

2020-2026年中国移动支付 市场深度分析与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国移动支付市场深度分析与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202009/187111.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2017年移动支付市场继续呈现出爆发式增长，增长率达到208.7%，市场规模达到1090711.5亿元。预计到2020年，中国移动支付市场规模将达到2750187.5亿元。

2017年支付机构继续在线下大力布局移动支付，巨额的补贴力度让行业规模迅速增长。另外，基于移动支付而衍生出的营销、供应链金融、消费金融等多种增值服务以及移动支付本身提取数据的能力成为支付机构重要的利润增长点。

预计，2018年，随着移动支付持续向更多诸如公共出行等小额、高频的场景迈进，同时各厂商加速向三四线城市下沉，移动支付交易规模将持续保持高速增长。2013-2020中国移动支付市场规模及增长走势2014-2020年中国移动支付用户规模走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国移动支付市场深度分析与前景趋势报告》共七章。首先介绍了中国移动支付行业市场发展环境、移动支付整体运行态势等，接着分析了中国移动支付行业市场运行的现状，然后介绍了移动支付市场竞争格局。随后，报告对移动支付做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动支付行业发展趋势与投资预测。您若想对移动支付产业有个系统的了解或者想投资中国移动支付行业，本报告是您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1章：移动支付所属行业发展环境分析13

1.1 移动支付行业定义及分类13

1.1.1 移动支付行业定义13

1.1.2 移动支付方式分类13

1.2 移动支付行业发展驱动因素分析14

1.2.1 移动支付行业市场驱动因素14

(1) 电子商务市场交易规模分析14

(2) 网络购物市场交易规模分析15

(3) 移动购物市场交易规模分析172013-2020年中国移动购物市场规模及增长走势

(4) 移动支付市场驱动因素总结18

1.2.2 移动支付行业政策驱动因素20

(1) 移动支付行业技术标准20

- (2) 第三方支付牌照发放情况21
- (3) 第三方支付牌照发放影响22
- 1.2.3 移动支付行业技术驱动因素23
 - (1) 移动支付行业技术发展分析23
 - (2) 移动支付行业技术性能分析24
 - (3) 网民规模与手机网民规模分析24
- 1.2.4 移动支付行业基础设施驱动26
 - (1) 移动电话用户数量规模分析26
 - (2) 3G网络移动用户数量分析28
 - (3) 我国POS终端建设情况分析28

第2章：移动支付所属行业商业模式演变分析31

- 2.1 移动支付所属行业发展现状分析31
 - 2.1.1 移动支付行业交易市场分析31
 - (1) 全球移动支付交易规模分析31
 - (2) 中国移动支付交易规模分析31
 - (3) 中国移动支付交易方式分析32
 - 2.1.2 移动支付行业竞争格局分析33
 - (1) 移动支付市场企业份额分析33
 - (2) 移动互联网支付市场企业份额分析34
- 2.2 移动支付行业应用场景预测35
 - 2.2.1 现金支付不断被非现金支付替代35
 - 2.2.2 非现金消费中银行卡消费占主导36
 - 2.2.3 银行卡支付不断被移动支付替代39
 - 2.2.4 移动支付工具是未来发展的方向40
- 2.3 移动支付行业发展阶段分析40
 - 2.3.1 移动支付行业发展的三个阶段40
 - 2.3.2 代移动支付方式的比较41
 - (1) 短信等传统远程支付42
 - (2) 移动互联网支付方式43
 - (3) NFC近场支付方式44
 - (4) 移动支付方式发展趋势46

- 1) NFC支付发展的阻碍——运营商与银联的博弈47
- 2) NFC支付发展的驱动——NFC的便利性48
- 2.3.3 第三代移动支付参与者功能定位50
- 2.3.4 第三代移动支付运营商为推动主体51
- 2.3.5 第三代移动支付的推动进展52
- 2.4 移动支付行业商业模式演变53
 - 2.4.1 第一代移动支付商业特点53
 - (1) 第一代移动支付商业模式特点53
 - (2) 第一代移动支付商业模式结构54
 - 2.4.2 第二代移动支付商业特点54
 - (1) 第二代移动支付商业模式特点54
 - (2) 第二代移动支付商业模式结构55
 - 2.4.3 第三代移动支付商业特点56
 - (1) 第三代移动支付商业模式特点56
 - (2) 第三代移动支付商业模式结构56

第3章：移动支付所属行业生态系统分析57

- 3.1 移动支付行业生态系统分析57
 - 3.1.1 移动支付行业产业链简介57
 - 3.1.2 移动支付行业生态系统分析58
 - 3.1.3 移动支付行业生态系统成员概况59
 - (1) 移动运营商59
 - (2) 银行等金融机构60
 - (3) 第三方支付服务提供商60
 - (4) 商户60
 - (5) 用户61
 - 3.1.4 移动支付行业生态系统类别61
 - (1) 银行等金融机构移动支付生态系统61
 - (2) 移动运营商移动支付生态系统62
 - (3) 第三方支付生态子系统63
 - 3.2 移动支付行业生态系统参与主体之间竞争关系64
 - 3.2.1 电信运营商之间及与其他主体关系64

- (1) 三大运营商移动支付业务的推进64
 - 1) 中国移动移动支付业务的推进64
 - 2) 中国联通移动支付业务的推进65
 - 3) 中国电信移动支付业务的推进66
- (2) 电信运营商之间的竞争关系67
- (3) 电信运营商与其他机构的关系68
- 3.2.2 金融机构之间及与其他主体关系69
 - (1) 金融机构移动支付业务的推进69
 - 1) 中国商业银行移动支付业务的推进69
 - 2) 中国银联移动支付业务的推进70
 - (2) 金融机构之间的竞争关系72
 - 1) 中国银联竞争分析72
 - 2) 商业银行竞争分析72
 - (3) 金融机构与其他主体的关系73
- 3.2.3 第三方支付平台之间与其他主体关系74
 - (1) 第三方支付平台之间的竞争关系74
 - (2) 第三方支付平台与其他主体的关系74
- 3.3 移动支付行业竞争热点分析75
 - 3.3.1 移动支付平台的控制权之争75
 - (1) 掌握平台意味掌握手续费收入75
 - (2) 掌握平台意味掌握消费者数据75
 - (3) 掌握平台可扩展增值服务收入76
 - 3.3.2 支付平台之争为巨头间竞争76
 - 3.3.3 第三方支付机构夹缝中求生存76

第4章：移动支付行业商业模式分析77

- 4.1 商业模式概念及构成77
 - 4.1.1 商业模式的概念77
 - 4.1.2 商业模式的构成77
 - (1) 商业模式总体结构77
 - (2) 商业模式组成部分78
 - (3) 商业模式核心要素79

4.2 成功商业模式的特征79

4.2.1 成功商业模式具创新性79

4.2.2 成功商业模式具盈利性79

4.2.3 成功商业模式挖掘客户价值80

4.2.4 成功商业模式具抗风险能力80

4.2.5 成功商业模式可持续发展80

4.2.6 成功商业模式整体协调性80

4.3 移动支付行业商业模式分类81

4.3.1 移动运营商生态系统下商业模式81

(1) 移动运营商生态系统下模式流程图81

(2) 移动运营商生态系统下典型商业模式案例——日本NTTDoCoMo公司82

(3) 移动运营商生态系统下通用商业模式解析84

4.3.2 银行生态系统下商业模式84

(1) 银行生态系统下商业模式流程图84

(2) 银行生态系统下商业模式典型案例85

(3) 银行生态系统下通用商业模式解析85

4.3.3 第三方支付生态系统下的商业模式86

(1) 第三方支付生态系统下的商业模式流程图86

(2) 第三方支付生态系统下的商业模式案例——支付宝87

(3) 第三方支付生态系统下的通用商业模式解析87

第5章：中国移动支付生态系统创新分析89

5.1 移动运营商移动支付生态系统创新分析89

5.1.1 移动运营商的核心资源89

5.1.2 移动运营商核心资源的掌控能力89

5.1.3 移动运营商移动支付商业模式创新SWOT分析90

5.2 商业银行移动支付生态系统创新分析90

5.2.1 商业银行的核心资源90

5.2.2 商业银行核心资源的掌控能力90

5.2.3 商业银行移动支付商业模式创新SWOT分析91

5.3 第三方移动支付生态系统创新分析91

5.3.1 第三方支付机构的核心资源91

5.3.2 第三方支付机构核心资源的掌控能力91

5.3.3 第三方支付机构移动支付商业模式创新SWOT分析92

第6章：移动支付行业商业模式创新策略93

6.1 移动支付行业客户定位创新策略93

6.1.1 移动支付消费者特征分析93

(1) 移动支付消费者性别结构93

(2) 移动支付消费者年龄结构93

(3) 移动支付消费选择支付方式特征95

6.1.2 移动支付消费行业分析95

(1) 移动支付消费行业分布95

(2) 移动支付商户选择影响因素97

6.1.3 移动支付行业客户定位创新策略98

(1) 移动支付消费者定位创新策略98

(2) 移动支付商户定位创新策略98

6.2 移动支付行业价值主张创新策略98

6.2.1 移动支付用户消费行为调研98

(1) 消费者移动支付方式调研98

(2) 消费者移动支付面临的问题调研99

(3) 消费者移动支付场合调研101

(4) 消费者手机账户预存金额调研101

(5) 消费者信任的移动支付机构调研103

(6) 消费者移动支付额外成本接受度调研103

6.2.2 移动支付价值主张注意要点104

(1) 价值主张必须与目标客户相适应104

(2) 必须考虑实现价值主张所需资源及获取渠道105

(3) 自身能力能否实现价值主张105

6.2.3 移动支付行业价值主张创新策略105

(1) 支付安全保障是首要105

(2) 附加费用不宜过高106

(3) 支付体验尤为重要107

6.3 移动支付行业渠道通路创新策略107

- 6.3.1 移动支付行业主要渠道通路比较107
 - (1) 登陆官方网站进行注册107
 - (2) 携带证件在营业网点办理107
- 6.3.2 移动支付行业渠道通路创新策略107
- 6.4 移动支付行业客户关系创新策略108
 - 6.4.1 移动支付行业客户关系类型108
 - (1) 亲密的个人关系108
 - (2) 关键客户管理108
 - 6.4.2 移动支付行业客户关系创新策略108
- 6.5 移动支付行业收入来源创新策略109
 - 6.5.1 移动支付行业主要收入来源109
 - (1) 手续费收入109
 - (2) 预存资金的时间价值109
 - 6.5.2 移动支付行业收入来源创新109
 - (1) 移动互联网应用分成109
 - (2) 用户消费数据开发收入110
- 6.6 移动支付行业核心资源创新策略110
 - 6.6.1 移动支付行业常见核心资源110
 - (1) 客户与商户资源110
 - (2) 账户资源111
 - (3) 支付渠道与终端资源111
 - 6.6.2 移动支付行业核心资源创新策略111
- 6.7 移动支付行业关键业务创新策略112
 - 6.7.1 移动支付行业关键业务类型112
 - (1) 移动支付平台管理112
 - (2) 客户关系管理112
 - 6.7.2 移动支付行业关键业务创新策略112
 - (1) 移动支付消费数据的开发112
 - (2) 移动支付平台增值推广113
- 6.8 移动支付行业合作伙伴创新策略113
 - 6.8.1 移动支付行业常见合作伙伴113
 - (1) 上游设备制造商113

- (2) 第三方运营113
- (3) 下游商户113
- (4) 移动支付平台参与主体114
- 6.8.2 移动支付行业合作伙伴创新策略114
- 6.9 运营商与银行合作商业模式典型创新案例分析115
- 6.9.1 运营商与银行合作的商业模式流程图115
- 6.9.2 典型商业模式创新案例——韩国Moneta与M-Bank115

第7章：移动支付行业典型商业模式点评117

- 7.1 运营商支付生态下的全功能移动支付商业模式点评117
- 7.1.1 中移电子商务有限公司移动支付商业模式点评117
 - (1) 移动支付业务体系——手机支付、手机钱包117
 - (2) 移动支付商业模式解构117
 - 1) 客户定位118
 - 2) 价值主张118
 - 3) 客户关系118
 - 4) 渠道通路119
 - 5) 关键业务119
 - 6) 核心资源119
 - 7) 合作伙伴119
 - 8) 收入来源120
 - (3) 移动支付商业模式点评120
- 7.1.2 联通支付有限公司移动支付商业模式点评120
 - (1) 移动支付业务体系——智能卡手机支付、通付宝、沃支付120
 - (2) 移动支付商业模式解构121
 - 1) 客户定位121
 - 2) 价值主张122
 - 3) 客户关系122
 - 4) 渠道通路122
 - 5) 关键业务122
 - 6) 核心资源122
 - 7) 合作伙伴122

8) 收入来源122

(3) 移动支付商业模式点评122

7.1.3 中国电信移动支付商业模式点评123

(1) 移动支付业务体系——翼支付、银联翼宝123

(2) 移动支付商业模式解构.123

1) 客户定位124

2) 价值主张124

3) 客户关系124

4) 渠道通路124

5) 关键业务124

6) 核心资源124

7) 合作伙伴124

8) 收入来源124

(3) 移动支付商业模式点评125

7.2 跨平台工具性移动支付商业模式点评125

7.2.1 中国银联移动支付商业模式点评125

(1) 移动支付业务体系——银联闪付、手机支付125

(2) 移动支付商业模式解构125

1) 客户定位126

2) 价值主张126

3) 客户关系126

4) 渠道通路127

5) 关键业务127

6) 核心资源127

7) 合作伙伴127

8) 收入来源127

(3) 移动支付商业模式点评127

7.3 场景应用型移动支付商业模式点评128

7.3.1 浙江支付宝网络技术有限公司移动支付商业模式点评128

(1) 支付宝移动支付业务简介128

(2) 支付宝移动支付商业模式解构128

1) 客户定位129

2) 价值主张129

3) 客户关系129

4) 渠道通路129

5) 关键业务130

6) 核心资源130

7) 合作伙伴130

8) 收入来源130

(3) 支付宝移动支付商业模式点评130

7.3.2 深圳市财付通科技有限公司移动支付商业模式点评131

(1) 财付通移动支付业务简介131

(2) 财付通移动支付商业模式解构131

1) 客户定位131

2) 价值主张132

3) 客户关系132

4) 渠道通路132

5) 关键业务132

6) 核心资源132

7) 合作伙伴132

8) 收入来源132

(3) 财付通移动支付商业模式点评132

7.3.3 盛付通电子支付服务有限公司移动支付商业模式点评133

(1) 盛付通移动支付业务简介133

(2) 盛付通移动支付商业模式解构133

1) 客户定位134

2) 价值主张134

3) 客户关系134

4) 渠道通路134

5) 关键业务134

6) 核心资源134

7) 合作伙伴134

8) 收入来源135

(3) 盛付通移动支付商业模式点评135

7.3.4 成都摩宝网络科技有限公司移动支付商业模式点评135

(1) Mo宝移动支付业务简介135

(2) Mo宝移动支付商业模式解构136

1) 客户定位136

2) 价值主张136

3) 客户关系136

4) 渠道通路136

5) 关键业务137

6) 核心资源137

7) 合作伙伴137

8) 收入来源137

(3) Mo宝移动支付商业模式点评137

7.4 集中高价值型移动支付商业模式点评138

7.4.1 中国银行移动支付商业模式点评138

(1) 中国银行移动支付业务简介138

(2) 中国银行移动支付商业模式解构138

1) 客户定位139

2) 价值主张139

3) 客户关系139

4) 渠道通路139

5) 关键业务139

6) 核心资源139

7) 合作伙伴139

8) 收入来源139

(3) 中国银行移动支付商业模式点评139

7.4.2 招商银行移动支付商业模式点评140

(1) 招商银行移动支付业务简介140

(2) 招商银行移动支付商业模式解构140

1) 客户定位141

2) 价值主张141

3) 客户关系141

4) 渠道通路141

- 5) 关键业务141
- 6) 核心资源141
- 7) 合作伙伴141
- 8) 收入来源141
- (3) 招商银行移动支付商业模式点评141

图表目录

- 图表1：移动支付业务种类14
- 图表2：我国电子商务市场交易规模及同比增速（单位：亿元，%）15
- 图表3：我国网络购物交易规模及同比增速（单位：亿元，%）16
- 图表4：我国网络购物交易规模在电子商务市场中的比例（单位：%）16
- 图表5：我国网上支付规模及同比增速（单位：亿元，%）17
- 图表6：我国移动购物交易规模及同比增速（单位：亿元，%）18
- 图表7：我国手机游戏市场规模及环比增速（单位：亿元，%）19
- 图表8：我国手机游戏用户数量及环比增速（单位：亿人，%）19
- 图表9：移动支付行业技术标准发展进程20
- 图表10：第三方支付牌照发放情况21
- 图表11：不同类型移动支付方案介绍23
- 图表12：我国网民数量及同比增速（单位：万人，%）25
- 图表13：我国手机网民数量及同比增速（单位：万人，%）25
- 图表14：我国手机网民数量所占比例（单位：%）26
- 图表15：我国移动电话用户数量及同比增速（单位：万户，%）27
- 图表16：我国移动电话普及率（单位：部/百人）27
- 图表17：我国3G网络用户数量（单位：万户）28
- 图表18：我国联网POS终端数量及同比增速（单位：万台，%）29
- 图表19：每台POS机对应的银行卡数（单位：张/台，%）29
- 图表20：我国每万人POS终端拥有量（单位：台/万人）30
- 图表21：全球移动支付市场规模及同比增速（单位：亿元，%）31
- 图表22：中国移动支付交易规模及同比增速（单位：亿元，%）32
- 图表23：2009-2018年国内移动支付交易方式结构（单位：%）33
- 图表24：国内移动支付市场企业份额分析（单位：%）34
- 图表25：国内移动互联网支付市场企业份额分析（单位：%）34

图表26：我国不同的支付工具和手段35

图表27：我国M0增速与M0占GDP比重（单位：%）36

图表28：我国非现金支付业务金额及同比增速（单位：万亿元，%）37

图表29：我国银行卡发卡总量（单位：亿张）37

图表30：我国银行卡消费金额（单位：万亿元，%）38

图表31：我国银行卡人均消费金额与卡均消费金额（单位：元）39

图表32：2014-2018年我国智能手机保有量及渗透率（单位：亿台，%）40

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/187111.html>