

# 中国互联网支付行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国互联网支付行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/658915.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200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

### 一、互联网支付行业概述

互联网支付是指以手机、电脑等设备为载体，利用互联网进行资金转移。其基本的运行逻辑是建立在商务电子化的基础上，个人将第三方支付账户与银行绑定，再由第三方支付机构与银行及企业机构对接。

互联网支付是一种网上交易形式，主要表现为网银、第三方支付、移动支付。互联网支付就属于那种需要特别“照顾”的。因为从微观层面上说，互联网支付直接涉及到用户的财产安全等切身利益，从宏观层面上，还关系到国家金融体系的稳定。例如第三方支付公司拥有巨额的沉淀资金，获得了开展金融业务的潜在能力，能够对整个金融体系产生影响。从保证国家金融安全的角度看，政府监管肯定是必要的。

### 二、数字钱包占据主导地位，先买后付增长趋势迅猛

按照产品种类划分，目前互联网支付行业主要有五大细分市场：数字钱包、信用卡、借记卡、银行转账和货到付款。其中，数字钱包占比最高。随着电子商务的迅猛发展和消费者支付习惯的改变，数字钱包已成为全球电子商务消费者首选的支付方式。在中国，数字钱包占电子商务交易额的81%，占销售点交易额的56%。随着全球支付方式偏好继续由现金和信用卡向数字钱包转移，数字钱包的增长将延续上升趋势，预计到2024年，数字钱包将占电子商务支付总额的一半以上。

资料来源：观研天下整理

资料来源：worldpay、观研天下整理

与此同时，“先买后付”（BNPL）的巨大市场需求也在逐渐凸显。先买后付主要指消费者在进行消费时，不需要一次性的付清购物全款。这种方式在近两年的数据统计中，在全球电商的支付占比越来越高，增长趋势迅猛。无论在线上还是线下，先买后付的年增长率都达到了30%左右的水平。尤其对于年轻一代而言，“先买后付”的支付方式与其消费观同频共振，首先他们相比于年长消费者处于更不稳定的财务状况，因此更需要这种推迟全额付款的选择。银行存款较少且工作并不稳定的年轻消费者往往更需要这种解决方案，帮助他们一次性购买一些大件商品，而经历过财务困境的个人可能会没有信用评分来得到信用卡的帮助。因此，BNPL产品的定位特别适合Z世代和千禧一代购物者的当前需求。最近的一项相关研究显示，18岁至29岁的年轻人已占到中国居民消费信贷客户的36%。在此背景下，预计先买后付将从2020年的2.1%翻一番，到2024年达到4.2%。在先买后付的快速增长下，数字钱包也将继续稳固在中国市场的主导地位，并进一步加快普及步伐。

资料来源：worldpay、观研天下整理

观研天下分析师观点：当前互联网支付行业正在经历数字化转型，支付技术服务商以“企业金融SaaS服务”的方式与银行合作，为企业提供线上化“支付+账户+金融”的综合服务。支付技术服务商可以基于其技术服务能力提升银行客户服务的响应效率、服务质量。也能通过其商户、交易数据的优势为用户提供小微商家的私域营销、经营管理等SaaS增值服务。然而，数字化转型也给行业带来了新的挑战，例如，如何保障数据安全和隐私保护、如何应对网络安全和黑客攻击等问题，都是行业需要重点关注和解决的难题。

### 三、各路企业纷纷入局，行业逐渐呈现多元化发展态势

#### 1、行业呈现“双寡头”格局，支付宝和微信各具特色

底蕴决定实力，长久以来，互联网支付行业呈现“双寡头”的格局，支付宝和微信占据了绝大部分的市场份额，根据统计数据，截至2021年，支付宝和微信支付的市场份额分别约为55%和39%。支付的竞争本质上是誰更能嵌入场景，谁离商户更近，而双巨头之所以能成为超级流量入口正是得益于这一点，支付宝是因其起步于电商并具有做支付业务的先发优势，微信则源自其作为聊天工具强大的社交娱乐属性，且双巨头均通过不断的强强联合、开拓适应自身生态的场景，持续夯实自身的用户基数和黏性。

资料来源：观研天下整理

#### 2、跨界企业争先入局，新兴电商平台竞争者增长势头更加强劲

随着市场规模的不断扩大，支付场景细分多元，又为玩家提供了新的发展机会，部分新兴竞争者如手机厂商、京东、美团、拼多多、抖音等争先入局互联网支付行业，不可避免与微信支付、支付宝展开竞争。

国内部分互联网公司所持支付牌照情况	公司	牌照来源	牌照类型	业务范围
京东收购网银在线	互联网支付、移动电话支付、银行卡收单、预付卡发行与受理(仅限于线上实名支付账户充值)	全国	拼多多	收购付费通
互联网支付、移动电话支付、银行卡收单、预付卡发行与受理(上海市)	全国	抖音	收购合众易宝	互联网支付
全国	美团	收购钱袋宝	互联网支付、移动电话支付、银行卡收单	全国
快手	收购易联支付	互联网支付(全国)、移动电话支付(全国)、预付卡发行与受理(广东)	全国	华为
收购讯联智付	互联网支付、移动电话支付	全国		

资料来源：公司公告、观研天下数据中心整理

从手机厂商来看，其率先推出的移动支付主要是基于NFC功能，NFC是互联网支付的一种特殊形式，并不同于微信支付和支付宝的扫描二维码支付，应用NFC技术的手机相当于把手机变成了支付终端，可以直接刷机支付。以华为为例，Huawei Pay是与银联合作帮助银行、通卡公司提供便捷支付的软件工具。华为支付更偏向于金融功能，基于讯联智付提供的支付资质，可以为用户提供支付账户服务。2021年3月，华为通过收购深圳市讯联智付网络有限公司100%股权，拿下移动支付牌照，成为小米之后第二家拥有支付牌照的手机厂商。

此外，抖音、快手更是以“短视频+电商”的属性，在微信、微博等分别主导的熟人社交、陌生人社交外开辟了一条“新赛道”；拼多多作为社交电商龙头，GMV也已经冲进行业前三。从GMV维度来看，抖音电商自2020年推出，GMV也在2021年、2022年分别实现了220%、76%的增长，相较传统电商淘宝/天猫(3年CAGR+12%)、京东(3年CAGR+19%)，新兴的电商平台竞争者如快手(3年CAGR+125%)、微信小程序(3年CAGR+55%)、拼多多(3年CAGR+49%)近年来均保持着更强的增长势头。

资料来源：公司公告、观研天下整理

注：由于抖音电商2020年推出，右轴为其2022年GMV同比增速。

#### 四、“整合”和“离场”并行，行业发展进入下半场

##### 1、行业监管趋严、趋细，支付牌照稀缺性进一步凸显

近年来，国家不断出台政策和措施促进我国互联网支付行业的有序发展，2021年，中国人民银行发布《非银行支付机构条例(征求意见稿)》，将支付监管的部门规章升级为行政法规，对支付领域的市场准入和管理进一步加强。去年3月，《中国人民银行关于加强支付受理终端及相关业务管理的通知》开始落地执行，对于支付价值链上的不同角色提出了细化的针对性要求，互联网支付行业严监管日趋常态化。

在市场化 and 金融严监管之下，互联网支付行业牌照的优胜劣汰仍在加速。据不完全统计，截止2023年2月末，央行官网仅剩支付机构196家，首次跌破200大关。而此前2022年全年，央行注销了23家支付机构，创历年最高记录。截止2023年7月，陆续共有83家非银行支付服务机构因各类情形退出市场，支付业务许可证由最多时的271张减少至188张。目前，按照现行规定下的支付业务类型划分，获得互联网支付业务许可的机构仅有105家。此外，今年已有超10家支付机构的支付牌照被注销或不予展期。支付牌照是互联网企业发展的“标配”，对于企业来说，将支付牌照收入囊中，既可以降低成本、沉淀数据，更能拓展金融业务板块布局，以支付为入口，连接C端用户及B端商户，聚集各类资源打造金融生态圈。持牌机构的减少，反映出了行业监管趋严、趋细，支付牌照稀缺性进一步凸显。

观研天下分析师观点：随着人们越来越依赖互联网支付来完成各种交易，包括购物、转账、缴纳水电费等，即便在强监管背景下，行业依然拥有广阔的发展前景。同时，非银行支付市场退出机制的建立与完善也是这个行业发展的一个积极趋势，在这个过程中，牌照分布结构也将持续优化。

##### 2、竞争激烈叠加新规出台，行业优化整合逐步提速

面对非银行支付新规的出台以及行业内的激烈竞争，除了淘汰上述10家支付机构外，2022年至今，互联网支付行业牌照资源的优化整合也正在逐步提速。

2022年6月份，小商品城发布关于拟收购浙江海尔网络100%股权的进展公告称,批复同意快捷通现有实际控制人海尔金控将所持海尔网络100%股权转让给小商品城。义乌小商品城打

造的支付平台---义支付 (英文名称: Yiwu Pay)正式上线,服务于义乌的外贸出口。

2022年内,为进一步聚焦主业,银联商务也采用了包括“股权出让”、“收购合并”等方式开展整合:2022年3月,挂牌转让旗下的北京数字王府井科技有限公司的40%股权;2022年7月,挂牌转让旗下上海银联电子支付服务有限公司100%股权;2022年8月,北京银联商务有限公司正寻求转让90%的股权;2022年10月,挂牌转让中金支付90.01%股权和广州银联网络支付有限公司的100%股权。2022年12月,拥有互联网支付机资质的邦付宝支付科技有限公司也在北京金融资产交易所寻求转让100%股权,但并未披露具体交易价格。

观研天下分析师观点:当前,在日益复杂的国际支付市场竞争格局下,我国支付服务机构应该积极跟进监管政策,确保自身合规,同时加强风险控制,保障消费者权益。此外,还应加大技术创新和产品研发力度,提升服务质量,增强自身竞争力,才能在未来的全球支付产业链中发挥更加积极的作用。有关部门也应立足于国家战略和全球视野,客观看待我国支付产业发展的贡献和价值,为我国支付产业发展开拓创新营造公平的营商环境,在风险可控的前提下,鼓励符合资质的本土支付服务机构做大做强,保持与国际支付巨头的竞争力,并给予国内支付企业跨境支付业务更多政策支持。(LZC)

注:上述信息仅供参考,具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国互联网支付行业发展趋势分析与未来前景预测报告(2023-2030年)》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,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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构,拥有资深的专家团队,多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告,客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业,并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国互联网支付行业发展概述

#### 第一节 互联网支付行业发展情况概述

##### 一、互联网支付行业相关定义

## 二、互联网支付特点分析

### 三、互联网支付行业基本情况介绍

### 四、互联网支付行业经营模式

#### 1、生产模式

#### 2、采购模式

#### 3、销售/服务模式

### 五、互联网支付行业需求主体分析

## 第二节中国互联网支付行业生命周期分析

### 一、互联网支付行业生命周期理论概述

### 二、互联网支付行业所属的生命周期分析

## 第三节互联网支付行业经济指标分析

### 一、互联网支付行业的赢利性分析

### 二、互联网支付行业的经济周期分析

### 三、互联网支付行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球互联网支付行业市场发展现状分析

### 第一节全球互联网支付行业发展历程回顾

### 第二节全球互联网支付行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲互联网支付行业地区市场分析

#### 一、亚洲互联网支付行业市场现状分析

#### 二、亚洲互联网支付行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲互联网支付行业市场前景分析

### 第四节北美互联网支付行业地区市场分析

#### 一、北美互联网支付行业市场现状分析

#### 二、北美互联网支付行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美互联网支付行业市场前景分析

### 第五节欧洲互联网支付行业地区市场分析

#### 一、欧洲互联网支付行业市场现状分析

#### 二、欧洲互联网支付行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲互联网支付行业市场前景分析

### 第六节 2023-2030年世界互联网支付行业分布走势预测

### 第七节 2023-2030年全球互联网支付行业市场规模预测

## 第三章 中国互联网支付行业产业发展环境分析

### 第一节我国宏观经济环境分析

## 第二节我国宏观经济环境对互联网支付行业的影响分析

### 第三节中国互联网支付行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

#### 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对互联网支付行业的影响分析

### 第五节中国互联网支付行业产业社会环境分析

## 第四章 中国互联网支付行业运行情况

### 第一节中国互联网支付行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节中国互联网支付行业市场规模分析

#### 一、影响中国互联网支付行业市场规模的因素

#### 二、中国互联网支付行业市场规模

#### 三、中国互联网支付行业市场规模解析

### 第三节中国互联网支付行业供应情况分析

#### 一、中国互联网支付行业供应规模

#### 二、中国互联网支付行业供应特点

### 第四节中国互联网支付行业需求情况分析

#### 一、中国互联网支付行业需求规模

#### 二、中国互联网支付行业需求特点

### 第五节中国互联网支付行业供需平衡分析

## 第五章 中国互联网支付行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国互联网支付行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、互联网支付行业产业链图解

### 第二节中国互联网支付行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对互联网支付行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对互联网支付行业的影响分析

### 第三节我国互联网支付行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国互联网支付行业市场竞争分析

### 第一节中国互联网支付行业竞争现状分析

- 一、中国互联网支付行业竞争格局分析
- 二、中国互联网支付行业主要品牌分析

### 第二节中国互联网支付行业集中度分析

- 一、中国互联网支付行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国互联网支付行业市场集中度分析

### 第三节中国互联网支付行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国互联网支付行业模型分析

### 第一节中国互联网支付行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国互联网支付行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国互联网支付行业SWOT分析结论

### 第三节中国互联网支付行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素

- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国互联网支付行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国互联网支付行业市场动态情况

#### 第二节 中国互联网支付行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

#### 第三节 互联网支付行业成本结构分析

#### 第四节 互联网支付行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

#### 第五节 中国互联网支付行业价格现状分析

#### 第六节 中国互联网支付行业平均价格走势预测

- 一、中国互联网支付行业平均价格趋势分析
- 二、中国互联网支付行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国互联网支付行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国互联网支付行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国互联网支付行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

### 第三节 中国互联网支付行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第十章 2019-2023年中国互联网支付行业区域市场现状分析

### 第一节 中国互联网支付行业区域市场规模分析

#### 一、影响互联网支付行业区域市场分布的因素

#### 二、中国互联网支付行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区互联网支付行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区互联网支付行业市场分析

##### (1) 华东地区互联网支付行业市场规模

##### (2) 华南地区互联网支付行业市场现状

##### (3) 华东地区互联网支付行业市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区互联网支付行业市场分析

##### (1) 华中地区互联网支付行业市场规模

##### (2) 华中地区互联网支付行业市场现状

##### (3) 华中地区互联网支付行业市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区互联网支付行业市场分析

##### (1) 华南地区互联网支付行业市场规模

##### (2) 华南地区互联网支付行业市场现状

##### (3) 华南地区互联网支付行业市场规模预测

### 第五节 华北地区互联网支付行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区互联网支付行业市场分析

##### (1) 华北地区互联网支付行业市场规模

##### (2) 华北地区互联网支付行业市场现状

##### (3) 华北地区互联网支付行业市场规模预测

## 第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区互联网支付行业市场分析
  - (1) 东北地区互联网支付行业市场规模
  - (2) 东北地区互联网支付行业市场现状
  - (3) 东北地区互联网支付行业市场规模预测

## 第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区互联网支付行业市场分析
  - (1) 西南地区互联网支付行业市场规模
  - (2) 西南地区互联网支付行业市场现状
  - (3) 西南地区互联网支付行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区互联网支付行业市场分析
  - (1) 西北地区互联网支付行业市场规模
  - (2) 西北地区互联网支付行业市场现状
  - (3) 西北地区互联网支付行业市场规模预测

## 第十一章 互联网支付行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

### 第二节企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国互联网支付行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网支付行业未来发展前景分析

一、互联网支付行业国内投资环境分析

二、中国互联网支付行业市场机会分析

三、中国互联网支付行业投资增速预测

第二节 中国互联网支付行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网支付行业规模发展预测

一、中国互联网支付行业市场规模预测

二、中国互联网支付行业市场规模增速预测

三、中国互联网支付行业产值规模预测

四、中国互联网支付行业产值增速预测

五、中国互联网支付行业供需情况预测

第四节 中国互联网支付行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国互联网支付行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国互联网支付行业进入壁垒分析

一、互联网支付行业资金壁垒分析

二、互联网支付行业技术壁垒分析

三、互联网支付行业人才壁垒分析

四、互联网支付行业品牌壁垒分析

五、互联网支付行业其他壁垒分析

第二节 互联网支付行业风险分析

一、互联网支付行业宏观环境风险

二、互联网支付行业技术风险

三、互联网支付行业竞争风险

四、互联网支付行业其他风险

第三节中国互联网支付行业存在的问题

第四节中国互联网支付行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国互联网支付行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国互联网支付行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国互联网支付行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 互联网支付行业营销策略分析

一、互联网支付行业产品策略

二、互联网支付行业定价策略

三、互联网支付行业渠道策略

四、互联网支付行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/658915.html>