

2018-2023年中国电子支付产业市场发展现状调查 与投资商机分析预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国电子支付产业市场发展现状调查与投资商机分析预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/308572308572.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

支付产业的变革，源自于交易场景的不断发展。支付，多指付款，是社会经济活动所引起的货币债券转移的过程。支付伴随着交易的诞生而诞生，从最早的以物易物、到金本位、再到现在的货币时代，支付方式的发展，离不开交易场景的不断发展。自上世纪九十年代以来，中国迎来快速发展的阶段，从线下场景的不断进步，到线上场景的诞生，再到如今线上与线下相结合的融合场景的问世，正是由于交易场景的不断丰富，不断更新换代，才造就了支付产业变革的整个过程。

以下将深度回顾支付产业“15 年”的变革史，探寻无现金支付发展的内在逻辑。

一、Step1: 银联诞生，信用卡开启无现金支付第一步

1、交易场景变革

加入 WTO 促进国内零售业空前发展。自上世纪 90 年代开始，随着国内百货商场的不断发展，不断促进着当时消费者进行消费，而自从 2001 年中国加入 WTO（世贸组织）之后，商品品种的丰富，更加满足当时消费者的消费需求，在当时现金支付能够满足线下小额交易场景的需求。为了解决线下大额消费场景用现金不便捷的问题，银行卡线下刷卡支付模式建立。

解决当时线下大额消费场景用现金不便捷的问题，自 1985 年国家推出银行卡支付模式，只需用银行卡在对应银行 POS 机上刷卡，即可完成支付。

上世纪 90 年代以来，央行建立了以汇票、支票、本票等票据为主体的支付清算体系。在当时现金支付是主要的支付手段，支票的使用范围较小，而银行卡方面以借记卡为主，信用卡使用量较小。银行汇票和支票是当时使用最普遍的非现金支付工具，支票主要通过同城清算进行处理，使用的范围较小，而汇兑，委托收款，托收付等支付方式的使用更为普遍。而在银行卡方面则主要以借记卡为主，信用卡的使用量较小。

图：早期银行卡市场交易各方关系图 2、支付产业变革

各银行间没有统一的支付清算体系，银行卡线下跨行刷卡消费无法实现。自 1985 年中行发行了我国第一张银行卡“中银卡”以来，1989 年工行发行“牡丹卡”，1990 年建行发行“龙卡”，1991 年农行发行“金穗卡”，1992 年深发展发行“发展卡”，1993 年交行发行“太平洋卡”，从此，中国逐步进入银行卡消费时代。但是由于各大银行各自为政，没有统一的支付

清算体系，城市与城市之间，银行与银行之间还是不可以共享一台 POS 机。消费时就可以看到各大商家柜台摆了几部不同银行的 POS 机，人们刷卡消费只能在相应银行的 POS 机不同银行的银行卡无法进行线下场景的跨行支付。不管是对于消费者还是银行而言，都十分不便。

中国银联成立，提供线下跨行清算服务，解决了当时银行卡线下跨行刷卡消费的困境。在中国支付革命的历程中，中国银联率先发力，2002 年中国银联成立，针对当时不同银行之间不能跨行清算的问题，创立了银联卡，提供了对于收单机构和发卡机构之间的跨行清算服务和代替收单机构针对商户和收单专业化服务机构的收单清算服务。银联卡成为了连接不同银行之间支付清算体系的桥梁。消费者只需拥有一张银联卡就能在全国任何拥有 POS 机的机构消费。国内的刷卡消费方式，也从之前的城市内部互通，各个银行的 POS 机之间无法兼容，发展到只要拥有带有银联标识的银行卡就可以在国内任何有 POS 机的机构采取刷卡消费。这也标志着国内金融进入了“双标卡消费时代”。

图：中国银联跨行清算服务示意图 二、Step2: 电商时代来临，第三方支付问世

1、交易场景变革

互联网发展带动线上交易场景出现，电子商务时代到来。互联网在国内得到快速的发展，基于互联网的线上小额度，大批量交易场景需求开始出现，国内支付行业迎来电子商务时代。随着互联网的不断发展，欧美地区依靠其良好的信用制度，电子商务得到了大力发展。与此同时国内正值“走出去，引进来”的战略，我国的互联网也在不断的发展，互联网线上交易场景，逐渐得到开发。以“易趣网”、“淘宝网”、“8848”为代表的专注于服务 C2C 的电子商务网站，和以腾讯 QQ、网易、盛大等为代表的网络游戏商城和虚拟点券交易逐渐进入广大网友的视线中。

2、支付产业变革

交易双方信任问题和银行手工清算体系，制约电子商务发展。在线上小额度、大批量的交易场景出现之前，国内的线上交易主要以公司间转账的这种大额度、小批次的交易为主。随着互联网发展，国内互联网用户的不断上升，国内电子商务的兴起，满足了消费者在线上进行小额度、大批次消费的需求，但是由于在国内，线上买方与卖方之间缺乏信任，国内电子商务发展一度陷入停滞状态。在当时许多线上的交易反而是在线下完成的，导致网购市场一直无法获得较好的发展。同时，交易量的不断攀升，这种小额大批次的交易模式，对于银行的清算工作带来了很大的压力。由于央行大额、小额支付系统还没形成较大规模，银行

体系支付结算效率较低，如果一旦涉及到跨行转账，必须提供精确的客户个人信息，只要一个信息不匹配，钱到账的时间就遥遥无期，这个问题严重限制了电子商务规模的进一步发展。

第三方支付应运而生，“支付宝”，提出担保支付模式，解决了买卖双方缺乏信任的问题。2003年5月，淘宝网诞生，针对当时市场存在的最主要问题，就是买卖双方缺乏信任的情况，2003年10月，淘宝网推出了“支付宝产品”提出了担保支付模式，并喊出了“你敢付，我敢赔的口号”。所谓“担保交易”，是指买家在下订单之后，将钱先打入一个由银行托管的第三方账户（淘宝网在银行的对公账户），淘宝网收到买家的付款信息后，通知卖方发货，在买家收到货物并确认货物与描述相符时，淘宝网才会将钱打给卖家。

图：担保支付模式示意图 支付宝提出虚拟账户概念，促使银行将人工清算改进为电子清算，确立第三方支付模式。虚拟账户的概念是支付宝的一个创新性的提案，通过虚拟账户，用户可以将钱由网上银行转入支付宝虚拟账户直接进行消费，而所有的转账信息都以电子的形式传递给银行，银行不需通过票据来手动对账清算，这变相促进了银行电子清算体系的建成。银行清算压力得到大幅度的缓解，虚拟账户的模式也得到了诸如财付通等第三方支付机构的青睐，正式确立了第三方支付的模式。虚拟账户深层次的意义在于，用户会产生用户粘性，同时用户的消费行为数据得以沉淀，这为无现金支付的发展打下基础。虚拟账户系统是支付宝不同于VISA等支付清算组织的关键之处，首先用户将钱放在支付宝的虚拟账户里，会产生用户粘性，因此用户的使用概率会上升；其次，用户消费行为的数据自然会沉淀下来，有了数据的沉淀和积累，支付宝才能进行风控与数据运营。

图：由虚拟账户确立的第三方支付模式图

三、Step3：移动时代来临，再次变革进行中

1、交易场景变革

智能手机时代，交易场景移动化，促进了移动支付的诞生与发展。2007年，苹果第一代的iPhone诞生，智能手机这个词慢慢的被大众所知。智能手机拥有独立的操作系统，最重要的是它能够扩展应用程序，安装各种各样的程序，并可以通过无线网络来接入互联网。随着智能手机的不断普及，许多公司也将注意力，由线上的网站转向手机APP的开发，从线下交易场景的线上化，线上交易场景的移动化，到线下交易场景的移动化，多元化交易场景的出现，带给移动支付极大的发展空间。

图：淘宝商城第一代移动APP示意图 2、支付产业变革

移动支付已不满足于仅作为移动端入口，扫码支付迈向渗透线下场景的第一步。2014年绝对是移动支付发展最迅猛的一年，随着支付技术的不断进步，特别是扫码支付的诞生，

使得移动支付便捷性和低成本的特点得到了进一步的体现，只需通过付款码、收款码和一台能连网的智能手机即可完成支付。二维码作为一种低成本、操作简单的媒介能完美取代传统 POS 机的作用，虽然由于安全性等问题，被央行叫停，但是社会发展的历程不会停下，经过两年的等待，二维码支付的地位得到了央行的认可和推广。

保留现金支付的各种日常生活场景，成为了移动支付渗透的绝佳入口。在当时线下交易场景中大额度、小批量的支付领域被银行卡支付所垄断，而与消费者的日常吃喝玩乐更相关的小额度、大批量支付仍保留着较不便捷现金支付的模式，这对于移动支付的线下化渗透带来了绝佳入口。

支付宝率先发现了线下支付场景的广阔市场，2014 年 12 月 12 日，继“双十一促销节”获得火热成交量之后，淘宝网再次举办了“双十二促销节”，但是与“双十一促销节”不同的是，支付宝这次将重心放在了线下支付场景。支付宝与旗下的“口碑网”与各种线下商家包括超市、便利店以及各类店铺合作，只要店铺接入支付宝支付，在 12 月 12 日当天，支付宝用户只要凭借支付宝支付，就能获得 5 折优惠。到 2017 年，支付宝的线下支付场景，已经从超市、便利店、打车覆盖到商场、KTV、丽人、亲自、旅游等等各种人们吃喝玩乐，日常必须接触到的领域。

图：移动支付已覆盖线下大量场景 微信支付异军突起。微信红包是微信于 2014 年 1 月 27 日推出的一款应用，用户只需要在微信中关联一张银行卡，完成身份认证，就可以直接进入微信红包的页面开始发红包。据艾瑞咨询，2013 年除夕开始，至大年初一的 16 时，参与微信抢红包的用户超过了 500 万。微信支付通过“微信红包”一夜走红，成功打破了支付宝一方称霸的格局，占据了继支付宝之后国内第三方支付领域第二大市场。

微信支付的成功，体现出争夺用户数量与培养用户消费习惯对于移动支付市场的重要性。由于大量用于在腾讯 QQ 和微信建立了自己绝大部分的社交圈，因此他们对于 QQ 和微信具有极强的使用粘性。成为了腾讯 QQ 和微信的忠实用户，而支付宝十余年间不断发展，已经培养了用户使用第三方线上支付，与移动支付的消费习惯，微信支付在这个节点推出，可谓是“站在巨人的肩膀上”，而“微信红包”这一创意则巧妙利用了用户在 QQ 和微信中建立的社交关系的互动，一夜走红。

腾讯和阿里线下各种场景的“资本大战”，体现线下场景的开发与争夺是移动支付的核心。从 2016 年开始，形成了每年支付宝“集五福”红包与微信红包相“对抗”的局面；再到“快的+支付宝”和“滴滴+微信支付”的针对线下网约车交易市场规模争夺的对垒；双方进行了长达 5 个月的“烧钱火拼”，合计“烧掉”将近 20 亿元。再到 2017 年初，线下共享单车交易场景，又成为了阿里巴巴和腾讯两大巨头争夺的新“战场”。通过阿里巴巴与腾讯之间激烈的资本

比拼，更加凸显了线下经济的规模之大，而通过这样的比拼，毫无疑问更是推动了移动支付的发展。

2013-2016年，移动支付业务量的笔数与金额，均以超过100%的幅度上升，其占电子支付业务的比重也逐年上升，2015年和2016年，移动支付笔数占电子支付总笔数超50%，这也印证着，线下场景的开发，对于移动支付的快速上升，有着极大的促进。

银联布局NFC近场支付，试图在移动端开启绝地反击，线下交易场景争夺“白热化”。中国银联在2014年的11月便宣布与苹果公司进行合作，当时苹果在其应用商店“AppStore”中就添加了银联的支付通道。而在2015年2月18日，由苹果公司研发的“Apple Pay”正式登陆中国。“Apple Pay”是苹果公司基于NFC技术的移动近场方案。不同于之前的第三方线上支付，NFC技术是通过RFID(无线射频识别)演化而来的一种近场通信技术，其中近场支付则是其最主要功能。相比于第三方远程支付以及扫码支付，近场支付技术最大的优势是安全性，由于无需使用移动网络，使得其信息被拦截的可能性大大降低，所以从安全性来说比支付宝、微信支付都要高。而在2015年12月，银联将小米、华为等国产手机商也纳入支付体系内，开发出一系列的“Pay”，更显示出了其布局近场支付的决心。

图：NFC近场支付模式图 缺乏用户数量与未能培养用户消费习惯，NFC支付功能逐渐沦为鸡肋。由于实际支付场景中往往需要其他安全认证方式来配合NFC使用，比如密码，这样造成的结果就是近场支付便捷性大打折扣，并且POS机设备改造成本较高，以及运营商、银行、手机商、线下商家等多方面的利益冲突，技术先进的NFC支付最后也变得默默无闻，而即便是拥有众多手机用户的Apple Pay也初战失利。而在2016年底，银联尝试进一步简化交易，联合几大商业银行推出银联钱包APP，独自开发用户，已经过了互联网金融产品获客的风口期，用户基数增长缓慢。最终中国银联还是未能改变支付宝与微信支付两大市场寡头的格局。

观研天下发布的《2018-2023年中国电子支付产业发展现状调查与投资商机分析预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据

等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告目录】

第一部分行业发展分析

第一章电子支付概述

第一节电子支付相关概念

一、电子支付的定义

二、电子支付的分类

三、电子支付的特征

四、电子支付方式的对比

第二节电子商务时代支付工具史

一、支付工具的演变过程

二、新型电子支付工具发展

三、电子货币对社会经济的影响

第三节电子支付工具

一、信用卡

二、电子支票借记卡

三、电子现金

四、其他各种电子货币

第四节电子支付安全技术协议

一、SSL协议

二、SET协议

三、PKI协议

四、CA认证

第五节中国电子支付模式的比较

一、在线转帐及合并帐单支付模式

二、电子现金及电子支票支付模式

三、第三方平台结算支付模式

四、信用卡在线支付SSL及SET模式

第二章电子支付行业发展分析

第一节全球电子支付发展概况

- 一、电子支付方式席卷全球
- 二、美国电子支付产业高速增长
- 三、欧盟建设电子支付信任体系
- 四、新加坡电子支付发展概述
- 五、尼日利亚建议西非国家经济共同体采用电子支付系统

第二节 中国电子支付发展分析

- 一、电子支付的发展历程
- 二、电子支付逐渐走向成熟
- 三、中国电子支付指引的基本原则
- 四、电子支付业“马太效应”初显
- 五、电子支付业步入规模制胜时代
- 六、电子支付加速深耕传统行业

第三节 2016-2017年中国电子支付市场发展情况分析

一、2017年中国电子支付市场发展情况分析

根据央行公开资料显示，截至 2014 年 12 月 31 日，我国合计已发行 49.36 亿张银行卡，同比增长 19.13%，人均持有约 3.64 张银行卡；中国联网银行卡商户超过 1,203 万家，同比增长 57.68%；联网电子支付终端超过 1,594 万台，同比增长 49.95%。

二、2017年中国电子支付市场发展情况分析

三、2017年中国电子支付市场回顾与展望

第四节 2017年中国电子支付发展环境分析

- 一、公安部提高电子支付安全
- 二、规范和发展电子支付服务产业
- 三、加强电子支付工具的市场监管

第五节 2016-2017年中国发放电子支付牌照分析

第二部分 细分行业调研

第三章 第三方电子支付市场调研

第一节 第三方电子支付相关概述

- 一、第三方电子支付定义及优势
- 二、第三方电子支付的发展阶段
- 三、第三方电子支付企业的价值链

第二节 电子商务中的第三方支付模式及应用研究

- 一、第三方支付平台的定义

二、第三方支付模式分析

三、结论

第三节 第三方支付发展概况

一、第三方平台结算支付模式

(一) 第三方平台结算支付模式简介

(二) 第三方平台结算支付流程

(三) 第三方平台结算支付模式的优缺点

二、独立第三方电子支付商业模式获认可

三、中国第三方电子支付赢利模式趋于成熟

四、从主流SNS网站看第三方支付的重要性

五、第三方支付期待更明朗的法规环境

第四节 2016-2017年第三方支付市场规模分析

一、2013年中国第三方支付市场规模

二、2017年中国第三方支付市场规模

三、2017年中国第三方支付市场规模

四、2017年中国第三方支付市场规模

第四章 网上支付市场调研

第一节 中国网上支付发展概述

一、互联网支付的概念

二、互联网支付的特点

三、网上支付方式

四、网上支付的应用领域

五、互联网支付现状和发展趋势

第二节 2016-2017年中国网上支付发展市场回顾

一、2012年中国网上支付市场规模分析

二、2013年中国网上支付市场规模分析

三、2017年中国网上支付市场规模分析

四、2017年中国网上支付市场规模分析

第三节 2017年中国网上支付发展市场调研

一、2017年网上支付市场盘点

二、2017年电子支付行业发展特征

三、2017年网上支付年交易规模

四、2017年网上支付年交易规模

第四节 中国网上支付用户及应用情况

- 一、2017年网上支付年用户规模
- 二、2017年网上支付平台满意度
- 三、2017年网上支付行业应用情况分析
- 第五节中国网络购物市场网上支付分析
 - 一、2017年中国网络购物市场概况
 - 二、电子支付改善网络购物环境
 - 三、网络购物行业发展迅猛网上支付服务持续优化
- 第六节中国航空客票市场网上支付分析
 - 一、第三方支付抢滩航空客票市场
 - 二、航空客票网上支付渗透率急升，B2C和B2B齐头并进
- 第七节中国网上银行分析
 - 一、中国网上银行产业链结构
 - 二、2017年中国网上银行市场调研
 - 三、2017年银行电子商务业务发展情况
 - 四、2017年中国网上银行市场交易额
 - 五、2017年中国网上银行市场占有率
 - 六、2017年个人网银用户分析
 - 七、中国网上银行存在的问题及投资前景研究
 - 八、电子银行面临第三方支付挑战服务模式转型势在必行

第五章移动支付市场调研

第一节移动支付相关概述

- 一、移动支付定义及分类
- 二、移动支付的方式
- 三、移动支付技术成熟
- 四、移动支付业务的实现方式

第二节针对移动支付的国内外研究述评

- 一、国外学者的相关研究
 - (一) 移动支付产业链
 - (二) 移动支付商业模式
- 二、我国学者的相关研究
- 三、未来研究方向

第三节中国移动支付发展概况

- 一、手机支付市场规模
- 二、手机支付进入发展关键年

三、移动支付紧锣密鼓行业前景偏向乐观

四、手机支付市场凸显三足鼎立格局

五、2017年我国手机支付市场规模预测

六、全国首个手机支付平台交易额破百亿

七、电信运营商借力电子支付集体投身互联网

八、中国网民使用手机银行情况调研

第四节 2017年主要运营商发展情况分析

一、中国银联手机支付支持远程

二、中移动入股浦发银行为后期电子支付铺路

三、中国移动手机支付功能已全面升级

四、中移动欲借世博会大力推广手机支付

五、中国联通悄然联手支付宝试水网上支付

六、中国电信与中国移动手机支付替换SIM卡

第五节 移动支付模式概述

一、移动支付运作模式

二、移动支付价值链模式

三、手机支付的四种商业模式

四、国内外移动支付模式的比较

第六节 移动支付面临的问题及投资前景研究

一、阻碍移动支付运营的障碍

二、手机支付推广还有多重瓶颈

三、手机支付业务发展面临的考验

四、手机支付普及需迈三道坎

五、运营商与银联标准互不兼容

六、移动支付业务的约束因素及其双边市场选择

七、手机支付分析及运营策略探讨

八、支付功能要有特色业务

第六章 电话支付市场调研

第一节 电话支付相关概述

一、电话支付的定义

二、电话支付主要商业模式

三、电话支付的SWOT分析

第二节 电话支付的发展概况

一、我国电话支付的发展概况

- 二、2017年电话支付发展情况分析
- 三、银联 型规范确立电话支付行业发展新坐标
- 四、电话支付未来发展预测

第三节电话支付存在的问题及投资前景研究

- 一、应用内容有待丰富
- 二、业务规模需进一步扩大
- 三、盈利模式的探讨

第三部分重点企业分析

第七章电子支付重点企业分析

第一节支付宝ALIPAY

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节腾讯财付通TENPAY

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第三节上海环迅IPS

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第四节网银在线CHINABANK

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第五节易宝支付YEELPAY

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第六节快钱99BILL

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第四部分行业发展趋势及战略

第八章2018-2023年行业趋势预测及趋势展望

第一节2018-2023年中国电子支付行业趋势预测及趋势

- 一、电子支付终端业前景广阔
- 二、电子支付呈现多元化趋势
- 三、中国电子支付市场趋势预测
- 四、非金融机构的机遇与挑战
- 五、非金融机构支付服务的监督管理
- 六、我国电子支付的未来发展

第二节2018-2023年第三方电子支付的发展趋势

- 一、第三方电子支付服务行业发展趋势
- 二、未来第三方电子支付行业竞争趋势

第三节2018-2023年移动支付的趋势预测及趋势

- 一、全球移动支付未来展望
- 二、手机支付将超越网上支付
- 三、移动支付新兴应用前景无限
- 四、移动支付将成为小额支付的主要趋势
- 五、手机支付将改变电子商务的市场格局

第九章2018-2023年电子支付行业投资前景研究探讨

第一节电子支付行业存在的问题

- 一、中国电子支付的发展瓶颈
- 二、中国电子支付存在的缺陷
- 三、电子支付面临三大制约因素

第二节电子支付行业发展建议及策略

- 一、中国电子支付的发展建议
- 二、中国电子支付模式需本地化

三、电子支付安全的解决方案

四、电子支付应倡导绿色理念

第三节 第三方电子支付行业存在的问题及投资前景研究

一、第三方支付存在的问题

二、解决的对策

第四节 C2C中第三方支付模式及存在的问题

一、第三方支付平台的模式以及优点

二、第三方支付存在的问题

三、解决对策

四、结论

第五节 电子商务第三方支付的风险分析及控制浅谈

一、电子商务第三方支付的风险分析

二、电子商务第三方支付的风险控制

三、结论

第十章 2018-2023年电子支付投资建议研究探讨

第一节 中国电子支付投资概况

一、中国电子支付的投资机会

二、第三方电子支付工具成投资热点

三、移动支付行业投资潜力巨大

第二节 电子支付的主要风险

一、电子支付的基本风险

二、电子支付的操作风险

三、电子支付的法律风险

四、电子支付的其它风险

第三节 电子支付的风险防范

一、电子支付风险管理步骤

二、防范电子支付风险的技术措施

三、加强电子支付立法建设

四、加强电子支付的监管

图表目录：

图表：电子支付方式的对比

图表：在线转帐支付模式

图表：合并帐单模式支付流程

图表：电子现金支付模式

图表：电子支票模式

图表：信用卡在线支付SSL模式工作流程

图表：SET支付模式的PKI认证架构

图表：信用卡在线支付SET模式工作流程

图表：在线交易的不同结算方式

图表：商户通过电子支付完成的交易额占公司总交易额的比率

图表：商户为消费者提供的电子支付方式

图表：商户对手机支付应用前景的不同看法

图表：商户与第三方支付平台的主要接入方式

图表：商户使用的支付平台来源

图表：商户与第三方支付公司之间交费标准

图表：商户与第三方支付平台的不同结算周期

图表：商户所看重的第三方支付平台的特性因素

图表：第三方支付平台对商户的有利因素

图表：商户认为第三方支付平台扮演的不同产业角色

图表：商户看中与第三方移动支付商合作的不同背景因素

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/308572308572.html>