



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国电子支付市场预测2006 -2010

一、调研说明

《中国电子支付市场预测2006-2010》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42398.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

研究目的

通过分析影响中国互联网支付规模的主要因素，对2007-2009年该市场规模做出预测。

研究定义

名词 定义

互联网支付 以互联网为支付渠道，利用支付服务商所支持的数字认证支付方式或工具，实现从消费者到支付服务商，再到互联网B2C或C2C商户之间的在线货币支付、资金清算、查询统计等过程，从而为B2C和C2C电子商务提供资金流支持。

B2C互联网支付 以互联网为支付渠道，利用支付服务商所支持的数字认证支付方式或工具，实现从消费者到支付服务商，再到互联网B2C商户之间的在线货币支付、资金清算、查询统计等过程，从而为B2C电子商务提供资金流支持。

C2C互联网支付 以互联网为支付渠道，利用支付服务商所支持的数字认证支付方式或工具，实现从消费者到支付服务商，再到互联网C2C商户之间的在线货币支付、资金清算、查询统计等过程，从而为C2C电子商务提供资金流支持。

B2C互联网支付用户 指通过互联网支付完成B2C网上交易的消费者。

C2C互联网支付用户 指通过互联网支付完成C2C网上交易的消费者。

研究范畴

本报告研究的范围包括：B2C互联网支付的市场规模和用户规模，C2C互联网支付的市场规模和用户规模。

由于B2B互联网支付市场尚未形成规模化，本报告没有涉及。另外，本报告包括所有开放型B2C互联网支付，即未受国家准入政策管制行业的B2C电子商务类型，包括网上直销、网上零售和网上预订三种类型；而未包括受国家准入政策管制行业的B2C电子商务类型，典型如银行、证券、保险机构在互联网向消费者销售金融产品的模式。

本报告研究的地域包括：中国大陆地区，不包括香港、澳门、台湾地区。

本报告数据范围包括：历史数据为2001-2006年，预测数据为2007-2009年。

关键预测假设

2006年以后中国经济发展速度提升，人均消费水平在2006 - 2009年期间将以年均10.8%的速度提升。

2006年以后我国年人口平均自然增长率为6‰。

2、自助终端支付市场关键预测假设

研究目的

通过分析影响中国自助终端支付市场规模的主要因素，对中国自助终端市场规模从2007-2009年进行预测。

研究定义

名词 定义

自助终端支付 指通过自助电子支付终端设备发出支付指令，实现货币支付的行为。

自助电子支付终端设备 指销售点终端（POS）和自动柜员机（ATM）。

POS支付 指用户通过自助POS终端发出支付指令，实现货币支付的行为。

ATM支付 指用户通过自助ATM终端发出支付指令，实现货币支付的行为。

研究范畴

本报告研究的范围包括：由POS支付和ATM支付构成的自助终端支付。

本报告研究的地域包括：中国大陆地区，不包括香港、澳门、台湾地区。

本报告数据范围包括：历史数据为2001-2006年，预测数据为2007-2009年。

关键预测假设

2006年以后中国经济发展速度提升，人均消费水平在2006 - 2009年期间将以年均10.8%的速度提升。

2006年以后我国年人口平均自然增长率为6‰。

3、手机支付市场关键预测假设

研究目的

通过分析影响中国手机支付市场规模的主要因素，对中国自助终端市场规模从2007-2009年进行预测。

研究定义

名词 定义

手机支付 或称移动支付，本报告统一称为手机支付，指通过手机发出数字化支付指令，实现货币支付的行为。

手机数字化支付指令 指通过手机，利用非语音方式传递的用于实现支付指令的数字化支付信息，包括但不限于通过SMS、WAP、Java、Brew及智能卡技术发出的数字化指令，对于通过交互式语音 应答系统（IVR）进行的信息传递，本报告认为仍属于语音方式。

手机支付用户 指通过手机发出数字化支付指令，实现货币支付的用户。

研究范畴

本报告研究的范围包括：手机支付。

本报告研究的地域包括：中国大陆地区，不包括香港、澳门、台湾地区。

本报告数据范围包括：历史数据为2001-2006年，预测数据为2007-2009年。

关键预测假设

中国3G牌照于2007年发放。排除不确定因素包括：1、排除价格战导致的一人多号的影响。2、排除运营商机卡一体策略的影响。

非接触式手机支付（包括但不限于NFC技术和SIMpass技术实现的手机支付）于2008年开始较大范围商用。

2006年以后中国经济发展速度提升，人均消费水平在2006 - 2009年期间将以年均10.8%的速度提升。

2006年以后我国年人口平均自然增长率为6‰。

4、电话支付市场关键预测假设

研究目的

通过分析中国电话支付规模的主要影响因素，对2007-2009年该市场规模做出预测。

研究定义

名词 定义

电话支付 指通过固定电话发出语音（含交互式语音应答）或数字化支付指令，或通过手机语音（含交互式语音应答）业务发出支付指令而实现的货币支付的行为。

数字化支付指令 指通过智能刷卡电话读取用户银行卡信息，利用非语音方式传递的用于实现该银行卡账户支付指令的数字化支付信息。

智能刷卡电话 指2006年4月26日，中国银联和中国电信宣布正式推出的基于固定电话的刷卡终端设备。该设备可以实现用户自助银行、自助缴费、电子账单支付功能，但不能取现。

研究范畴

本报告研究的范围包括：本报告通过固定电话发出语音或数字化支付指令，及通过手机语音业务发出支付指令而实现的电话支付；但不包括国家准入政策管制行业的电子支付类型，典型如通过电话委托交易实现的银行、证券、保险机构的金融产品销售模式。

本报告研究的地域包括：中国大陆地区，不包括香港、澳门、台湾地区。

本报告数据范围包括：历史数据为2001-2006年，预测数据为2007-2009年。

关键预测假设

2007年将开始智能刷卡电话的全面商用。

2006年以后中国经济发展速度提升，人均消费水平在2006 - 2009年期间将以年均10.8%的速度提升。

2006年以后我国年人口平均自然增长率为6‰。

1 预测结果

2 关键预测假设

3 影响因素分析

4 预测模型

图目录

图 1-1 互联网支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

图 1-2 互联网支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

图 1-3 B2C互联网支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

图 1-4 B2C互联网支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

图 1-5 C2C互联网支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

图 1-6 C2C互联网支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

图 2-1 自助终端支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

图 2-2 自助终端支付市场用户规模预测2007-2009（单位：亿人）

图 3-1 手机支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

图 3-2 手机支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

图 4-1 电话支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

图 4-2 电话支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

表目录

表 1-1 互联网支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

表 1-2 互联网支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

表 1-3 B2C互联网支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

表 1-4 B2C互联网支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

表 1-5 C2C互联网支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

表 1-6 C2C互联网支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

表 2-1 自助终端支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

表 2-2 自助终端支付市场用户规模预测2007-2009（单位：亿人）

表 3-1 手机支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）

表 3-2 手机支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

表 4-1 电话支付市场规模预测2007-2009（单位：亿元）表 4-2 电话支付市场用户规模预测2007-2009（单位：万人）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42398.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。