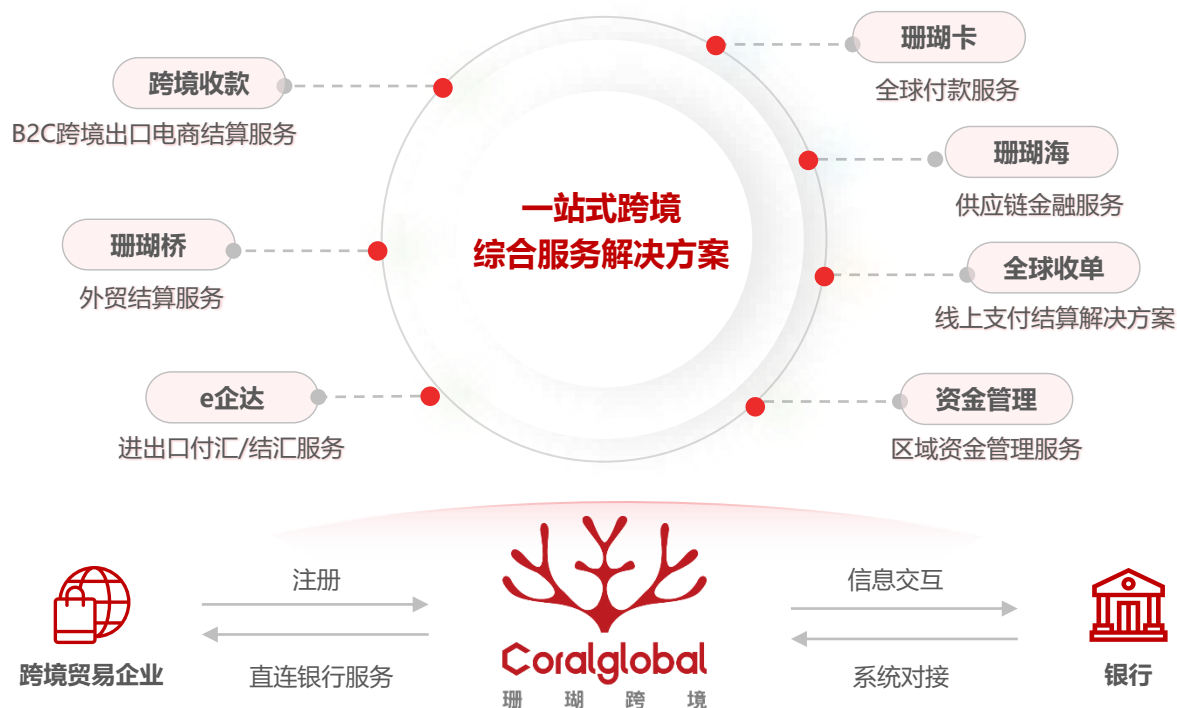
### CoGoLinks产品布局及核心能力介绍



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

## 以科技服务为核心，联合银行业合作伙伴，实现跨境贸易企业全球资金结算管理

CoralGlobal珊瑚跨境成立于2016年，致力于为跨境贸易企业提供一站式跨境综合服务解决方案，基于多年的行业沉淀以及国际知名银行业金融机构等优质战略资源的整合，珊瑚跨境以“融合资源，汇聚未来”的企业理念全面布局跨境服务产业。目前，珊瑚跨境在中国香港、东南亚、北美、欧洲、非洲等设有分支机构，业务覆盖100+国家和地区，产品体系包含跨境收款、e企达、珊瑚桥、珊瑚卡、珊瑚海等，为跨境贸易企业提供出口结算、进出口结汇/付汇、外贸结算、供应链金融、全球收单等跨境全链条服务。



来源：综合专家访谈及公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

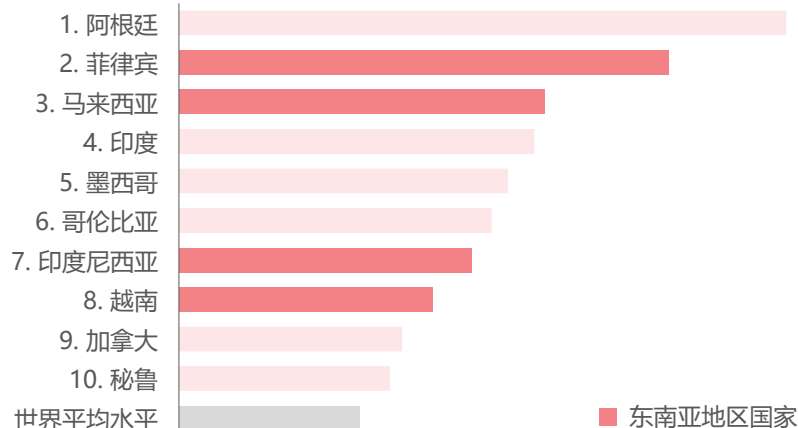
# 东南亚市场优势凸显

## 专攻精耕，布局国际跨境贸易资金服务市场，珊瑚跨境结算份额占东南亚市场第一

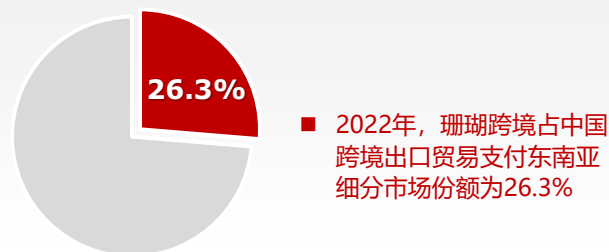
近年来，东南亚可谓是在跨境出口贸易领域最亮眼的新星。根据eMarketer数据，2023年东南亚电商市场规模增速在全球排名第一，至此东南亚已经连续3年成为全球电商规模增长最快的地区。值得一提的是，在2023年全球电商规模增长最快的十个国家中，东南亚地区独占四席。根据艾瑞统计测算，2022年中国跨境出口贸易支付东南亚细分市场规模达到2586亿元，珊瑚跨境以绝对领先优势占据东南亚跨境支付26.3%市场份额。未来，凭借在东南亚积累的优势，珊瑚跨境将继续协助中国中小微企业积极出海，并围绕RCEP和一带一路沿线国家，积极开拓国际新市场，始终秉持“结算回归银行”理念，为“中国制造”出海企业搭建畅通全球的桥梁。

### 跨境出口贸易东南亚细分市场发展情况

#### 2023年全球不同国家B2C电商规模增长率 TOP10



#### 珊瑚跨境占东南亚跨境支付份额 排名第一



#### 珊瑚跨境核心优势



## 打造义乌商城集团数字贸易全球化战略金融新基建

Yiwu Pay义支付创立于2012年，是小商品城（股票代码：600415）全资控股的持牌第三方支付服务公司。浙江中国小商品城集团运营着全球最大的小商品批发市场，致力于服务210多万家中小微企业，推动义乌市场形成线上线下融合、进口出口联动、境内境外打通、内贸外贸并举的贸易发展格局。当前，商城集团加速向数字化转型，向综合服务商转变，搭建数字贸易综合服务平台(CHINAGOODS)，全面建设第六代市场、跨境电商产业园、数字物流市场、国内仓储、海外仓等商贸基础设施，着力打造市场核心竞争力、国际贸易履约服务、数字化支撑等三大体系。**义支付通过链接主流银行为小商品产业生态提供国内支付、数字人民币、跨境人民币等服务，打造商城集团数字贸易全球化战略金融新基建，逐渐形成一个集合“人、货、场、链”的繁荣生态，实现了义乌外贸生态的采购、仓储、物流、履约贸易链闭环。**

### 义支付助力商城集团构建真实、开放、融合的贸易数字化综合服务平台



来源：综合专家访谈及公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

## 依托全链路的市场贸易生态，搭建全球数字化跨境支付网络

得益于集团资源与地缘业态特征，Yiwu Pay拥有着独特优势。截至目前，Yiwu Pay国际支付主流币种已达到20种，与全球400多家银行达成合作，业务已成功覆盖100多个国家和地区。Yiwu Pay以“支付结算”为着力点，为专业市场全球贸易主体提供合规、安全、高效的一体化支付解决方案。未来Yiwu Pay发展战略主要为三个方面：一、将持续扩大跨境人民币业务规模，申请更多海外牌照，将跨境能力遍布全球；二、全力提升数字服务能力，上线更多的小币种，跨境PC端页面，更丰富的定制化服务与增值工具；三、为更快、更放心、更具包容性的跨境支付生态安全加码，持续探索建设跨境数字人民币支付通道，将Yiwu Pay真正打造成为专业市场全球跨境贸易第一选择。

### Yiwu Pay已成为全球支付服务的重要力量



截至2023年8月数据

|      |        |      |      |        |           |
|------|--------|------|------|--------|-----------|
| 47万  | 1.3万亿元 | 131个 | 20+  | 2亿     | <0.00001% |
| 服务商户 | 资金结算量  | 服务国家 | 行业覆盖 | 累计交易笔数 | 资损率       |

## 以核心科技与多元应用场景打造金融科技开放生态

中移动金融科技有限公司（简称中移金科）用科技的力量赋予号码更多连接的可能，将行业领先的前沿技术与多元化的业务实践深度融合，通过跨领域的广泛合作，打造集金融、电商、支付、生活服务为一体的场景化综合服务平台。旗下产品应用场景广泛覆盖支付、电商、金融、保险、超级SIM、征信等多种领域，为个人与企业主体提供更加便捷的解决方案，构建金融科技开放生态体系。

### 中移金科业务布局及核心能力介绍



超级SIM  
“1+1+N”  
生态

中国移动推出的超级SIM卡内含加密芯片及NFC功能，承载公安部联合研发的数字身份认证系统，通过中移SIM卡管理平台，与金融、交通、政府、企业等重点领域广泛合作，构建超级SIM “1+1+N” 生态，为个人用户智慧生活与企业用户智慧运营提供安全、可信、便捷、有效的解决方案。



普惠金融

基于中国移动庞大的通信资源，融合各类金融机构，搭建“通信+金融”服务平台，全力打造特色消金、保险产品，为个人与企业用户提供优质普惠的金融服务。



数智生活

通过便捷的支付手段，搭建商户生态，汇集出行、缴费、线下消费等生活化应用场景，不断推动生活服务智能化便利化。

#### 强大的5G服务能力



5G商用 50个城市



5G终端产品 32款



5G基站 5万个



5G客户 1540万

#### 强大产业及用户基础



移动客户数 9.5 亿



家庭客户规模 1.7 亿



物联网连接 8.8 亿



政企客户规模 1028万

#### 生态合作情况 (代表性列举)

网商银行  
MYbank

度小满金融  
Du Xiaoman Financial

上海浦东发展银行  
SHANGHAI PUDONG DEVELOPMENT BANK  
长沙分行

苏宁易购  
suning.com

Häagen-Dazs

物美  
WUMART

唯品会

中国石油

WeBank  
微众银行

中国建设银行  
China Construction Bank  
湖南分行

UnionPay  
银联

Haier

Disney

LAWSON  
罗森

京东

中国移动

iQIYI

腾讯视频

# 07 / 第三方支付行业专家之声

## 知 新 致 远

# iResearch – 第三方支付专家之声



穆海洁

汇付天下有限公司  
执行董事兼总裁

@iResearch 支付与供应链研究团队

## ■ 瞻趋势：

### 1、产业数字化进程持续加速：

支付作为“新基建”之一，不再局限于传统支付功能，而是通过数字化支付、资金管理、系统集成和数据分析等能力，以全方位的数字化解决方案，助力企业实现降本、提效和提质。

### 2、跨境支付与海外收单方兴未艾：

跨境产业已成为我国电商和对外贸易增长的新引擎。支付公司需建设全球支付网络和技术能力，覆盖多币种、全渠道的支付方式，并具备完备的合规资质，为外贸企业提供快速、安全和便捷的跨境支付服务和海外收单解决方案。

### 3、元宇宙和Web3.0蓬勃发展：

元宇宙与Web3.0正逐步渗透到各行各业。借助品牌IP上链、数字权益发行与核销、AR互动等多元形式，支付公司将为消费者带来多维度、沉浸式的感官体验，为企业带来新的增长点。

## ■ 谋未来：

### 1、践行“Payment & Beyond”发展战略：

为满足未来的市场需求，支付行业需要迭代升级。作为国内数字化支付引领者，汇付天下践行“Payment & Beyond”发展战略。汇付天下将通过支付生态构建，推行平台化战略，为客户提供灵活便捷的支付收款、资金管理、解决方案、数据集成、智能分析与决策等服务。

### 2、重点布局三大赛道：

汇付天下洞察行业趋势和客户需求，依托业内首创的斗拱支付PaaS平台，重点布局产业数字化、跨境和国际贸易以及Web3.0三大赛道。

### 3、持续迭代斗拱平台，打造开放协同生态：

深耕核心服务能力，打造开放协同生态。汇付天下持续对斗拱支付PaaS平台和运营服务能力进行升级迭代，构建全业务场景下的完整产品功能、多元交互界面和易用工具平台。

## iResearch – 第三方支付专家之声



杨赫

易宝支付

高级副总裁、首席数字官

@iResearch 支付与供应链研究团队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2023.9 iResearch Inc.

### ■ 瞻趋势：数字化变革已经成为各行各业发展的主旋律，敏捷的组织能力是B端交易服务制胜的关键

各行各业的数字化成熟度在过去三年有了明显的提高，从客户触达、到服务交互再到供应链整体都在发生重构，在这一过程中，谁离客户更近，谁就更有可能会引领数字化变革。支付是“一米宽、百米深”的业务，面对行业数字化升级的步伐不断加快，不同场景下的支付需求复杂多变，我们应该具备快速敏捷的组织能力，通过数字化的理念重塑核心业务流程，重新定义流程中的参与角色，让关键信息传递路径最短，从而使整个组织离客户更近、对市场反应更加灵敏，同时通过数字化的技术底座和技术治理能力，不断降低创新的边际成本，为客户打造极致的差异化服务体验。

### ■ 谋未来：以 Beyond Innovative（超越创新）精神为引领，高效协同、智能进化，全面升级交易服务，赋能数字化实践

B端的决策更加理性，因此B端的交易服务必须基于对行业的深入洞察，同时具备灵活快速的需求响应与交付能力，才能更好地适应行业数字化变革的步伐，为客户的数字化升级赋能。易宝支付认为，时代的变化要求支付机构必须学会数字化生存，即高效协同、智能进化：**于组织内部**，就是用数字化思维和技术重构流程，赋能员工，进化管理模式，从而实现产品与服务的持续创新，为客户创造极致的差异化服务；**于组织外部**，就是数据流动，生态协同。以云原生的技术底座增强系统稳定性，通过人工智能打造高水平的安全体系和场景化的风控智能，确保数据和资产安全。在此基础上，以账户为身份基础，打通不同场景下的资金、资产、信息和金融服务，以处理复杂支付交易为切点，链接营销数据、资产数据、税收数据，在合规框架下合理推动数据要素的流动、使用与数据智能的发展。基于数据、技术和场景的深度协同，将Know-how能力赋予行业客户，实现客户与合作伙伴的共生共赢。

## iResearch – 第三方支付专家之声



孙慧

随行付

CMO

@iResearch 支付与供应链研究团队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2023.9 iResearch Inc.

### ■ 瞻趋势：支付是数字基建的重要一环，小微下沉市场支付服务发展需向下扎根，进一步沉淀数字化能力与业务模式

线下支付市场同时面临前所未有的机遇与挑战：一方面，从更大的趋势看，行业逐渐走向精细化，参与者需革新战略、下沉行业，植根线下商户的真实需求；而另一方面，支付作为数字新基建的重要组成部分参与数字中国建设具备良好时机与条件。在这一大背景下，我们认为线下小微下沉市场仍有丰富的业务机会，不断增加自身覆盖的真实商户体量，将会创造滚雪球效应，使优秀从业者以更低的边际成本覆盖更加广阔的市场。向下扎根下沉，深入贴近小微商户的经营场景与业务需求，将会赋予数字支付服务商顽强的生命力，沉淀能力、积蓄力量，撬动数字经济发展与新基建战略下更为深远的应用价值。

### ■ 谋未来：深入场景、打造小微商户数字化智慧化支付产品

数字化与线下支付市场是兼容并蓄的，且线下的需求更真实、更贴近人性、不可替代性更强。随行付深入场景、陪伴式打造小微商户智慧化支付产品，以数字化的手段为下沉市场的小微商户服务、为小微客户做真正创造价值的事情。

在服务能力与行业场景深度结合过程中，随行付PaaS平台通过不断引入新的合作伙伴为各细分行业提供数字化解决方案，在原有的零售、餐饮、酒店、加油站、高校食堂、旅游景区、菜市场等业务基础上，实现商户全智慧化管理，为各行各业商户的数字化升级持续赋能。

面向零售行业，随行付持续升级智慧决策产品，在原有针对常温商品的数字化管理产品的基础上，推出了更高难度的针对鲜食短保商品和生鲜非标商品的数字化管理产品。未来，将不断加快数字化转型，为商户实现全数字智慧化管理。

## iResearch – 第三方支付专家之声



朱楚中

乐刷科技

高级副总裁

@iResearch 支付与供应链研究团队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2023.9 iResearch Inc.

### ■ 瞻趋势：支付机构要关注新技术、新需求、新市场

支付体系是国民经济高效运转和稳健运行的重要基础设施。支付机构作为支付服务的提供者，支付媒介的变化，消费需求的变化或是新市场的出现，这些都将是整个行业的新机遇。

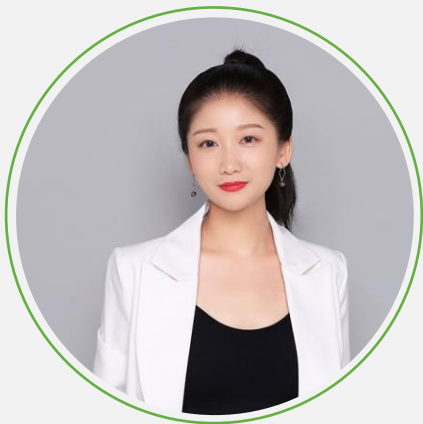
现在可以观察到支付行业三个明显的变化：第一，技术层面，随着数字人民币（DCEP）的推进，支付格局有望重构；第二，随着经济的逐步修复，以及政策红利不断释放，国内中小微商户数字化转型的需求更为强烈，第三方支付机构扮演的角色也开始日趋多元；第三，现在越来越多的中国企业将发展目光投向海外，人民币也要“走出去”，作为一家支付机构，要为中国企业出海做好基础的服务工作。

### ■ 谋未来：构建完整的支付生态系统，为用户提供全生命周期的服务能力

无论市场怎么变，支付机构最终要做的是服务好客户。乐刷作为一家以移动支付业务为基础和核心入口的科技公司，也在拥抱新时代和新技术，为商户和消费者提供底层支付解决方案的同时不断地提升用户的“支付+”体验。

技术层面，乐刷成立了AI实验室，凭借自身的数据分析能力及AI能力建立了强大的风控系统，保障了交易的安全性，并且开发了数字货币和人民币结算的统一解决方案；深度层面，乐刷逐步构建完整的支付生态系统，通过自建相关能力，及与生态伙伴共同合作，为商户提供贯穿支付、获客、营销、运营等全生命周期的服务，已经覆盖零售、餐饮、休闲娱乐等多个行业；广度层面，乐刷正逐步探索与电子钱包、发卡银行及清算组织的合作，为中国香港、新加坡等地的客户提供包括银行卡及二维码的收款及汇款等跨境及本地支付服务。在未来，乐刷将秉承公司的使命，通过科技创新，为商家和消费者持续创造价值，共建美好未来。

## iResearch – 第三方支付专家之声



蔡蕾

珊瑚跨境

副总裁兼CBO

@iResearch 支付与供应链研究团队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2023.9 iResearch Inc.

### ■ 瞻趋势：2023年是中国外贸拓市场之年，跨境结算服务需紧跟客户需求，以全球化目标为导向，用技术提质、用服务创效

随着疫情管控的放开，2023年必定是中国外贸的拓市场之年，不少跨境贸易企业体量巨大，拥有众多客户、卖家，供应链网络遍布全球。这些企业需要的是兼容性更强的、规模级的解决方案，以帮助他们以更高的效率联接遍布世界各地的买家和卖家。

跨境支付机构（包括银行和第三方支付机构）面临巨大的机会与挑战，跨境支付结算服务要时刻紧跟客户的需求，围绕需求去完善升级产品，在细分领域做精做专的同时，以全球化目标为导向，用技术提质、用服务创效，积极开拓国际市场。以珊瑚跨境为例，在全球布局上，将继续完善东南亚分支机构和服务能力，发力南美、非洲、中东等分支建设，以科技赋能银行结算网络，持续助力跨境中小企业深度链接全球数字经济，用科技加速增长，不断向世界传递“中国制造”的最强音。

### ■ 谋未来：聚焦“新市场、新业态、数字化”，助力企业降本增效、合规出海，推动整体外贸产业升级

珊瑚跨境认为，“新市场、新业态、数字化”是跨境结算服务未来发展的三个关键词。

“新市场”，即指东南亚等新兴蓝海市场。珊瑚跨境凭借在东南亚累积的优势，协助中小微企业积极出海，围绕RCEP和一带一路沿线国家，积极开拓和抢占新市场；

“新业态”，即指外贸的新模式——跨境电商。跨境支付结算机构为企业提供外贸资金服务的同时，更重要的是助力外贸企业进行产业升级、积极布局跨境电商业务。

“数字化”，即指依托资金流、信息流管理平台，用数字化技术，助跨境企业加快资金周转效率。同时，通过提供本地化跨境服务解决方案，降低中小企业在海外经营的业务合规风险。通过数字化平台和本地化跨境服务，助力企业降本增效，合规出海。

## iResearch – 第三方支付专家之声



张雯晶

义支付

副总经理

@iResearch 支付与供应链研究团队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### ■ 瞻趋势：以跨境贸易为表现的数字贸易新经济形态强势占据了全球贸易的主导地位，跨境支付机构需找准“着力点”

在历经经济全球化以及信息化技术发展之后，全球的贸易形态开始发生重大变革，企业出海加速，跨境支付市场上扬，以跨境贸易为表现的数字贸易新经济形态强势占据了全球贸易的主导地位。在此背景下，中国的跨境贸易迅速崛起，成为国内发展速度开快、潜力最大且引领作用非常强劲的外贸新形势。

跨境贸易服务具有因地制宜的特点，作为跨境贸易新经济形态中的重要参与者，跨境支付机构需找准“着力点”，坚持深耕、稳扎稳打，以期未来以点带线、以线成面，为跨境贸易生态注入更大的力量。对于义支付而言，正是将义乌外贸生态圈作为此“着力点”，将自身能力与义乌商城集团各业务板块紧密衔接，打通数字贸易的全链路服务，通过数字化联动政府和企业的“双平台”，实现有为政府和有效市场的共同发力，形成服务“组合拳”。

### ■ 谋未来：从“买卖全球”到“全球收付”，深耕专业市场，迈向具备全球化战略部署的跨境支付新赛道

随着疫情防控相关措施持续优化，国际间贸易往来逐步恢复，2023年跨境支付发展正在提速，特别是随着人民币国际化步伐加快，境内支付企业凭借移动支付技术优势与市场拓展经验，更加聚焦海外市场建设与挖掘，满足出海企业及公众跨境支付需要。

义支付认为，开启全球化战略对于跨境支付机构而言势在必行。以义支付为例，未来将通过支付链接义乌小商品生态内的业务场景，实现资金归集及智能化分账结算，通过支付结算环节的闭环助力贸易履约服务能力的提升，持续推进全球化牌照战略和全球收单能力的建设。依托于贸易特征和贸易发生地，在目前基础上不断扩大受理国家和受理币种，打通资金循环的关键节点，更好的服务于跨境出海企业，助力整体跨境贸易市场的繁荣发展。

## iResearch – 第三方支付专家之声



杨笑时

快钱

助理副总裁

@iResearch 支付与供应链研究团队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2023.9 iResearch Inc.

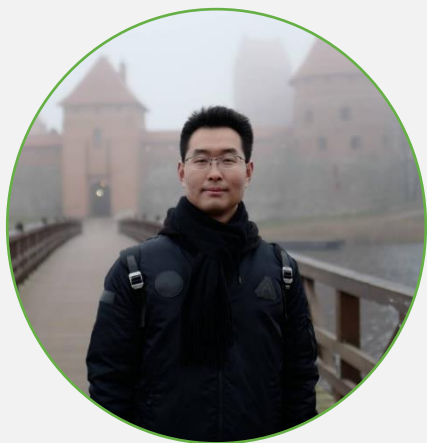
### ■ 瞻趋势：支付公司可以作为数字化完整解决方案的集成方，联合生态内的不同企业共创方案

数字化浪潮下，支付公司要拥抱加入合作共赢的良性生态，与上下游的生态伙伴共同合作，帮助行业客户实现数字化创新与突破。监管侧对行业客户的要求以及客户自身的数字化改造需求是推动数字化服务商不断变革的动力。支付公司深耕行业客户，具备快速应对新生需求的能力，一定程度上亦可以预判、前置实现行业需求，这是卓越服务商的必备要素。但行业整体的数字化改造并非支付公司一家之力可以实现，联合具备不同服务优势的生态合作伙伴共筑协作新格局是行业必然之势。

### ■ 谋未来：核心技术是基础，数据是纽带，最终为业务服务

在洞察行业趋势的基础上，快钱致力于实现业务、数据和技术的联动，为行业带来更加完善的数字化体验。**在业务方面**，提升支付的基础能力适配行业客户的全渠道销售场景；通过自身积累的数据能力帮行业客户做好事前营销、事中风控、事后挖潜；通过账户底层能力帮行业客户管理账务、资金、资产、信息；协同生态伙伴一起把行业方案升级为营销+支付+金融的数字化综合服务方案。**在技术方面**，遵循技术底层可产生实际业务价值原则，在公司内部升级云原生架构、优化云部署模式、推出适合不同场景的云服务模式，加强大数据与云计算相融合的数据治理和输出能力；在公司外部向行业提供客户提供数字人运营服务，提供基于区块链、智能合约的数字人民币等底层服务。**在数据方面**，在《数据安全法》和《个人信息保护法》的框架背景下，合理进行面向B端商户和C端用户的数据资产盘点，面向不同行业和场景进行数据建模，实现数据要素以数据产品、数字营销等形式推向市场。快钱公司把业务、技术、数据融合联动作为数字化转型核心目标，以底层核心技术能力为基础，以数据为纽带，全面应用于各业务场景，帮自己 and 客户实现经营管理数字化。

## iResearch – 第三方支付专家之声



张云轩

XTransfer

集团公共事务官

@iResearch 支付与供应链研究团队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

### ■ 瞻外贸趋势：中小微外贸企业多样化、便利化的金融需求亟待满足，全功能平台成跨境金融行业发展新趋势

外贸出口是中国经济发展的三驾马车之一。随着一系列鼓励政策推出，跨境贸易便利化水平逐年提升，针对外贸企业的跨境金融服务也在迅速升温。中小微外贸企业从最初的全球收付款、换汇等基本需求，不断向小币种本地收款、理财、CRM等多样化的需求延伸。同时，对于支付的时效性、便利性也提出了更高的要求。秒速到账不再是境内移动支付的“专利”，跨境场景已经后来居上。这背后，始终离不开全球金融网络搭建和风控基础设施保障。

### ■ 谋支付未来：突破边界，连接全球买家和卖家

如今，港口通关和物流服务已经实现7\*24小时运作，大大帮助外贸企业增效。未来，在跨境支付机构的全球互联互通下，有望突破地域、时间、角色的边界，无论是买家或卖家，无论在什么国家或地区开展贸易，无论贸易目的地是哪里，通过一站式金融和风控服务，都能享受到7\*24小时跨境支付带来的便利性，让贸易无阻滞。

## 近期研究规划（公开发布类报告）

*Research Programme*

@ iResearch: TMT 金融组

- 2023年中国银行营销数字化行业研究报告
- 2023年中国金融科技（FinTech）行业创新案例研究报告
- 2023年中国银行风控数字化行业研究报告
- 2023年中国智慧养老市场发展研究报告
- 2023年中国新能源汽车生态保险市场洞察研究报告

# 近期研究规划（公开发布类）



2023年

中国银行营销数字化行业研究报告

报告咨询

**行业发展背景：**在银行数字化转型大背景下，报告将聚焦银行营销领域，对现阶段银行营销发展现状做出洞察，从新客获取和老客运营的角度分别分析银行营销所面临的痛点，找到银行营销数字化的关键点。

**所需数字化能力：**报告将详细拆分为实现银行营销数字化所需要具备的核心数字化能力，并面向银行、金融科技厂商等行业资深专家进行批量调研，根据调研结果客观地对各项能力从不同的维度进行排序与分析。

**落地支撑指南：**报告将基于不同银行营销场景下数字化最佳实践，结合调研结果，从不同的角度分析如何构建银行营销数字化转型支撑体系，助力银行营销数字化转型的落地。

**评选：**

**「iResearch：银行营销数字化卓越者榜单」：**报告将围绕银行营销数字化服务商的关键细分能力，从不同维度选取优秀服务商，入围该榜单。

**「iResearch：银行营销数字化卓越者案例」：**iResearch银行营销数字化研究团队将甄选银行营销数字化厂商的优秀解决方案，作为卓越案例进行重点解读。旨在为行业参与者提供参考范例，并对卓越者服务商有效露出。

**「iResearch：银行营销数字化专家之声」：**iResearch银行营销数字化研究团队将通过专家深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨银行营销数字化转型趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为银行营销数字化转型提供前瞻性洞察，并为卓越服务商搭建业内交流渠道与对外发声平台。

# 近期研究规划（公开发布类）



2023年

## 中国金融科技（FinTech）行业创新案例研究报告

报告咨询

**行业发展背景：**金融科技已成为全球经济发展的核心驱动力。前沿科技与金融服务的加速融合，不断催化出新的商业模式与产业生态，深刻改变了现代金融服务的供给关系。伴随着第一阶段“金融科技三年规划”的收官与《金融科技发展规划(2022-2025年)》的发布，我国金融科技发展从“支撑使能”正式迈入到“深化赋能”的数字化新阶段，围绕金融科技相关的行业创新实践也正不断迸发崭新的活力与价值。

**报告内容规划：**报告将紧扣金融科技行业“业技融合”的发展背景与发展趋势，立足于金融机构的创新需求与痛点，以行业典型案例与创新案例为索引，剖析各细分赛道的最佳实践，旨在为金融科技行业可持续发展提供标杆性实践参考与前沿性趋势洞见。金融科技行业的实践案例分析将分为以下两条路径：

- 1、前沿科技视角：聚焦大数据、人工智能、云计算、物联网、隐私计算、RPA/IPA、低代码等前沿技术的创新实践与融合应用；
- 2、业务创新视角：聚焦银行、保险、证券、消费金融、供应链金融、第三方支付等细分领域/业务能力的模式创新或整体赋能。

### 评选：

**「iResearch：金融科技行业实践专家之声」：**iResearch金融科技研究团队将通过专家深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨金融科技未来发展趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为金融科技行业发展提供前瞻性洞察，并为卓越服务商搭建业内交流渠道与对外发声平台。

# 近期研究规划（公开发布类）



2023年

中国银行风控数字化行业研究报告

报告咨询

**行业发展背景：**在银行数字化转型大背景下，报告将聚焦银行风控领域，对现阶段银行风控发展现状做出洞察，从数据建设、技术发展、模式创新等不同的角度分别分析银行风控所面临的痛点，找到银行风控数字化的关键点。

**所需数字化能力：**报告将详细拆分为实现银行风控数字化所需要具备的核心数字化能力，并面向银行、金融科技厂商、数据服务商等行业资深专家进行批量调研，根据调研结果客观地对各项能力从不同的维度进行排序与分析。

**落地支撑指南：**报告将基于不同银行风控场景下数字化最佳实践，结合调研结果，从不同的角度分析如何构建银行风控数字化转型支撑体系，助力银行风控数字化转型的落地。

**评选：**

**「iResearch：银行风控数字化卓越者榜单」：**报告将围绕银行风控数字化服务商的关键细分能力，从不同维度选取优秀服务商，入围该榜单。

**「iResearch：银行风控数字化卓越者案例」：**iResearch银行风控数字化研究团队将甄选银行风控数字化厂商的优秀解决方案，作为卓越案例进行重点解读。旨在为行业参与者提供参考范例，并对卓越者服务商有效露出。

**「iResearch：银行风控数字化专家之声」：**iResearch银行风控数字化研究团队将通过专家深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨银行风控数字化转型趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为银行风控数字化转型提供前瞻性洞察，并为卓越服务商搭建业内交流渠道与对外发声平台。

# 近期研究规划（公开发布类）



2023年

## 中国智慧养老市场发展研究报告

报告咨询

报告将围绕“养老事业发展背景、细分市场发展洞察、发展趋势剖析、智慧服务商选型策略”展开研究。

**市场现状审视：**报告将从健康险保费增长、用户渗透、产品结构、发展进程等角度分析中国商业健康险发展现状，基于产品侧和用户侧的现状，从多角度、分险种地测算中国商业健康险市场的保费增长及盈利空间，进而对现阶段健康险发展困境作出分析、结论。

**面临困境剖析：**基于前文对困境的总结，报告将从供需关系出发剖析当前困境出现的表象原因——实际供给背离了真实需求。由有效供需背离的角度出发，报告将结合国外健康险产品结构以及市场发展现状，分析测算如果构建契合真实需求的健康险供给市场，则市场可能的增长趋势、保费空间以及盈利性将会如何。同时报告还将结合海外经验和政策导向，论证构建供需匹配的有效市场的必然性。

**市场内不同参与者的破局之道：**基于前文论述的健康险市场新局势的发展必然性，报告将进一步探讨在市场新局势发展的过程中，不同角色的产品及服务供给者（保险公司、保险中介、保险科技公司、数字化服务商等）应分别需要具备哪些能力、发挥哪些作用，各供给方角色之间应进行哪些协同，以何种途径实现当前发展困境的破局。

**新局势展望：**对未来想要构建的目标市场的新局势、新趋势进行展望。探索保险产品、服务的供应商在长期未来仍可挖掘的发展潜力。

同时，报告将围绕“产品异质化特征、产品创新能力、科技能力、服务体系、客户质量、收入及盈利增长潜力”等关键维度输出智慧养老服务商与养老生态的市场耦合指数，指数值较高者入围「iResearch：智慧养老服务商卓越者榜单」。

# 近期研究规划（公开发布类）



2023年

## 中国新能源汽车生态保险市场洞察研究报告

报告咨询

报告将围绕“市场背景研究、产业链风险保障需求洞察、市场菁英参与者案例、发展趋势洞见”展开研究。

**市场现状审视：**报告纵览全球绿色发展、ESG转型趋势，深挖中国新能源汽车生态链路内的保险业务发展动能及新增长脉络，从上、中、下游三个环节拆解新能源汽车生态产业链，深挖促进新能源汽车生态扩张、车后服务成熟的驱动因素。报告还将基于产业链各环节业务构成，结合相关险种促进政策解读，探讨险企可渗透的风险保障着力点。

**产业链风险保障需求洞察：**基基于前文探讨风险保障着力点，输出新能源汽车生态产业链内的风险全景图。分别从上游——汽车电池、主机、组件加工；中游——新能源汽车驾驶、使用；下游——动力电池、储能系统、充换电，三个领域分别核算风险保障空间、评估风险保障需求度、分析当前保障痛点、探究目标市场保险服务可拓展性。最后输出不同类型的保险机构（险企、车险数字化服务商、车后服务厂商、汽车保险中介等）布局新能源汽车生态的策略建议，以及可采纳的市场前沿产品服务模式。

**市场内不同参与者的破局之道：**甄选新能源汽车生态保险市场关键角色的参与者，将其突出的服务模式在报告中作为菁英案例进行解读展示。

**新局势展望：**iResearch保险研究团队将基于前文桌面研究、行业大咖交流、专家访谈等，梳理未来新能源汽车生态新玩法下保险市场可能的发展方向。

**评选：**

「iResearch：新能源汽车生态保险市场菁英案例」：入选艾瑞咨询《2023年中国新能源汽车生态保险市场洞察研究报告》优秀实践案例，提升厂商品牌知名度和行业影响力。

「iResearch：新能源汽车生态保险市场专家之声」：将通过1V1深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨行业趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为行业提供前瞻性洞察，并为卓越服务商搭建业内交流渠道与对外发声平台。



## 报告撰写人 / 魏琦 于可心

艾瑞咨询 支付与供应链数字化研究团队

✉ vickiwei@iresearch.com.cn

✉ karenyu@iresearch.com.cn

### 擅长领域

供应链数字化、第三方支付、跨境贸易服务等领域的行业研究和企业战略、投融资等咨询服务。

### 近期研究成果

《2022年中国供应链数字化升级行业研究报告》

《2022年中国第三方支付行业研究报告》

报告咨询

BUSINESS  
COOPERATION

# 业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



## LEGAL STATEMENT

# 法律声明

### 版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，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。



# THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能