



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 面向3G的移动支付发展策略

## 一、调研说明

《面向3G的移动支付发展策略》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/45756.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

### 〔 描述 〕

随着电信重组的尘埃落地，中国电信市场的竞争格局终于从迷雾走向清晰——三足鼎立。电信重组带来的是两个结果：全业务运营和3G的上马。

在2G和2.5G时代，增值业务的潜力已经逐步的显露出来，就像原本隐藏在水下的珊瑚礁，随着其本身不断的壮大渐渐的浮出水面，并且浮出水面的部分在逐渐的变大、变高。在增值业务发展最好的韩国和日本，运营商增值业务所占收入比例甚至高达40-45%，在国内发展较好的运营商如中国移动也达到30%左右。

对3G而言，带来的最大变化就是增值业务——3G的话音服务与2G/2.5G并无本质的差别，可以说，如果不能在增值业务取得突破性的发展，3G的发展就很难用“成功”来形容。

那么，面向3G，运营商到底应该重点发展哪些业务？从国外的发展经验和3G的特点来看，增值业务未来应该拓展两大重点领域：移动电子商务和内容服务。移动电子商务的核心是利用手机随身的优势帮助客户最快找到他们需要产品——用户通过手机获取的是产品信息而非产品本身，如手机订票、手机订餐等服务；而内容服务则是更多呈现娱乐的特点，产品通过手机即可承载——用户通过手机获取的是产品本身，如手机报纸、手机音乐、手机游戏。

从国外的数据来看，电子商务将超过内容服务成为增值业务的主流，因此，运营商需要将重点发展移动电子商务领域。而在移动电子商务领域，运营商目前唯一的优势在于信息的提供，但从用户消费体验的角度和电子商务价值链（信息流、资金流和物流）的角度来看，仅仅解决信息流这一问题很难推动整个产业的发展，运营商还需要重点解决支付（资金流）的问题，因为物流可以通过外包来实现。

因此，移动支付将是运营商下一步工作中不容回避的关键问题。那么，对于这一相对陌生的领域，运营商到底应该如何应对？如何政策允许的范围内为客户提供安全、便捷的支付服务？应该采取什么样的商业模式？运营商在价值链中的位置应该是怎样？怎么样实现三流（信息流、资金流和物流）的有效整合？怎么来运营？……

3-info基于在电信运营和增值业务的多年研究和实战操作经验，结合移动支付的特征和海外运营商的经验，试图勾勒出移动支付应对策略的蓝图，并一一解答上述关键问题。

## 【 目录 】

1. 报告简读	1
1.1. 报告背景	1
1.2. 研究框架	2
1.3. 3-info观点	3
1.3.1. 主要发现	3
1.3.2. 发展建议	3
2. 3G与移动通信未来发展趋势	5
2.1. 电信重组带来的电信市场变革	5
2.1.1. 全业务运营和三足鼎立	5
2.1.2. 3G牌照的分布	8
2.2. 移动通信未来发展的三个阶段	9
2.3. 基于发展趋势的电信运营商产品地图	11
2.4. 移动支付在产品地图中的地位	13
3. 移动支付特征分析	15
3.1. 移动支付定义和分类	15
3.1.1. 移动支付的定义	15
3.1.2. 移动支付的分类	15
3.2. 移动支付的特征	16
3.2.1. 业务流程	16
3.2.2. 两种技术实现方式	16
3.2.3. 移动支付特征分析	17
3.3. 移动支付、电子支付和传统支付的优劣势分析	18
3.4. 移动支付用户需求分析	20
3.4.1. 目标用户特征	20

3.4.2.	用户规模预测	23
3.4.3.	业务收入预测	24
4.	电子支付发展研究	26
4.1.	电子支付的分类	26
4.1.1.	银行模式	26
4.1.2.	银联模式	27
4.1.3.	第三方支付模式	28
4.2.	电子支付的商业模式与价值链构成	30
4.2.1.	银行模式的价值链和商业模式	30
4.2.2.	银联模式的价值链和商业模式	31
4.2.3.	第三方支付模式的价值链和商业模式	32
4.3.	电子支付发展的成功案例	33
4.3.1.	招行“一网通”	33
4.3.2.	支付宝	39
4.3.3.	网通声讯电话	48
4.3.4.	腾讯Q币	56
4.3.5.	盛大/数位红	66
4.4.	电子支付与移动支付的发展关系和可借鉴的经验	80
4.4.1.	电子支付与移动支付的发展关系	80
4.4.2.	电子支付发展过程中可借鉴的经验	81
5.	移动支付价值链分析	83
5.1.	移动支付价值链构成	83
5.2.	移动支付价值链核心环节分析	86
5.3.	移动支付的商务模式	87
6.	移动支付政策监管研究	88
6.1.	移动/电子支付监管政策解析	88
6.1.1.	《中华人民共和国电子支付指引（第一号）》	88
6.1.2.	《电子银行业务管理办法（征求意见稿）》	90
6.1.3.	《支付清算组织管理办法(征求意见稿)》	92

6.1.4. 卡支付现有政策及资质解读	94
6.2. 现有政策监管的空白地带	98
6.3. 政策监管的核心	101
6.4. 运营商的监管应对策略	102
7. 国外移动支付发展状况和经验借鉴	104
7.1. 韩国移动支付发展研究	104
7.1.1. 韩国移动支付总体发展情况	104
7.1.2. SK电讯的MONETA模式	105
7.1.3. KTF的k-merce模式	109
7.1.4. 重点借鉴之处	110
7.2. 日本移动支付发展研究	111
7.2.1. 日本移动支付总体发展情况	111
7.2.2. NTT DoCoMo的移动支付模式	112
7.2.3. 3Bitwallet的Edy模式	116
7.2.4. 重点借鉴之处	117
7.3. 欧美移动支付发展研究	118
7.3.1. T-mobile	119
7.3.2. Cingular	120
7.3.3. 第三方移动支付平台PayPal	121
7.3.4. 重点借鉴之处	122
8. 运营商移动支付应对策略	124
8.1. 电信运营商移动支付总体定位	124
8.2. 电信运营商移动支付总体策略：搭建平台，掌控用户，构建虚拟币体系	124
8.3. 电信运营商移动支付运营策略	125
8.3.1. 业务内容	125
8.3.2. 盈利模式	125
8.3.3. 营销策略	125

## 图表目录 ( 43 )

图11：移动支付发展策略研究框架 2

图21：电信重组示意图	5
表21 重组后市场格局对比	5
图22：重组后移动通信市场竞争格局	6
图23：重组后固话市场竞争格局	7
图24：重组后宽带接入市场竞争格局	8
表22 重组后3G牌照分布	9
图25：移动通信未来发展三个阶段	9
图26：基于移动通信产业发展趋势的产品地图	12
图27：移动支付在产品地图中的地位	13
图31 移动支付系统构成	16
图32 移动支付的基本特征	17
表31 移动支付、电子支付和传统支付对比分析	18
表32 互联网应用使用率	20
图33 2008-2010年中国移动电话用户预测	23
图34 2008-2010年移动支付用户规模预测	23
图35 2008-2010年移动支付交易额预测	24
图36 2008-2010年移动支付交易提成收入预测	25
图41 银行模式的价值链	30
图42 银联模式的价值链	31
图43 第三方支付模式的价值链	32
表41 招商银行与四大国有商业银行网点对比	34
图44 一网通电子支付流程图	35
图45 进入“一网通”支付界面途径	35
图46 “一网通”银行卡及相应支付示意图	36
表42 “一网通”不同支付方式安全性对比分析	37
图47 淘宝支付宝网银在线支付模式	41
图48 支付宝账户余额支付模式	42
表43 支付宝合作银行列表	46
表44 网通的传统声讯服务系统	50
图49 声讯业务支付模式	51
表45 声讯支付与其它支付方式的比较	53
图410 2004-2007年腾讯公司收入和净利润成长图	56

图 4 11 2008年第一季度 腾讯主要业务收入对比 57

图 4 12 腾讯业务模式 59

表 4 6 Q币种支付方式对比分析 63

图 4 13 Q币价值链分析 63

图 4 14 盛大实物卡支付分销渠道体系 68

图 4 15 移动支付与电子支付的发展关系 80

图 5 1 移动支付产业链构成 83

表 5 1 移动支付价值链核心环节分析 86

图 6 1 现实货币与虚拟币相结合的支付体系 103

图 7 1 NTT DoCoMo移动支付业务产业链 114

附录：

1、3-info可提供的相关咨询服务

1、 3G增值业务产品规划咨询

2、 面向3G的电信业务融合应对咨询

3、 面向3G的渠道变革与转型咨询

4、 面向3G的定制终端营销咨询

.....

2、3-info可提供的相关培训服务

1) 3G时代的电信运营体系培训

2) 3G时代的电信业务整合营销培训

3) 3G时代电信服务营销与运营

4) 移动互联网运营与运营商转型培训

5) 基于品牌的产品策略培训

6) 互联网营销与电子渠道拓展

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45756.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。