

2024年中国第三方支付行业 研究报告

部门：TMT金融组

CONTENTS

目录

01 中国第三方支付行业发展概览

Background

02 中国第三方支付行业“支付+”场景展示

“Pay + ” Scenario Analysis

03 卓越者评选&典型厂商案例

Outstanding Enterprises & Case Study

04 中国第三方支付行业未来趋势预判

Industrial Trends Analysis

05 中国第三方支付行业专家之声

Industrial Experts' Insights

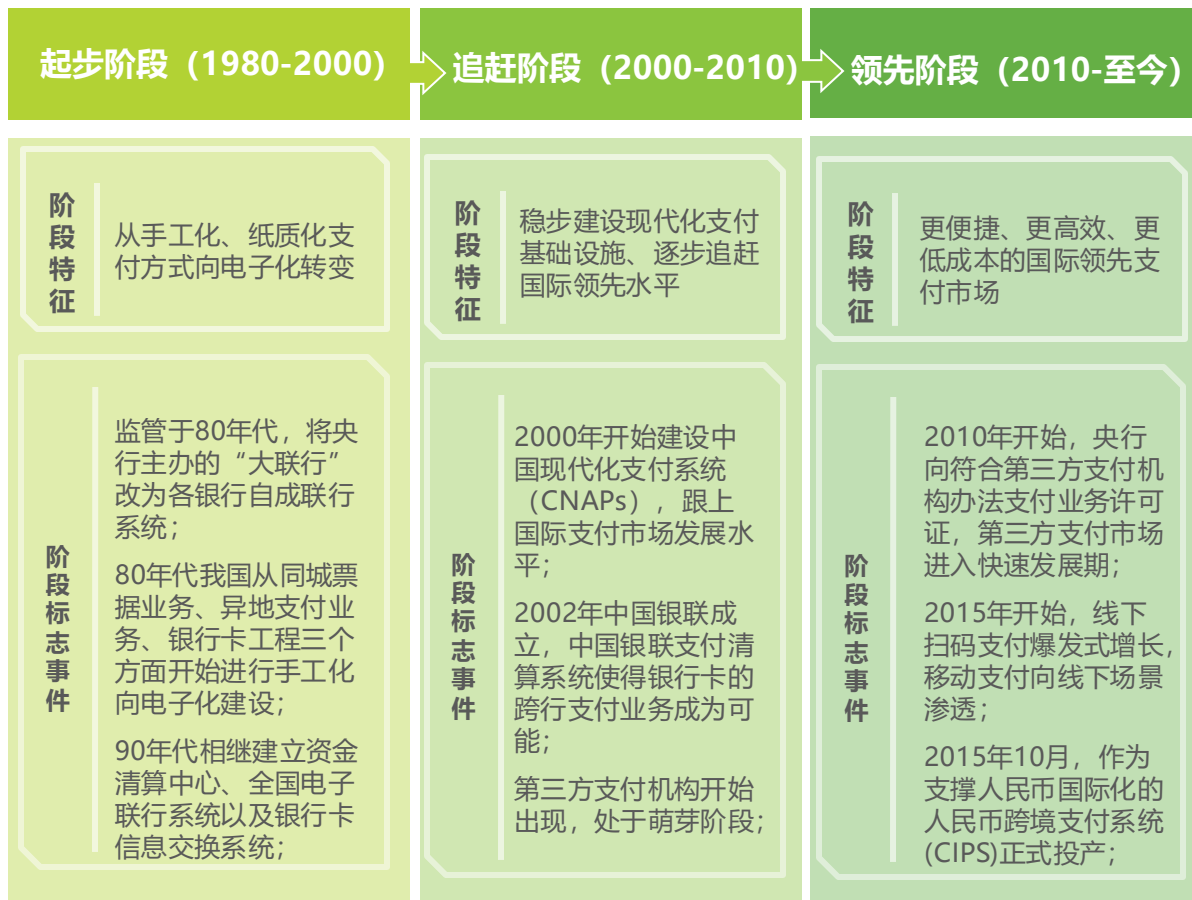
01 / 中国第三方支付市场 发展概览

Background

国际领先的支付市场

在监管、第三方支付、银行等多方共同努力下，中国构建出更便捷、更高效、更低成本的国际领先支付市场

中国支付市场由落后到国际领先的发展历程



世界主要经济体支付费率情况及个人移动商业支付体量

国家/地区	典型收费标准 (%)	23年个人移动商业支付体量 (万亿美元)
中国	~0.38	~9
美国	~2.9	~2.2
欧洲	~2.9	~1
印度	~1.9	~1
日本	~3.45	~0.36

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



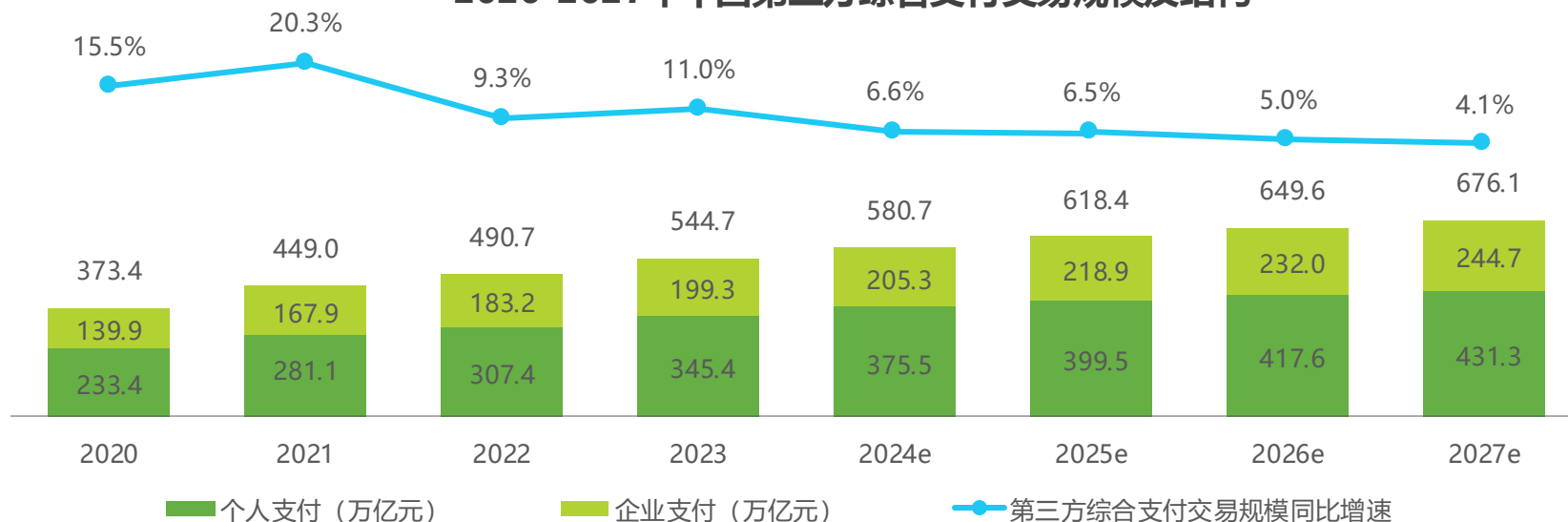
注释：1. 企业图标大小及放置顺序不代表企业排名；2. 图谱为示意图，对各赛道代表性企业进行例举；3. 大多数支付企业会同时涉足不同版块，图谱可能只显示企业的部分布局。
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

中国第三方综合支付交易规模及结构

第三方综合支付规模增长承压，国内个人支付与企业支付市场或将步入竞争更加激烈的存量竞争阶段，挖掘“支付+”价值成为行业共识

2024年，中国第三方综合支付交易规模预计将达到580.7万亿元，其中个人支付交易规模为375.5万亿元，企业支付规模为205.3万亿元。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，其交易规模的提升亦将带动企业支付交易规模的共同增长。对于从业支付机构而言，支付市场已经从之前快速增长的增量竞争阶段逐步过渡到规模增长承压的存量竞争阶段，以基础支付为切入点，为用户和企业提供多样化的“支付+”服务，挖掘更深远的业务价值已成为行业共识。同时，由于个人支付市场的角逐基本稳定在头部少数支付机构之间，本报告将研究重点放在发展更加多元化的企业支付市场。

2020-2027年中国第三方综合支付交易规模及结构



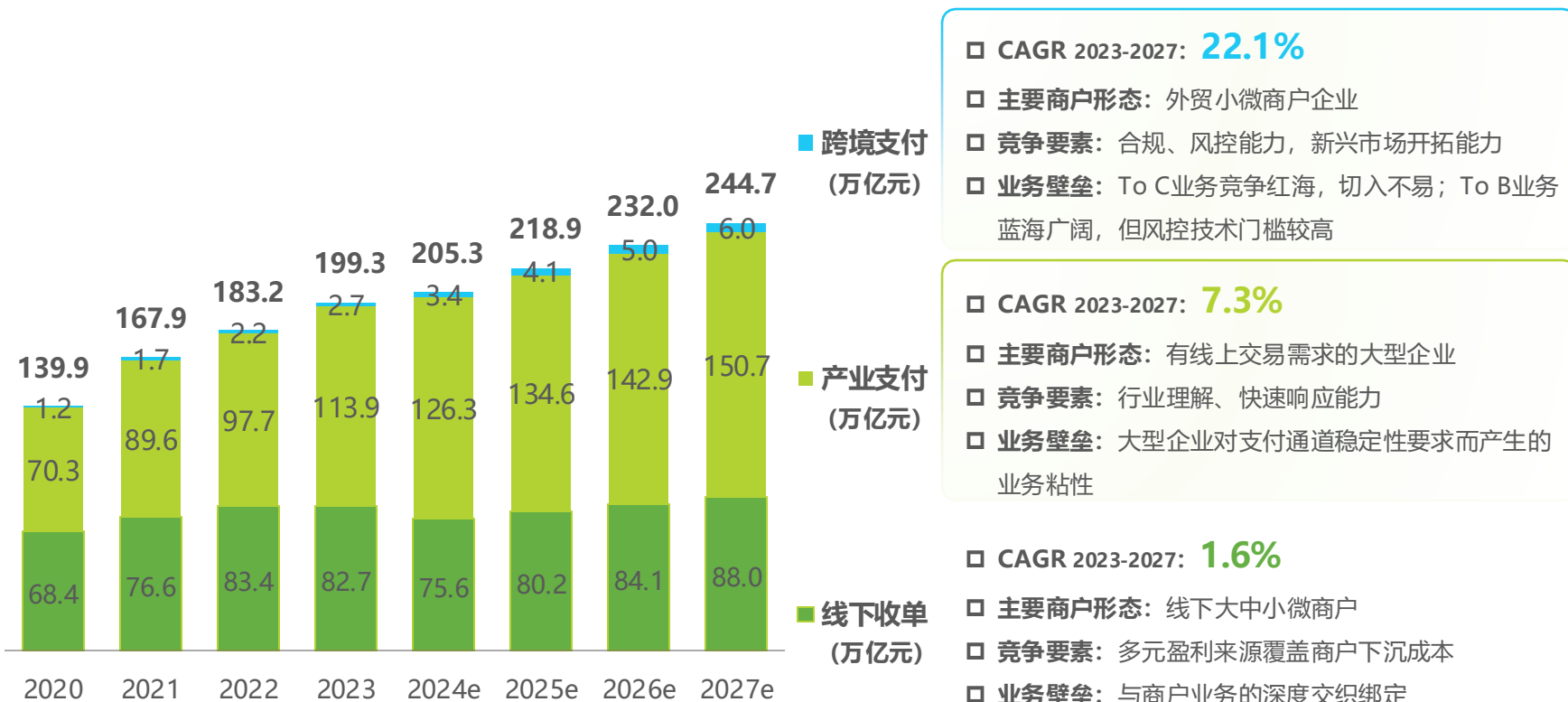
备注：①第三方综合支付交易规模包括互联网支付、移动支付、银行卡收单等支付交易规模；②第三方跨境支付交易规模亦统计入第三方综合支付交易规模中；③个人支付中由钱包侧支付机构同步提供直连收单服务的交易规模不再重复计算。④第三方综合支付可以按照服务对象划分为个人支付和企业支付，个人支付机构凭借数字钱包良好的支付功能、多样化的衍生服务，提升用户黏性；而企业支付凭借为企业支付解决方案，使得企业端受理第三方个人支付成为可能，二者在个人端、企业受理端双向发力，共同推动第三方综合支付规模的增长。

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。

中国第三方企业支付交易规模及结构

线下收单市场受监管合规及大额消费场景萎靡等因素影响出现短暂市场规模回调；线上产业支付市场依旧保持稳定增长态势；跨境支付持续发力，逐渐成长为企业支付的重要增长支撑点

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



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。

2024年支付行业热点盘点

《非银行支付机构监督管理条例》正式颁布

行业监管迈向新阶段，夯实行业健康发展法治基础

《非银行支付机构监督管理条例》是中国支付行业的重要行政法规，由国务院于2023年12月17日公布，自2024年5月1日起正式施行。该条例的出台标志着非银行支付机构的监管进入了新的阶段，从部门规章上升为行政法规，夯实了支付行业规范健康发展的法治基础。与2010年由中国人民银行颁布的《非金融机构支付服务管理办法》相比，《条例》在监管范围、法律层级以及监管措施等方面有显著提升和细化：

- **法律层级的提升：**《条例》作为中央金融工作会议之后出台的金融领域首部行政法规，对于推动支付行业高质量发展具有里程碑意义，体现了国家对支付行业监管的重视和法治化建设的深化；
- **监管范围的扩大：**《条例》将非银行支付机构及其业务活动进一步纳入法治化轨道进行监管，明确了非银行支付机构的定义和设立许可，完善了支付业务规则，保护用户合法权益，并明确了监管职责和法律责任；
- **监管措施的加强：**《条例》通过加强监督管理措施，严格把控支付机构的市场准入门槛，并明确了支付业务的分类及其对应的监管细则。此外，该条例还规定了对违法行为的法律责任，提升了对重大违规行为的处罚力度。

《非银行支付机构监督管理条例》重点细则解读

业务类型重新划分：条例将支付业务重新划分为“储值账户运营”和“支付交易处理”两类

这一划分基于业务实质和风险特征，区分能否接收付款人预付资金，旨在统一资本等准入条件和业务规则要求，消除监管洼地，促进公平竞争。新的分类方式具有良好的扩展性，能适应行业发展变化，将各种新型支付渠道、支付方式归入两大基本业务类型。

资质要求提升：设立非银行支付机构的注册资本最低限额为人民币1亿元，且主要股东和实际控制人需具备良好财务状况和诚信记录

条例规定非银行支付机构的注册资本最低限额为人民币1亿元，且应当为实缴货币资本。主要股东和实际控制人需财务状况良好，最近3年无严重违法违规记录，确保支付机构的稳健运营和风险防控。

用户保障机制完善：强化了用户权益保障，包括信息安全保护机制、投诉处理机制等

条例要求非银行支付机构建立健全用户权益保障机制，包括用户信息安全保护、重要信息披露、投诉处理、损失赔付等。特别强调支付机构处理用户信息应遵循合法、正当、必要和诚信原则，并取得用户同意，以保护用户资金安全和信息安全。

《非银行支付机构监督管理条例》核心影响

平稳过渡，规范助力行业长期价值提升

《非银行支付机构监督管理条例》的出台为第三方支付行业带来了深刻的变革。随着监管的不断加强，支付机构面临着更高的准入门槛和合规要求，这不仅将促进行业的健康发展，还将加速市场的洗牌与整合。新规的实施意味着不合规的机构将被淘汰，而合规的机构则将迎来更大的市场机遇。整体来看，这一条例不仅是对支付行业的规范，更是对未来支付生态的重塑。

《非银行支付机构监督管理条例》对第三方支付行业核心影响

平稳过渡机制，减少市场冲击

《条例》为支付机构提供了过渡期安排，确保新旧支付业务的有效衔接，确保业务的连续性和用户权益的保护。例如对于已设立的支付机构，需要在过渡期结束前达到关于设立条件以及净资产与备付金日均余额比例的规定，以及其他规定。这种渐进式的改革有助于减少市场冲击，确保支付机构和用户都能平稳过渡到新的监管环境。

推动互联互通，打破市场壁垒

《条例》鼓励支付机构之间的互联互通，以提高支付服务的便利性和效率。包括推动不同支付平台之间的合作，实现支付工具和场景的融合。例如，通过统一的支付接口和标准，用户可以在不同的支付平台上进行无缝支付，商户也能更容易地接受来自不同支付服务提供商的支付。这样的互联互通能够提升用户体验，并促进支付行业的创新和竞争，推动了支付服务的整体质量提升。同时，这也有助于打破市场壁垒，防止垄断行为，维护市场的公平竞争。

提高准入门槛，牌照价值凸显

随着《条例》的实施，支付机构的注册资本要求提高，且对主要股东和实际控制人的资质提出了更严格的要求。这导致支付牌照的稀缺性增加，从而提升了牌照的市场价值。同时，劣质机构的出清也为合规经营的支付机构提供了更大的市场空间，合规且拥有实力的支付机构能够在未来的市场竞争中占据更有利的位置。

提升外籍人士来华支付便利性

服务好外籍人士来华需求，助力国内国际双循环的高质量经济发展目标

提升外籍人士来华支付便利性发展契机：随着全球化不断深入和我国国际影响力的提升，越来越多外籍人士选择来华旅游、经商、工作或学习。数据显示，来华旅游外国人日均消费高达3459元，预计直接拉动消费逾1000亿元。因此，提升外籍人士来华支付便利性不仅是为满足外籍人士需求，也是促进国内国际双循环、推动经济高质量发展的战略举措。2024年3月1日，国务院办公厅印发了《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》，旨在解决外籍来华人员在支付方面的不便，以适应他们不同的支付习惯和需求。

外籍人士来华支付痛点：外籍人士来华支付便利性的提升主要聚焦于解决他们在日常生活中遇到的支付难题，如打车、就餐、购物等场景。

① **移动支付接入难题：**外籍人士因身份认证问题无法使用支付宝、微信等移动支付方式，导致在打车、就餐、购物时受到影响。例如，有外籍人士表示“不能点外卖，也没法用滴滴打车。”解决方案包括优化外籍来华人员境内手机号码办理流程，提供良好的国际漫游服务，以及推动重点旅游景区、旅游度假区等线上、线下场景更好便利消费支付。

② **现金支付不便：**外籍人士在支付时常常遇到找零难的问题，如需要支付149元时，店员可能要求付100元现金，剩下的49元扫码支付，但外籍人士可能没有支付宝或微信。解决方案包括推出人民币现金“零钱包”产品，以及在ATM上提供多语种的使用指引，方便外籍人士支取人民币现金。

③ **银行卡受理环境难点：**部分商户的POS机具不能受理外卡，导致外籍人士在支付时受限。解决方案包括加快推进境外银行卡受理设备软硬件改造，提升境外银行卡支付的便利性。

④ **移动支付限额问题：**外籍来华人员在使用移动支付时，单笔交易限额较低，不满足大额支付需求。解决方案是提高外籍来华人员使用移动支付的单笔交易限额，如从1000美元提高到5000美元，以适应更多支付场景。

提升外籍人士来华支付便利性解决方案

✓ 全方位支付服务体系

中国人民银行确立了“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”的支付服务体系，以适应不同外籍人士的支付习惯。例如，推出了“Shanghai Pass”多用途预付卡，方便外籍人士在小额支付场景使用。

✓ 银行卡受理环境改善

为了提升使用银行卡的便利性，中国在多个城市推动了银行卡受理环境的改善，如上海、浙江的重点商户外卡受理覆盖率已超过90%。同时，银行和支付机构也在加快境外银行卡受理设备的软硬件改造，推动非接触式支付的发展。

✓ 移动支付便利性提升

针对移动支付，相关部门指导支付宝、财付通等主要支付机构提高境外银行卡绑卡效率，并简化身份验证流程。此外，单笔和年度交易限额的提升，使得外籍人士在使用移动支付时更加灵活和方便。

✓ 现金使用环境优化

尽管移动支付在中国非常普及，但现金仍然是不可或缺的支付方式。中国通过推出人民币现金“零钱包”产品，以及在ATM机上进行外卡受理改造，确保了外籍人士能够方便地使用现金进行支付。

支付互联互通新纪元

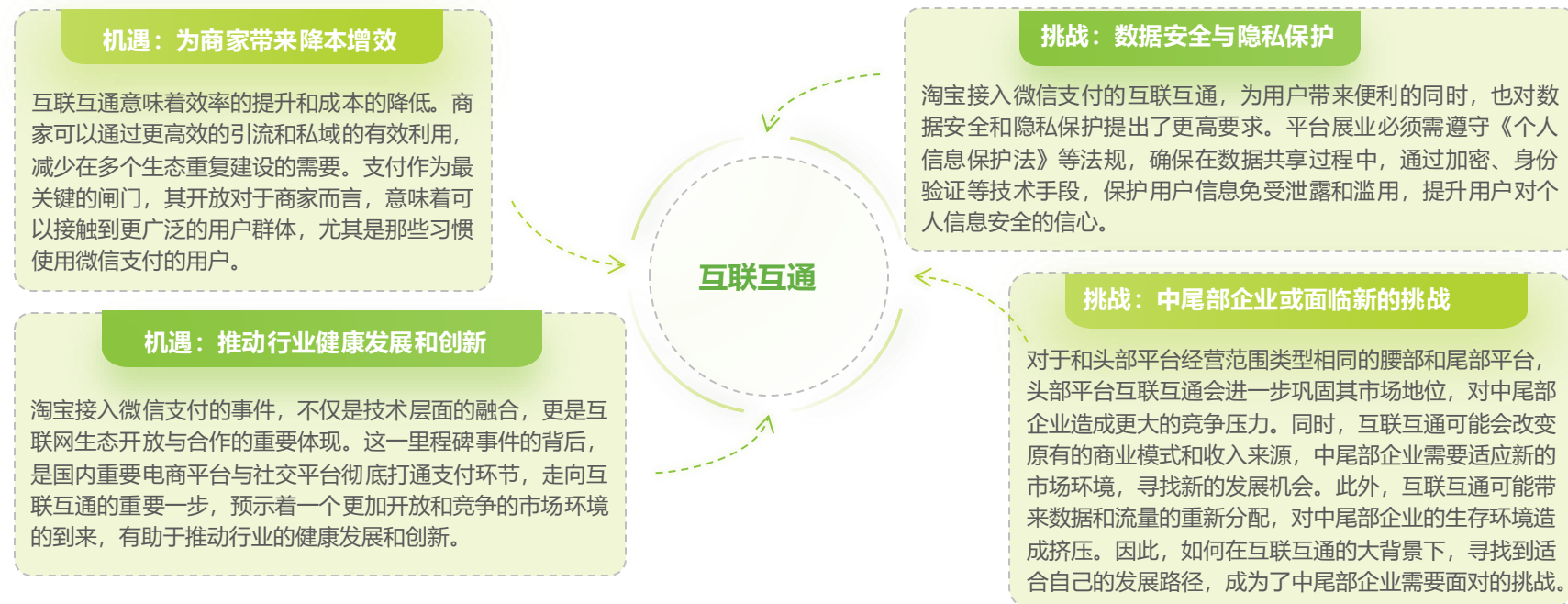
淘宝全面接入微信支付，打破场景端垄断壁垒

淘宝与微信支付的互联互通是第三方支付行业年度热点之一，它不仅打破了场景端的垄断壁垒，也为行业带来了新的活力和增长点。

淘宝微信互联互通时间及契机：2024年9月27日，淘宝官方宣布全面接入微信支付。这一举措不仅是对工信部要求互联网平台之间解除屏蔽、实现互联互通政策的响应，也是淘宝在数字经济和移动支付高度发展的背景下，为了提升用户体验、拓宽用户基础、减少用户流失而采取的积极行动。

互联互通具体内容及发展现状：淘宝全面支持微信支付，这一变化极大地提升了用户的支付便利性。微信支付方面表示，后续在淘宝使用微信支付的用户，也可在微信内查询支付凭证、用户账单等操作，这进一步增强了支付的透明度和便捷性。

互联互通为行业带来的机遇与挑战



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。

NFC支付再发力

外部发展环境成熟，有望通过支付体验优势重塑移动支付格局

热点事件梳理：2024年8月7日，支付宝在开放日上宣布升级条码支付体验，推出“碰一下”功能，通过引入NFC技术，用户无需展示付款码，解锁手机碰一下商家收款设备即可完成支付。同时，苹果公司在8月14日首次宣布允许第三方应用开发者接入iPhone的NFC芯片，该措施将突破苹果NFC技术的应用限制，有助于进一步推动NFC在支付领域的普及和发展。

NFC支付发展解读：NFC是一项已经成熟多年的技术，从2013年的运营商移动钱包（SIM卡附加NFC芯片）到2016年Apple Pay登陆中国带动各大手机厂商推出NFC支付产品，再到2018年云闪付推出“碰一碰”NFC支付功能，NFC在支付领域也已有多年的发展沉淀。不过近年来移动支付主要由条码支付主导，NFC支付更多只是市场中的补充产品，主要原因是在移动支付爆发发展的早期阶段，NFC手机渗透率不足、普及成本较高，另外打通传统的NFC支付功能需要牵扯的产业链较长。到了2024年，外部环境因素已发生巨大变化，支持NFC的智能手机逐渐普及，条码支付软硬件服务设施已部署齐备，结合政策层面对提升支付便利性的要求，NFC技术在支付领域的应用迎来新一轮发展契机。不同于传统NFC支付模式（即用户银行卡信息存储于手机芯片，支付时利用NFC技术将支付信息传输至POS机），“NFC+条码支付”是现有条码支付软硬件服务基础上的一次支付体验升级，商户通过NFC设备获取用户条码信息，底层支付逻辑仍然是条码支付，“NFC+条码支付”既可以凸显NFC交互带来的支付体验提升，又无需脱离现有收单网络，有望重塑移动支付市场的格局。

NFC发展驱动因素及优势

政策环境

国务院办公厅发布的《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》，明确提出要提升老年人、外籍来华人员等群体使用银行卡的便利性。

技术环境

①NFC不再是高端智能机型专属，中国智能手机NFC的普及率已经达到80%以上；②条码支付软硬件配套服务设施的成熟为NFC技术应用提供了基础。

市场环境

持续优化支付体验是市场客观存在的需求，也是行业发展的主要驱动力，但近年来中国支付市场的主要模式仍为条码支付，缺少成功推广的新型支付模式。

NFC技术在移动支付领域应用优势



便捷性

NFC支付不需要打开任何应用程序或展示二维码，只需将手机靠近支持NFC的支付终端即可完成支付，这个过程比传统“主扫”、“被扫”流程更加便捷，简化后的服务对老年人、外籍来华群体都更加友好。



安全性

NFC传输过程中却不涉及支付敏感信息，NFC手机与收款设备进行交互，读取存储于设备中的数据，并在手机上安全完成付款操作。



兼容性

NFC支付不依赖互联网连接，这意味着即使在网络信号不好的地区或者手机网络出现问题时，NFC支付仍然可以使用。此外NFC支付可以兼容多种设备，包括手机、平板电脑、智能手表等，这使得用户无需更换设备即可使用NFC支付。

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。

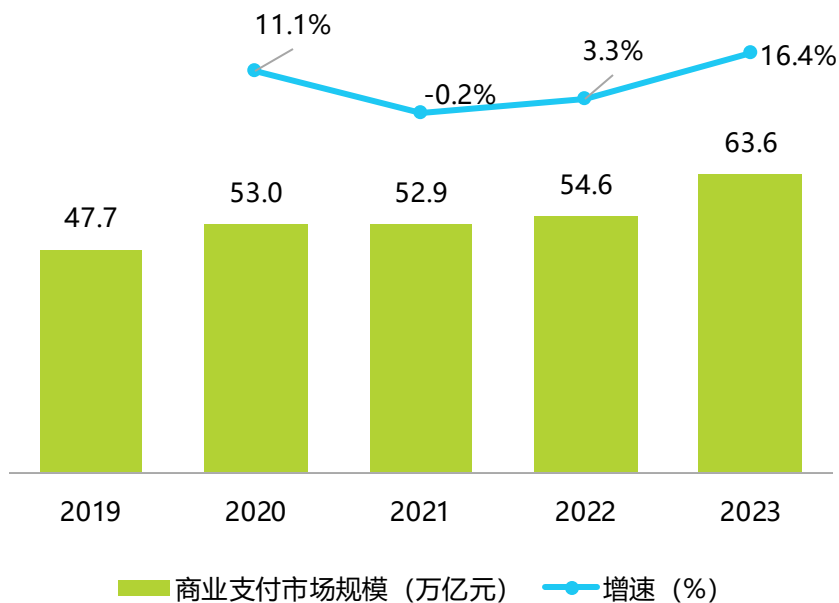
中国个人移动商业支付市场概览

个人移动商业支付市场规模及交易笔数情况

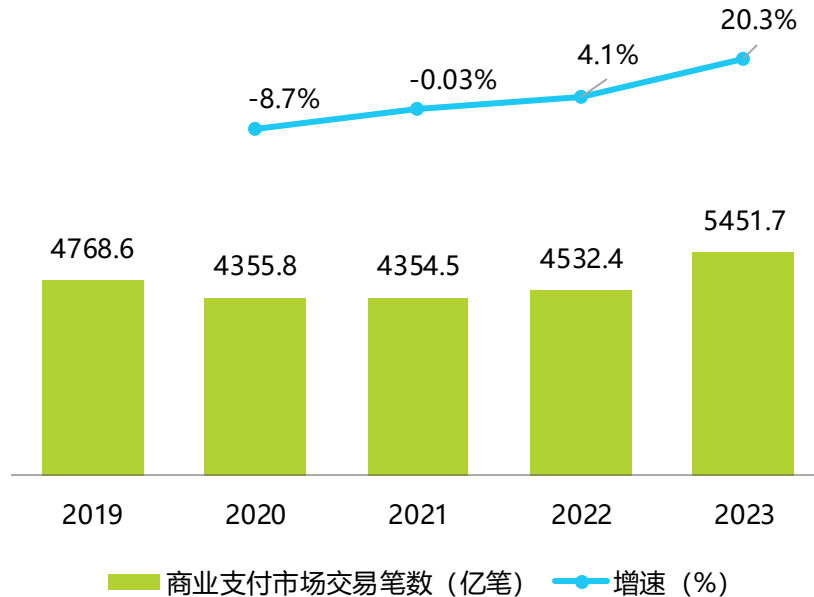
21年受到疫情及宏观经济的影响小幅下跌，23年增速回升明显

随着国民经济的提升与商业支付产业的逐步完善，自2019年起，中国个人移动商业支付市场规模整体呈现上涨趋势，由2019年的47.7万亿提升至2023年的63.6万亿，近五年复合增长率为7.5%。受新冠疫情及国内整体经济形势发展的影响，中国个人移动商业支付的市场规模增速放缓，2021年，市场规模出现约0.2%的小幅下跌，但伴随后续2023年疫情的放开与市场振兴政策的接连发布，国内个人移动商业支付市场逐步回归原有增长态势，2023年同比增速为16.4%。从交易笔数来看，2020-2021年受疫情影响中国个人移动商业支付市场的交易笔数连续两年走低，2021年笔数下降至4354.5亿笔，随后自2022年起，市场整体的交易笔数情况开始稳步提升，2023年市场整体交易笔数高达5451.7亿笔。

2019-2023年中国个人移动商业支付市场规模



2019-2023年中国个人移动商业支付交易笔数



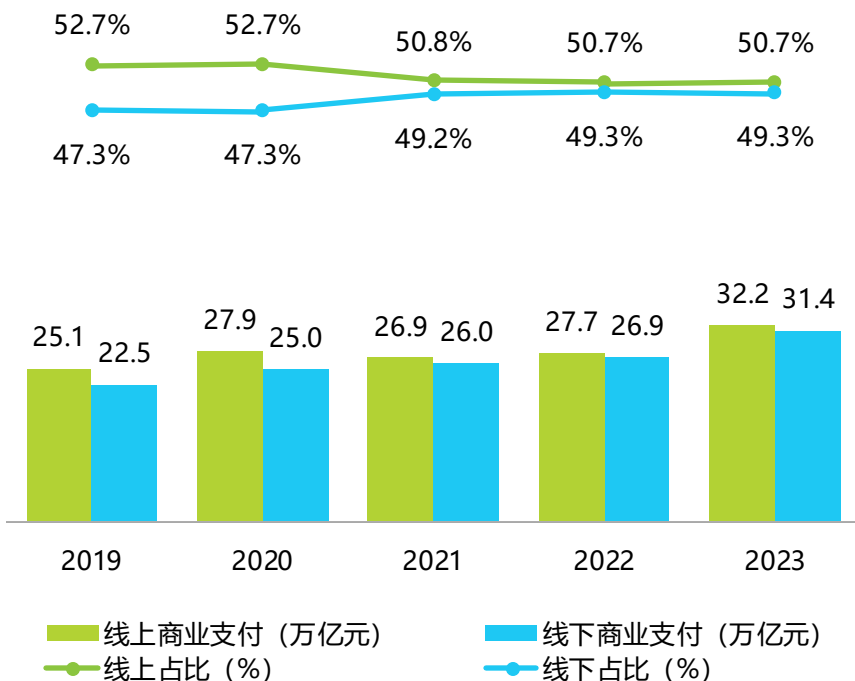
口径说明：个人移动商业支付市场研究范畴包含以平台电商、团购外卖、航旅、游戏等线上及线下消费场景，不包含个人金融及转账、红包、信用卡提现还款等个人应用场景
来源：专家访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

个人移动商业支付市场结构分析

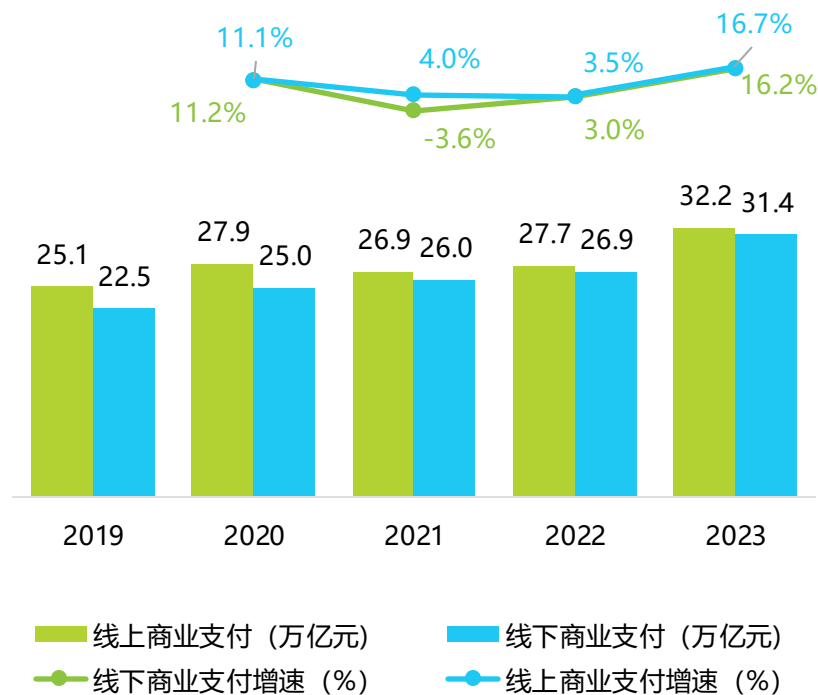
线上线下个人移动商业支付交易规模贡献率均处于50%左右

2019-2023年间中国个人移动商业支付的市场格局相对稳定，线上线下的贡献率始终处于50%左右，线上线下商业支付的贡献率变化并不明显。从交易规模的变化趋势来看，近年线上、线下场景在支付交易规模的变化趋势基本保持一致。但在疫情最严重的2021年，受线下经营场所风控限制的影响，2021年线下交易规模增速下降至-3.6%，远低于同期线上商业支付规模的增速水平。2022年，受政策调控、市场自调节性等多方因素的影响，商业支付市场对于疫情冲击的影响逐步减弱，线下支付交易规模稳步提升，线下消费市场逐步回暖，增速平稳回归至与线上商业支付增速相近的水平，两者保持同频、稳步增长。

2019-2023年中国个人移动商业支付市场结构分析



2019-2023年中国个人移动商业支付线上、线下场景规模趋势分析



来源: 专家访谈, 公开资料, 艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

中国个人移动商业支付市场竞争格局

基于生态体系建设的支付平台成为我国个人移动商业支付市场的中坚力量

2024年中国个人移动商业支付市场竞争格局盘点



中国个人移动商业支付市场——第一梯队

“生态支持” + “先发优势”

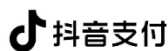


第一梯队：位于第一梯队的两家支付机构均是拥有自身生态体系、联通外部多平台应用场景的支付行业领先布局者，通过生态内场景的联通与支付体系的先发布局，优先确立了国内移动个人商业支付行业的领先地位。



中国个人移动商业支付市场——第二梯队

“基于生态体系的自建支付平台”



... ..

第二梯队：位于第二梯队的支付机构是立足于自身原有生态领域及应用场景的基础之上、由企业自主建设的支付平台，随着其在自有商业支付场景渗透率的提升与支付机构间互联互通能力的增强，近年第二梯队的支付机构呈现快速增长态势。



中国个人移动商业支付市场——其他参与者

“未形成规模性体量的其他支付机构”

其他参与者：除以上第一、二梯队的支付机构外，其他没有形成规模性体量的个人第三方支付机构公司。

02 / 中国第三方支付行业 —— “支付+” 场景展示

“ Pay + ” Scenario Analysis

中国第三方支付行业

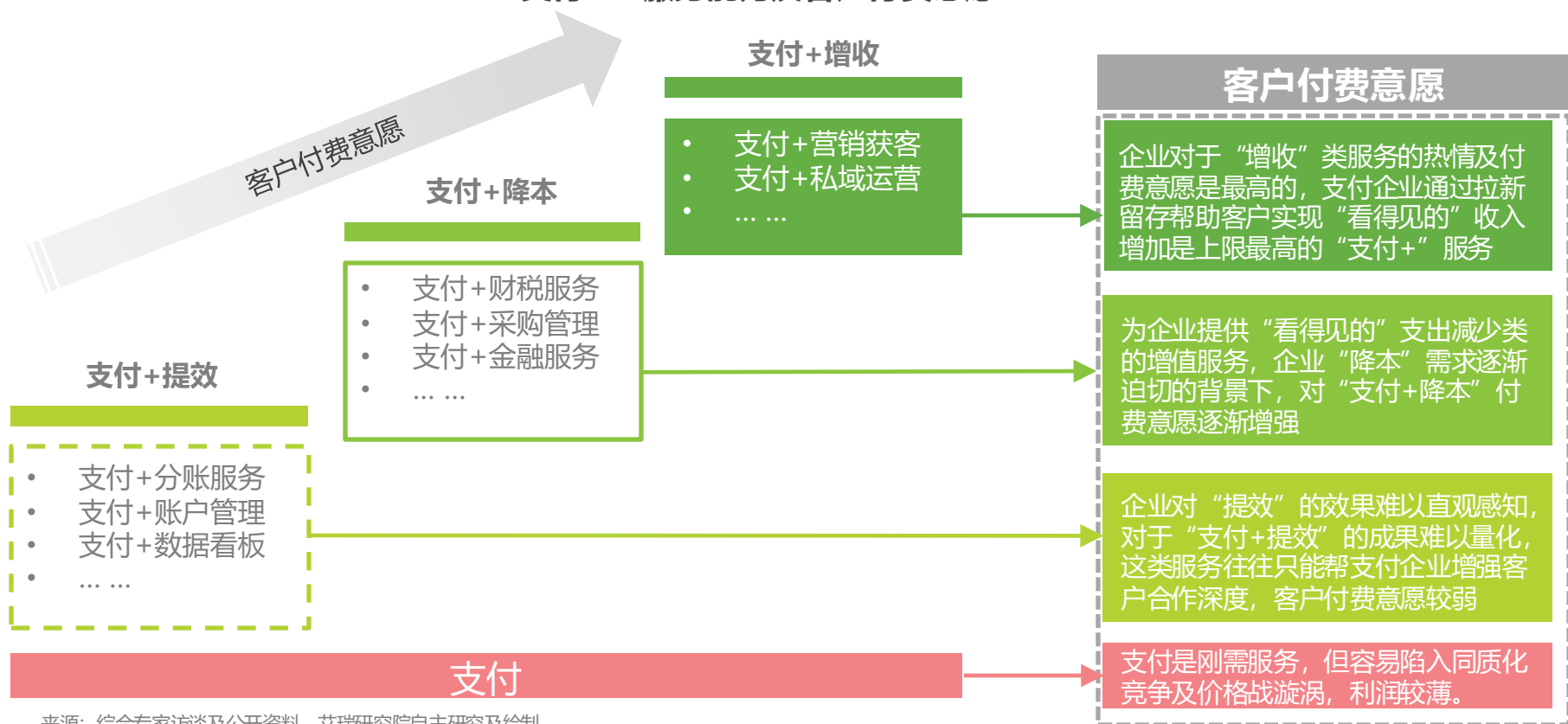
——“支付+”场景展示

- **“支付+”服务场景一：餐饮行业**
 - ① **“支付+SaaS服务”**：提供以数字化平台为基础的财税管理服务
 - ② **“支付+用户权益”**：支付硬件设备与后台管理程序的结合，完善商户会员体系
 - ③ **“支付+精准营销”**：以支付为契机的用户全生命周期管理与精准营销体系建设
- **“支付+”服务场景二：保险行业**
 - ① **“支付+联合营销”**：以资源汇集与流量传导为核心的支付聚合平台联合营销体系建设
 - ② **“支付+金融增值服务”**：围绕促进保险行业资金链流通的金融增值服务
 - ③ **“支付+信息支持”**：聚焦多场景下用户支付行为信息积累的客制化服务模式优化
- **“支付+”服务场景三：跨境贸易**
 - ① **“支付+营销”**：跨境支付业务积累了大量商户资源及数据基础，从跨境商户实际需求出发衍生出建站、选品、运营、获客一站式支付+营销服务；
 - ② **“支付+金融”**：在数据合规的基础上，发挥跨境支付数据在商户增信、风控辅助中的价值，助力解决跨境商家融资难、融资贵的问题；
 - ③ **“支付+合规”**：依托跨境支付企业国际化布局优势，整合跨境贸易卖家共性合规需求，跨境支付+合规服务帮助卖家解决税务、产品、品牌、运营等合规问题；
- **“支付+”服务场景四：航旅**

“支付+”中，支付是流量入口，叠加的是从客户视角出发、满足客户真实需求的增值服务

支付服务具备刚需属性，积累客户资源的同时，链接了客户上下游、沉淀了客户交易数据；在此基础上，“支付+”需要支付企业挖掘客户真实需求，为客户提供“看得见效果的”提效、降本、增收等增值服务

“支付+”服务能力及客户付费意愿



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。

场景一：餐饮

Part 1

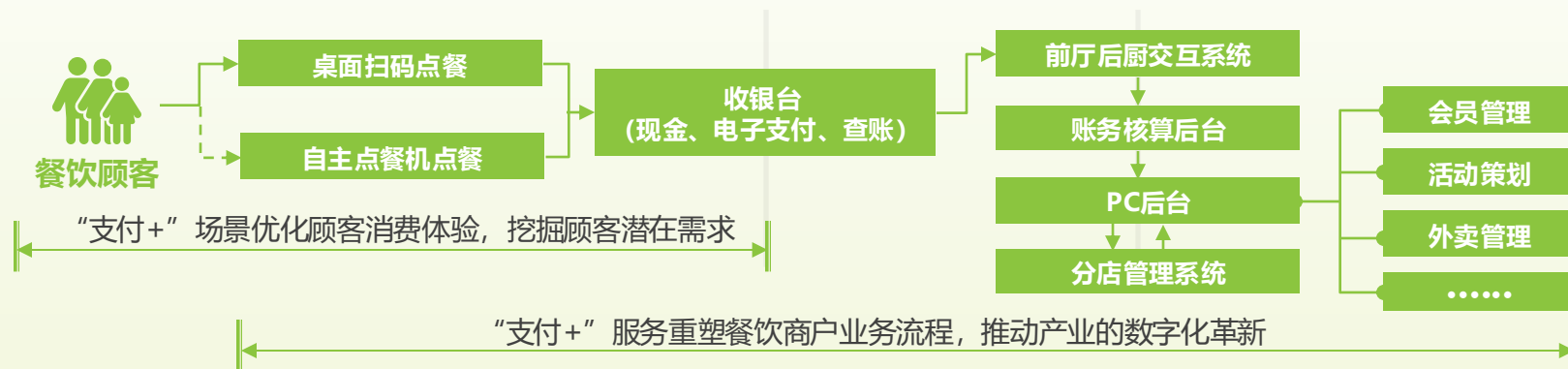
“支付+” 场景实践：餐饮

“支付+” 衍生服务重塑餐饮行业业态，助力商户实现数字化经营

国内支付市场进入白热化竞争时代，各家支付企业提供的支付服务日趋同质化，价格竞争优势难分伯仲，如何在传统支付服务之外，围绕产业模式与商户经营流程，为其提供包括数字化联动运营、精准营销、用户权益体系建设等以助力商户增收、降本、提效的增值服务将成为支付行业未来发展的突围之路。通过支付方式嵌入餐饮行业的多阶段场景，以数字化升级与精细管理的模式，全方位提升餐饮商户的数字化运营水平与服务能力，为实体行业的经营模式优化提供技术支持，同时，增强各支付企业的差异化竞争能力，以各家资源与技术能力为基底，为餐饮商户提供高性价比的技术服务。

餐饮行业“支付+” 场景业态表现一览图： 围绕餐饮商户经营流程的支付场景衍生服务体系优化

➤ 以支付服务串联餐饮商户经营的全流程数字化升级，从增收、降本、提效三方视角展现“支付+” 场景建设的赋能效应



餐饮行业“支付+” 系列场景展示

- **场景一 “支付+SaaS服务”**：软硬结合的服务流程优化与财税数字化管理，提升餐饮商户的运营效率、降低人工成本；
- **场景二 “支付+用户权益”**：围绕用户会员体系管理与权益兑换流程优化的数字化平台建设，关注顾客体验，提升服务效率；
- **场景三 “支付+精准营销”**：以支付为契机的用户全生命周期管理与精准营销，聚焦私域流量的需求挖掘，推动商户营收能力

餐饮场景一：支付+SaaS服务

依托支付服务在贯穿运营流程与产业链多业务环节的特征，支付+SaaS服务将优化商户的服务模式，提供以数字化平台为基础的财税管理服务

在数字中国建设与餐饮行业数字化转型的浪潮之下，支付服务作为联动产业链多业务板块组合、贯穿商户经营业务全流程与触达流量群体的职能性服务，其在产业链整合与社交连接的方面的业务价值受到行业内外界的普遍关注，该特征属性与SaaS产品的协同应用将在整合餐饮行业数字化运营管理体系的同时，实现SaaS产品能力的二次开发，以支付服务为契机，帮助商户实现以支付连接为主导的多业务、全流程的数字化转型。在对外经营方面，与支付相关联的SaaS服务包括面向B端商户的店铺管理助手及连锁体系下的商户管理平台，以及面向C端的扫码点单小程序与收银一体机、扫码盒扫码枪、小票打印机等硬件配套设施，通过软硬件结合一体化的方式实现商户服务流程优化与数字化提升。同时，在对内管理方面，通过为商户提供多平台统一对账、供应链资金划付等财税数字化管理服务，实现对供应链平台、连锁店铺及独立商户的全流程闭环管理，在解决资金结算、分账、税务报备等问题的同时，提升了商户的资金流转效率并有利于后续商户金融增值服务的申请。

“支付+SaaS服务” 业态表现： 软硬件结合的服务流程优化与账税数字化管理



来源：专家访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

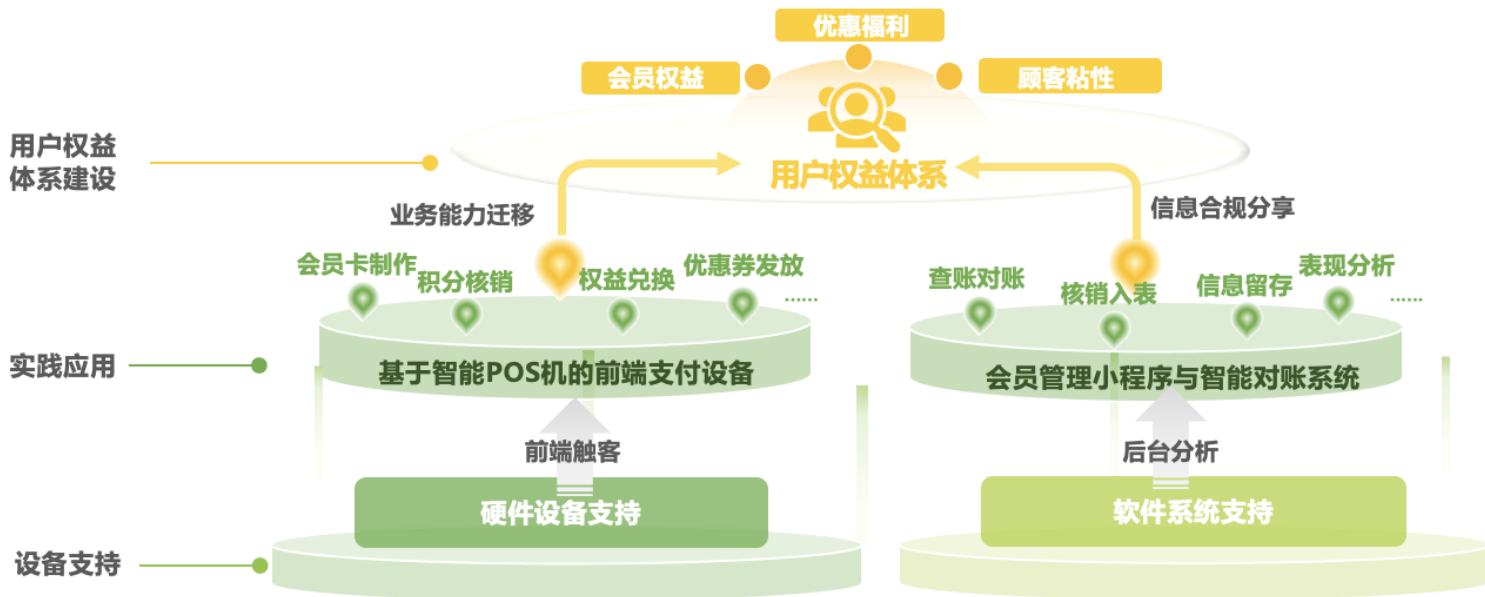
餐饮场景二：支付+用户权益体系建设

支付硬件设备可作为用户权益平台的前端触客支持，与后台管理程序的结合将全面完善餐饮行业商户会员体系的建设

对于餐饮行业来说，在线下商户的日常经营活动中会经常面临优惠券、代金卡的兑换以及会员体系下的积分兑换活动，缺乏统一的用户权益体系与数字化管理平台将提升兑换活动的执行难度，对于后期财务对账与核销流程也是不小的挑战。作为餐饮行业支付流程的重要环节，如何帮助商户优化权益兑换流程、健全用户会员体系，提升顾客的就餐体验与客户粘性将成为“支付+”服务关注的重要领域。对于提供线下支付硬件的厂商来说，内设特定会员体系小程序的智能POS机将成为用户权益体系建设的前端设备，通过与实体卡或手机NFC功能的配合，实现实体消费卡制作、核销兑换以及查账对账为一体的一站式会员体系管理，在优化流程、保存数据的同时，还能通过后台匹配的管理软件实时了解卡券的核销情况，为商户的营销宣传、广告推广、会员福利发放等活动提供提及的数据反馈，降低人工核券的工作负担，全面优化私域流量群体的运营管理模式。

“支付+用户权益体系建设”业态表现：

围绕用户会员体系管理与权益兑换流程优化的数字化平台建设



来源：专家访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

餐饮场景三：支付+精准营销

以支付场景为契机的私域流量建设与用户全生命周期运维模式，实现从用户触达、管理、转化到个性化需求挖掘的精准营销流程

支付行为贯穿商户业务全流程的特性不仅能够提升其经营层面的软硬件表现，在用户管理与运维方面的能力也不容小觑。支付作为消费场景中与客户触达的优先环节，其前沿业务特性决定了其在客户管理、私域流量建设与用户需求挖掘等环节的先天优势，支付企业可帮助商户通过微信扫码、核销团购券等方式构建会员管理体系，实现线上与线下消费场景的会员“归户”管理，在此基础上应用大数据分析帮助商户深入了解客户消费行为与特征偏好，根据客户画像设计、推送相应的促销活动，深度挖掘用户需求，搭建从引流获客到私域沉淀的营销闭环，助力商户门店的业绩增长。

“支付+精准营销”业态表现： 以支付为契机的用户全生命周期管理与精准营销体系建设



场景二： 保险

Part 2

“支付+” 场景实践：保险

贯穿保险行业服务全流程与资金流转全流程的支付场景衍生服务

对于保险行业来说，由于其自身较强的交互属性与业务场景的复杂多样，支付公司在提供基础支付通道、聚合支付平台的同时，也被期望以自身资源触达、渠道链接的能力优化保险业务的办理流程，在保障服务的前提下降低运营成本，并以更优质的触客与服务体验提升行业竞争力。而支付公司在资源聚合与流量传导、金融衍生服务以及支付信息支持等方面的能力将以“支付+”联合服务模块的方式，全方位赋能保险企业的增收、降本与提效板块，以流量赋能、金融赋能、信息赋能的方式，解决保险行业复杂场景下的营销竞争难度大、资金流转效率低以及产品服务匹配度低的问题，针对保险行业业务流程痛点，针对性提供立足于基础支付服务之上的“支付+”衍生服务体系。

保险行业“支付+” 场景业态表现一览表： 以用户运维与资金链流通为核心的支付场景衍生服务体系优化

➢ 以支付服务串联保险用户运维全流程与业内资金链流通，从**增收、降本、提效**三方视角展现“支付+”场景建设的赋能效应。



保险行业“支付+” 系列场景展示

- **场景一 “支付+联合营销”**：以资源汇集与流量传导为核心的支付聚合平台联合营销体系建设
- **场景二 “支付+金融增值服务”**：以聚合支付与信贷产品的形式提升资金流转效率、优化金融资源分配
- **场景三 “支付+信息支持”**：从支付行为捕捉用户画像特征，以完善的信息支付优化保险产品供给模式，提升保司风险管理能力

保险场景一：支付+联合营销

充分应用支付机构多方触达、资源互通的运营模式，以流量资源为基础实现保险行业联合营销体系建设

对于支付公司来说，聚合多家支付渠道与连接保险产业链众多企业的特性决定了其在资源汇聚与流量传导方面具备先天优势，而资源、流量以及曝光率则正是作为对营销表现有较高要求的保险行业所需要的。将基础的支付服务与聚合平台建设及产品推广渠道相结合，以用户及潜在用户在多场景下的支付消费行为作为保险产品的流量引入端口，应用支付机构在多企业、多平台的联通效应，建立保险产品的聚合型平台，链接保司、用户及服务商资源，实现在保障基础智能分账、聚合支付等基础能力的同时，承接支付服务的流量资源，为用户适时推荐适合的保险产品，将自身流量资源通过“产品推荐\广告投放+链接跳转”等形式专递给保险机构，实现基于传统支付服务之上的联合营销。

“支付+联合营销”业态表现：

以资源汇集与流量传导为核心的支付聚合平台联合营销体系建设



来源：专家访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

保险场景二：支付+金融增值服务

聚焦保险行业资金链路流通问题，以聚合支付与信贷产品的形式提升资金流转效率、优化金融资源分配

支付企业服务保险业的核心是解决在复杂场景下保司、代理人\机构以及客户间的资金链流通问题，面对产品多样、赔付周期长、对账流程复杂等难题，以代收代付、见费出单、公杂缴费、数据验证为代表的聚合支付服务逐步成为支付衍生服务的重要组成部分，此外，支付公司凭借自身金融属性，通过提供代理人佣金代付、保险分期支付等具有信用借贷属性的增值服务，以缓解保险公司与代理人之间的账期结算周期过长、用户一次性支付保单困难等问题，从保险业务的全流程出发，寻找能够资金赋能、技术赋能、资源赋能的运营节点，以其金融资源提升保险全行业的资金流转效率，优化保险场景下以代理人与客户关系为代表的资金交互与服务提供方式，解决复杂场景下资金收付难得问题。

“支付+金融增值服务”业态表现： 围绕促进保险行业资金链流通的金融增值服务



保险场景三：支付+信息支持

从支付行为捕捉用户画像特征，以完善的信息支付优化保险产品供给模式，提升保司风险管理能力

除了金融业务层面的衍生服务之外，支付机构在全平台、多场景下信息与渠道资源的触达能力也同样能为保险行业提供更全面的市场信息与用户画像支持。通过支付数据分析帮助保险机构更准确的了解市场以及评估风险，对于可能发生的高风险与高额赔付事件提前做出预判，为风险转移、对冲等管理预留充分的缓冲区间，降低保司自身的经营风险与赔付压力。此外，支付信息可较为清晰的描述顾客的固有特征与行为偏好，保险机构可根据更充分的用户信息为其提供恰如其分的客制化保险服务，以场景触动、需求探寻为契机，在积极主动的触客模式下为顾客提供及时、充分的保险服务，解决出险慢、产品冗杂、需求匹配度低等难题，以服务顾客为核心提升顾客的保险服务体验。

“支付+信息支持”业态表现： 以用户全方位、多视角的信息支持完善保险业务体系



场景三：跨境贸易

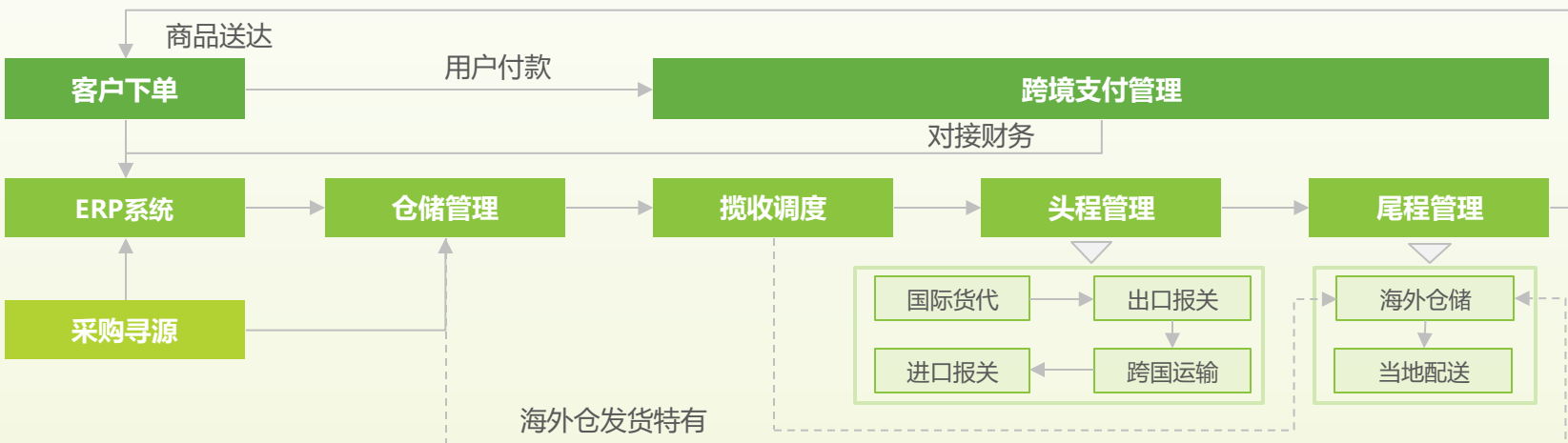
Part 3

“支付+” 场景实践：跨境贸易

跨境支付业务具备刚需属性，“跨境支付+”需要深耕商户真实需求，挖掘数据价值，在跨境完整服务链条中寻找增收、降本、提效的切入场景

跨境贸易服务链条中的“支付+”场景

- 基于支付的刚需服务属性，在跨境贸易完整服务链路中寻找**增收、降本、提效**类“支付+”切入场景



- 场景一 “支付+营销”**：跨境支付业务积累了大量商户资源及数据基础，从跨境商户实际需求出发衍生出建站、选品、运营、获客一站式支付+营销服务；
- 场景二 “支付+金融”**：在数据合规的基础上，发挥跨境支付数据在商户增信、风控辅助中的价值，助力解决跨境商家融资难、融资贵的问题；
- 场景三 “支付+合规”**：依托跨境支付企业国际化布局优势，整合跨境贸易卖家共性合规需求，跨境支付+合规服务帮助卖家解决税务、产品、品牌、运营等合规问题；

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。

跨境贸易场景一：跨境支付+营销

跨境支付业务积累了大量商户资源及数据基础，从跨境商户实际需求出发衍生出建站、选品、运营、获客一站式跨境支付+营销服务

跨境支付企业作为跨境贸易生态重要参与者之一，在连接全球跨境贸易平台的同时，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户建立深入连接，培养跨境商户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。面对跨境商户的业务增长需求，跨境支付企业通过大数据、人工智能等科技手段，为商户提供建站、选品、运营、获客一站式的跨境支付+营销服务。

跨境支付+一站式营销服务

Step3 跨境支付+营销，一站式赋能商家增长需求

中国跨境支付企业的出现加速了行业整体发展，商家对于业务增长的需求逐步提升，原本依托跨境贸易市场发展的跨境支付企业开始反向赋能，基于商户实际需求，衍生出建站、选品、运营、获客一站式跨境支付+营销服务。

Step2 海量交易数据沉淀，逐步搭建大数据基础

跨境支付业务沉淀了海量的跨境商家的交易数据，这些数据覆盖不同地域、不同品类、不同周期，这些数据的积累为跨境支付企业帮助商家进行营销服务奠定了基础。

Step1 完善跨境支付基础设施，积累商户基础

2015年中国跨境支付企业进入行业，围绕行业存在已久的痛点，以创新的产品、专业的服务迅速崛起，使得跨境贸易支付基础设施快速完善，也积累了大量的商户基础。

赋能

建站

- **搭建店铺**：通过模版、工具自定义网站样式、代运营、建站服务
- **添加商品**：一键迁移或自主上传

易用性：建站门槛低，素材库实时更新

选品

- **选品数据库**：通过关键词等筛选商品
- **市场洞察**：爆品推荐、竞品信息查看
- **排名优化**：平台搜索的排名优化方案

时效性：各大电商平台数据实时更新

运营

- **数据分析**：数据监测、用户画像分析
- **客户管理**：客户旅程跟踪、客户体验优化、销售体系协同、客服系统、私域运营

联通性：多接口联通数据，模型算法后台快速优化迭代

获客

- **投放管理**：精准投放、效果监控、
- **内容管理**：素材制作、营销方案、可视化报表、效果优化

高并发：在促销活动等特殊节点，云端智能调整流量

跨境贸易场景二：跨境支付+金融

在数据合规的基础上，发挥跨境支付数据在商户增信、风控辅助中的价值，助力解决跨境商家融资难、融资贵的问题

从数量上来讲，中小微跨境商家是跨境贸易市场的主力军。而中小微跨境商家相比大卖家而言资金来源相对不稳定，因此传统渠道融资困难的问题一直困扰着大量的中小微跨境商家。跨境支付企业在数据合规的基础上，将支付业务沉淀的商家交易数据进行数据治理以及数据建模，在帮助金融机构提升金融风险精准度的同时，也帮助跨境商家更加便捷、更低成本的获取到金融支持。

跨境支付数据沉淀为商户融资带来价值



基于数据沉淀辅助金融机构为中小微商户提供金融支持

跨境支付机构覆盖的商户群体基础已足够庞大，且中小微商户占比较高，可有效输出企业画像。

中小微商户可通过跨境支付服务商的服务团队、官网、APP等多渠道申请融资协助服务，获取可靠贷款渠道。

跨境支付机构辅助提供

商户的合规经营证明、经营信息

提供融资服务的金融机构

贷前

- ✓ 贷款额度、定价管理
- ✓ 尽职调查、风控反欺诈

贷中

- ✓ 偿付能力预测
- ✓ 融资意图、饥渴度识别

贷后

- ✓ 偿付能力预测
- ✓ 逾期风险预测、预警

跨境贸易场景三：跨境支付+合规

依托跨境支付企业国际化布局优势，整合跨境贸易卖家共性合规需求，跨境支付+合规服务帮助卖家解决税务、产品、品牌、运营等合规问题

在欧美等海外市场加强跨境贸易监管的环境下，国内卖家需要应对的各类合规事项势必将日趋繁杂，未能履行合规义务带来的后果和损失也将更加严重。跨境贸易卖家若自主应对各项合规工作将面临多方面困难，主要包括：不了解当地法律、不具备相关专业知识和语言能力不足、不在本地导致沟通不畅、时间成本和潜在损失显著等。跨境支付企业可以结合卖家的共性合规问题，依托跨境支付国际化布局优势，研发合规服务产品，在提供跨境支付服务的同时帮助卖家解决税务合规、产品合规、品牌合规及运营合规等问题。

跨境支付+合规服务的主要大类

以VAT为代表的税务合规服务

- 帮助卖家进行初次税号申报以及后续的周期性税务申报，以常规的流转税——增值税（VAT）最常见
- 美国没有增值税，因此该服务主要面向销往欧洲的电商

以商标为代表的品牌合规服务

- 协助卖家进行商标、专利等涉及品牌认证工作的流程完善和申报申请，加强自身的品牌建设，规避侵权带来的诉讼和损失

以EPR为代表的产品合规服务

- EPR是一项产品合规管理框架制度，细则由WEEE、电池法、包装法等法规规定
- 产品合规服务帮助卖家履行对其推出商品的整个生命周期所负的产品合规责任
- 不同国家地区对销往本地的产品有各类涉安全、环保的要求，典型代表如欧洲CE认证、美国FDA批准等



跨境支付+

各类运营合规服务

- 帮助店铺合规运营，使之符合各电商平台的规范经营要求，避免受到处罚。

场景四：航旅

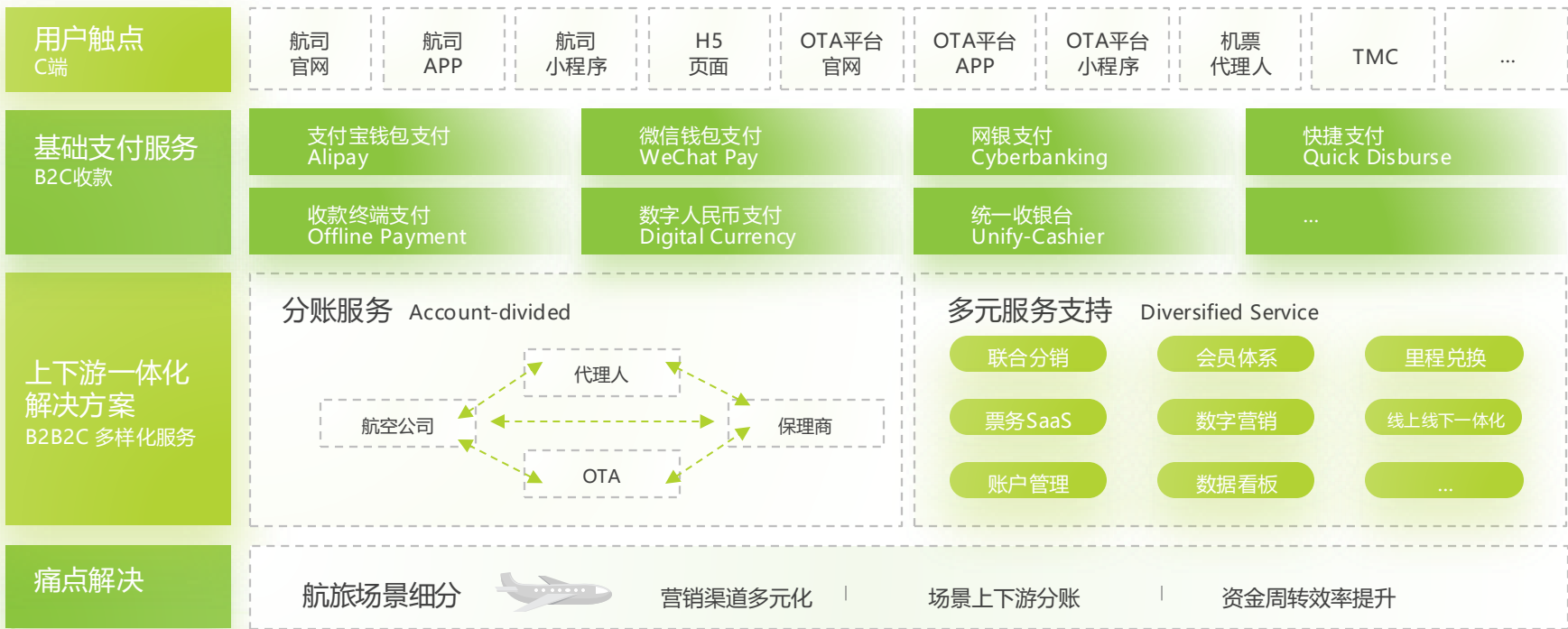
Part 4

“支付+” 场景实践：航旅 (1/2)

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



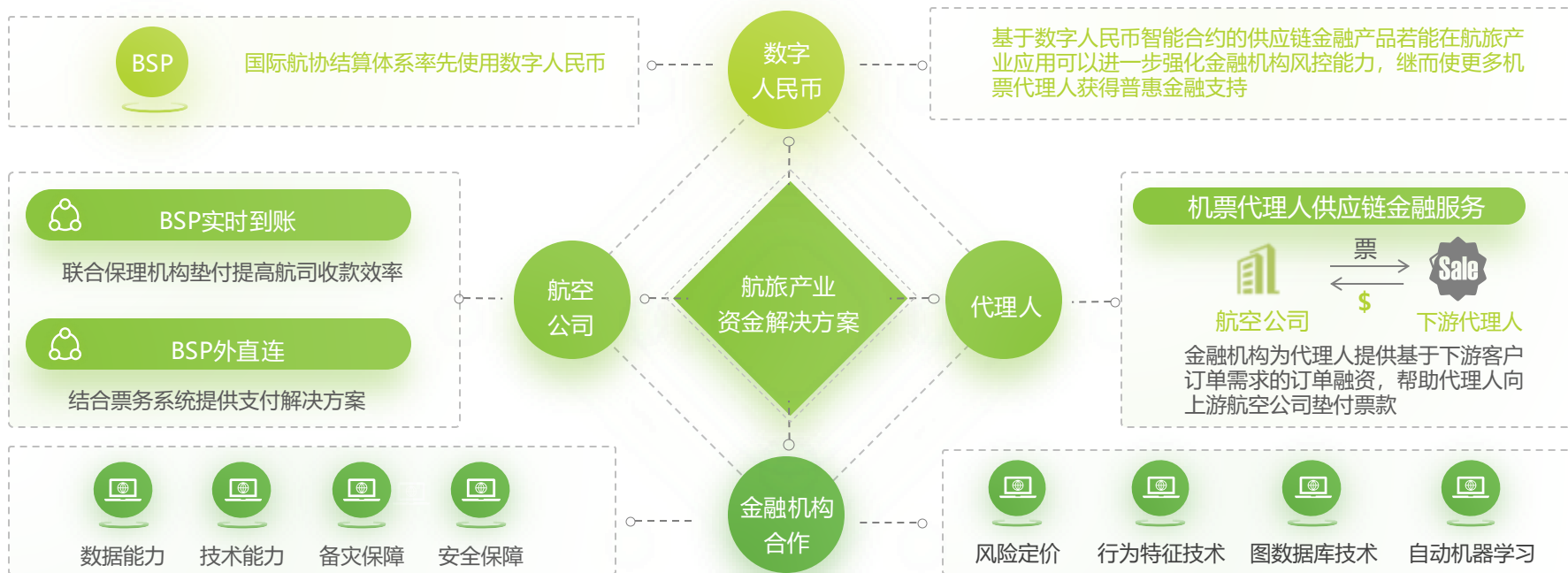
来源：综合专家访谈及公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

“支付+” 场景实践：航旅 (2/2)

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，机票代理人通常需要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：综合专家访谈及公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制。

03 / 卓越者评选&典型厂商案例

Outstanding Enterprises & Case Study

卓越者评选及典型厂商案例

- 中国第三方支付行业卓越服务商评选
 - “卓越者”评选说明
 - 入围说明
 - 评估指标介绍
 - 入围厂商名单
- 中国第三方支付行业典型厂商案例展示

《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。



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。

©2024.11 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

42

卓越者入围说明

01

2024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。

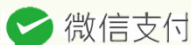
04

《2024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。

《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

“以夯实的支付科技、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。”



Yiwu Pay 义支付



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

典型厂商案例

以智能移动设备的NFC功能重塑C端支付服务业态， “碰一下+X” 系列产品助力支付、核券的便捷化应用

支付宝NFC支付：“碰一下+X” 产品介绍

“碰一下+X” 产品能力概览

“碰一下x支付”

- 通过手机、智能手表等移动设备的**NFC功能**实现“碰一下支付”，在解锁设备后**自动跳转支付界面**，优化移动端电子支付流程。
- 目前还有大力度的“碰一下支付优惠”活动，在享受当下优惠的同时系统还会预告下一次优惠金额。



“碰一下x数字化”

- “碰一下”产品与商户的线下经营相结合，在数字化转型过程中的实践应用：

- “碰一下”会员
- “碰一下”点餐



- “碰一下”营销



- “碰一下”互动



“碰一下+自助”

- “碰一下”产品在自助服务模式下的应用：

- “碰一下”自助购物



- “碰一下”借充电宝



“碰一下+身份核验”

- “碰一下”产品在身份核验场景中的应用：

- “碰一下”检票



- “碰一下”签到



背靠新大陆，以“四位一体”的战略布局构建数字商业生态圈

星驿付与慧徕店是上市公司新大陆的控股子公司，拥有国家高新技术企业认证。公司秉承“四位一体”的战略布局，以支付为核心，深耕“支付+”生态，致力于数字支付、场景SaaS、数字营销和增值业务，赋能实体经济，推动千行百业数字化转型。公司以“成为数字商业领军企业”为愿景，通过创新技术和优质服务，为商户提供全方位的数字化解决方案，携手生态合作伙伴共拓海量新商机，共同推动数字商业的繁荣发展。

“四位一体”战略布局

数字支付

- ✓ 为客户提供一站式数字支付解决方案
- ✓ 构建安全稳定的支付环境

数字营销

- ✓ 搭建全链路商圈营销平台
- ✓ 推动银行金融资产增值



场景SaaS

- ✓ 为各行各业提供智慧场景解决方案
- ✓ 助力商户数字化转型升级

增值业务

- ✓ 为商户和消费者提供商业衍生服务
- ✓ 创造更多商业机会

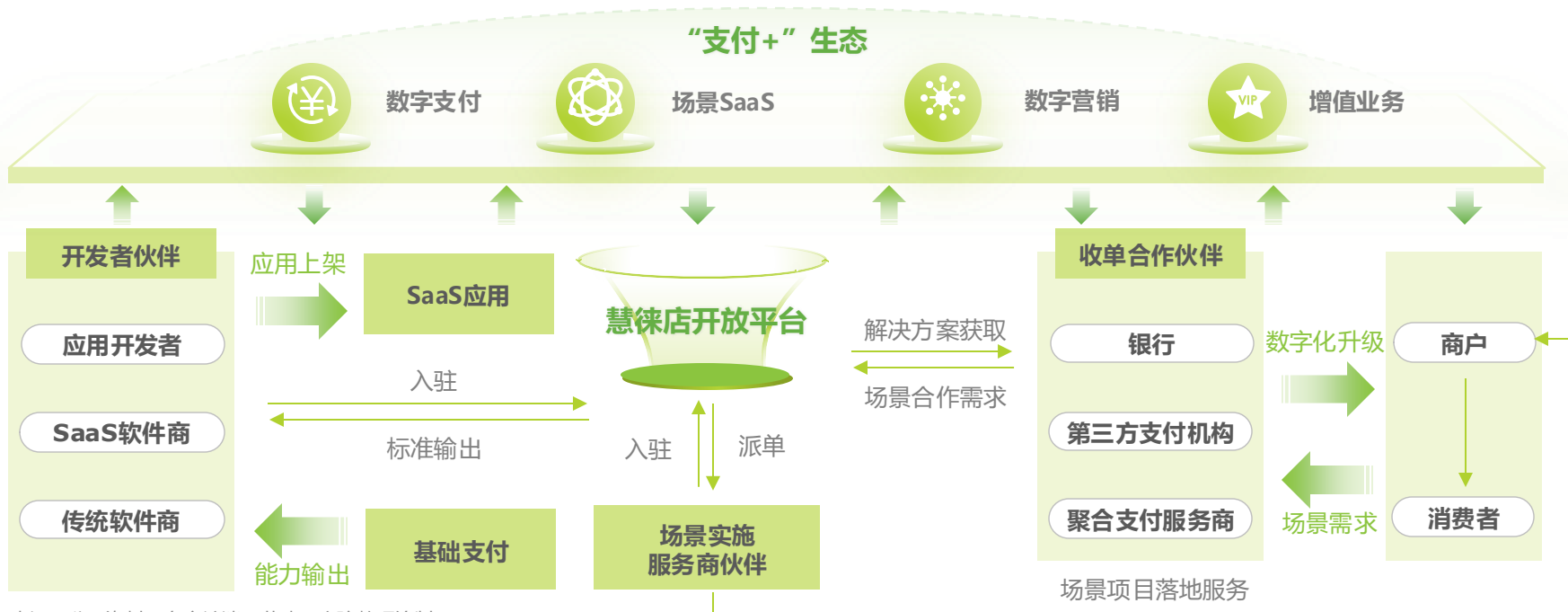
核心优势

上市公司背景 上市公司新大陆的控股子公司	合规 第三方支付牌照	全覆盖 股份制银行总行级合作	150+ 省级银行合作	12大行业 46个细分场景解决方案	300+ 场景生态合作伙伴
--------------------------------	----------------------	--------------------------	-----------------------	-----------------------------	-------------------------

确立数字商业三部曲的实施路径，共建数字商业生态

星驿付与慧徠店积极顺应数字技术发展趋势，确立数字商业三部曲的实施路径，推动支付服务场景化、商户服务数字化、数字商业生态化，助力商户经营，赋能实体经济；并于2024年4月正式推出双品牌战略，星驿付深耕支付，以“支付+”助力商户经营，赋能实体经济，让支付更有价值；慧徠店专注科技，持续输出科技能力，通过分布式计算、大数据、AI大模型等核心技术，打造慧徠店开放平台，让开店更简单。星驿付与慧徠店，旨在为高质量商户提供全方位的数字化解决方案，共建数字商业生态。

共建数字商业生态



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

全新升级斗拱2.0，与各方共创解决方案，共建to B数字生态

汇付天下旨在为企业收款、数据集成和资金管理提供平台服务。在技术创新、商业模式、解决方案等领域，公司始终走在行业前列。2021年，汇付天下在国内首创支付PaaS平台——斗拱，并于2024年升级为斗拱2.0，与各类软件/SaaS公司、商业银行、渠道服务商等共创场景解决方案，共建to B数字生态。

200+软件/SaaS合作

30+行业领域覆盖

50+解决方案沉淀



斗拱 > 全栈支付处理、数据集成、运营服务与软件开发平台



助力千行百业数字化转型，提供高效交付的解决方案

汇付天下面向品牌连锁、集团企业、互联网平台、跨境国际、数字经济、小微商户等行业场景，提供全渠道资金和数据管理、智能对账、连锁采购结算、支付中台、数电发票、跨云IaaS集成等高效交付的解决方案并稳定运营，助力上万家行业客户与千万中小微商户实现降本、提效和增长的转型目标。

主要客群行业

品牌连锁	SaaS/软件	集团企业	互联网平台	小微商户	数字经济	跨境支付	全球收单
全渠道收款	嵌入式支付	支付中台	大额支付	收款	数藏和数字	海外收款	覆盖线上线
灵活分账	支付中台	全渠道资金管理	自定义分账	营销	权益定制、	定制化账户	下场景的
电子礼品卡	连接器	智能对账	电子回单	金融增值	发行、营销	海关推单	API集成
智能对账	开发定制	跨云IaaS集成	供应链金融	人员管理	链上可编程	购汇结汇	一站式灵活
数电发票	支付运营	成	数据管理	数据报表	支付钱包	资金结算	结算

主要客户与合作伙伴



来源：汇付天下，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

以创新引领行业变革，迈向时代一流的交易服务商

易宝支付是中国知名的第三方支付机构，创立于2003年，率先创立B端“行业支付”模式，始终专注于为企业和机构客户提供**智能、便捷、可信赖**的交易服务，帮助客户**实现业务增长和数字化转型**。易宝支付首批获得中国人民银行支付业务许可证及国家外汇局关于支付机构开展外汇业务的批复，拥有国家高新技术企业资质和北京市专精特新中小企业称号。发展至今，易宝支付已成为一家年交易量近3万亿、合作商家超百万、服务多个行业领域的数字化交易服务商。

易宝支付业务布局及核心能力介绍



Beyond
一群人的浪漫
Innovative



21年

行业经验积淀



近3万亿
年度交易规模



100万+
企业与机构客户



7x24

YeeCare专业服务保障

强大的
交易资源整合能力

丰富的
支付工具

灵活的
技术架构

数智化思维的
服务实践

覆盖全业务场景的
风险防控能力



数字航旅



智慧零售



数字金融



跨境出海



数字政务



互联网3.0

以客户为中心，量身定制智能、便捷、可信赖的交易服务解决方案

针对各行业客户痛点，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台，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，创造更大价值。

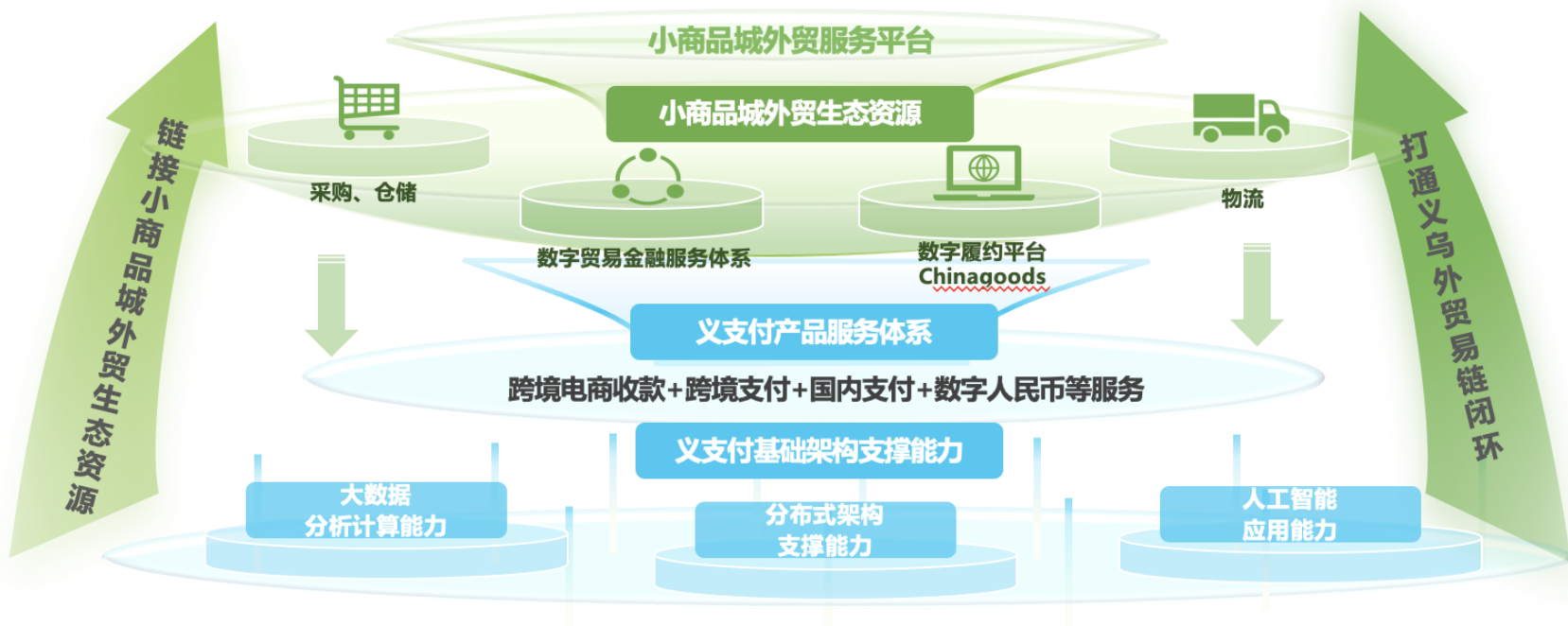
易宝支付数字化交易服务能力优势介绍



基于义乌市场生态体系下的跨境贸易综合金融服务商

义支付作为义乌商城集团旗下全资控股的支付公司，依托集团数字贸易金融服务体系的建设（商城征信、商城保理、义支付），融合大数据、仓储、供应链，数字履约平台Chinagoods的深度合作，通过多样的产品功能、及时的本地化服务，助力企业与经营户在支付环节降本增效，落实数字普惠，服务实体的需求。义乌商城集团通过构建一个真实、开放、融合的数字化贸易综合服务平台，为企业提供全面的贸易服务解决方案，沉淀“科技+数据+外贸场景”能力。结合传统外贸业态的数字化升级需求，义支付以“支付结算”为着力点，为企业提供合规、安全、高效的全链路贸易支付服务。

义支付深度赋能专业市场外贸企业商户 “科技+数据+外贸场景”能力展示



来源：义支付，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

链接国内外支付渠道，为小商户提供智慧化跨境解决方案；
以结算中台为基础，为客户提供个性化的资金支付结算服务

义支付通过链接主流国内外支付渠道、主流银行账户分账产品及小微信贷产品，为小商品产业生态提供**智慧收银**、**跨境支付**、**智能分账**、**数字化贸易**等服务，构建集团生态人-货-场的资金流与信息流闭环。此外，以结算中台为基础，针对各行业客户数字化转型痛点，义支付为客户提供个性化的资金支付结算服务解决方案，包括多种支付方式的入金支持、智能资金账户服务、丰富的营销工具以及数据服务中心，帮助企业提高资金管理效率、降低财务成本，为各行各业的数字化升级持续赋能。



以数字货币桥与伞列钱包为底层支持的数字人民币跨境业务，助力义乌外贸“一带一路”生态建设

近年来，响应国家“一带一路”战略号召，义乌小商品城围绕共建“一带一路”国家布局海外仓业务，依靠日益便捷的基础设施，推动义乌外贸进出口再创新高。2024年1—9月，义乌市进出口总值达4998.8亿元，同比增长16.6%。其中出口4410.9亿元，增长16.1%；同期，对共建“一带一路”国家合计进出口3082.2亿元，同比增长17.2%。义支付作为商城集团旗下第三方支付服务公司，以数字化能力为引领，打通海外供应链体系，凭借数字货币桥与伞列钱包的底层技术支持，为在“一带一路”沿线贸易的义乌外贸人提供数字人民币跨境支付服务，该项业务在伊拉克、越南、菲律宾、马来西亚、印度尼西亚等多个“一带一路”国家获得了较好反响，推动了资金流转效率，提升了跨国贸易的便利度。

中国工商银行&义支付：跨境联动支付方案



特点一：降低交易成本和汇率风险

- 降低买家交易运营成本
- 降低境外汇款及境内资金清分交易成本
- 汇率相对稳定

特点二：链路清晰实现点对点

- 借助境内外双层结构化实现跨境交易资金一对一、笔笔清、笔笔结。

特点三：提升业务合规性

- 打造基于跨境支付的高效数字货币服务，依托数字化优势，保障业务合规开展。

中国银行&义支付：数字货币资金链路图 (伞列钱包模式)



来源：义支付，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

提供“安全”、“便捷”、“普惠”的数智生活服务

中移金融科技有限公司（简称“中移金科”）是中国移动的全资子公司，致力成为“赋能主业的国企一流金融科技国家队”；打造1+6+N产品发展体系，即1个平台型头部产品：中国移动钱包，涵盖6大产品线：支付、金融、电商、超级SIM、保险、金融大数据，以及信用购、智慧出行、智慧食堂、号码借等N个产品及解决方案。

中移金科业务布局及核心能力介绍



智慧出行

- 基于超级SIM卡NFC支付能力，打造全民、全域、全卡、全端，积分、话费融合支付的“四全一新”交通出行产品能力及支付方式，提供“通信+出行”特色金融服务，围绕车主需求提供加油、充电、洗车等一站式交易及权益服务。



智慧食堂

- 金科公司为企业、校园食堂提供的集智能支付、客户管理、精准营销于一体的智慧化解决方案，包括智能支付设备和管理系统。已覆盖福建、浙江、江苏、湖南等31省份，活跃用户近四百万，客户体量位居行业第一阵营。



智慧商铺

- 以B端商户业务场景为切入点，通过与中国移动通信主业产品融合包装，面向商户提供日常经营所需的通讯服务、支付收款、运营管理、营销宣传等服务

➤ 1个核心战略平台级产品：

中国移动钱包

➤ 6个产品线：

支付	金融	保险	超级SIM	金融大数据	电商
----	----	----	-------	-------	----

➤ N个市场化产品及解决方案：

商客金服	信用购	守机宝	智慧出行	金融大数据	积分商城
智慧食堂	供应链金融	爱家宝	电子学生证		数智商旅
权益智付		旺铺宝			
		防诈骗			
		元信任			

生态合作情况

(代表性列举)



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

04 / 中国第三方支付行业 未来趋势预判

Industry Development Trends

数智化浪潮下，“支付+数据智能”或成支付企业第二增长曲线

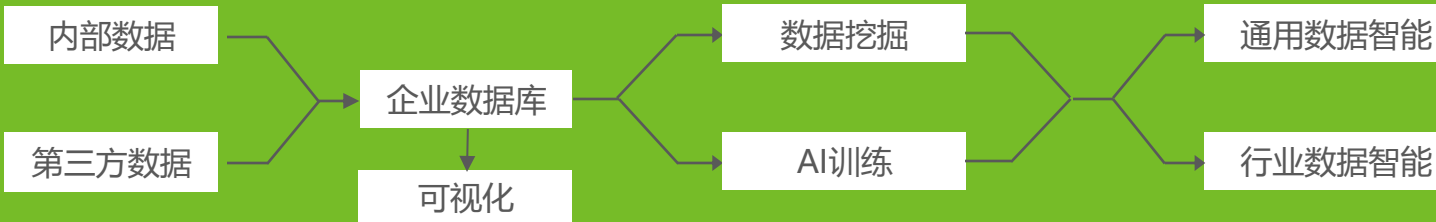
“支付+SaaS”打通企业数据库，实现全局数据可视化；“支付+AI”挖掘数据智能价值，实现商业分析智能化；“支付+数字孪生”模拟企业真实 workflow，实现企业全域数智化

“支付+数据智能”实施路径

Step3:支付+数字孪生，对真实 workflow 进行数字化模拟，实现企业全域数智化

数字支付 → 数字金融 → 数字生产 → 数字流通 → 数字营销

Step2:支付+AI，通过数据挖掘及AI训练，实现商业分析智能化



Step1: 支付+SaaS，资金+业务数据双打通，实现全局数据可视化

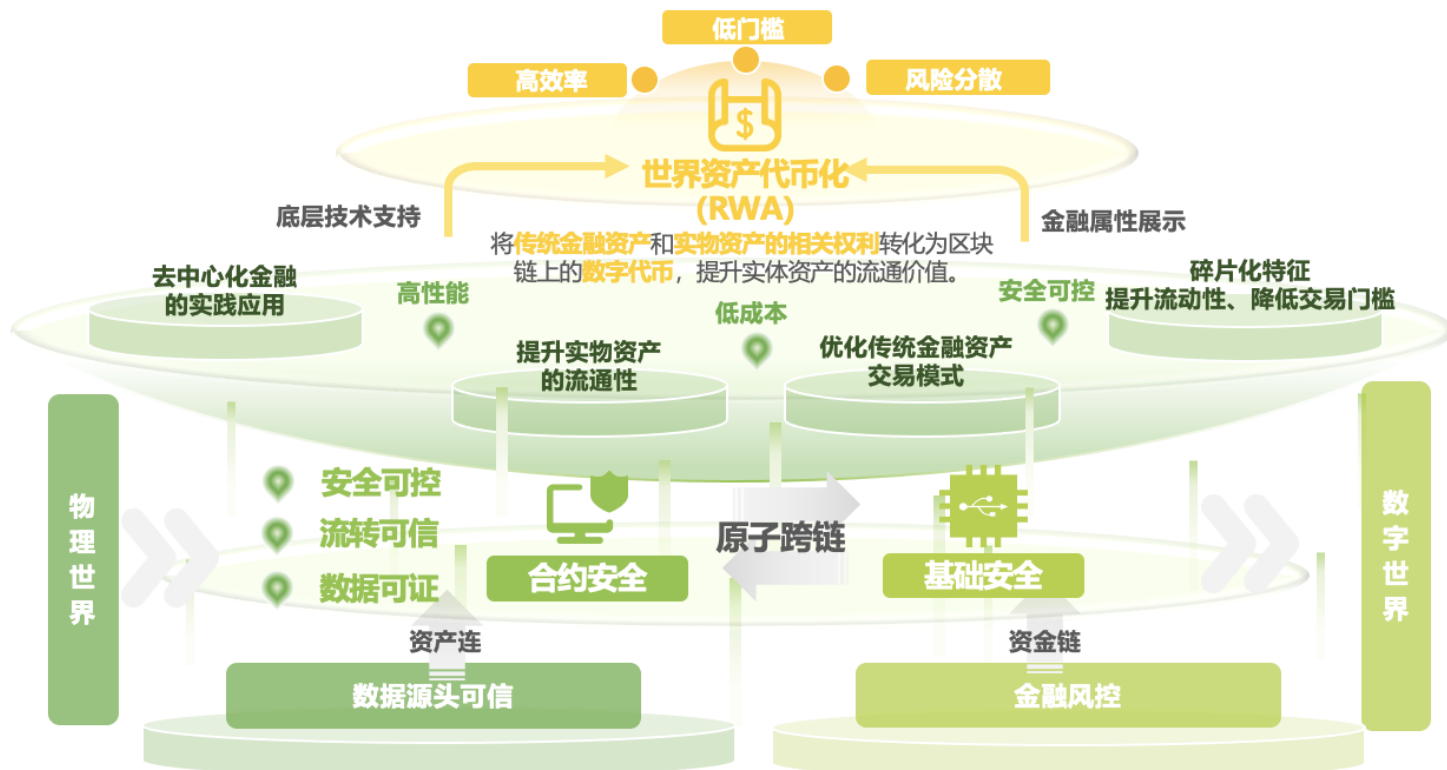


世界资产代币化 (RWA)

打通资产与加密市场桥梁，用数字助力实物资产的可信数据流转，提升行业融资与资金链流转效率

基于可信技术在区块链上发行实物资产的数字代币，将企业中无法衡量的业务积累与实物资产的相关权利转化为区块链中流通的货币资产，为资产与资方打通现实资产与加密市场的桥梁，在底层可信数实孪生技术的支持下，保障资产链上数据的安全、透明和不可篡改，应用数字技术将实体资产数字化，突破传统金融以及市场的桎梏，为实体资产企业提供独特的融资渠道，在数字经济中获得更多元的交易内容。

世界资产代币化 (RWA) 架构及底层可信数实孪生技术展示



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

伴随中国企业出海热潮，支付出海迎来新机遇

面向海外广阔的需求市场，优秀中国企业掀起出海热潮；中国企业出海生态的成熟，衍生出更加多元化的跨境支付需求，为支付出海带来新机遇

全球各地域特征与出海环境概览

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

来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院整理绘制。

05 / 中国第三方支付行业 专家之声

*以下专家之声内容展示顺序依照专家交流时间先后进行排列

Industrial Experts' Insights

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。

©2024.11 iResearch Inc.

■ 产业数字化变革为支付行业带来新的增长机遇，企业出海热潮推动支付行业加快国际化布局

国内方面，**产业数字化变革是时代赋予的重要课题，商业机会潜藏于这种产业迁移和结构化变革中。**产业数字化变革正在重塑产业上下游关系和产品与服务的组织形式，线上化、连锁化、生态化趋势下，各行各业不断涌现新的业态，并伴随产生新的交易服务痛点，To B交易服务正在面临全面升级，**易宝支付紧跟产业变革，在航空、零售、消费金融等领域推出了多项创新的交易服务解决方案，赋能企业客户快速实现业务升级。**

国际方面，中国企业正在以前所未有的速度和规模走向世界，逐步驶入全球化的深水区，中企在海外所面临的挑战与考验也在不断升级。**易宝支付将国际化列为重点发展方向**，凭借对各类跨境贸易需求的深刻洞察，有力支撑中国企业全球化，聚焦头部客户为其提供智能、便捷、可信赖的交易服务，全力构建一站式全球跨境贸易交易处理网络。

■ 数字化升级只有一个目的，就是更好的为客户创造价值：更高的效率、更好的体验、更低的成本和更开放的协同生态

秉持“高效协同 智能进化”的数字化理念和“为客户服务是易宝存在的唯一理由”的核心价值观，易宝支付从战略、组织到业务流程实现了全方位升级，通过重构核心业务流程和运用智能技术，提升了整个组织面向客户的敏捷反应能力，为客户提供更高效率、更好体验、更低成本的服务，创造更大价值。

过去20年，我们称没有数字化的企业是传统企业，而未来20年，没有实现智能化的企业，将变为传统企业。易宝旨在**将智能化融入组织基因**。今天已在多个场景中引入决策智能和生成智能，智能化的渗透率正在逐月增加，这些举措帮助我们提高了交易服务处理效率，优化了支付体验，增强了员工效能。在未来，易宝将以“数据智能引领交易服务”为目标，继续探索智能化技术与场景的融合，持续迭代进化，超越创新。

iResearch – 第三方支付专家之声



林坚

国通星驿

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。

©2024.11 iResearch Inc.

■ 瞻趋势：

- 1. 监管加强，行业将迎来良币时代：**在行业成熟过程中，竞争和监管双轮驱动行业健康发展。经营合规、拥抱监管、服务优质且商户基础扎实的机构将巩固市场地位，而合规性和服务能力不足者将被淘汰。随着监管加强，合规成为支付机构生存和发展的关键，支付行业有望迎来良币时代。
- 2. 商户数字化将成为行业转型源动力：**疫情期间、各行业均感受到数字化的必要性与紧迫性。数字化转型正成为推动各行各业发展的新引擎，支付服务作为商业活动的核心环节，其创新与变革对于企业的数字化进程至关重要，支付服务的未来不仅在于交易的完成，更在于其能够为商户提供全面的数字化解决方案，助力各行各业数字化升级。
- 3. 跨境支付市场潜力巨大：**疫情结束后，全球经济复苏，跨境电商与海外线下收单市场再现增长势头，跨境支付市场需求持续增长。支付机构通过提供便捷、安全、稳定的跨境支付服务，满足消费者日益增长的跨境交易需求，同时也为企业拓展国际市场提供强有力的数字化支持。

■ 谋未来：

- 1. 完善合规体系建设，加强风险管控：**作为行业头部企业，公司密切关注监管政策动态，持续优化合规管理体系，坚守合规经营的基础方针。公司注重员工的合规培训，强化团队对合规重要性认识和风险防控技能。同时，公司投入大量研发预算，基于AI大模型、大数据等核心技术打造先进的智能风控系统，以智能化的手段提升公司的整体合规和风控能力，实现对交易风险的实时监控预警，保障每一笔交易的安全合规。
- 2. 以“四位一体”战略为核心，深耕“支付+”：**公司持续构建数字商业“四位一体”的战略布局，通过慧徕店开放平台，以支付服务为切入点，构建“支付+”服务矩阵，开放式整合数字商业各产业链方，持续产品技术创新，优化用户体验，深耕落地各行业场景解决方案，助力千行百业数字化转型升级。
- 3. 积极布局国际业务，以战略眼光拥抱新机遇：**公司秉承可持续发展战略，不断探索支付服务的增长潜力，以战略性拓展巩固行业地位。随着全球数字经济的发展，把握外贸新业态带来的发展机遇，积极布局国际业务，旨在通过技术创新和优质服务，助力更多优秀的中国企业走出去。

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

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2024.11 iResearch Inc.

■ 瞻趋势：数字化和国际化是第三方支付行业的两大关键词

数字化：数字化本质上是一场软件驱动的变革。在此过程中，支付不再局限于传统通道功能，而是通过资金管理、系统集成和数据分析等能力，以一站式综合解决方案助力企业实现降本、提效和增收。头部支付机构通过开放平台，与软件/SaaS共创解决方案，共建开放兼容的to B数字生态。

国际化：“要出海，先铺路”，这条路就是服务中国出海企业的跨境资金和技术基础设施。中国支付机构需要完善资金服务和数字化工具等基础设施，加强渠道、汇兑、风控、合规等能力建设，与卡组织、全球银行、海外支付服务商、云厂商、SaaS/软件公司等共建全球资金网络。

■ 谋未来：依托支付PaaS平台聚焦数字化发展，建设全球资金网络助力国际化布局

在数字化领域，汇付依托业内首个支付PaaS平台“斗拱”，汇聚主流支付通道与方式，连接150+通用与垂直型SaaS，全面覆盖多元化的消费场景。1)打造全渠道资金和数据管理解决方案，连接公/私域，线上线下全渠道，实现资金统一归集和分发；2)创新电子礼品卡系统、会员积分营销、数字权益NFR等数字营销玩法，零售泛私域运营，助推销售增长；3)提供定制化数据报表、智能对账系统、灵活分账结算等功能，为企业商业决策提供数据支撑，加速推进业财一体化。

在国际化领域，汇付国际作为汇付旗下跨境与国际业务子公司，依托汇付完备的境内外支付牌照资质，覆盖全球150多个国家地区，支持全球超25个币种本地银行账户收款与离岸人民币跨境结算。汇付国际连接全球主流卡组织、全球银行、电子钱包及支付机构，并已成功升级为MasterCard直连收单行；打造全球收单、外贸收款、快速结汇等解决方案，覆盖跨境电商、独立站、航旅出行、出国留学等各类场景。

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。

©2023.9 iResearch Inc.

■ 瞻趋势：安全合规是支付产品的定海神针，换新升级打响数字时代支付开门红

在安全合规方面，义支付去年取得了人民银行颁布的《支付业务许可证》，正式成为获许在全国范围内从事互联网支付业务的第三方支付企业。去年10月义支付获得了国家外汇管理局颁发的外汇业务许可资质，同时人民银行今年也入场进行了相应的检查工作，对于义支付的基础业务能力表示认可。

与其他支付机构相比，义支付背靠集团资源，能够为客户提供集品牌出海、供应链金融等多元化服务，而支付作为集团生态链条中的一环，业务开展具备先天优势，客户普遍的沟通意愿较高，未来义支付将持续关注规模发展，希望三年内规模达到100亿。

此外，在用户体验提升方面，义支付推出可视化资金轨迹系统，从买家打出款的一瞬间用户就可通过系统看到资金轨迹、到账时间以及中转行信息，在提升转账效率的同时为用户提供更完善的可视化转账服务体验。

■ 谋未来：统筹国际资源，建设全新数字人民币跨境解决方案

顺应一带一路发展以及义乌商户跨境支付服务需求，在满足业务合规和行业监管要求的前提下，去年义支付发布了全新的数字人民币跨境解决方案，通过工商银行浙江分行和义支付搭建的合作渠道，阿联酋采购商可以直接在工商银行阿布扎比分行汇入当地货币，通过工行系统内清算网络，以跨境人民币的方式付款，消除中间转汇的繁琐环节，降低货币兑换成本，保障资金的快速到账。

在人民币跨境应用与迪拉姆本地收款的基础之上，义支付还将原有的16个币种扩充到25个，币种层面的收益率有了较大提升，未来义支付规划将该类业务模式普及到包括南非、俄罗斯在内的多个国家。

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