

步入高速发展期 移动支付线下场景争夺将进一步加剧

中国移动支付市场专题分析2017

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



定义区分

第三方支付：从广义上讲第三方支付是指非金融机构作为收、付款人的支付中介所提供的网络支付、预付卡、银行卡收单以及中国人民银行确定的其他支付服务。第三方支付平台并不涉及资金的所有权，而只是起到资金中转作用。

移动支付：以移动终端，包括智能手机、平板电脑等在内的移动工具，运用蓝牙、红外、NFC（近场通信）、RFID（射频识别）等技术，通过移动通信网络，实现资金由支付方转移到收款方的一种支付方式。

数据分析

- 核心企业深度访谈，行业数据交叉验证；
- 行业公开信息、政府数据和企业财报等；
- 易观产品家族包括易观千帆、易观方舟、易观万像、易观博阅等，截止2017年9月30日，易观覆盖21.9亿智能终端，监测超过251万款移动应用；

目录

CONTENTS

01



移动支付市场步入高速发展期

02



推进线下商业互联网化进程 移动支付地位凸显

03



差异化发展 支付机构着力满足企业端多层次需求

04



场景拓展持续 行业并购大潮或来临

PART 1



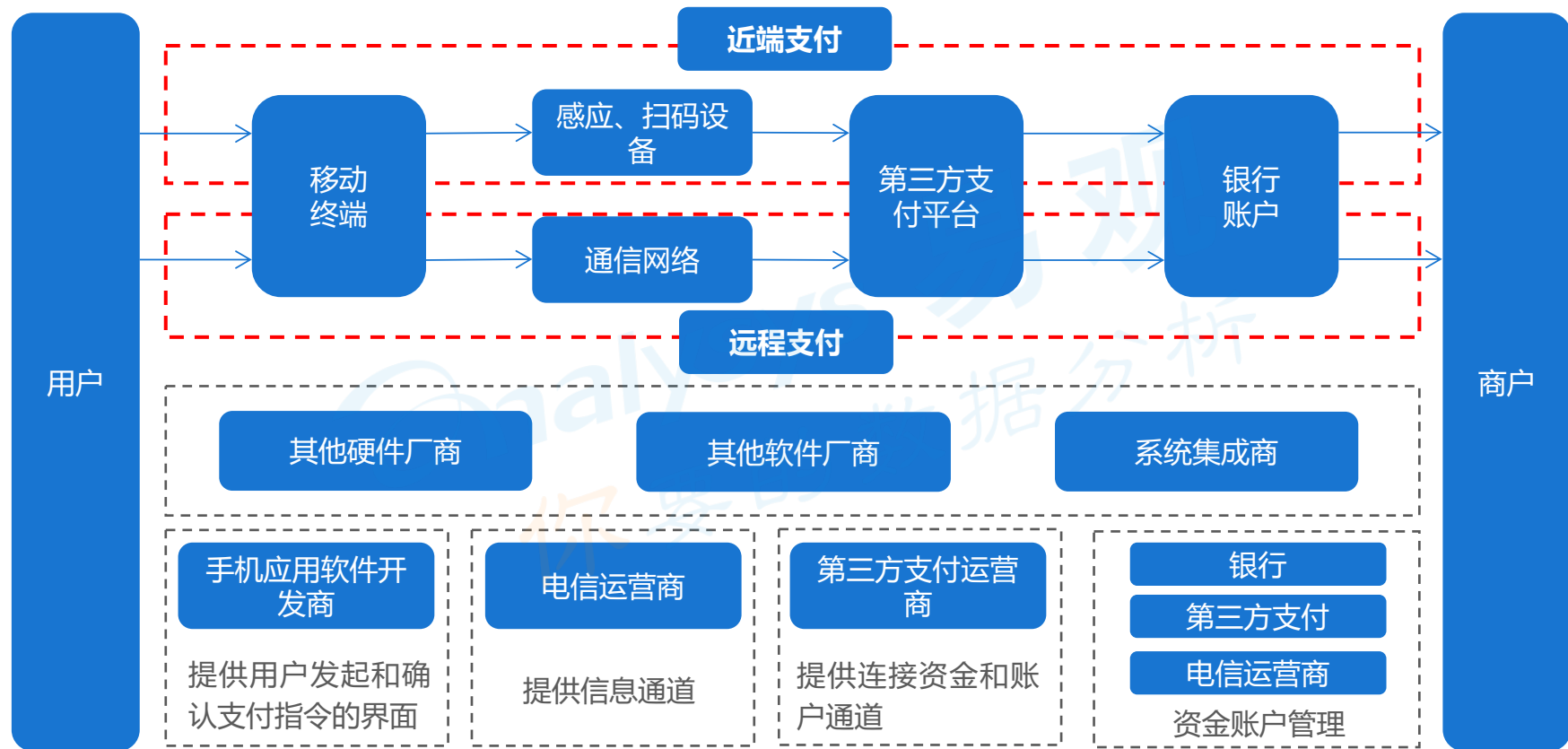
移动支付市场步入高速发展期

第三方支付行业产业协同日益加深

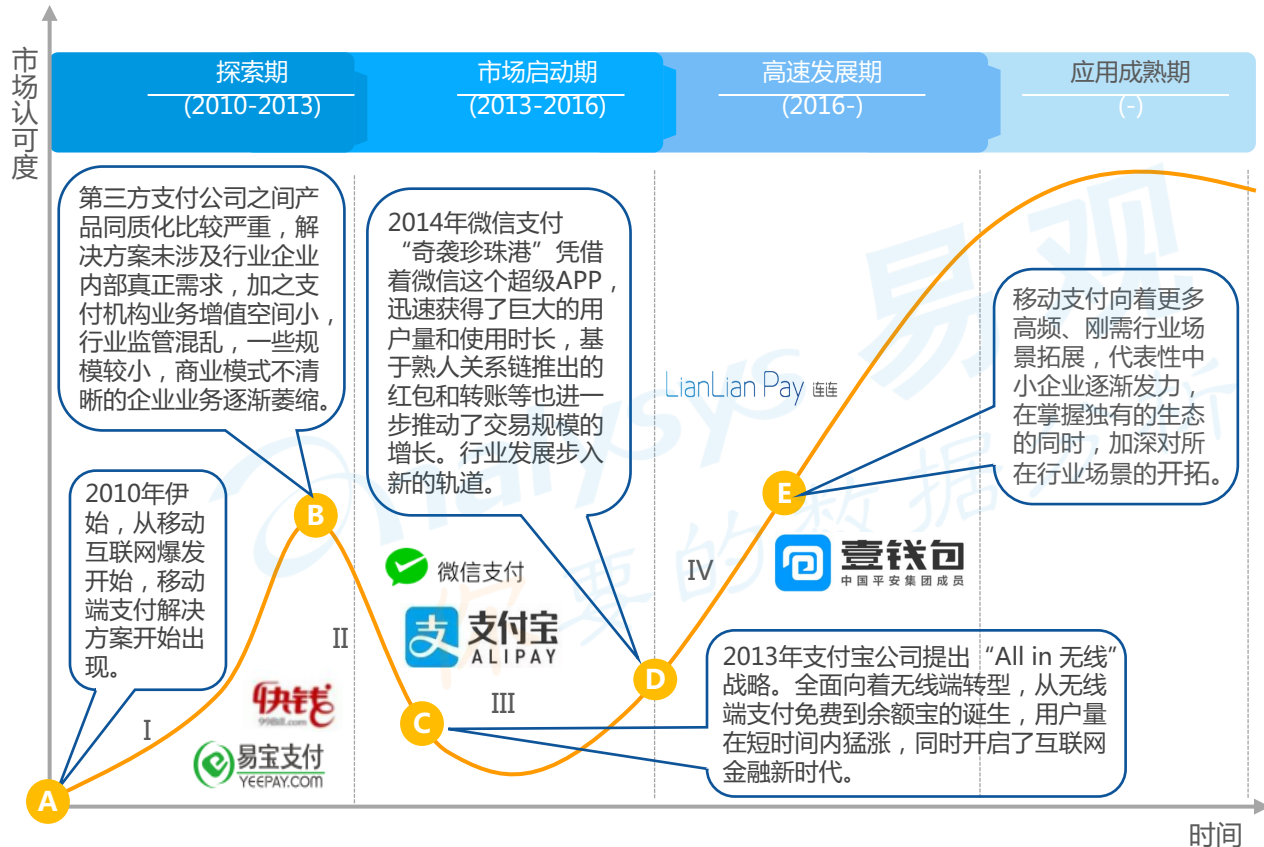
监管机构—人民银行



第三方支付移动支付行业产业链—模式成熟度提升



第三方移动支付市场AMC模型 向场景纵深开拓



易观分析认为, 随着二维码支付解禁和96费改的开始, 移动支付正式步入了高速发展期。移动支付向着更多场景拓展, 两大巨头的线下巨额直接带火聚合支付行业。移动支付正在深入到用户生活的方方面面, 同时也在加速线下商业的互联网化进程

移动支付市场PEST分析



政策因素

政府收紧第三方支付牌照发放；监管机构允许二维码支付被用于线下交易；线下收单市场费率改革。



经济因素

中国经济增长步入新常态，GDP保持较快增长，2016年全年国内生产总值74.4万亿元人民币，同比增长6.7%。



社会因素

截至2016年末，国内手机网民达到6.9亿，增速12.18%，手机端的用户群体绝对规模继续走高。



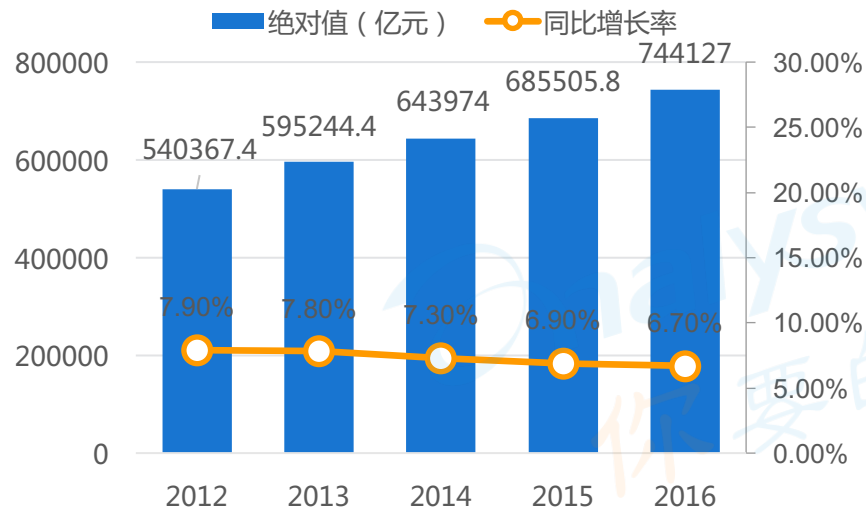
技术因素

移动互联网的高速发展，带来线上和线下消费场景的不断融合，进而为移动支付行业带来巨大的发展空间。

宏观经济总体运行平稳 消费规模持续增长

统计数据显示，中国宏观经济总体运行平稳，2016年GDP总量达到744127亿元人民币，同比增长达6.7%。从中国社会消费品零售总额来看，2012年至2016年，中国社会消费品零售总额连年保持高速增长，年增长率达到10%以上。宏观经济运行平稳基础上，消费规模的持续增长，第三方支付行业的高速发展奠定了基础。

中国国内生产总值变化统计

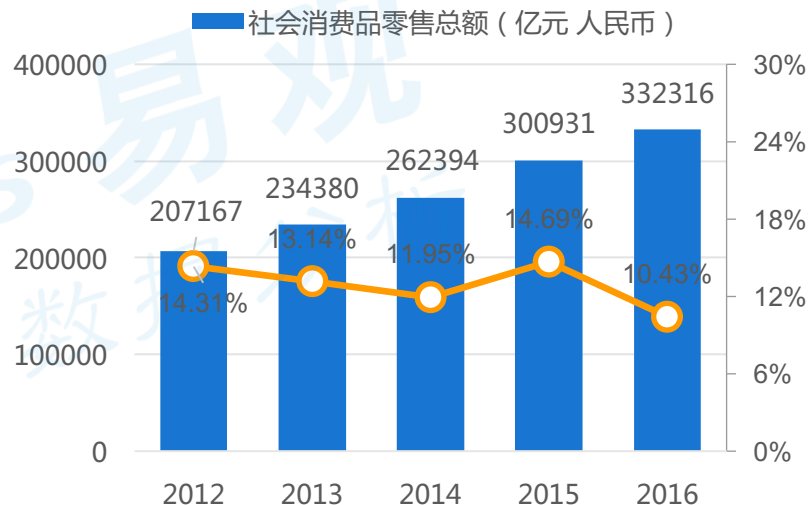


说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2016年中国社会消费品零售总额



说明：以上数据根据中国国家统计局披露，易观整理。

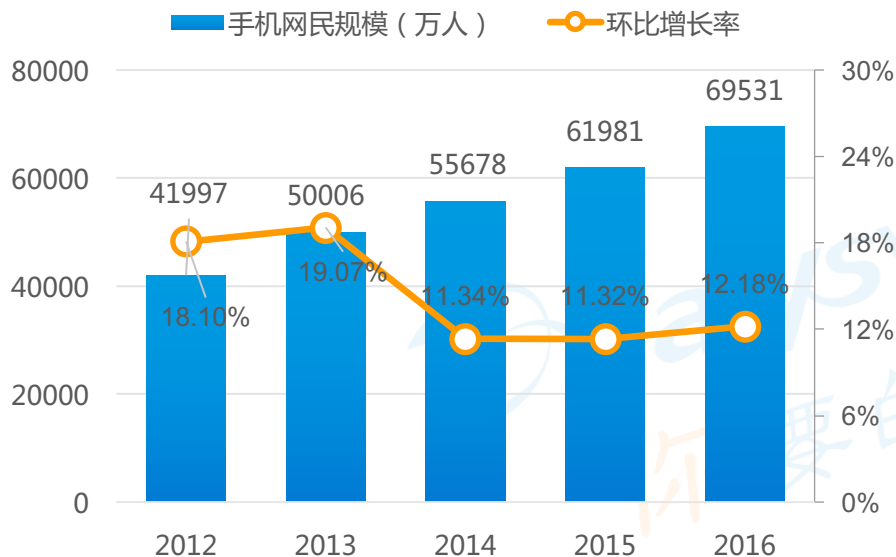
© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动互联网用户规模高位递增 市场规模稳定增长

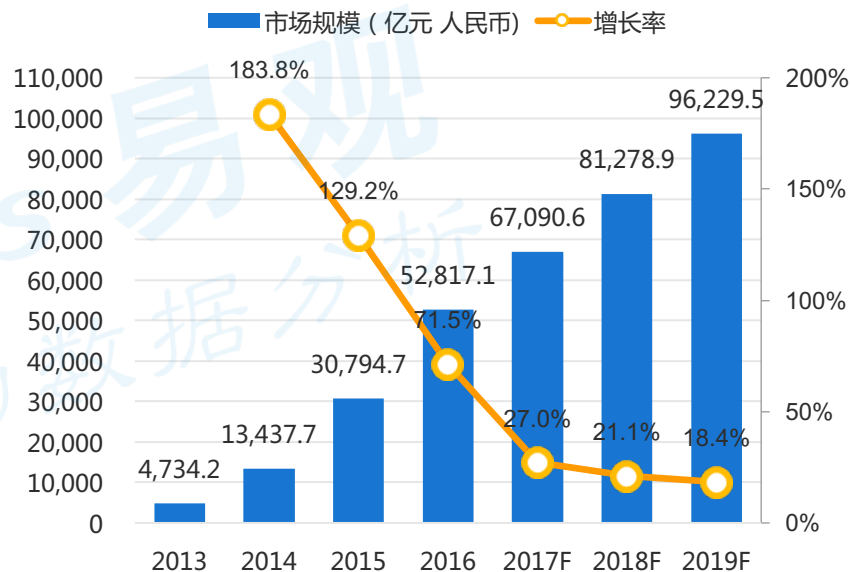
统计数据显示，中国移动互联网市场规模和手机网民规模均保持稳定增长。根据CNNIC公开数据显示，中国手机网民数量在2016年已经达到6.95亿元，同时移动互联网市场预计2017年可达到6.7万亿。

中国手机网民规模及其增速



说明：以上数据根据CNNIC公开数据所得，易观整理。

2017-2019年中国移动互联网市场规模预测

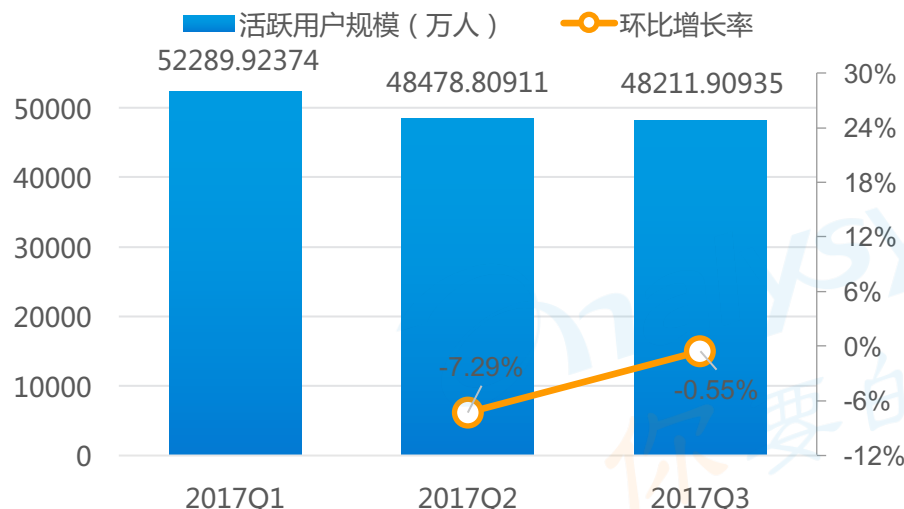


说明：以上数据根据互联网公开数据所得，易观整理。

干帆：支付领域活跃用户和启动次数均保持高位稳定

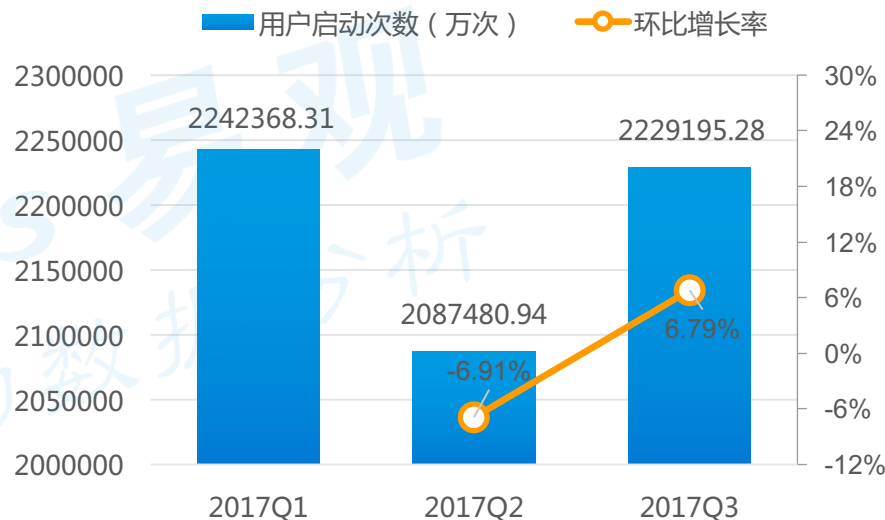
易观干帆统计数据显示，支付领域活跃用户数量和用户启动次数均保持高位稳定。其中，季度活跃用户规模2017年均徘徊在5亿人上下，季度用户启动次数虽然有季节波动，2017年也保持在200亿之上。

支付领域活跃用户统计



数据说明：易观干帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观干帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

支付领域用户启动次数



数据说明：易观干帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观干帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

二维码支付技术规范带动移动支付发展

因为存在安全隐患而被叫停的二维码支付，在重新被放开后，安全如何保障令人关注。在支付清算协会向支付机构下发《条码支付业务规范》（征求意见稿），明确指出了支付机构开展业务需要遵循的安全标准。这也被认为是官方正式承认二维码支付的地位，为二维码支付的后续发展奠定了基础。

三要素验证

按照不同验证要素后分类，风险防范能力可分为A、B、C级

支付分级限额

按照要素验证后的账户不同，单日累计交易额分A、B、C级

技术检测

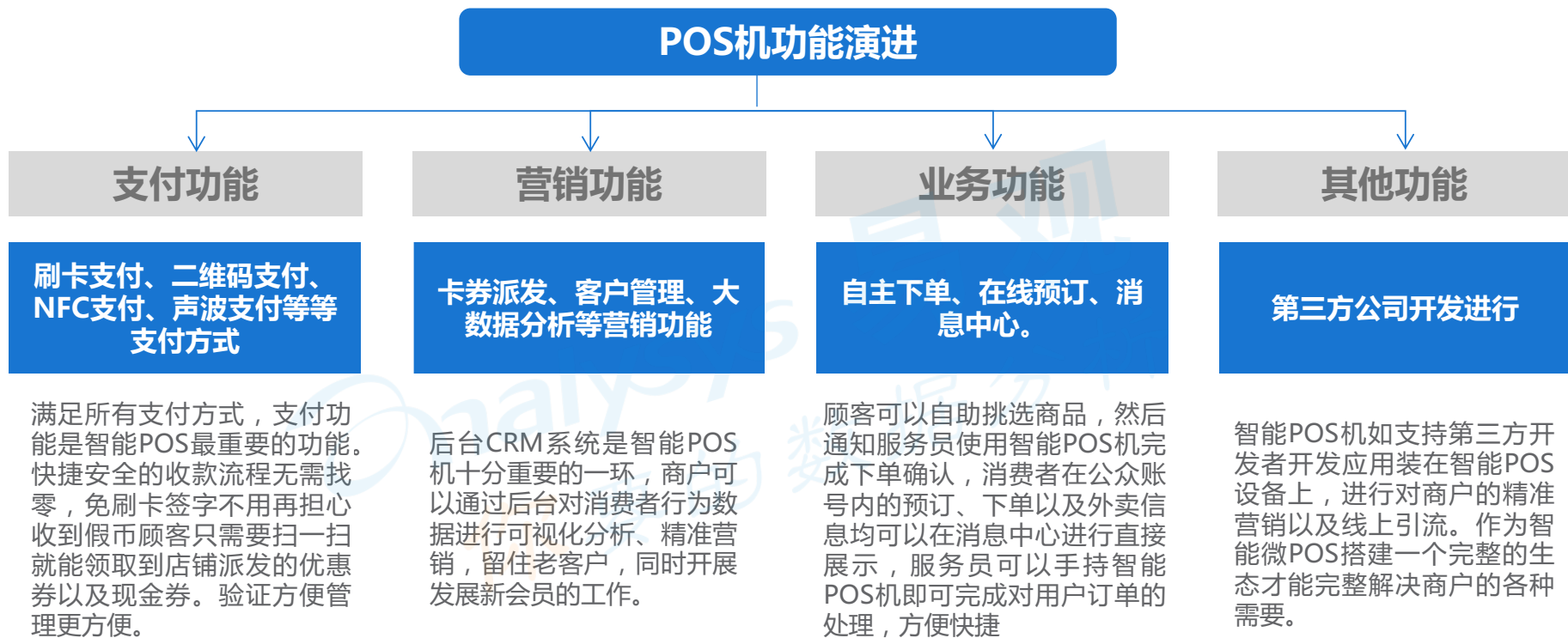
业务系统、受理终端/机具等，应当符合监管部门行业标准

机构责任明确

协议中明确交易验证、差错处理、风险赔付等方面的义务

技术规范

传统POS机向着智能POS演变 功能呈现多样化趋势



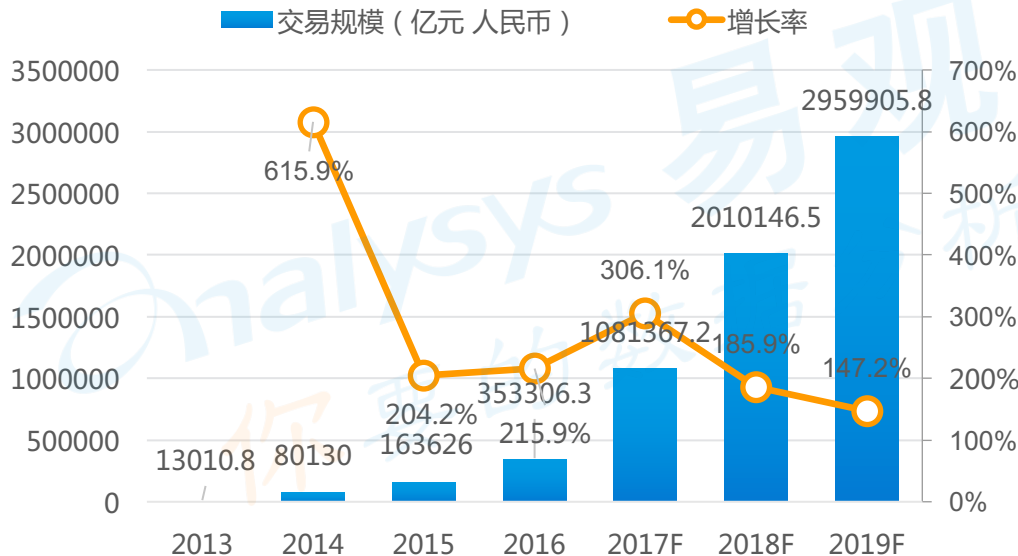
PART 2



推进线下商业互联网化进程 移动支付地位凸显

移动支付市场将继续爆发 线下争夺持续加剧

2017-2019年中国移动支付市场交易规模预测



说明：以上数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

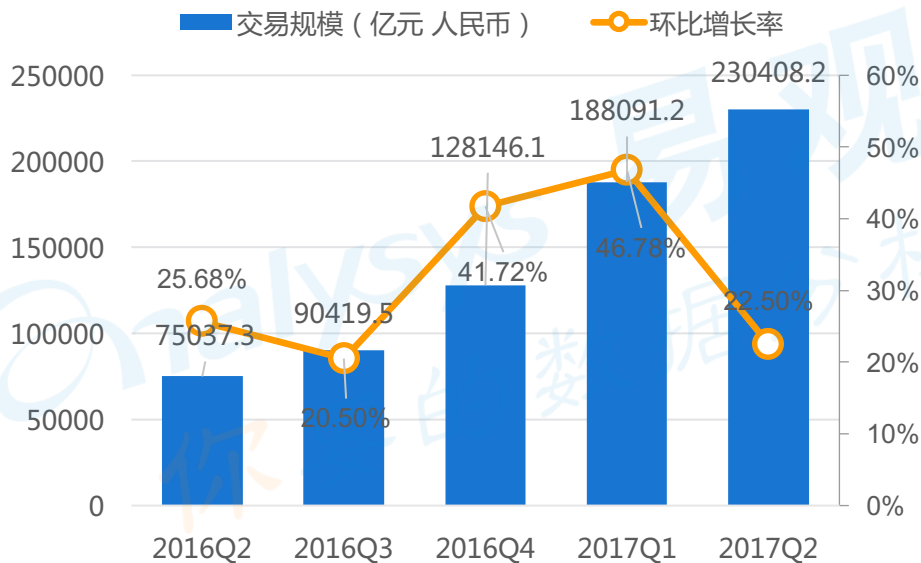
www.analysys.cn

2016年移动支付市场继续爆发，市场规模达到353306.3亿元人民币，同比上年增长115.9%。预计到2019年，中国移动支付市场规模将达到2959905.8亿元人民币。

易观分析认为，支付机构继续推行推出针对线下的服务商计划，未来主要移动支付厂商对线下的渗透将进一步加剧。从第三方支付行业整体看，经历费改之后费率降低，行业整体利润受到影响，支付企业正逐步摆脱分润的盈利方式，支付逐渐变为获取用户商业数据的入口。未来将通过大数据分析等方式，描述用户行为画像以及为B端商家赋能，打造属于自己的行业护城河。此外，受益于巨头争夺移动市场的高额补贴，聚合支付企业受到资本市场追捧，未来拥有特殊渠道及资源，能够提供多元化增值服务的行业巨头将崛起。

移动支付市场增速呈现季节化差异

2016Q2-2017Q2中国第三方支付移动支付市场交易规模



说明：以上数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动支付在整体用户市场中呈现高速增长态势，但每个季节增速各不相同。

从2016年3季度来看，三季度支付厂商活动推广力度明显增加，带动移动支付又迎来了一波增长的高潮，但扫码支付刚刚解禁，增速并未得到显现。第四季度是电商销售旺季，电商销售节日双十一和双十二的落地令行业厂商活动推广力度明显增加，在一定程度上对第四季度的规模增长构成了支撑。春节的存在让2017年第一季度成为社交类支付的传统旺季，更多中老年用户的加入，红包和转账等社交场景交易规模继续呈现高速增长态势。本年度第二季度电商等行业交易增速回暖，利用促销等活动方式令行业整体规模继续走高。理财行业利率高点徘徊，也令金融类交易产生规模性增长。

未来，行业巨头仍旧将围绕线下场景紧密布局。补贴力度有望进一步加大。

移动支付市场收购整合持续 推动牌照价格持续走高

从2011年开始，央行一共发布了四种类型的支付牌照，包括互联网支付、银行卡收单、移动支付和预付卡牌照。从去年年底开始，由于监管收紧，银行卡收单行业市场变革，导致第三方支付牌照价格水涨船高，另外支付企业出于构建出自身生态考虑，产业整合持续发生。易观预计，这将推动移动支付牌照价值会进一步放大。

移动支付市场收购（整合）不完全统计汇总（2016-）

序号	支付公司及牌照类型	并购/被并购方	交易时间	交易金额	持股比例
1	雅酷空间（互联网支付、移动支付、预付卡）	51信用卡	2017.4	11亿元（传）	未知
2	钱袋宝（互联网支付、移动支付、银行卡收单）	美团点评	2016.9	未公布	100%
3	未知	奇虎360	2016.9	4.5亿元（传）	未公布
4	合利金融（互联网支付、移动支付、银行卡收单）	民盛金科	2016.9	14亿元	90%
5	深圳神州通付（互联网支付、移动支付）	美的集团	2016.8	近3亿元	50%
6	捷付睿通（互联网支付、移动支付、银行卡收单）	小米科技	2016.2	6亿元	65%
7	联动优势（互联网支付、移动支付、银行卡收单）	海立美达	2016.1	30亿元	100%

移动支付加速线下商业互联网化进程 入口趋势加强

易观分析认为，随着移动互联网和移动支付的发展，线下商业和线上商业逐渐融合构成闭环商业生态，消费场景存在多元化趋势，移动支付深度绑定个人生活后，各式各样加载了移动支付的消费场景变成流量入口。移动支付将变成商业基础设施，并将反过来导致整个消费市场格局重构。



移动支付带动线下商业互联网化

随着各类数字银行、移动支付的兴起，线下传统商业纷纷触网，构建线上线下一体的闭环商业生态

移动支付变成流量入口

移动支付深度绑定个人生活后，各式各样加载了移动支付的消费场景变成流量入口，并决定了消费程度。

移动支付将成为商业基础设施

从打车、外卖、餐饮、购物到公共交通、医疗等各种场景的移动支付服务向纵深服务发展，深耕行业、更加理解客户需求的公司必将重构消费入口，进一步占据更多市场份额。

盈利方式变迁：大数据应用，顾客行为分析等增值服务将成为主要收入来源



依靠流水分润获利

移动支付厂商依靠流水分润获利，无增值服务收益，获利方式相对单一且对商户依存度高。



系统占比提升

移动支付厂商将利用在商业交易过程中获得的大数据优势和流量入口优势。ERP等软件厂商进一步接入移动支付，增值服务开始出现。



增值服务成主要收入来源

第三个阶段硬件收入和流水分润所占比例正在变小，增值服务占收入所占比例将提高。增值服务延伸至大数据应用、会员系统建设、顾客行为分析等更高层次。

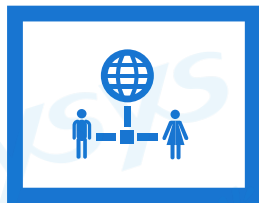
聚合支付厂商受益移动支付拓展 商户需求是重点

易观分析认为，聚合支付企业依然有巨大的发展潜力。移动支付市场的发展，特别是二维码支付被监管层放开后，行业的发展将带动海量线下中小商户对移动支付服务的需求。与之相对应的则是第三方支付市场的加速分化。微信支付依靠红包兴起后，与支付宝激烈厮杀，壹钱包积极跟进入局，美团、百度、小米、360、京东等巨头企业也纷纷自建或收购支付企业构建生态闭环。与此同时，银行、银联等机构的众多支付端口令中小微商户应接不暇。

移动支付发展造成
支付碎片化



巨头开拓移动支付
场景，混战线下



服务商补贴力度加大，
聚合支付受益



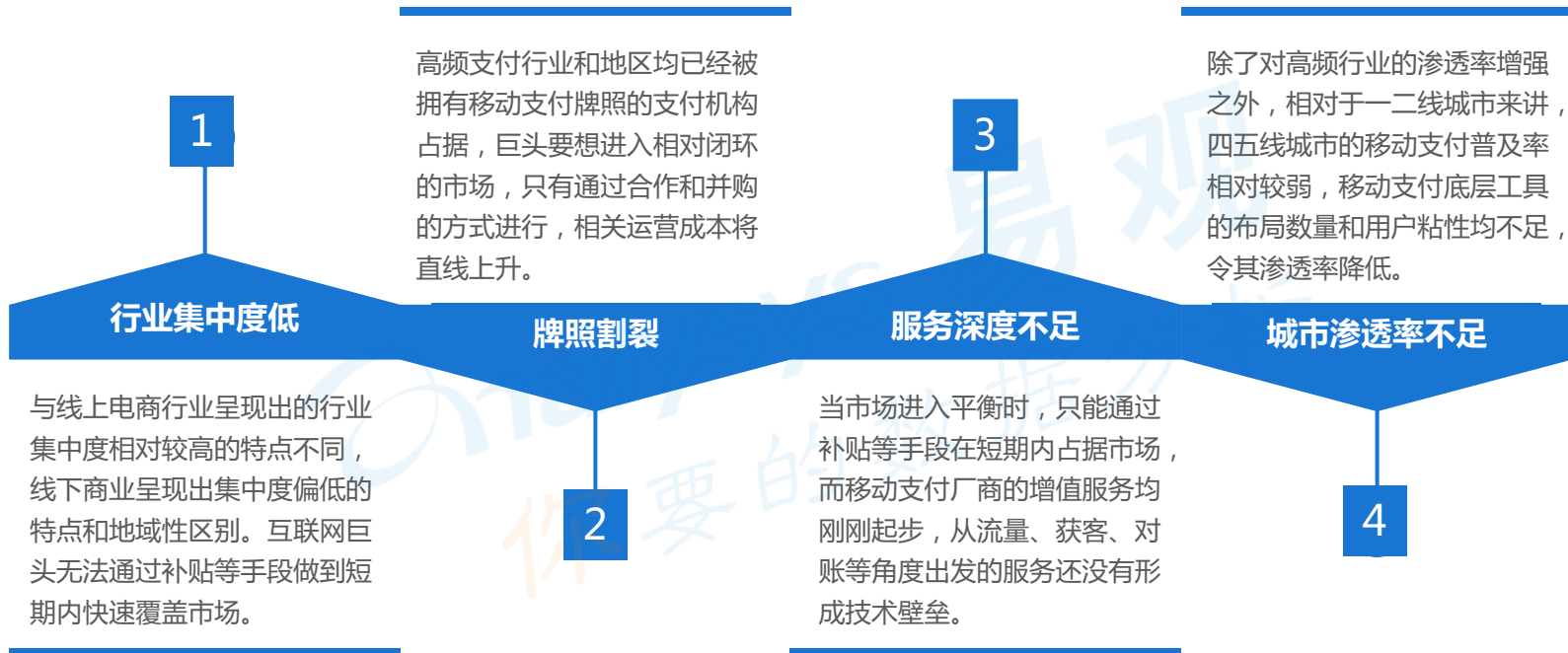
- 如同第三方支付的出现是为了对接更多银行接口，银行、第三方支付的众多支付端口令中小微商户应接不暇

- 无论微信支付这样的移动支付巨头，还是收单机构，随着线下规模的扩大需要将服务和拓展的工作进一步外包给线下服务商

- 易观预计未来移动支付市场仍然会激烈竞争，未来几年巨头的巨额补贴扶持计划仍将持续，如微信“星火”的计划

移动支付补贴大战短期内仍将持续

易观分析认为，移动支付是线下和线上商业生态改革的关键因素，移动支付重要性凸显，首先在高频、刚需的场景中做到普及，进而在大额支付中也将占据一席之地。因此，移动支付行业的交易规模将仍将保持高速增长，行业天花板远远没有达到。因此，支付宝和微信支付以及以壹钱包、连连支付为代表的众多的中小型移动支付厂商仍然有广阔的市场发力空间，移动支付对于客户和商户的补贴仍将持续，直到新增客户速度明显降低。



外资入华将面临多重挑战 用户转化是关键

易观分析认为，外资入华将会面临水土不服的问题，类似Apple Pay在中国发展迟滞就是一个很好的例子。在当前支付宝和微信支付已经在一定程度上构建起用户的护城河后，外资入华后期用户的转换成本将极为巨大。此外，对监管的理解，以及对国内互联网商业逻辑的认同，都将成为外资必须面临的问题。



移动支付发展加速令“无现金社会”价值凸显

易观分析认为，随着移动支付的普及，无现金社会的成长将加速。一方面，货币的信用价值并没有改变，只不过是传播的介质由纸币变成了数字媒介；另一方面，支付电子化进程的加速将为国家货币宏观调控带来更大的便利，也令宏观数据的统计更加准确；最后，移动支付的用户群体逐渐扩大，用户习惯已经养成，在保证资金和数据安全的基础之上，移动支付已经发展成为不可逆转的趋势。（注：“无现金社会”非消灭现金，指由于数字媒介和电子支付的发展，现金的使用规模将逐渐减少。）

移动支付场景覆盖愈加全面，持续的C端投入带动用户规模和使用频率的持续增长。

货币数字化的进程加速，实际是在统计更加精确的基础上，令国家又掌握了一种宏观调控的有力工具。



移动支付的快速发展并没有降低货币本身的价值，反而因为流通的便捷让货币价值更加明显。

移动支付实际上是移动互联网发展出的“果实”，反过来又通过对用户习惯的改造进一步影响了商业变革的进程。

提高增值服务质量成移动支付企业面临首要问题

经营成本

第三方支付企业给到银行的端口调用费率过高，占据大部分利润；市场竞争导致的推广及商户维护需求造成给代理商和服务商高额分润

服务增值

部分大数据服务沦为口号，大数据留存以及应有体系提炼尚无成功性案例完整案例，大数据应用开发成本较高，开发需要有数据基础

行业延展

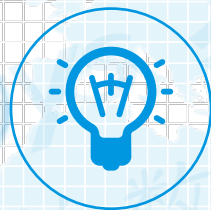
移动支付厂商只承载了支付功能，和CRM、ERP软件等融合程度欠缺市场开发、推广、管理等功能并未真正落地

产品开发

移动支付行业内相关面对C端产品已经形成体系，但面对B端产品还停留在渠道层面，虽然安全验证等风控问题已经被首先解决，B端开拓渗透有望持续加深



PART 3



差异化发展 支付机构着力满足企业端多层次需求

依托微信高频流量 微信支付加速金融增值产品推出



微信支付

微信支付是集成在微信客户端的支付功能，用户可以通过手机完成快速的支付流程。微信支付以绑定银行卡的快捷支付为基础，向用户提供安全、快捷、高效的支付服务。微信支付依托微信高频流量入口，在用户使用时长和粘性上都大幅领先行业竞争对手，加之其对支付场景的不断拓展，以及金融增值服务产品的不断优化推出，预计其交易规模仍将保持高速增长。

2016年

移动支付场景争夺进入白热化极端，微信支付接入线下门店超30万家。提出“无现金生活”理念。

2015年

微信支付开创春晚红包，10.1亿次收发创新了春节全民红包互动的新高潮。

2014年

移动支付大战开场，滴滴打车接入微信支付，3天突破10万单。微信支付智慧生活全行业解决方案正式公布。

2013年

微信支付正式上线。

竞争优势

微信生态

微信支付拥有微信这个超级流量入口，在用户数量和使用时长、频率上碾压对手，微信推出的小程序将进一步帮助微信支付进行场景拓展。

线下商户

微信支付采取服务商机制进行线下推广，使得其在短时间内在中小商户上取得巨大突破，交易规模在短时间内猛涨。

产品研发

微信支付在近期加速补全其过去一直是短板的金融产品体系，联系开发出理财、借贷等多种增值服务产品，进一步增加了用户的选择。

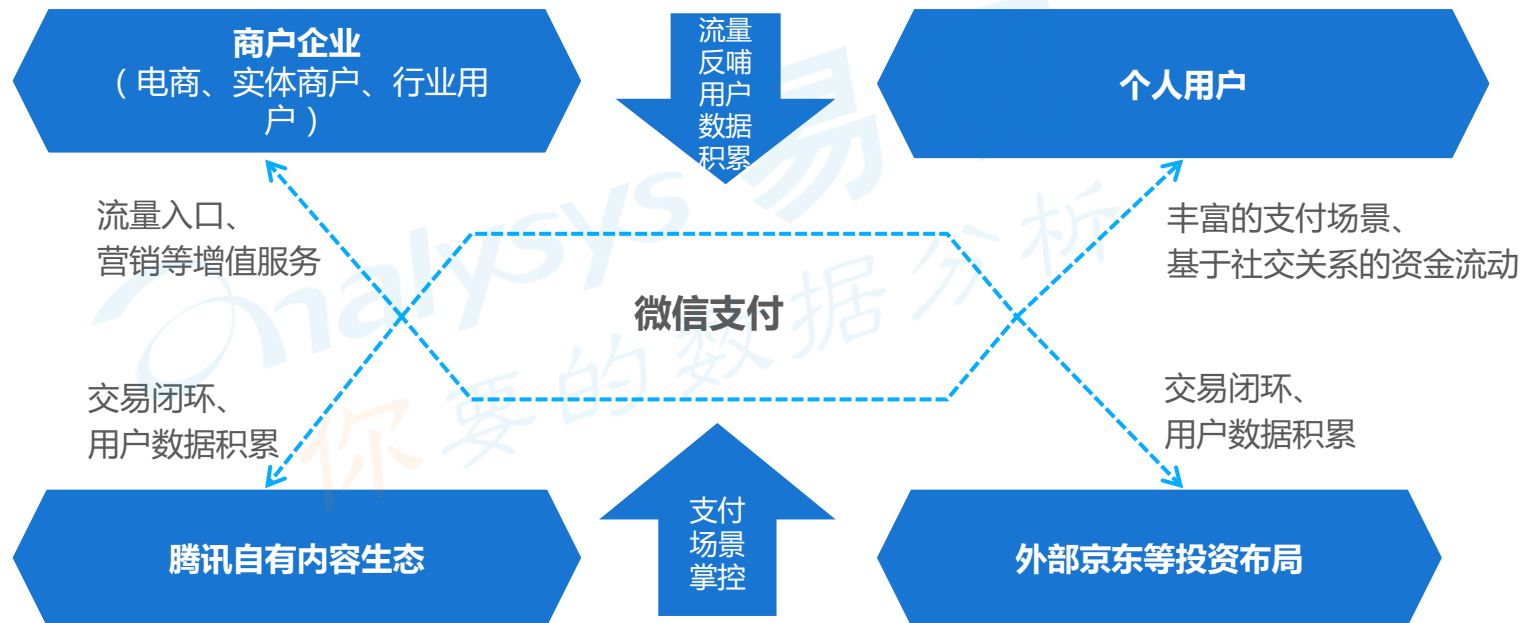
微信支付满足自有体系和外部商户多方位需求



微信支付

除了微信这个自带流量的高频应用支持，微信支付能够在短期内迅速崛起的另一个原因是基于腾讯内容生态的场景把控。包括视频、新闻、社交、游戏等多方面的腾讯自有场景以及京东、美团、58同城、乐居等多个投资合作企业。微信支付补足了线上线下商业交易中的闭环需求，由此带来的数据积累和供应链金融等增值服务将是下一阶段主要的发力点。

微信支付生态输出



壹钱包发展迅猛 稳居移动支付行业第三极



壹钱包是中国平安集团旗下第三方支付机构，亦是金融生活服务综合提供方，拥有网络支付、银行卡收单等六大业务牌照和资质。壹钱包重拳打造2C端最全能钱包“壹钱包App”，2B端最完整支付账户，及金融服务解决方案提供商。壹钱包通过连接金融和场景，钱包服务海量客户，成为移动支付行业第三极，目前服务超过1亿用户。

2017年

壹钱包成为网联六大机构董事之一，参与网联建设，市场占有率持续稳居行业第三。

2016年

壹钱包和万里通两大App完成合并，壹钱包App4.0上线，全年交易量万亿量级，市场占有率跻身行业第三。

2015年

平安付和万里通着手合并，引领“积分+支付”行业新模式，成为国内最大积分通用平台。

2012-2014年

2012年9月平安付成立，2014年2月壹钱包App2.0正式上线。

竞争优势

支付全牌照

拥有互联网支付、移动支付、预付卡和受理（全国）、银行卡收单、跨境外汇支付、基金支付等六大业务牌照及资质



“存”：多种渠道的高收益、低风险理财产品服务
“付”：支付服务能力，让金融能力直接触达场景
“贷”：可建立适用全场景、全人群的灵活信贷服务

领先的金融能力



国内最大的积分通兑平台

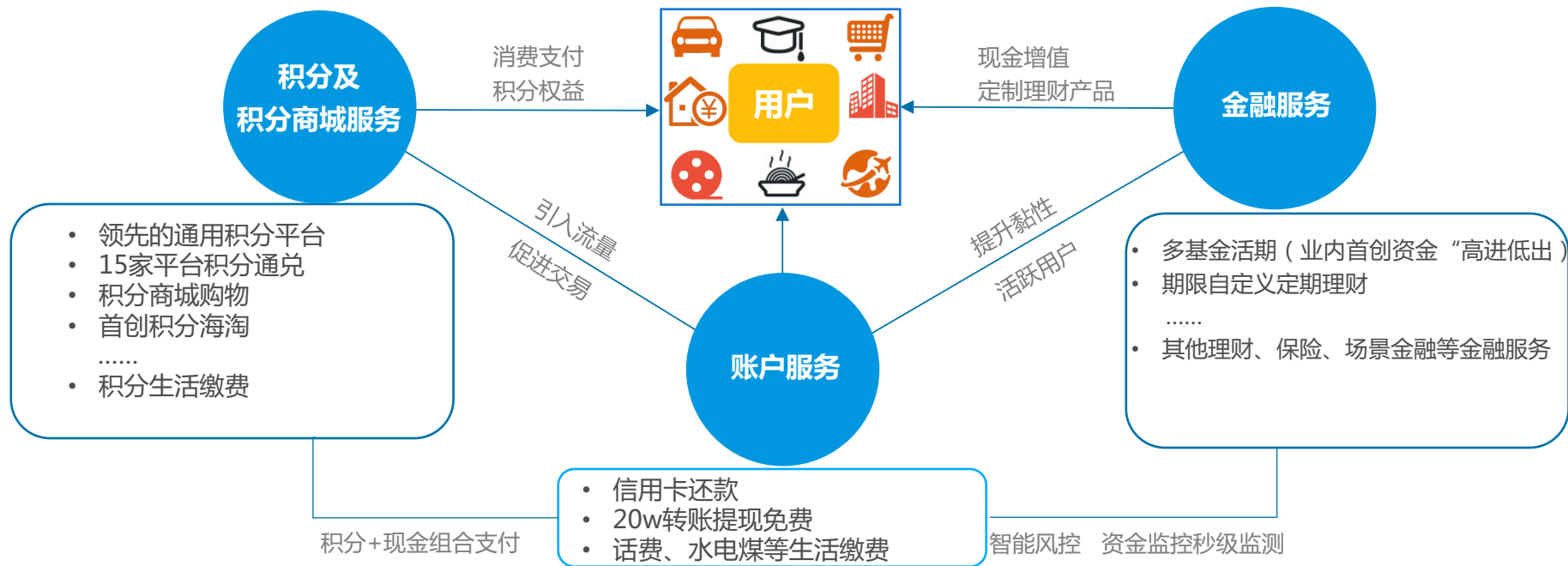
忠诚度托管
积分互通
积分开放平台

.....

壹钱包App聚焦三大场景服务 打造最全能钱包



壹钱包App通过聚焦金融服务、账户服务、积分及积分商城服务三大核心内容，帮助用户管理零钱、账户，以及积分等，同时壹钱包App支持诸多线上线下消费场景，致力于为海量用户提供更简单、更便利的金融和消费服务，高效连接金融与场景，打造2C端最全能钱包。



壹钱包连接金融和场景 赋能实体经济

壹钱包通过连接金融和场景的能力，帮助实体企业提升支付效率和用户留存率，助力实体企业构建互联网商业体系。目前，壹钱包的金融技术服务，已经全面覆盖平安金融场景，并向线下商业地产，互联网金融、汽车、房产等外部垂直行业输出。

支付连接场景与金融，钱包服务海量用户



快钱成为网联民营董事之一 支付接口领先性进一步加强



快钱是国内领先的信息化金融服务机构，致力于运用信息技术和颠覆式创新思维，降低金融服务门槛，提高金融服务效率。快钱将科技金融与消费场景紧密结合，通过集成便捷的移动支付、智能化的信用消费和财富管理方案，快钱将用户花钱、省钱、赚钱的各个环节一站打通，打造出智能、便捷、个性的综合金融服务，并由此为商业激活购买力，增强用户活性。

2017年

网联成为六家民营董事股东之一，是网联紧密合作和支持的机构，第一批接入，第一批切量。

2016年

快钱作为首批获得央行颁发的《支付业务许可证》的支付公司，成功通过首批第三方支付公司续牌。

2015年

2015年，快钱移动APP上线，结合场景持续叠加综合化金融服务；2014年底，与万达战略合作，全面布局互联网金融。

竞争优势



背靠万达输出多项能力

快钱在2014年底被万达收购以后，发展进入快车道，通过对万达广场、百货、文娱、酒店等多场景覆盖，快钱对商户进一步输出导流、数字化权益等能力



支付场景受理能力进一步加强

快钱在传统聚合支付（微信、支付宝）的基础上，加大积分支付、分期支付等三方面聚合支付能力，以及在万达场景的支付受理



支付接口领先性

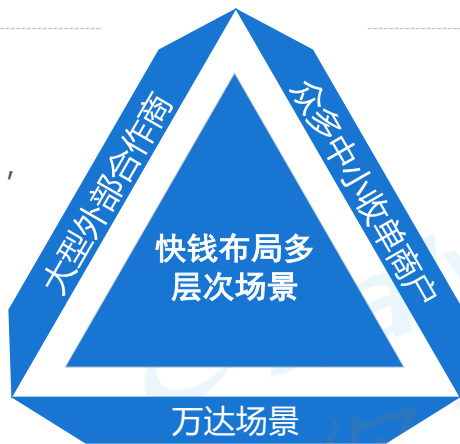
快钱作为网联六家民营董事股东之一，是网联紧密合作和支持的机构，第一批接入，目前切量份额排名第四。中国银联战略投资了快钱的集团公司万达网科，快钱拥有了更多的优质线下、线上支付资源。

快钱布局多层次场景 输出数字化权益等三大能力



快钱以账户为核心、以数据为基础，通过对万达和多维度外部场景的把控，实现了金融与场景的融合。在此基础之上，输出以流量导向、数字化权益兑现、全支付受理为核心的三大能力，为商户提供一站式综合金融服务。

- 外部大型合作商有两大来源，包括万达商圈合作服务商，以及快钱作为老牌第三方支付厂商，一直深耕航旅、电商等多个行业的多年积累。



- 快钱被万达收购后，迅速进入万达广场、百货、娱乐、酒店等多方面场景，且得到万达巨大支持

- 作为重要的场景补充和流量来源，快钱对于中小商户收单规模也处在上升通道，加之和ERP等服务商合作，快钱对场景把控也逐渐增强

能力输出

- **流量导向能力**
 - 众多能够把控的支付场景令快钱的C端用户始终保持在一定数量级，加上特定的营销等服务，能够给商户带来有效流量
- **数字化权益能力**
 - 包括电影券、停车券、消费券、购物券等多方位、多类型的的会员权益营销都可以通过移动支付完成
- **场景支付受理能力**
 - 快钱拥有全支付受理能力，在传统聚合支付（微信、支付宝）的基础上，还开通了积分支付、分期支付等三方面支付能力

首创行业支付模式 易宝支付深耕航旅、互金等行业多年



易宝支付是中国支付行业的开创者和领导者。于2003年8月成立，总部位于北京，在上海、广东等设有30家分公司。2006年便首创了行业支付模式，陆续推出了网上在线支付、非银行卡支付、信用卡无卡支付、POS支付、基金易购通、一键支付等创新产品，先后为航空旅游、行政教育等众多行业提供了量身定制的行业解决方案。

2016年

易宝支付成为首批苹果公司认证通过的安全支付服务提供商，助力国航成为国内首家支持Apple Pay的航空公司。

2013年

获得国家外汇管理局批准的跨境支付业务许可证，创新推出移动支付产品“一键支付”。

2011年

易宝支付第一批获得央行颁发的第三方支付牌照，并于第二年获得基金销售支付结算许可。

2003年

易宝支付是中国行业支付的开创者和领导者。易宝支付于2003年8月成立，总部位于北京。

竞争优势

开创行业支付 深耕航旅等多个行业

易宝支付首创行业支付模式，在航旅、电商、互金等多个行业深耕多年，行业影响力深刻，拥有针对每个行业的成熟解决方案。

精细化服务百万量级商户资源

易宝支付本身积累了百万量级的商务资源、遍布全国的服务网络、良好的服务团队和已有的用户大数据。

多年积累的产品体系

易宝支付多年积累了完善的产品体系，从基础服务到行业应用应有尽有。此外，海量的大数据与征信模型相结合后进一步完善的风控体系，也保障了其业务能够快速布局和发展。

易宝聚焦航旅产业链 提升客户分账、收单等多种能力

易宝支付立足行业发展成立航旅行业线，明确聚焦航旅产业链场景输出支付解决方案和增值服务，深入了解航空公司、票务代理、旅行社、OTA、酒店、租车、机场、TMC、邮轮汽车、景点门票等行业特性，解决商家痛点，挖掘客户最本质的需求，率先推出分账系统、信用卡无卡支付、电话支付、信用支付、集团账户、UATP差旅支付、Apple Pay、机舱空中支付、移动指间付、机场太空舱支付、旅游E账通等20多个系列产品及解决方案，助力航旅企业打造一站式出行支付解决方案。



支付宝全面构建金融开放平台，提升场景把控能力



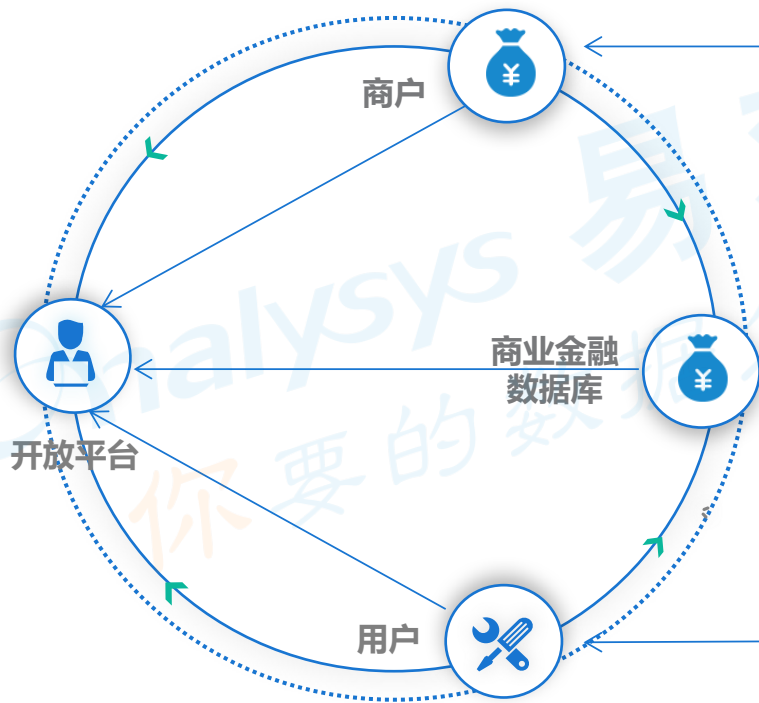
从信用中介到快捷支付，再到移动支付终端和综合性金融服务商，支付宝一方面通过对用户信息的积累，致力于对用户进行大数据刻画；一方面，在其拥有优势的B端进一步切入商户运营。支付宝正在和电商、线下商业、物流、云服务等方面一起构建起一个延展性巨大的，没有天花板的商业生态网络，并成为这个生态圈层的基础设施。

竞争优势：

●通过自有平台和控股手段，打通并掌握生活各场景的商业、金融综合服务平台

●健全的账户体系令支付宝能够准确“定位”用户，各种增值服务为账户增加价值

●从电商的信用中介到快捷支付等产品的推出，支付宝源源不断在平衡中寻找创新



通过口碑等产品平台，以支付为基础，在其拥有优势的B端进一步切入商户运营，在对账、营销、供应链金融等多方面给予帮助。

通过多场景数据积累，支付宝将成为商业的基础设施以及流量和场景的入口。

通过场景覆盖积累用户购物、理财、缴费等多方面信息，为未来的信用增值服务提供保障。

百度钱包2017发力跨境支付 合作PayPal打通支付系统



百度钱包是由全球最大的中文搜索引擎公司百度所创办，是中国领先的在线支付应用和服务平台。百度钱包将百度旗下的产品及海量商户与广大用户直接“连接”，提供超级转账、付款、缴费、充值等支付服务，并全面打通O2O生活消费领域，同时提供“百度金融中心”业务，包括提供行业领先的个人理财、消费金融等多样化创新金融服务，让用户在移动时代轻松享受一站式的支付生活。

2017年

百度钱包加入了海外争夺大战，与PayPal达成战略协议，以吸引海外商户。

2015年

百度钱包开启南下布局，推出百度钱包APP先锋版，百度钱包注册用户突破2.2亿人次。

2014年

百度钱包品牌发布，同年推出全球首款大数据指数基金

发力跨境支付

百度将通过强大的流量入口，对接PayPal合作的丰富商户资源，让中国用户可以不出门直接购买来自全球产品。

对于PayPal来讲，将直接拥有庞大的用户流量，进一步扩大数字和移动支付在中国的覆盖率，并为其商户开拓新的商机。



双方的支付系统将同时被打通，让消费者无需办卡注册，选择百度钱包完成支付过程，从钱包账户的绑定到付费购买更加便捷。

PART 4



场景拓展持续 行业并购大潮或来临

移动支付主导未来商业移动化进程

随着移动通信技术的发展，智能终端的普及速度日渐加快。商业的移动互联网化也随之加强，移动化带给商业的变革也引发了一场O2O革命。商业的碎片化和随机性大大加强，用户对于便利性的需求也更加迫切。而作为商业的闭环和流量的开始，移动支付的地位和重要性凸显。随着更多场景的掌控和数据、增值服务的积累，移动支付将主导未来商业移动化的进程。



移动支付将占据更多高频、刚需、大额的消费场景 务向实体企业支付效率提升等多个层面延伸

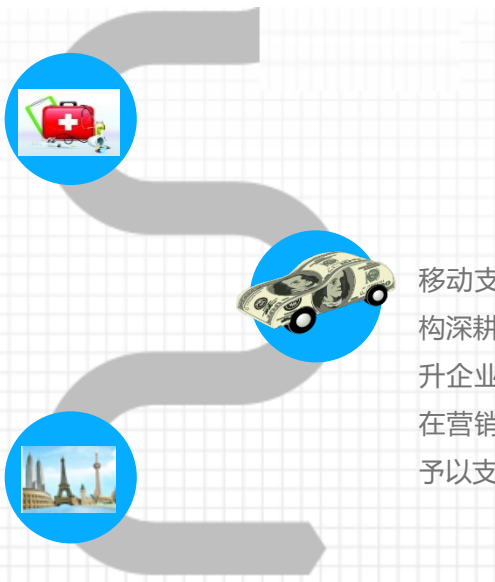
经济体系中，金融是实体发展基础，而支付又为金融发展支撑，支付（尤其是移动支付）除了在诸如打车、外卖等小额、高频的消费场景中被普及以外，也在拓展更多的高频刚需的消费场景，例如最近巨头一起发力的公共交通场景，还有经过移动化改造后的医疗、旅游等场景也是移动支付机构开拓的重点，从机构展业方向上，从C端竞争转向B端日益成为发展共识。

移动支付服务在覆盖广度上扩展

覆盖广度体现在日常服务场景方面，移动支付已经占据了外卖、打车、电商、日常消费等方面，未来将扩展至公共交通、医疗、旅游等更多领域。

移动支付服务在渗透深度上延伸

伴随着移动支付用户逐步成长，由于使用习惯的养成，移动支付向大额消费场景切入，如买车、结婚、装修等。



市场竞争从C端向B端升级

移动支付将占据更多高频、刚需、大额消费场景，各机构深耕重点转向更多B端商家，在具体服务能力上，如提升企业支付效率，提高企业自身会员运营管理能力，并在营销、对账、企业资金管理、供应链金融等多个层面予以支持。

支付机构间合作成必然趋势 继收购大潮后并购大潮或将到来

央行在发支付牌照之初，只要能够掌握支付场景的机构就会被颁发牌照，导致重点支付场景被牌照分割，比如各大城市的公共交通场景。随着移动支付向着更多场景的拓展和对场景内部服务的逐渐深化，移动支付机构间加深合作成为了必然等等趋势。使用习惯的倒逼，也将导致一些原本封闭的支付机构选择同外部合作。既牌照收购大潮之后，支付机构的合并大潮或将到来。



数据分析驱动变革

• 易观千帆 • 易观万像 • 易观方舟 • 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用