

# 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](http://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/3025830258.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，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、交易额高速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 拉卡拉终端支付模式 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/3025830258.html>