

# 中国第三方支付商业职能变革 研究报告

2018年

第三方支付发展新背景

1

中国第三方支付各方职能发展现状

2

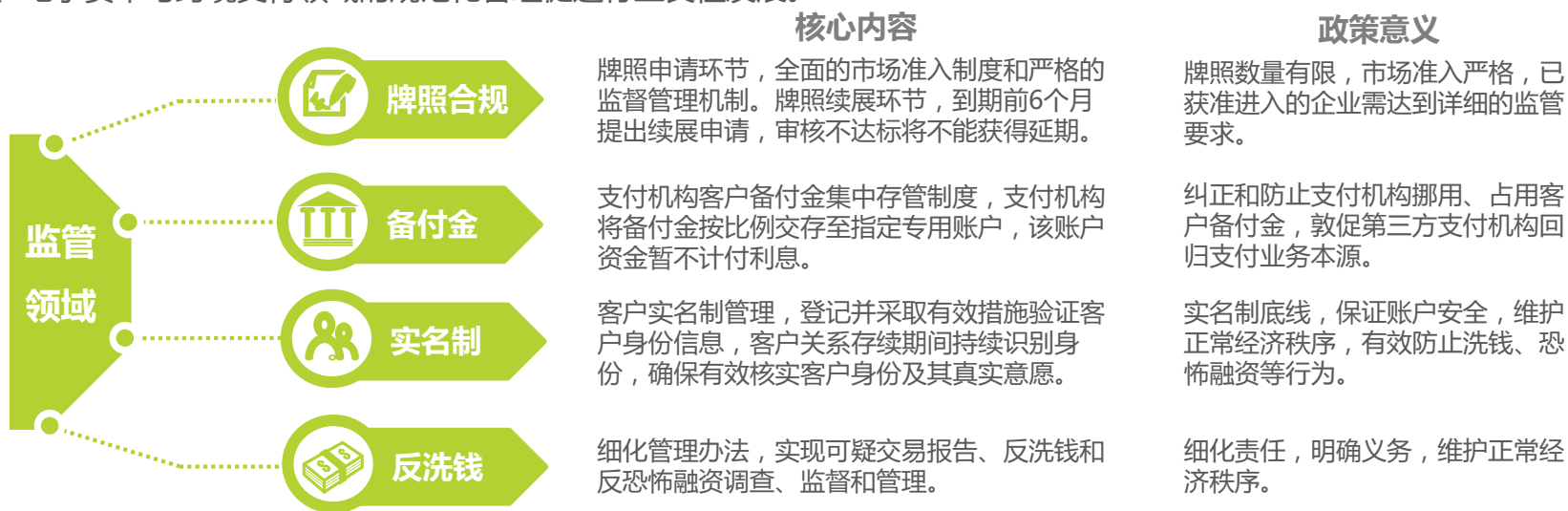
中国第三方支付未来变革

3

# 政策环境提高支付牌照价值

## 牌照监管体系下，支付牌照的价值被集中凸显

随着第三方支付机构的发展壮大和业务规模的持续增长，监管机构也采取相应的措施以规范行业行为，保证支付的健康、长久、有序发展。在第三方移动支付领域，监管的主要领域包括牌照合规、备付金、实名制和反洗钱。与此同时，扫码支付、电子货币与跨境支付领域的规范化管理促进行业良性发展。



### 电子货币发展进程

- **2014**  
央行成立发行法定数字货币的专门研究小组。
- **2016.1**  
央行召开数字货币研讨会，表示发行数字货币是央行战略目标。
- **2016.7**  
国家发改委参与的“数字货币及类货币数字资产运行监管”项目联合课题组在北京启动。

### 扫码支付监管措施

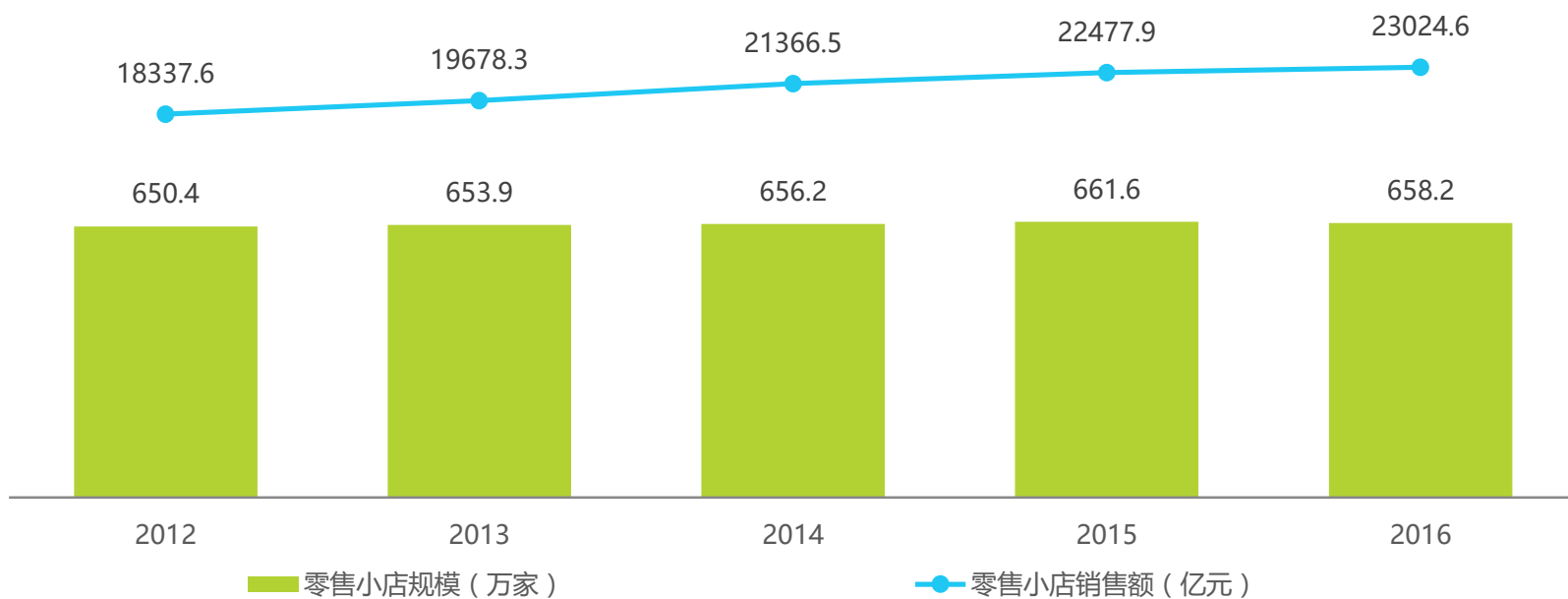
- **2016.12**  
中国银联正式发布《中国银联二维码支付安全规范》和《中国银联二维码支付安全规范》，二维码支付技术得以正名。
- **281和217号文件**。打击无证经营，再次印证牌照的重要性与稀缺性；扫码业务规范要求同时有互联网支付牌照、全国性收单牌照

# 线下丰富的支付场景有待开发

## 广阔的市场吸引更多支付公司着力发展线下业务

支付是场景行为极强的业务，目前线上主要的流量场景垄断且增长达到一个瓶颈期，竞争环境比较恶劣。而线下则完全不同，还有大量的支付场景有待开发：仅食杂店、便利店、烟酒店等零售小店的规模在中国就有660万家，2016年销售额高达2.3万亿元。在二维码、智能POS等支付工具的推动作用下，这些小店的销售额均有可能被纳入第三方支付的业务版图。广阔的市场前景，使绝大部分支付公司，都转向线下业务。

### 2012-2016年中国零售小店数量及销售额



注释：小店包括食杂店、便利店、烟酒店等销售终端。根据国家统计局、国家烟草总局及国家工商总局数据综合推算而来。

# 技术推动线下支付二次加速

## 线下支付价值不断增大

科学技术的进步与革新是推动行业进步的动力，支付行业也是如此。移动设备、二维码技术、指纹识别技术与大数据技术是支付行业的基础设施，使得无现金社会成为可能。移动设备的覆盖使得支付手段渗入长尾人群，二维码和指纹识别技术给支付的安全提供保障，大数据使得支付更加便捷。在现在及未来，人工智能、云计算、区块链和生物识别将会让无现金社会具备更高价值。生物识别让移动支付突破空间限制，让远程用户识别成为现实，人工智能让移动支付更加了解用户，云计算让移动支付更加快速便捷，区块链让移动支付更加安全可靠。

### 技术对线下支付的促进示意图

#### 技术使线下支付成为可能



#### 科技使线下支付价值更高

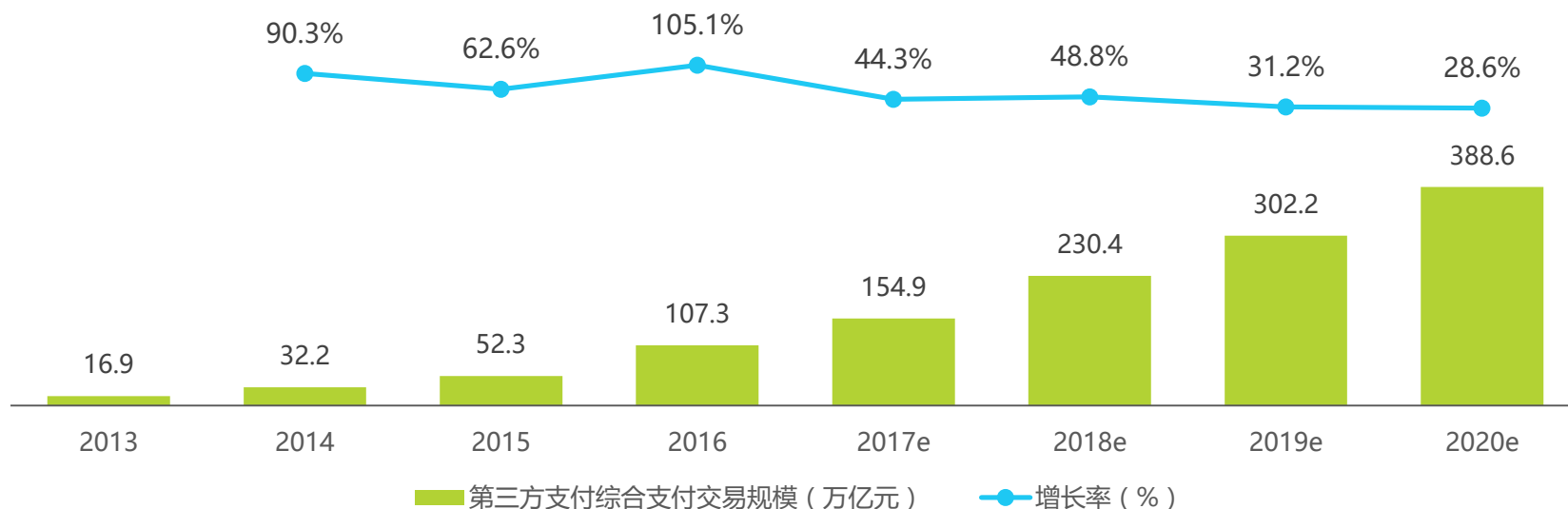


# 技术脉冲式的促进作用

## 第三方支付受到技术推动继续增长

用户、资本和技术，是推动互联网产业发展的三个重要动力。其对行业促进的方式也各不相同，用户推动行业爆发式增长，资本推动从业者增多，这两种元素对行业的推动都遵循边际递减效应，随着时间的退役，这二者的促进将逐渐降低。而技术对行业的促进方式则有所不同，由于无法预估下一轮技术的爆发点，所以技术对行业的促进是“脉冲式”的，某一时刻的促进会将行业增速提高，而后自然衰退。而下一次技术推动会产生和上一轮相似的数据表现。因此行业到了以技术为推动的阶段时，增速的变化相对比较跳跃，目前中国第三方支付行业就处在这样一个历史背景中。

### 2013-2020年中国第三方支付综合支付交易规模



来源：中国人民银行，综合企业访谈，市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

第三方支付发展新背景

1

中国第三方支付各方职能发展现状

2

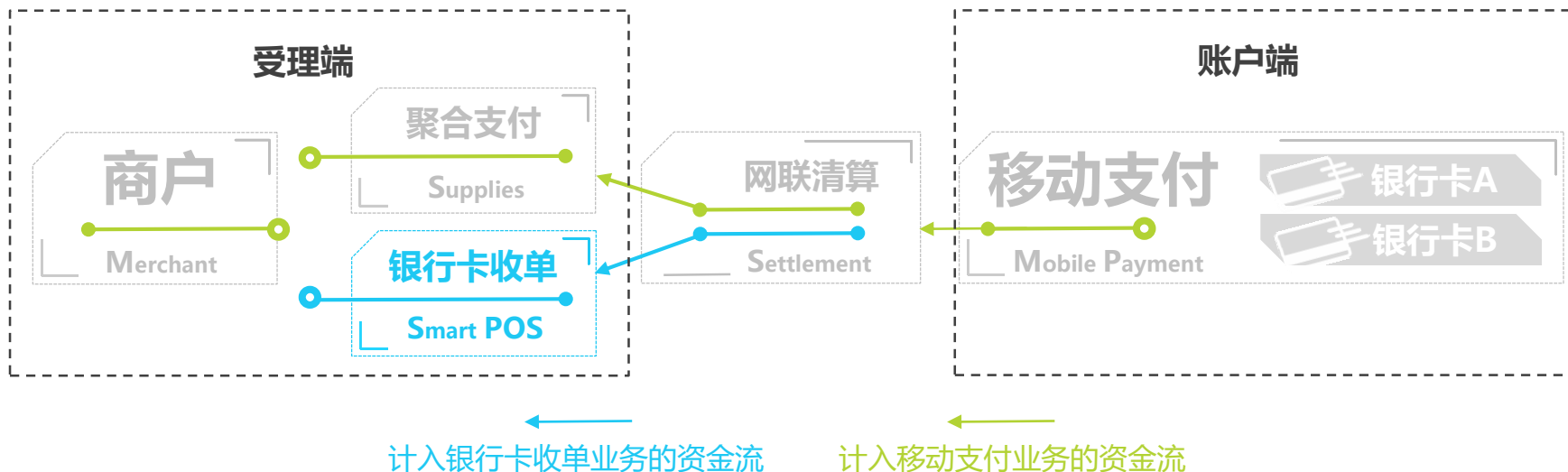
中国第三方支付未来变革

3

## 移动支付与收单业务的融合趋势

在整条线下支付的商业版图中，银行卡收单是在移动互联网新趋势下，发挥独特历史作用的“古老贵族”。近年来，互联网商业领袖及互联网巨头的战略，都不约而同地集中在线下实体经济。但实际上线下商业环境非常复杂，擅长轻资产运营的互联网公司，在进军线下的过程中并没有想象中那么顺利。比如：线下团队管理、绩效、监督、营销和服务等，每一项都和线上有区别。而互联网公司的不足，却是收单机构的优势，这也造就了中国移动支付线下支付独特的图景，移动支付公司通过两条渠道完成业务，一条是利用自身资源，联合聚合支付公司帮助商户直接转化；另一条是与收单机构合作。而当收单机构的智能POS协助完成了移动支付业务后，这笔业务产生的交易规模既计入移动支付，又计入收单业务。

### 移动支付与银行卡收单的合作方式示意图



来源：结合公开市场信息，专家访谈，由艾瑞研究院自主绘制。

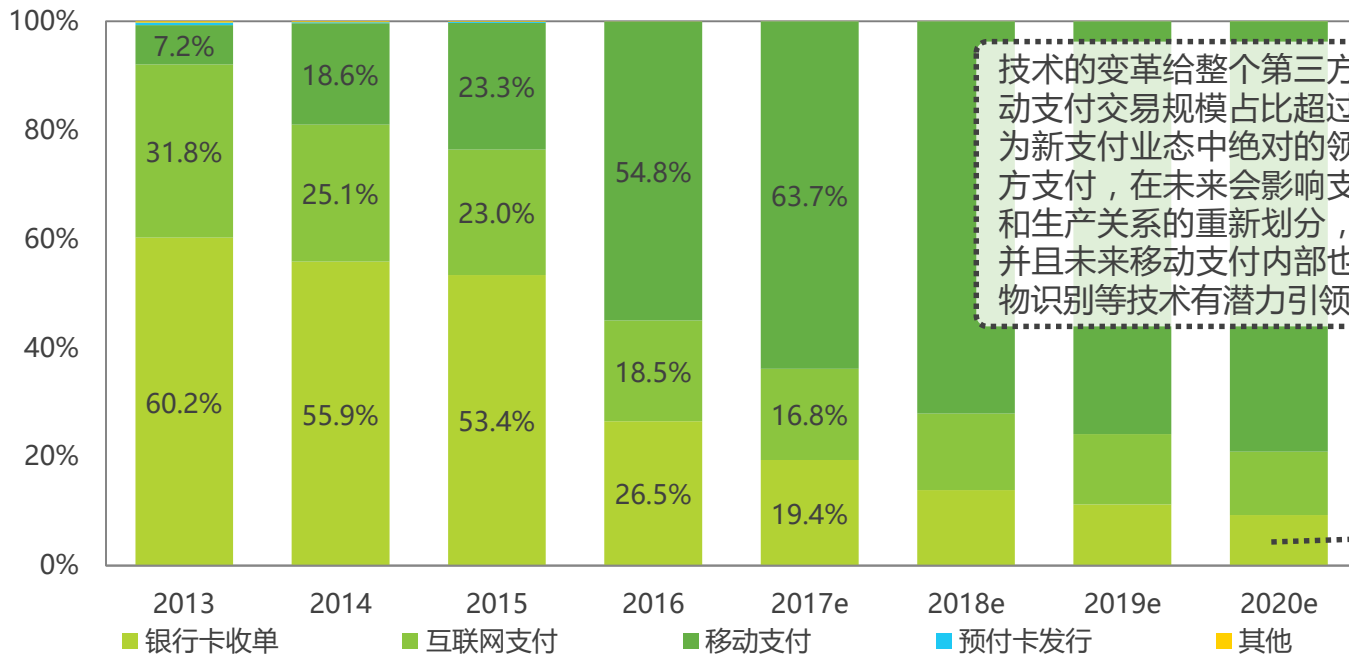


# 收单业务与移动支付此增彼涨

## 智能POS同时满足卡基和账基支付，成为线下良好助力

过去银行卡收单对支付行业交易规模的贡献始终最高，占比大于50%。而2015年之后，随着社交支付的兴起，银行卡的使用频率骤降，这对银行卡收单行业中的传统业务产生了巨大打击，但也随之为古老的银行卡收单业务带来了新的活力。当原本仅用于收单的传统POS升级为智能POS后，即可同时满足卡基（基于银行卡）和账基（基于移动支付账户）支付。智能POS丰富的线下布局，使得他们天生地成为移动支付线下扩张中的良好助力，并为收单业务带来了新的机会，使收单业务与移动支付深度融合，并形成此增彼涨的态势。

2013-2020年中国第三方支付交易规模结构



技术的变革给整个第三方支付行业带来了新的活力，移动支付交易规模占比超过50%，意味着移动支付已经成为新支付业态中绝对的领导者，由移动支付引导的第三方支付，在未来会影响支付行业利润分配方式，生产力和生产关系的重新划分，甚至于监管政策的科学制定。并且未来移动支付内部也会受技术变革影响，NFC，生物识别等技术有潜力引领下一轮支付腾飞。

目前银行卡收单行业凭借对传统POS机具的智能化改造，监管政策的辅助，以及丰富的线下资源，暂时成为了移动支付线下拓展过程中的重要助力。但未来有可能因为移动支付自身的商户转化战略产生新的竞争。

来源：中国人民银行，综合企业访谈，市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

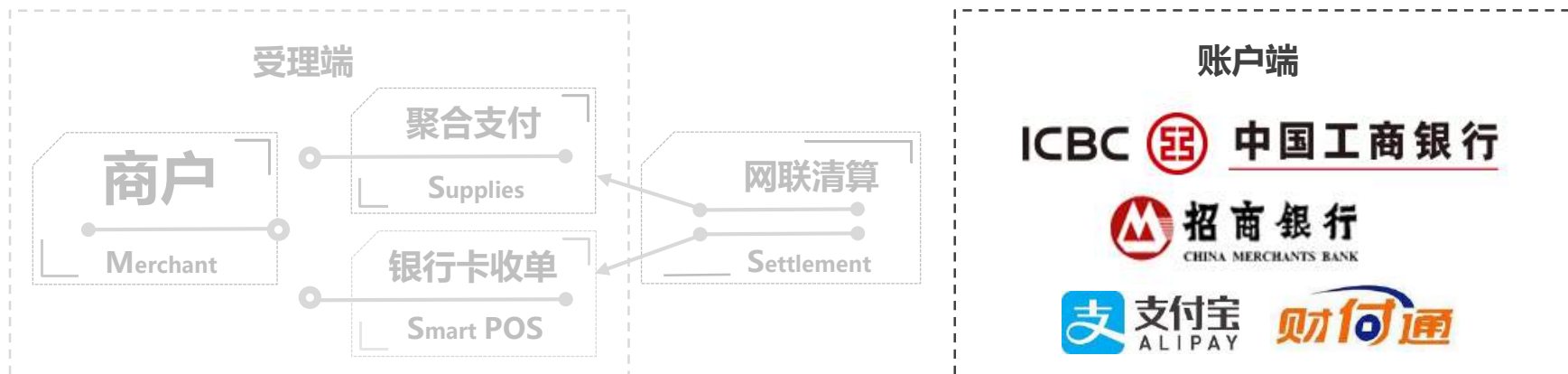
# 账户端：基于移动支付的账户发展

## 支付账户是新时代的“虚拟银行卡”

2015年，《非银行支付机构网络支付业务管理办法》的颁布以及后续的实施，从侧面强化了支付账户在新金融环境中的作用。就市场目前情况来看，比较有影响力的支付公司，均不仅从事支付业务，利用各种不同种类的金融牌照，在事实上具备了综合金融机构乃至银行的功能，而其账户体系则与银行卡的定位相当。

在这个基础上，账户端的移动支付公司在整条线下支付产业链中，追求的是用户规模的庞大，交易规模的提升以及用户粘性的增加。一如银行卡之于银行，账户体系的构建和完善，是支付公司从支付这种高级流量业务向利润更高的金融业务、大数据业务、科技业务过度的跳板。因此理论上，能够帮助其完成这个功能的一切合作方，都回被视为重要助力。

移动支付与银行卡收单的合作方式示意图



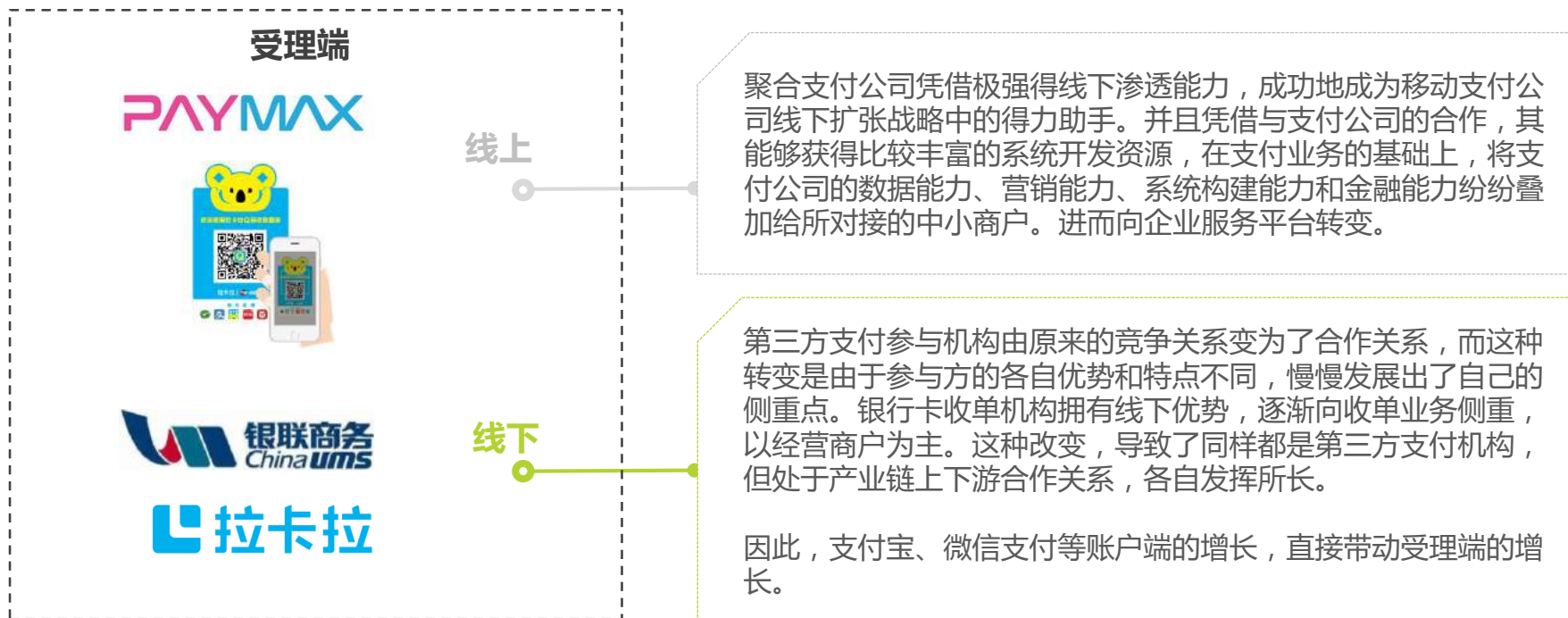
来源：中国人民银行，综合企业访谈，市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

# 受理端：与账户端成正相关增长态势

## 覆盖线上线下两种方式，是支付的关键环节

受理端存在两种方式，一种是2016年底比较火热的概念聚合支付，处于线上；另一种是在中国广泛存在的银行卡收单机构，处于线下，例如银联商务、拉卡拉支付。根据监管要求，聚合支付公司仅作为“地推”团队存在，本身不会涉及支付资金流。这也使得银行卡收单机构的地位更加重要。受理端与账户端形成正相关的增长态势，账户端的爆发性增长带来受理端的快速发展。

### 受理端模式及作用分析



# 受理端：行业壁垒高，进入门槛高

## 受理端市场进入规范有序竞争

受理端，以经营商户为主，对牌照资质的要求较高，门槛和壁垒较高。

在高壁垒高门槛的保护及牌照资质的高要求下，受理端形成了相对稳定和封闭的市场，较难有新进入者，而现存参与方对监管政策的敏感度也更高。在监管政策逐渐收紧的态势下，违规成本就显现了出来，例如有的机构被处罚高额罚金，有的被限制业务发展，有的被吊销牌照。因此，走正道、守规矩的企业，才能长久生存发展，受理端市场进入了更加规范有序的竞争。

### 受理端的高壁垒高门槛，使强者愈强

#### 资质

受理端分为线上受理与线下受理。

根据监管要求，线上受理需要有互联网支付牌照；线下受理需要有银行卡收单牌照（银行卡收单牌照又分为全国和部分地区的牌照资质）。全国性的收单机构，又需要在每个省份设立相应的分公司，进行属地化管理。

因此，稀缺的牌照资质带来的是一连串规模、管理、布局等高企的门槛。

#### 管理

线下的管理，涉及到多方面的壁垒：不仅涉及到专业化团队的培养及考核，专业系统化的支撑，运营成本的控制，商户的运营和服务等整套体制化建设，还涉及到商户接入、商户巡检、支付交易、反洗钱风险的排查和控制能力等。

#### 积累

一方面，受理端尤其是线下收单的前期投入巨大，先进入者对线下商户的覆盖发展多年，具备规模化优势。其他新进者进入线下，学习成本和管理成本高昂，直接与成熟收单机构合作是较好策略之一。

另一方面，多年积累的专业人才与对行业的深入理解，是“看不见的”一道壁垒。

# 受理端案例：拉卡拉

## 通过海量移动终端撬动各行业商户应用场景 惠及亿万消费者

作为国内第三方支付领军企业，拉卡拉通过大规模布局线下的智能POS、传统POS、收款宝和线上的Q码、PAYMAX等终端，牢牢掌握受理端市场覆盖领先地位。针对商户在不同场景下的收单和经营需求，拉卡拉研发了不同类型的终端并叠加不同类型的增值服务，通过个性化的服务大幅提高与商户的黏性，形成明显的线下受理端优势。

### 拉卡拉线下支付服务框架示意图

#### 银行及第三方支付账户

银行  
账户



钱包类  
账户



#### 拉卡拉受理端产品

##### 各行业多元化应用场景



拉卡拉智能POS  
(目前市场覆盖率第一)

##### 普通收单场景



拉卡拉  
传统POS

##### 移动收单场景



拉卡拉  
收款宝

##### 便民金融场景



拉卡拉开店宝

##### 聚合扫码场景



拉卡拉  
Q码台



拉卡拉  
Q码盒子

#### 各行业数百万家商户

零售

保险

餐饮

银行

酒店

旅游

教育

门店会员  
保单支付  
点餐预约  
金融服务  
.....

商户



订房退房  
付款订票  
培训分期  
.....



全受理



提供收单和增  
值服务



来源：拉卡拉提供。

# 受理端案例：拉卡拉

## 拉卡拉通过智能POS和云平台为旅游景区提供场景化服务

以拉卡拉智能POS为旅游景区输送场景化服务为例：拉卡拉智能POS在受C端理游客用银行及第三方账户付款的同时，通过业内首家拉卡拉云平台（景区合作平台），将积分业务、营销推送、旅游保险、旅游金融等服务叠加在拉卡拉智能POS上同时输送给景区商户，让商户可以根据自身情况自由选择所需服务。



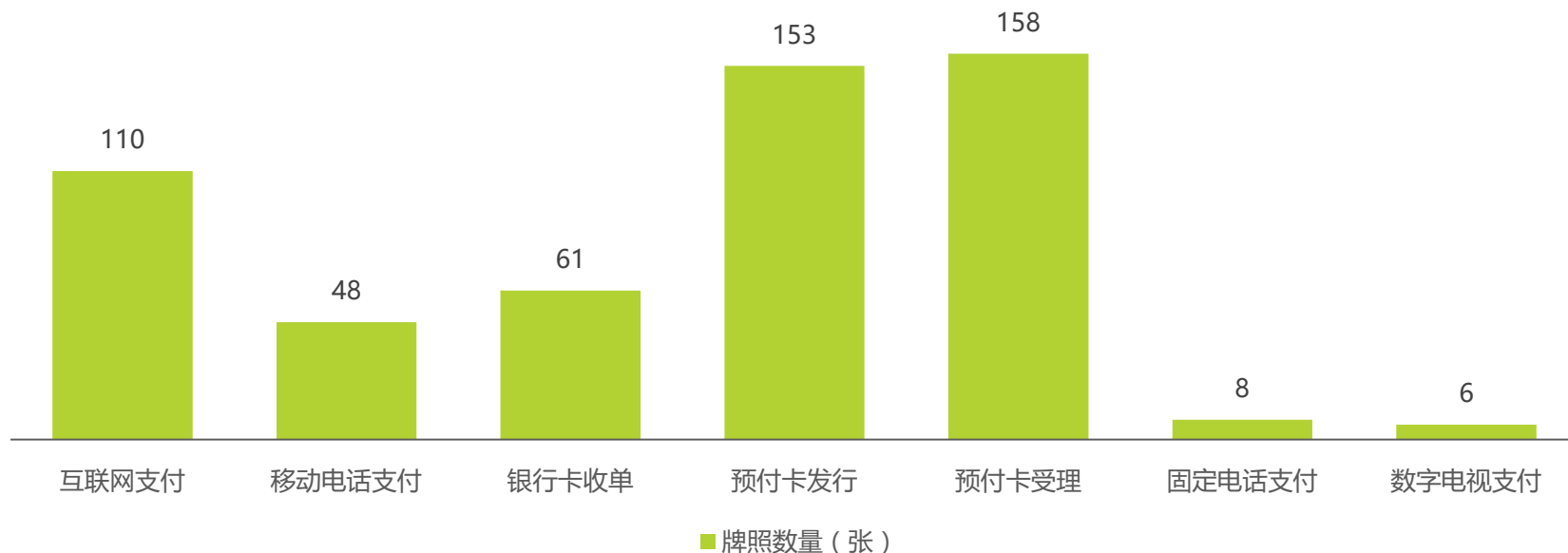
来源：拉卡拉提供。

# 牌照渐成稀缺资源

## 牌照成为存量市场之争，不再新增牌照

2017年，中国获得第三方支付牌照的企业共247家，其中预付卡发行与受理占比最高，但是市场价值尚待开发。尽管进入移动时代，互联网支付依旧相当于基础设施，因此牌照数量相对也比较多。处于风口浪尖的移动支付牌照最为稀缺，并且央行明确发过文件，表示不再新发牌照，所以牌照已经成为存量市场之争。未来在银行卡收单和移动支付的配合下，这两张牌照将成为市场稀缺资源。尤其在银行卡收单领域，线下的布局非一朝一夕可以完善，而智能POS的研发亦非低成本投入即可做到，导致目前市场上优秀的，有一定历史积淀，又具备很强科技创新能力的收单机构价值有所凸显。

### 2017年中国第三方支付牌照分布



来源：中国人民银行，综合企业访谈，市场公开资料，根据艾瑞统计模型核算。

第三方支付发展新背景

1

中国第三方支付各方职能发展现状

2

中国第三方支付未来变革

3

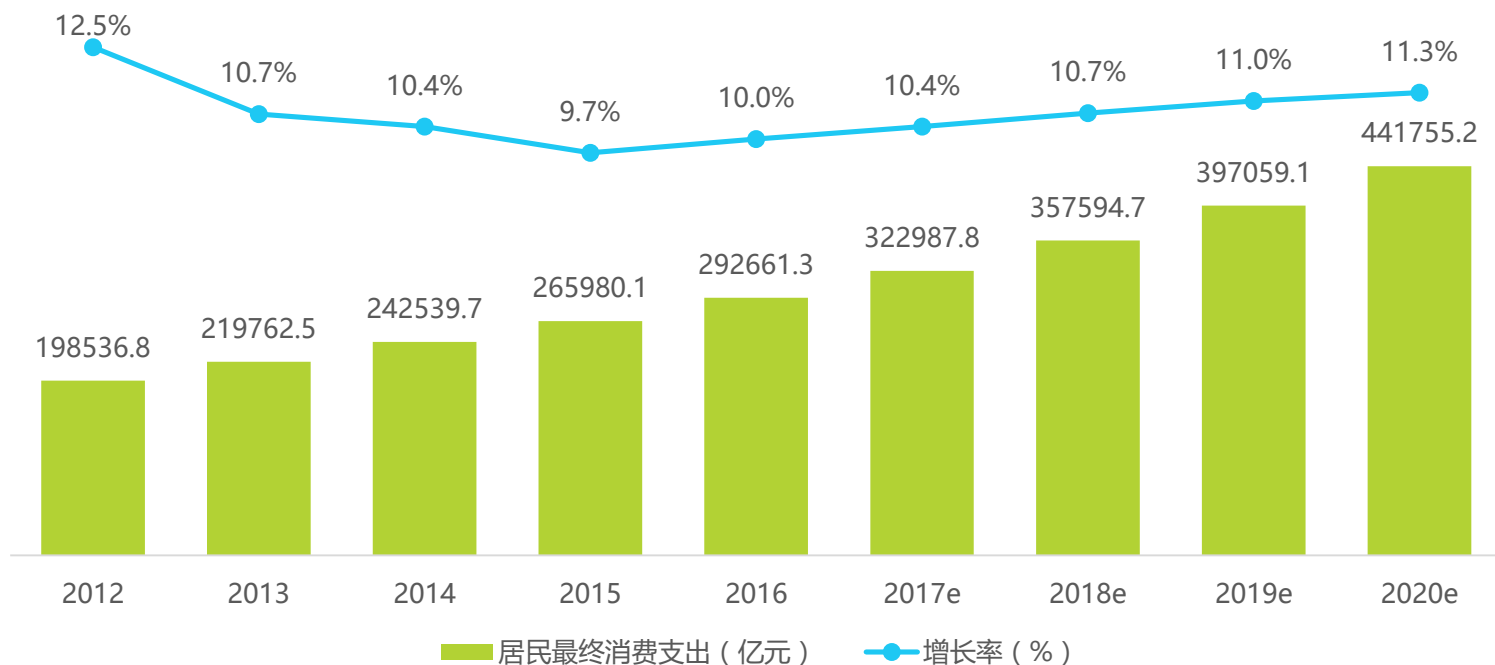


# 线下支付依旧是主战场

## 线下支付环境场景丰富，渗透率有待提升，前景广阔

2016年，中国居民最终消费支出超过29.2万亿人民币。在中国经济转型的时间节点关口，消费是政府和社会各界普遍关注和推动的领域。作为全球最好的消费市场，在宏观统计过程中，有大量的民间交易未被记录在内，这些民间交易大部分属于线下交易，而随着支付新业态的成熟，未来这些尚未被记录的交易均会成为第三方支付的目标市场，未来发展空间广阔。

### 2012-2020年中国居民最终消费支出



来源：中国国家统计局，根据公开市场资料，结合专家访谈，基于艾瑞统计模型核算。

# 政策驱动下的良币驱逐劣币

## 更多金融创新将集中在现有合规业务的升级领域

在所有互联网金融领域中，第三方支付是监管最早落地，牌照和管理体系最为健全的一个大分支。2016年业内监管进一步趋严，在支付行业内监管目的更加明确，即：让更多的创新发生在走正道、合规且能承担社会责任的企业中。进而形成一种良币驱逐劣币的态势。这会让第三方支付行业产生三种变化。

### 监管意图对第三方支付可能产生的影响

#### 行业洗牌

已掌握市场优势资源的企业，将在未来继续掌握更多资源。第三方支付将产生3-5家巨头企业，引领市场，与其他体量较小的支付机构拉开差距。它们在支付链条上的强强联合，又使得强者愈强。而体量较小的支付机构可能会专注于某一特定客户群体、特定行业的支付需求。

#### 创新方式

未来在支付业务自身的创新层面上，将更加集中在已有支付方式的效能提高领域，集中到现有支付形式的升级上。绕过各类监管红线，游走于灰色地带的创新将会受到一定抑制。

#### 企业服务

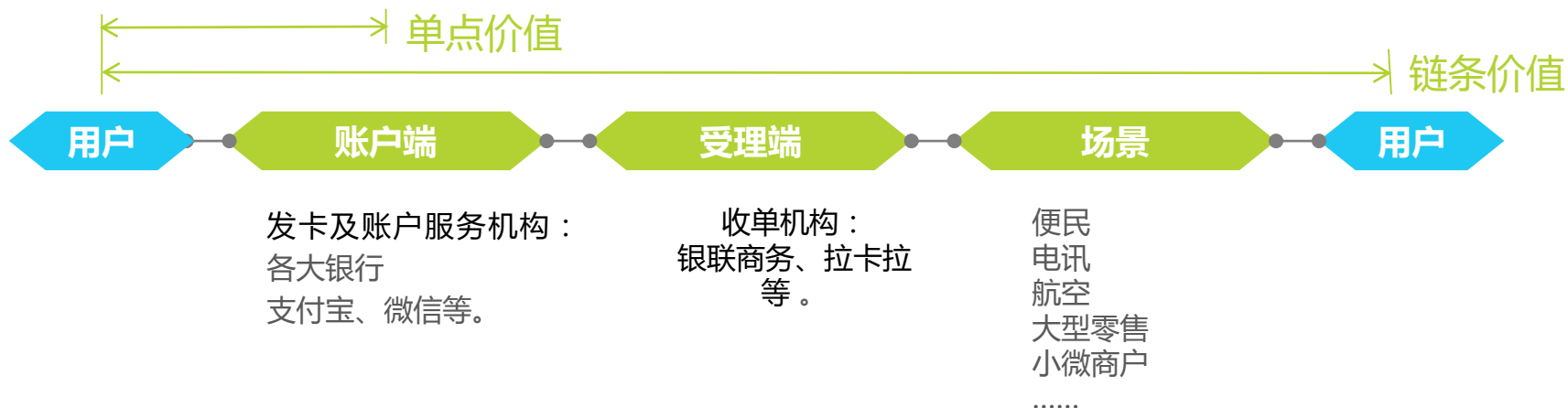
无论是聚合支付公司还是第三方支付公司，将更加重视对企业客户的服务，将自身系统能力向外输出已经成为行业共识。尤其在监管强化支付牌照功能性的基础上，聚合支付公司将更加积极的向企业服务平台转型。

# 支付交易链的整体价值日益凸显

## 各支付端口强强联合 在整体的交易链条中实现价值最大化

现阶段，用户量、交易规模等数据是判断支付企业价值的最重要标准。但事实上，大多数交易是由账户端与受理端共同完成的，账户端业务量大也能带动受理端的交易增量。这意味着同一个用户的同一笔交易，在多个平台的价值被分开估算。依照交易的资金流将支付的各个环节横向打通后，整个交易链条的价值则被全面放大。在整个链条中，支付各端的价值不再局限于自身独立封闭的交易规模。所在链条能够接入的优质企业越多，其平台的产业能力就越强，从而带动整个交易链条的价值提升。强强联合也将成为账户端、受理端的各巨头企业的必然选择。

### 支付行业的交易链价值



来源：结合公开市场信息，专家访谈，由艾瑞研究院自主绘制。

# 公司介绍/法律声明



## 公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。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，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，仅供参考。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。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载  
TECH DRIVES BIGGER DREAMS

