

研究报告

2019 年第 88 期

2019.09.19

执笔人：杨飞

yangfei_csjr@icbc.com.cn

全球移动支付发展趋势探析

要点

- 全球移动支付创新发展达到新高度，表现为支付机构规模快速扩张，交易额和用户数量稳步增长，新型服务解决方案层出不穷，填补了传统金融体系的欠缺。
- 预计未来全球移动支付规模仍将保持高速增长势头，2019 年交易额将达 6.1 万亿美元，2022 年将接近 14 万亿美元。中国移动支付普及率全球最高，约 47% 的手机持有者使用移动钱包进行支付；其次是挪威，移动钱包使用率达 42%；英国手机钱包使用率 24%，居全球第三。
- 全球移动支付创新发展形成四大趋势：其一，强化与各类企业合作、提高 APP 互通性，成为移动支付行业的优先战略方向；其二，移动支付在普惠金融中扮演的角色愈发重要；其三，移动支付机构的市场价值和地位持续提升；其四，各国对移动支付的监管要求愈发严格。

重要声明：本报告中的原始数据来源于官方统计机构和市场研究机构已公开的资料，但不保证所载信息的准确性和完整性。本报告不代表研究人员所在机构的观点和意见，不构成对阅读者的任何投资建议。本报告（含标识和宣传语）的版权为中国工商银行城市金融研究所所有，仅供内部参阅，未经作者书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、上网、引用或向其他人分发。

近十年来，移动支付的快速发展使全球金融服务的普惠性和可得性大幅提高。同时，支付成为一个入口和平台，逐渐向理财、贷款、教育、医疗、出行、娱乐等多种服务业态延伸，全方位融入用户生活。这一过程扩大了全球数字化革命的广度和深度，也提升了支付服务机构的价值和地位。本报告梳理了全球移动支付发展的最新状况，总结了移动支付行业呈现的四大趋势。

一、全球移动支付创新发展达到新高度

移动终端的日益普及正在改变人们的消费方式和支付方式。目前世界上有 50 亿部移动电话，全球移动支付的创新发展也随之达到新高度。表现为支付机构规模快速扩张，交易额和用户数量稳步增长，新型服务解决方案层出不穷，填补了传统金融体系的欠缺。

从交易规模看，据市场调研机构 Merchant Machine 的最新数据，2016-2018 年，全球移动支付交易额由 2.2 万亿美元增至 4.3 万亿美元，年均复合增长率 39.4%。预计未来全球移动支付规模仍将保持高速增长势头，2019 年交易额将达 6.1 万亿美元，2022 年将接近 14 万亿美元。



图 1 全球移动支付交易额增长及预测

数据来源：Merchant Machine。下同。

从活跃程度看，当前全球 34.5 % 的移动支付注册账户处于活跃状态¹。其中，拉丁美洲及加勒比海地区用户活跃度保持最高，达 48.5%；亚洲（东亚及太平洋地区和南亚）的用户活跃度增长最快，多个国家的提升幅度都在 10 个百分点以上。

¹ “活跃”移动支付账户是指 90 天内进行至少一笔交易的账户。



从不同国别看，中国移动支付普及率全球最高，约 47% 的手机持有者使用移动钱包（Mobile Wallet）进行支付；其次是挪威，这个北欧国家人口仅 520 万，但对创新较为推崇，移动钱包使用率达 42%，明显高于欧洲其它国家；在英国，移动支付的便捷性也颇受关注，手机钱包使用率 24%，居全球第三。亚太地区有六个国家跻身前十。除中国外，日本、澳大利亚分别以 20% 和 19% 的使用率位列第四、第五；美国、新加坡、加拿大分列第七至第九位，手机钱包使用率 17% 左右。



图2 不同国家手机钱包使用率排名

从支付机构看，Merchant Machine 调查数据显示，微信支付（WeChatPay）拥有 6 亿用户，规模居全球移动支付机构之首；其次是支付宝（Alipay），用户超过 4 亿户；Paypal 创立时间最早，以 2.1 亿用户规模位列全球第三；在苹果手机用户中 36% 使用移动钱包，带来 ApplePay 用户数量的迅速增长，目前以 8700 万用户位列第四；SamsungPay 吸引了 3400 万名用户，排名第五，但近年用户规模有所缩减。

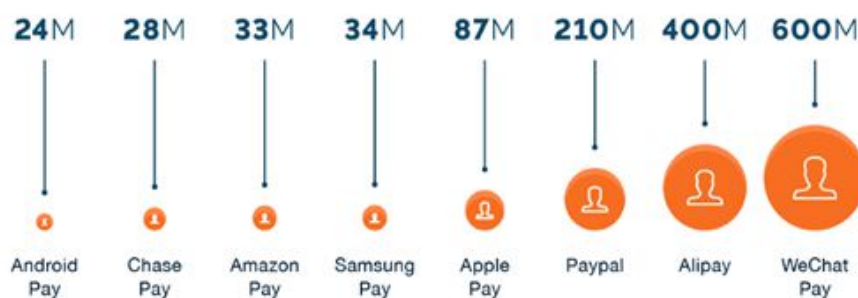


图3 全球移动支付机构用户数量排名

从用户年龄看，18-34 岁的年轻人无悬念地成为使用移动支付最多的人群，其中 48% 的用户安装了移动钱包，32% 的用户没有移动钱包，但对这一功能感兴趣；35-44 岁的中年人对移动支付应用也很欢迎，44% 的用户使用移动钱包，另有 32% 的用户感兴趣；在 65 岁以上的老年人中，有 22% 的用户使用移动钱包服务，50% 的老年人没有移动钱包，且对此不感兴趣。

表 1 全球不同年龄用户手机钱包使用率

年龄	使用手机钱包	没有手机钱包 但感兴趣	没有手机钱包 不感兴趣
18-34 岁	48%	32%	20%
35-44 岁	44%	32%	24%
45-54 岁	37%	30%	33%
55-64 岁	29%	27%	43%
65 岁以上	22%	28%	50%

二、全球移动支付创新发展形成四大趋势

（一）强化与各类企业合作、提高 APP 互通性，成为移动支付行业的优先战略方向

2018 年，新兴市场智能手机拥有量的持续快速增加，为各类 APP 和金融产品的推广、乃至移动支付交易规模的扩大提供了重要基础，而移动支付交易的激增又成为全球数字经济增长的主要驱动力。移动支付机构日渐成为企业不可或缺的合作伙伴。在非洲移动支付生态体系中，大型电信运营商具有掌控性地位。而在亚洲，互联网巨头和金融科技企业涌入支付领域，开发了一系列契合用户需求的移动支付应用，赢得了包括金融机构在内的一大批合作伙伴。数据显示，每个提供“企业对个人（B2P）”支付服务的移动支付机构平均与 237 家企业相关联。拉美地区一些大型移动支付机构，关联企业数量可达 4000 至 6000 家。

同时，不同移动支付机构间、移动支付机构与银行间的互通性和兼容性明显增强。这不仅使用户能够在更广泛的场景中使用移动支付，而且带来支付行业规模的迅速扩大及用户体验的显著提升。数据显示，全球移动支付与银行账户间的互通性显著增强，2018 年双方间的交易规模增长了 47%，平均每家移动支付机构与 10 家银行互通。



（二）移动支付在普惠金融中扮演的角色愈发重要

世界银行最新报告显示，全球仍有 17 亿人尚未享有安全、便捷的金融服务。然而，移动支付应用的日益普及，带动多个新兴市场的普惠金融实现了跨越式发展。数据显示，近三年全球 31 个国家金融账户拥有量的增速都超过了 5 个百分点，主要驱动力就是移动支付交易的日趋活跃，其中以亚洲、非洲和拉丁美洲的国家增长最为迅速。

更重要的是，从全球视角看，移动支付为农村、贫困地区等以往被传统金融体系排除在外的人们“打开了一扇门”，令其可以享有更充分的金融服务和线上服务。一方面，移动支付助力农村市场实现了金融服务的穿透，加速了农业产业价值链的数字化进程。典型案例是，以往发展中国家的农民销售农产品所得主要为现金形式，这既存在风险，也不够高效。而如今，在加纳、肯尼亚、赞比亚等国家，已有 40% 左右的农产品销售通过账户转移支付的方式进行，其中移动支付成为主流。另一方面，移动支付成为触及难民和贫困人口的重要服务工具。根据联合国的数据，2018 年全球仍有超过 1.35 亿人需要人道主义援助。为更高效地解决这一问题，慈善机构逐步采用数字化金融服务，来替代现金等实物救助的方式。对有关国家的调查显示，超过 55% 的移动支付机构正在与慈善组织合作，以增强救助支付的便利性。

（三）移动支付机构的市场价值和地位持续提升

调查显示，在一些撒哈拉以南非洲国家，大约 80% 的中小企业拥有移动支付账户，其中 83% 的企业用它来满足业务需求。这些国家的中小企业移动支付交易频率要高于个人用户，超过 30% 的企业每天进行多笔交易，包括接收客户付款、支付水电费和货款等。在满足中小企业和个人需求的过程中，移动支付机构的盈利能力不断提升，市场价值和地位持续强化。2018 年，全球移动支付机构平均营业收入增速达 23.9%，约 30% 的机构息税折旧摊销前利润率（EBITDA）超过了 25%。

更重要的是，移动支付演变为一个平台，将用户与各行各业的服务连接了起来，支付的意义超过了支付本身。由此，移动支付机构开始扩张业务边界，向多个业态延展、解决用户各类需求，逐步构建起全方位、一体化的生态服务格局，获得了越来越多的流量和用户粘性。

（四）各国对移动支付的监管要求愈发严格

监管对移动支付的发展有着显著影响。在监管环境宽松的地区，移动支付机构的市场地位通常较高。相反，严格的监管限制会阻碍投资的增长和新服务的推行，提高用户使用成本，降低交易活跃度。**从最新发展走向看，各国对移动支付的监管呈现出越来越严格的态势。**例如，2018 年 6 月印度尼西亚颁布了新的监管规定，放宽了部分移动支付用户的交易限额，但同时提高了对移动支付机构的要求，包括具有最低 30 亿印尼卢比的资本金、外国投资者的持股份额不得超过 49%，以及强制要求通过国家支付网关开展境外汇款业务等。可见，监管规定实际上被收紧。

具体来看，当前全球移动支付行业主要面临五个方面的监管变化，即税收、了解你的客户（KYC）、跨境汇款、国家普惠金融政策和数据监管。其中，**数据监管对移动支付机构的影响最为突出。**客户数据对支付机构丰富服务内容、提高盈利水平十分重要，但这一过程也增加了客户数据泄露的风险，使支付机构的声誉受损。2018 年，一些国家对移动支付实施了更为严格的反洗钱和客户信息保护监管，包括出台数据保密法规、注重数据本地化和数据安全、强调数据处理和数据共享的合法性等。例如，规定支付机构收集的客户私人数据必须获得授权，并严格在特定授权范围内进行。这些在较大程度上限制了该业务在当地市场的大规模应用。