

中国互联网支付业务年度综合报告2006

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《中国互联网支付业务年度综合报告2006》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/2732427324.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：16800元 电子和纸介版: 8500

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

研究发现与建议研究发现I B2C支付市场规模封闭型市场规模。2005年，我国封闭型B2C市场规模从2002年的3,489亿元，增长711%，达到28,296亿元。据易观国际测算，B2C支付平均复合渗透率达到22.52%，在2005年，封闭型B2C支付市场规模已超过6,000亿元。封闭型B2C支付市场规模的扩大，主要源于占绝对比重的网上金融业务的发展，随着网上零售金融逐步被消费者所接受，从而带来用户数量与支付额的增加；其次，市场中更多的行业或机构将其业务转移至互联网支付，也促进了市场规模的增长。开放型市场规模。2005年，我国开放型B2C支付市场规模已经达到12.87亿元，比2004年增长76%。预计未来三年内，我国开放型B2C支付市场规模仍将迅速扩大，将以57.67%的年均复合增长率保持增长，在2008年达到50.12亿。I B2C支付市场商户规模2005年，开放型B2C支付专业商户规模达到5,400户，未来一年将达到7,800户，与传统银行卡商户规模相比，相差七十二倍左右。开放型B2C商户规模未迅速扩大是因为受到B2C电子商务产业，以及B2C支付市场发展的制约，在后者市场不足主要体现在：市场需求尚未充分挖掘，缺乏集中与统一的技术标准，产业链上下游不稳定，产品与服务创新不足等问题，这些因素将阻碍开放型B2C支付市场的受理市场发展，进而影响整体产业发展。I B2C支付市场消费者需求消费者使用在线支付的主要动机是体验一站式的购物，节省时间与人力。但是，需要注意的是，电子商务发展在我国仍处在起步阶段，支付体系中的安全性、定价等方面尚不完善，在使用动机方面产生了较大的差异性。在这种市场现状下，一方面，随着B2C市场的发展，更多B2C消费者有意愿体验在线支付方式，市场渗透率会不断提升。另一方面，支付服务商应完善服务体系，从而培养支付消费者的使用习惯，这样才能稳步提升市场份额。I B2C支付市场的竞争状况由价格竞争为主，逐渐向以构建完善服务体系为核心的综合竞争转变。B2C支付市场将与其他电子商务的支付形态相互补充和融合。研究建议对银行的建议I 市场竞争的建议银行应该更主动的进入开放型B2C支付市场，一方面，稳固与第三方支付厂商的代理合作关系。另一方面，主动与大型B2C商城积极合作，共同拓展B2C互联网支付受理市场。I 完善安全体系的建议安全性既然成为用户使用互联网支付的焦点问题，银行就应该深入各领域业务层面的支付流，尤其在开放型B2C支付市场中，应该加大对安全“软件”信用管理体系建设的投入，向第三方支付商学习。否则，将会失去对市场的主动权。对第三方支付商的建议I 市场竞争的建议第三方支付商应放弃低价竞争的策略，将重点转移至开发支付相关的增值产品。寻找规模适中或有意将支付业务外包的合作伙伴（如金融业的基金、保险公司），逐渐进入封闭型B2C市场。在开放型B2C市场上，采取积极与各类B2C商城合作，或自建商户体系的方式，加大在拓展受理市场的步伐，占取市场主动地位。I 产品创新的建议加快多支付渠道整合与梳理业务流程，形成互联网支付、电话支付、移动支付整合的支付平台，简化业务流程，从而增加消费者体验机会。拥有B2C商城的第三方支付商，应坚持完善内部的信用管理体系，提升B2C支付消费者的市场渗透率。正文目录1研究定义与分类 11.1研究定义 11.1.1

B2C电子商务 (B2C E-commerce)	11.1.2电子支付的内涵与外延	11.1.3电子支付的三要素
21.1.4互联网支付定义	31.2分类与特征	41.2.1 B2C电子商务分类
41.2.2电子支付的分类	51.2.3现金货币与电子货币关系	71.3专业术语
82中国B2C支付产业环境分析	92.1产业发展路径	92.1.1产业发展路径 (国际)
92.1.2产业发展路径 (中国)	122.2产业发展特征	142.3产业环境
162.3.1政策与监管	162.3.2 B2C电子商务	192.3.3信用体系
212.3.4支付体系	233中国B2C支付产业结构与趋势分析	243.1产业链分析
243.1.1封闭型产业链分析	243.1.2开放型产业链分析	263.2市场规模
283.2.1封闭型市场规模	283.2.2开放型市场规模	323.3产业趋势
364中国B2C支付价值链分析	374.1价值链与价值分配	374.1.1黄金价值链推导
374.1.2封闭型价值链与价值分配分析	384.1.3开放型价值链与价值分配分析	404.2价值链环节分析
424.2.1发卡环节	424.2.2收单环节分析	434.2.3清算环节
444.3信用中介环节分析	455中国B2C支付市场商户与消费者分析	475.1商户分析
475.1.1商户互联网支付应用现状分析	475.1.2商户与银行合作分析与趋势预测	495.1.3商户与第三方支付商合作分析与趋势预测
515.2消费者分析与趋势预测	535.2.1消费者特征研究与趋势预测	535.2.2消费者需求分析与趋势预测
565.3商户与消费者支付方式的KSF分析	616	中国B2C支付市场竞争分析
626.1支付服务商竞争格局分析	626.1.1封闭型市场竞争格局分析	646.2主要支付服务商现状与趋势分析
626.1.2开放型市场竞争格局分析	666.2.1工商银行网上银行业务	666.2.2招商银行网上银行业务
686.2.3北京首信	696.2.4上海环讯	706.2.5银联电子
726.2.6支付宝	746.2.7安付通与PayPal	756.2.8财付通
766.2.9云网支付	776.2.10易宝 (YeePay)	79附录：易观数据采集流程和方法论
801总体介绍	802消费者市场的研究方法	813不同类型企业市场的研究方法
834数据分析流程与方法	84图	目 录
图1-1电子支付的分类	3图2-1国际互联网支付产业发展历程	11图2-2中国互联网B2C支付产业发展特征
15图2-3互联网支付监管体系示意图	18图2-4	2003-2008年中国B2C电子商务市场规模
19图2-5	2002-2008年中国B2C电子商务账户数渗透率	20图2-6中国支付体系的基本框架
23图3-1封闭型B2C支付产业链	25图3-2开放型B2C支付产业链	26图3-3
2002-2005年封闭型B2C市场规模		28图3-4
2002-2008年封闭型B2C支付商户与消费者账户规模		29图3-5
2005年封闭型B2C支付 (按产品形态) 细分市场份额		30图3-6
2002-2006年封闭型B2C支付 (按交易模式) 细分市场份额		31图3-7
2002-2008年开放型B2C支付市场份额		32图3-8
2003-2006年开放型B2C支付商户与银行卡商户规模比较		33图3-9
2002-2008年开放型B2C支付账户规模		34图3-10
2002-2008年开放型B2C支付 (按交易模式) 细分市场规模		35图3-11

2002-2008年开放型B2C支付（按交易模式）细分市场份额

35图3-12中国B2C支付产业趋势特征	36图4-1封闭型与开放型黄金价值链推导
37图4-2封闭型B2C支付价值链与价值分配	39图4-3开放型B2C支付价值链与价值分配
41图4-4 B2C支付价值链的三个关键环节	42图4-5发卡价值环节的业务价值群
42图4-6收单价值环节的业务价值群	43图4-7清算价值环节的业务价值群
44图4-8开放型B2C市场信用中介环节的业务流程	
46图5-1商户支付方式使用率与提供电子支付方式分类	47图5-2电子支付占商户交易额比率
48图5-3商户支付平台来源与商户对银行态度转变	49图5-4商户重点关注的前五家银行
50图5-5商户支付平台来源与接入方式	51图5-6商户选择第三方支付平台的动机与背景因素
52图5-7商户支付第三方支付商的扣率与结算周期	52图5-8中国B2C支付消费者性别比例
53图5-9中国B2C支付消费者年龄比例	54图5-10中国B2C支付消费者职位与教育程度比例
54图5-11中国B2C支付消费者收入与家庭收入比例	55图5-12中国B2C支付消费者使用动机
56图5-13中国B2C支付消费者选购商品比率	
57图5-14中国B2C支付消费者服务商选择与原因	
58图5-15中国B2C支付消费者对安全性的评价	
58图5-16中国B2C支付消费者认为不安全的原因	
59图5-17经历过不安全事件的中国B2C支付消费者次数与原因	
60图6-1中国封闭型B2C支付市场竞争幻方图	63图6-2中国开放型B2C支付市场竞争幻方图
65图6-3 2000-2004年工商银行电子银行与网上银行交易量	67 表 目
录表1-1电子支付三要素的作用与趋势	3表3-1 B2C封闭型与开放型产业链主要区别 27

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/2732427324.html>