

2008年中国电子支付行业市场分析研究报告

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《2008年中国电子支付行业市场分析研究报告》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/1564715647.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6300元 电子和纸介版: 6500

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

前 言

本报告旨在为电子支付行业行业的投资者服务，报告对电子支付行业行业2007年的运行情况进行了详尽的描述和，并对2008年行业运行情况进行了预测。

报告的主要观点有：

1、在政策鼓励及第三方电子支付企业的努力和创新下，今年电子支付市场的发展十分迅速，2007年中国第三方电子支付市场交易额规模突破1000亿元，预计2008年仍将保持100%以上的增长，有望达到2100

亿元。交易额的高速增长凸显出电子支付市场的广阔前景。

2、当前中国第三方电子支付市场企业集中度非常高：非独立第三方平台（支付宝、财付通）依托自身资源快速发展，2007年支付宝的交易额规模高达476亿元，排名第一；占整个电子支付市场近50%的份额；独立第三方支付平台数量多，竞争十分激烈。

3、第三方支付企业的产品和服务正向专业化、垂直化方向转变，重点行业的深入应用已经成为企业间竞争的重要方面。2007年，主要的第三方支付平台都在行业深入应用方面加大了力度，特别是交易额份额最大的航空客票领域，已经成为竞争很激烈的领域之一。

4、购买各种实物产品仍是网民使用网上支付最多的行为，2007年685%的网民都通过网上支付方式购买国实物产品。其中，网上支付在服装鞋帽类产品的购买中渗透率最高，其次是图书音像类和数码产品类。此外，手机充值卡、理财产品等也是用户最常使用网上支付的行为。

5、不同年龄段用户使用网上支付的主要用途差异明显。如18岁以下低龄用户使用网上支付的主要用途集中在娱乐和学习两方面，表现为购买游戏点卡和道具、购买数字出版物时使用网上支付的比重相对最高。其它不同年龄段用户使用网上支付的用户也各不相同。女性用户更青睐综合类C2C

网站和B2C网站，80%的女性用户最常购物的网站类别均集中在这两类；相对而言，虽然综合类C2C网站也是男性用户最常购物的网站，但男性用户对专业类B2C购买网站、银行网上商城等其它类购物网站的最常使用比重均高于女性用户，可见，男性用户的购物网站范围相对比较广。

目 录

第一章 电子支付定义和分类 8

第二章 中国电子支付发展现状 10

一、电子支付行业发展环境逐步完善 10

二、价值链角色分配有待合理合法化 12

三、交易额高增长凸显广阔市场前景 14

四、市场高度集中导致竞争异常激烈 17

五、网关支付仍为当前主流支付模式 19

六、支付产品不断创新造就多元平台 20

第三章 中国电子支付发展趋势探讨 22

一、终端创新突破支付瓶颈 22

二、线上线下支付方式结合 24

三、专注服务提升ARPU值 25

四、投资热度下降但潜力大 27

五、不同支付方式趋势对比 28

第四章 中国网上支付发展现状及预测 30

一、网上支付交易额保持高速增长 30

二、非独立第三方支付平台占主流 31

三、非理性价格战逐步转向价值战 33

四、行业集中度高并渗透传统行业 34

五、行业深入应用成为竞争重点 35

六、电子商务网上支付发展不平衡36

（一）B2C网上支付应用空间广 36

（二）B2B网上支付探索中前进 38

第五章 中国网上支付影响因素 40

一、行业发展环境喜忧参半 40

二、产业链各环节态度各异 41

（一）银行在产业链中地位日益凸显 41

（二）商户成为各支付平台争夺重点 44

（三）第三方支付平台争相抢占市场 46

（四）用户属性及态度决定平台选择 48

（五）网上支付覆盖用户稳定增长 50

（六）网上支付用户黏性逐步提升 51

（七）网上支付用户属性特征明显 53

第六章 中国网上支付发展趋势探讨 54

一、支付平台多元化整合势在必行 54

二、支付服务增值化创新摸索前进 55

三、B2C/B2B网上支付将成突破口 56

四、传统行业网上支付市场待开发 57

五、专注产品创新是未来制胜关键 59

六、合理分工合作共推产业健康化 60

第七章 中国网上支付平台竞争力62

- 一、第三方支付平台竞争力评估指标 62
- 二、第三方支付平台经营管理能力评估 63
- 三、第三方支付平台市场营销能力评估 64
- 四、第三方支付平台产品服务能力评估 65
- 五、第三方支付平台用户竞争能力评估 66
- 六、第三方支付平台综合竞争力评估 67
- 第八章 中国电话支付市场状况69
 - 一、在产品创新中发展 69
 - 二、商业模式不断创新70
 - (一) 电话支付产业链 70
 - (二) 电话支付业务模式71
 - (三) 智能刷卡模式介绍 72
 - 三、市场竞争态势74
 - 四、未来发展趋势探讨 75
- 第九章 中国移动支付市场 76
 - 一、国外移动支付发展迅速 76
 - 二、国内移动支付发展历程77
 - 三、国内移动支付市场规模78
 - 四、国内移动支付市场环境79
 - 五、多种商业模式探索及对比 80
 - 六、主要企业业务介绍81
 - (一) 联动优势“手机钱包”业务 81
 - (二) 捷银支付介绍 82
 - 七、现存问题及未来趋势 83
- 第十章 2007 年网上支付用户调研核心数据 84
 - 一、2007 年网上支付用户使用情况 84
 - (一) 影响网民使用网上支付的主要因素84
 - (二) 网民使用网上支付的用途85
 - (三) 不同类型电子商务网站网上支付渗透率 86
 - (四) 不同年龄用户使用网上支付的差异87
 - (五) 不同性别用户使用网上支付的差异 89
 - 二、2007 年网民网上支付行为特征 90
 - (一) 网民网上支付平均每次支付金额90
 - (二) 网民网上支付使用频率 91
 - (三) 网民网上支付使用工具92

- (四) 网民网上支付使用银行卡 93
- 三、2007 年网民第三方支付平台使用和了解情况 94
 - (一) 网民了解第三方支付平台的渠道 94
 - (二) 主要第三方支付平台用户渗透率95
 - (三) 网民选择和评价第三方支付平台核心因素 96
- 四、2008 年奥运会与网上支付 97
 - (一) 网民购买奥运门票的支付方式 97
 - (二) 网民对奥运会前后网上支付改进的需求 98
 - (三) 网民关注的奥运会期间的优惠活动 99
 - (四) 奥运期间对网民而言更便捷的支付方式 100

图 表

- 图表1 电子支付分类 12
- 图表2- 电子支付行业发展环境因素 14
- 图表3 中国电子支付行业发展环境 14
- 图表4 中国电子支付行业产业链 15
- 图表5 2004-2011 年中国第三方电子支付交易额规模 16
- 图表6 2007 年中国第三方电子支付市场核心企业交易额规模市场份额 18
- 图表7 2007 年中国主要第三方支付企业交易额规模 19
- 图表8 中国主要第三方支付平台产品创新情况 20
- 图表9 中国第三方支付平台融资情况 24
- 图表10 三种电子支付方式比较 24
- 图表11 2004-2011 年中国第三方网上支付交易额规模 25
- 图表12 2007 年中国第三方网上支付市场核心企业交易额规模市场份额 26
- 图表13 2007 年中国第三方电子支付市场交易额结构 27
- 图表14 2006-2007 中国第三方支付市场交易额行业构成趋势变化 28
- 图表15 中国电子商务网上支付特点及现状 29
- 图表16 B2C物流配送体系与用户支付方式的选择 30
- 图表17 中国网上支付市场环境 32
- 图表18 银行网上支付和第三方平台优势比较 33
- 图表19 中国第三方支付平台如何处理与银行之间的竞合 34
- 图表20 第三方支付平台分类及优势 36
- 图表21 第三方支付平台和商户联合营销的效果 37
- 图表22 2007 年中国主要支付企业用户规模和商户规模 38
- 图表23 中国2007 年各月主要金融服务类媒体月度覆盖人数趋势 39
- 图表24 中国2006Q3-2007Q4 主要金融服务类媒体季度总访问次数趋势 40

- 图表25 中国2006Q3-2007Q4 主要金融服务类媒体季度总浏览页面趋势 41
- 图表26 中国2006Q3-2007Q4 主要金融服务类媒体季度总有效浏览时间趋势 42
- 图表27 中国2007 年12 月网上支付用户属性对比 43
- 图表28 中国第三方支付平台综合竞争力评价指标体系 46
- 图表29 主要第三方支付平台经营管理能力评估 47
- 图表30 主要第三方支付平台市场营销能力评估 48
- 图表31 主要第三方支付平台产品服务能力评估 49
- 图表32 主要第三方支付平台用户竞争能力评估 50
- 图表33 主要第三方支付平台综合竞争力评估 51
- 图表34 2006-2011 年中国第三方电话支付交易额规模 52
- 图表35 电话支付产业链 53
- 图表36 电话支付对产业链各方的益处 53
- 图表37 中国电话支付主要业务模式对比 54
- 图表38 固网支付介绍 54
- 图表39 拉卡啦终端支付模式 55
- 图表40 中国电话支付市场竞争环境 56
- 图表41 国外移动支付市场发展情况 58
- 图表42 2004-2011 年中国第三方移动支付交易额规模 60
- 图表43 中国移动支付市场环境 61
- 图表44 移动支付多种商业模式对比 63
- 图表45 手机钱包业务介绍 64
- 图表46 捷银“话费充值”业务流程 65
- 图表47 捷银“公共事业缴费”业务流程 66
- 图表48 2007 年网民不使用网上支付的原因 69
- 图表49 2007 年网民使用网上支付的用途 70
- 图表50 2007 年网民使用网上支付购买的实物产品 71
- 图表51 2007 年网民网上支付使用过和最常使用的网站类型 72
- 图表52 2007 年不同年龄段用户使用网上支付的主要用途 73
- 图表53 2007 年不同年龄段用户最常购物的网站类别 74
- 图表54 2007 年不同年龄段用户网上支付使用频率 75
- 图表55 2007 年不同年龄段用户网上支付平均每次花费金额 75
- 图表56 2007 年男性和女性用户最常购物的网站类别 76
- 图表57 2007 年男性和女性用户使用网上支付的用途 77
- 图表58 2007 年男性和女性用户使用网上支付的用途 78
- 图表59 2007 年男性和女性用户使用网上支付平均每次支付金额 78

图表60 2007 年网民使用网上支付平均每次花费的金额 79

图表61 2007 年网民使用网上支付的频率 80

图表62 2007 年网民网上支付使用的工具 81

图表63 2007 年网民网上支付使用的银行卡 82

图表64 2007 年网民了解第三方支付平台的渠道 83

图表65 2007 年网民使用过和最常使用的第三方支付平台 84

图表66 2007 年网民选择第三方支付平台考虑的因素 85

图表67 2007 年网民评价第三方支付平台的标准 86

图表68 2008 年网民希望第三方支付平台改进的方面 86

图表69 2007 年网民购买奥运门票选用的支付方式 87

图表70 2008 年奥运前后网民希望网上支付平台改进的方面 88

图表71 网民关注的网上支付平台奥运期间的优惠活动 89

图表72 网民认为奥运期间更便捷的支付方式 90

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/1564715647.html>