

# 物流支付行业安全发展报告

2019年





## 行业发展背景

### 个人端第三方支付步入稳步发展阶段，支付机构转向企业端寻求机会

2017年以前第三方支付行业整体快速增长的主要动力来源于个人端的快速增长，随着人们线上支付习惯养成，个人端高增长阶段告一段落，支付机构在企业端寻求增量市场成为支付机构接下来的竞争关键。

### 物流领域对第三方支付机构的进入相对友好，是新的增长点

各产业长尾市场支付需求为支付机构的进入提供契机。在各产业中，物流领域市场集中度、支付机构垄断程度均较低，加之物流市场发展平稳健康，有利于支付机构进入。

### 物流支付领域两大痛点：安全性及资金周转压力

传统物流支付方式下存在账期长、高额押金、支付主动权、结账周期不一致等问题，造成物流公司及上下游资金周转压力大、资金安全性没有保障。



## 行业现状

### 2018年我国企业端第三方物流支付交易规模超2000亿元

物流支付领域以头部收单机构及具有产业背景的第四方物流公司参与为主，提供三种类型的支付解决方案：单一支付结算服务、代收付解决方案及账户类解决方案；目前物流产业第三方支付渗透率仅1.7%。

### 打通TMS系统是基本所需，供应链金融是利润增长点

多数支付机构会配合物流、信息流提供支付服务，而由于物流企业内普遍存在较大的资金周转压力，支付机构会利用客户沉淀、数据沉淀提供供应链金融，其收益至少高于基础支付服务三倍。



## 未来趋势

### 未来竞争格局

不同产业背景的支付机构占据各自细分市场，并在各自细分市场内同质化；中小型零担、整车领域交集较多，且处于迅速扩张阶段，是接下来竞争最为激烈之地。

### 物流支付想象空间

以支付为切入点，联动物流企业上下游更新信息流、资金流、物流，链接外部金融机构，提供“支付+信息+资金”的整套解决方案。

行业发展背景

1

行业发展现状

2

代表企业案例分析

3

未来发展趋势

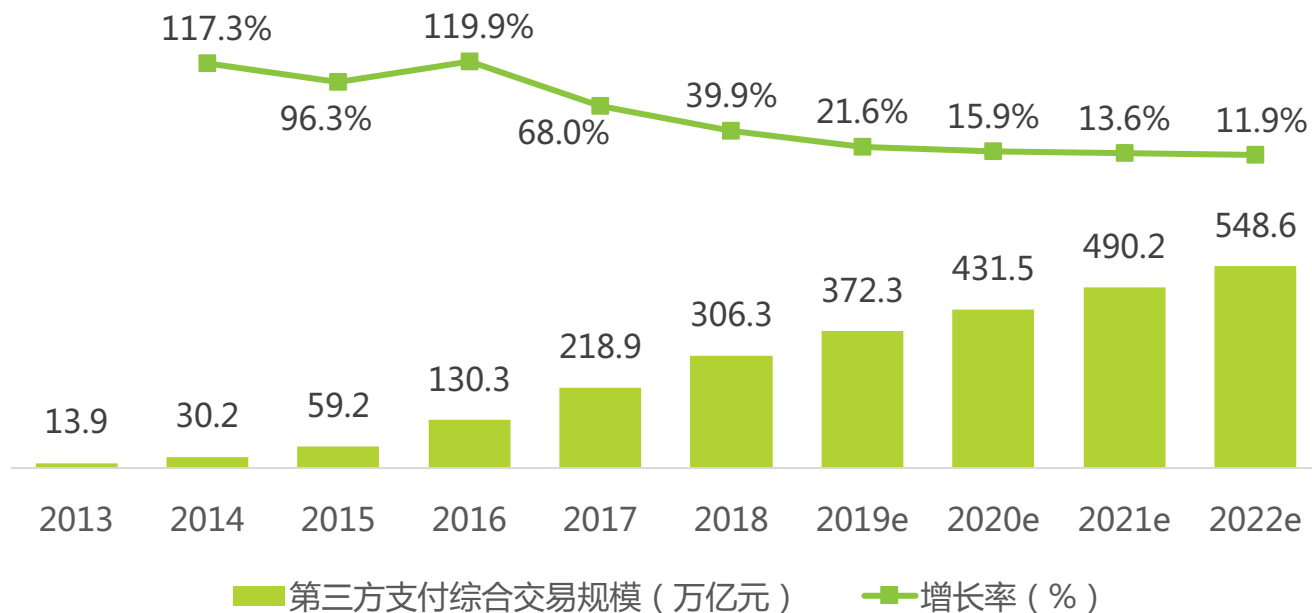
4

# 第三方支付行业整体概况

## 市场整体增速回落，进入平稳增长期

2013-2016年，第三方支付行业综合交易规模从13.9万亿元增长至130.3万亿元，增长率最高达119.9%。在该阶段，个人在第三方支付工具内的转账、消费需求较大，驱动行业整体快速增长。2018年后，随着个人线上支付、线下扫码支付等习惯逐渐养成，行业整体增速回落，未来行业增长需要寻求新的驱动点。

2013-2022年中国第三方支付综合交易规模及增长率



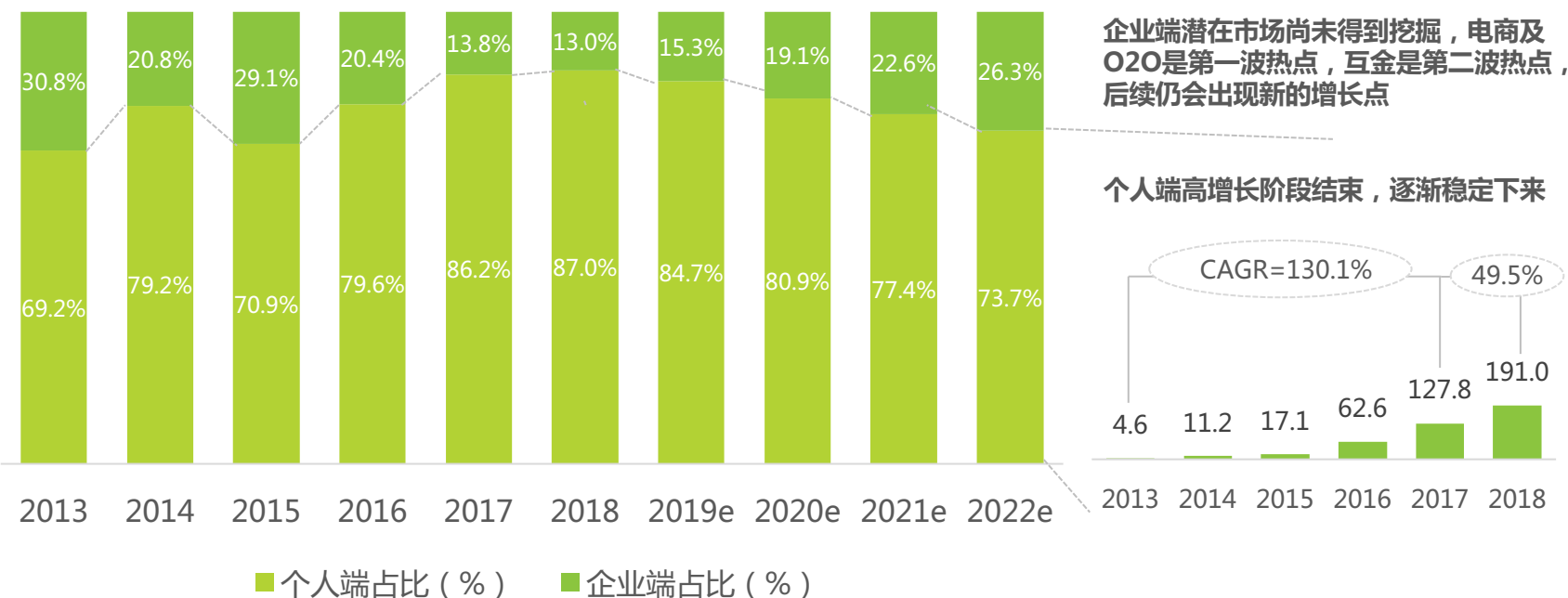
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 第三方支付市场的分化

## 个人端进入稳步增长阶段，企业端尚待新的增长点

2017年以前行业整体快速增长的主要动力来源于个人端的快速增长，随着人们线上支付习惯养成，个人端高增长阶段也告一段落，规模增长逐渐稳定下来，进入稳步增长阶段；而企业端市场尚有较大挖掘空间，艾瑞认为，接下来几年企业端规模占比会逐步上升。

### 2013-2022年第三方支付个人端及企业端交易规模占比



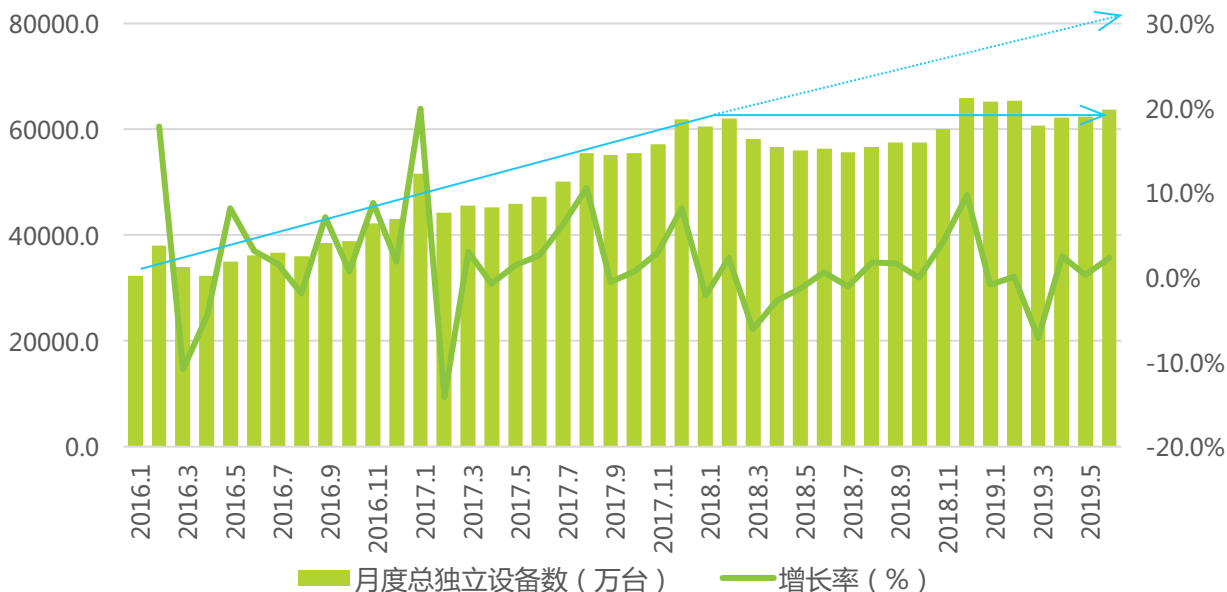
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 个人端进入稳步增长阶段

## 流量增长逐渐稳定，庞大的用户量也形成高壁垒

2016年初至2017年底，个人端独立第三方支付APP流量从3亿增长至将近6亿水平。但2018年以来一直波动在6亿上下，无明显上升趋势。以25-30岁网民人均持有1.3部手机计算，支付宝在25-30岁网民中的渗透率已达到95.4%。艾瑞认为，目前，面向个人端的第三方支付工具的渗透率已足够高，用户量增长已逐渐稳定下来。若在学生群体及40岁以上人群中没有出现新的增长点，以支付宝及微信支付为代表的第三方支付机构应以现有的庞大的用户群的运营为主，基于支付服务提供其他增值服务盈利，或以支付作为其他业务的流量入口、提升用户粘性的手段。同时，支付工具庞大的用户量形成很强的市场进入壁垒，其他第三方支付机构难以转移该部分用户群。

### 2016-2019H1独立第三方支付APP月度总独立设备数



### 2019年5月支付宝25-30岁网民渗透率



备注：在对我国25-30岁网民比例的测算中，我们假设我国20-39岁网民中各年龄段平均分布。

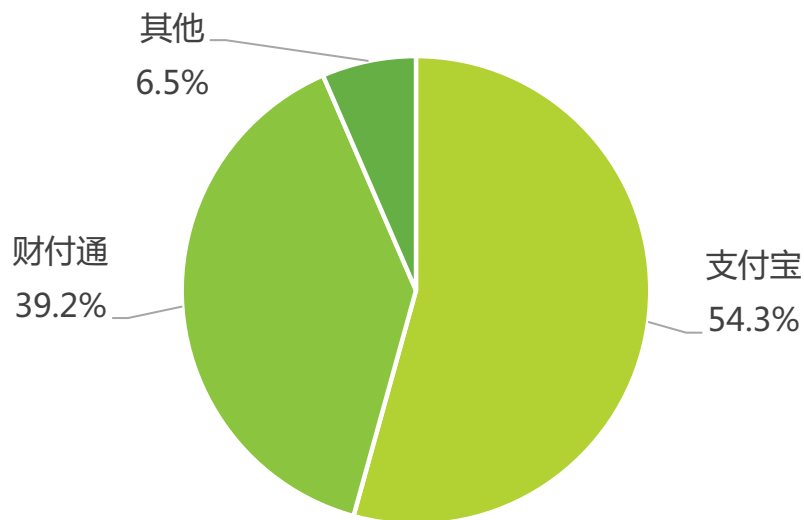
来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端），第43次《中国互联网络发展状况统计报告》；艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 支付机构可在企业端寻求增长点

## 支付宝、财付通两大巨头在个人端占绝对优势，其他第三方支付机构在企业端寻求新的增量市场成为关键

目前，第三方支付市场已形成支付宝、财付通两大巨头垄断的市场格局，在移动支付领域两者的市场份额共计为93.5%。剩下的市场份额中，多为其他支付机构线上收单及线下智能POS收单等业务形成，属于企业端支付范畴。故在个人端市场中，无论从转移用户群体，或者以同样的方式切入个人第三方支付业务来看，其他第三方支付机构均不具备优势。在该形势下，支付机构转向企业端支付，寻求新的增量市场成为关键突破点。

2018年中国第三方支付移动支付交易规模市场份额



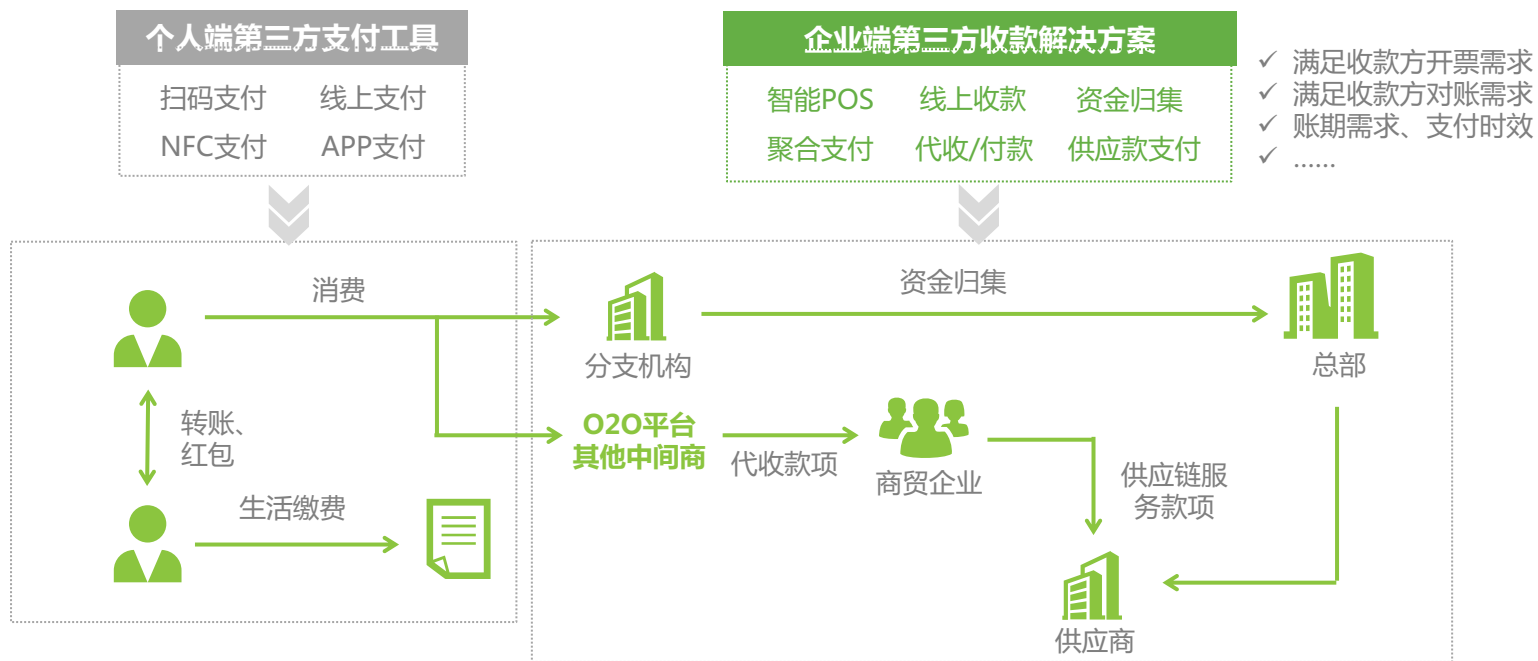
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 企业端第三方支付尚存需求

## 企业端支付场景差异性要求支付机构提供定制化方案

个人端第三方支付工具主要服务于C端用户间的个人转账、生活缴费及日常消费，以线下扫码支付及在线支付方式为主，支付机构可以提供标准化的支付渠道。而企业端支付的主要支付场景有四：一，为电商平台、线下商户等收款方提供在线收款、智能POS、聚合支付码等支付解决方案，交易主体为大量C端及B端，如跨境电商平台；二，为O2O平台及其他中间商提供代收付款解决方案，如家装O2O平台；三，为B端企业在供应链上发生的各项交易提供支付解决方案，交易双方均为B端；四，为企业总部的资金归集提供解决方案，如物流企业。企业端支付不同环节、不同行业中由于交易主体、收付款对象不一、资金处理需求多样，要求支付机构为不同的B端企业提供定制化的支付解决方案。

### 个人端及企业端第三方支付参与者及支付需求



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。



# 企业端第三方支付尚存需求

## 定制化解决方案在效率、安全性等方面优于传统支付方式

实际上，企业端第三方支付为典型的卖方市场，第三方支付机构入局会催促物流支付的线上化发展。随着互联网发展，交易环节中商品细节展示、下单等环节逐渐完成线上化，企业仍然运用传统支付结算方式（现金支付、银行网点转账汇款、POS机刷银行卡等）愈加显得不合时宜。一方面，订单、商品流转、支付结算流程三者分离，需要人工对账，特别是企业端支付中交易主体众多，且可能存在多个交易环节，这会导致整个交易周期长、资金回笼慢，花费较大的人力成本和时间成本，不利于资金周转；再者，交易主体繁杂、交易时间长，存在较大的资金安全风险。而定制化解决方案可以有效缩短中间环节、提高交易效率、解决资金安全问题。

### 企业端传统支付方式（左）及定制化解决方案（右）对比



- 资金流、业务流分离  
业务匹配并对账完成后，最后进行资金处理



- 成本高  
人工对账处理，耗时耗力  
形成资金压力



- 资金安全性欠缺  
资金在中间商/分支机构资金沉淀，无法控制

- 资金流与信息流、商品流结合

直接匹配付款方与收款方，实时处理每笔交易

- 降低财务、人力、资金成本

对账处理，节省时间、人力成本  
提高资金周转效率

- 资金安全性得到保障

减少中间商/分支机构资金沉淀，保障资金安全

# 企业端第三方支付尚存需求

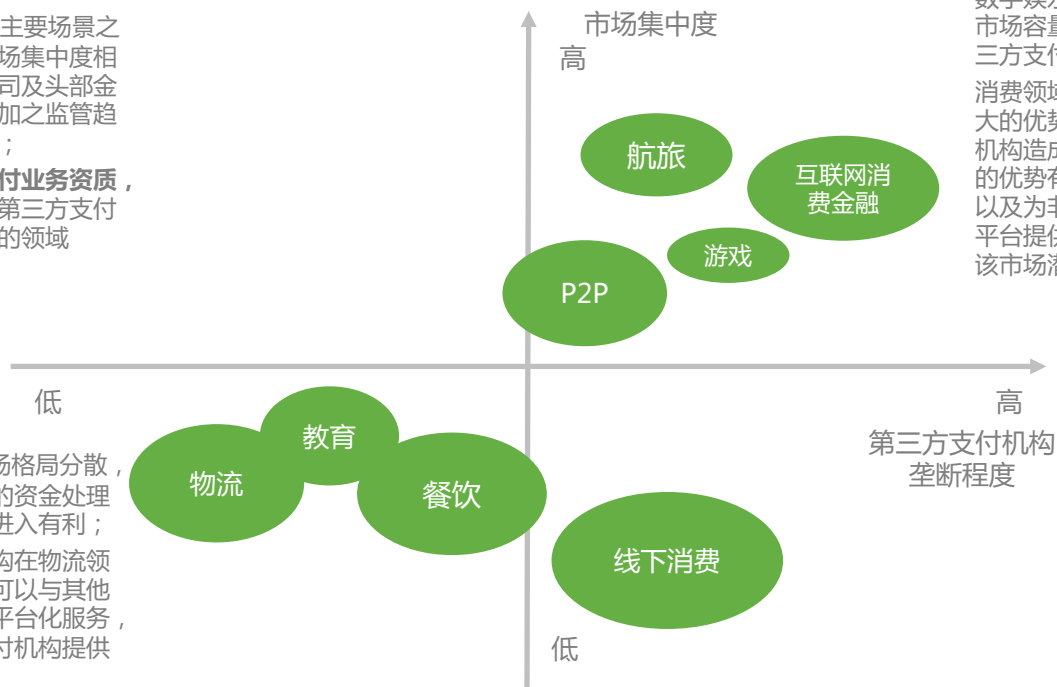
## 物流领域对第三方支付机构的进入相对友好，是新的增长点

我们提到，企业端对定制化支付解决方案的需求主要源于众多交易主体、环节及差异化资金处理需求，故行业格局分散、小微企业众多的行业对此有更大的需求。而大企业居多、市场格局集中的行业中，资金处理需求及交易对象也多是固态的，更适用于商业银行低成本支付解决方案。目前，支付机构发力的行业主要有互联网金融、消费（包括航旅、电商、游戏、餐饮、线下消费）等，由于物流领域市场容量足够大，且对第三方支付机构进入相对友好，成为新的增长点。

### 企业端第三方支付的主要场景及特征

**互联网金融**是第三方支付市场主要场景之一，与支付结合点较好，但其市场集中度相对较高，少数几家银行、消金公司及头部金融科技科技公司占据大部分的份额，加之监管趋严，资源将更加向持牌机构倾斜；但是，**头部的互金机构大多有支付业务资质，可以自行处理支付业务**，对其他第三方支付机构来说不是一个可以自由竞争的领域

**物流领域**市场容量足够大，市场格局分散，小微企业参与者众多，不同对象的资金处理需求不同，对第三方支付机构的进入有利；强大的产业背景对第三方支付机构在物流领域的拓展有利；一方面支付服务可以与其他供应链服务结合，提供一体化、平台化服务，另一方面产业内从业经验可为支付机构提供良好的获客能力



**大消费领域**包括电商、航旅、商超、数字娱乐、教育等线上线下消费。消费市场容量最大，C端用户最多，企业对第三方支付机构的支付服务需求也更强烈；消费领域内支付宝、财付通两者具有极大的优势，庞大的用户量也对其他支付机构造成了壁垒，其他第三方支付机构的优势有限，但在提供定制化解决方案以及为非阿里系、腾讯系、苏宁系等的平台提供服务上也具有一定的市场，且该市场潜力足够大

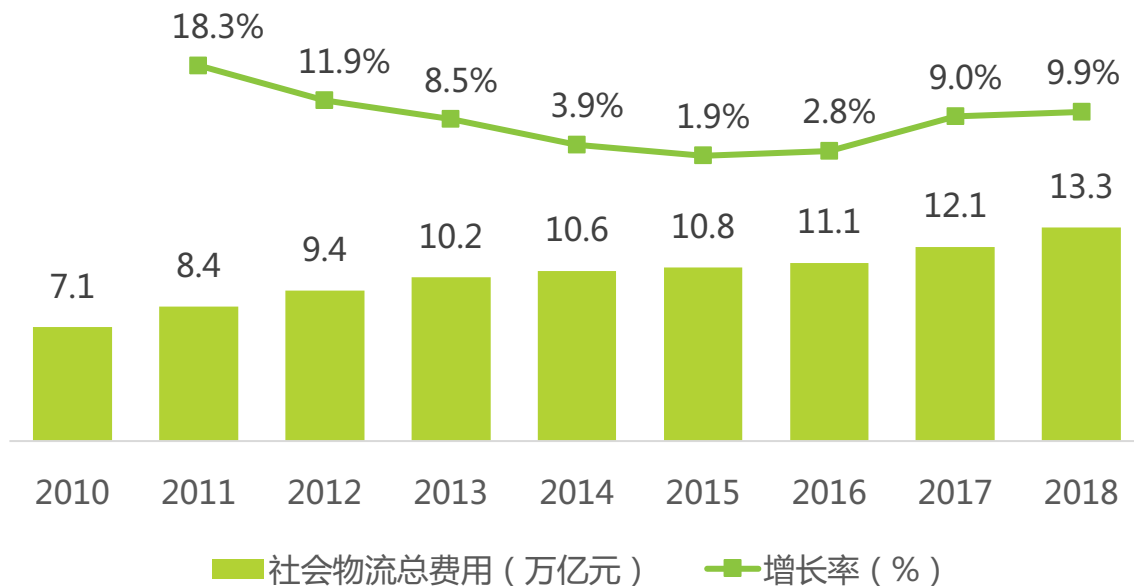
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 支付机构在物流领域有良好的机遇

## 行业整体平稳健康发展，为支付提供较大潜在空间

我国物流行业整体发展平稳健康，特别是2017年以来，年增长率又上升到9%以上。目前，物流行业全年业务量达283.1万亿，社会物流总费用（包括运输、管理、保管三项费用）达到13.3万亿。庞大的市场规模及平稳健康的增长率，加上政策支持、智慧物流的发展，也都要求支付这一必不可少的环节提高效率，因此，支付线上化趋势为第三方支付机构的进入提供了良好的契机。

### 2010-2018年中国社会物流总费用及增长率



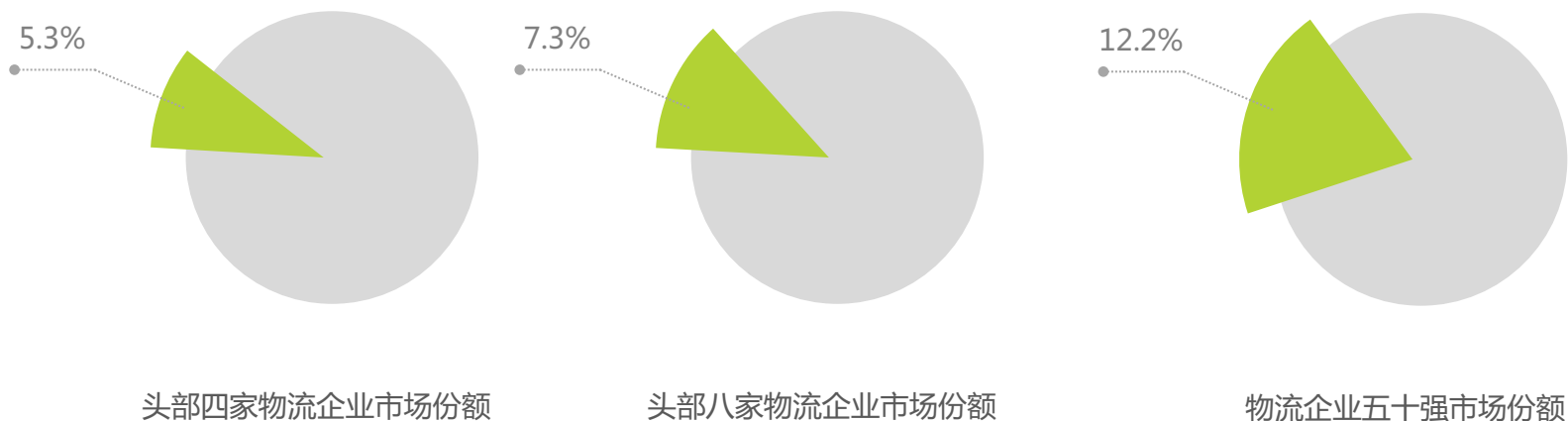
来源：国家发展和改革委员会，专家访谈；艾瑞研究院自主研究和绘制。

# 支付机构在物流领域有良好的机遇

## 长尾市场大，具有一定挖掘潜力

根据2018年中国物流与采购联合会发布的物流企业物流业务收入的排名，我们大致测算了2017年物流行业的市场竞争格局。可见，我国物流行业市场集中度极低（ $CR_4=5.3%$ ， $CR_8=7.3%$ ），呈现分散竞争的市场格局，50强企业的市场份额占比也仅12.2%。而由于银行可为大型物流企业长期提供较为优惠的增值服务，故大型物流企业多使用银行支付服务，而中小型物流企业无论在数据积累、供应链水平等方面均存有一定劣势。在此情况下，巨大的“长尾市场”成为第三方支付机构的机会点。我们也可以看到，多数第三方支付机构均发力于中小型物流企业及其上下游商贸企业，以提升供应链的整体效率。

2017年物流头部企业的物流收入占物流业总收入比例



备注：根据中国物流与采购联合会发布的物流企业排名及物流收入估算；  
来源：中国物流与采购联合会，国家发展和改革委员会；艾瑞研究院自主研究和绘制。

# 支付机构在物流领域有良好的机遇

## 传统物流企业支付中存在诸多问题亟待解决

物流行业内小微企业众多、行业格局分散，参与者除物流公司本身外，还有上下游各商贸企业、小型物流公司、网点、司机/货车主，均属小微企业。在各参与者中间，产生大量的物流运费支付、线路招标保证金收取、代收货款、资金归集、运费结算等支付结算类需求。通过传统银行转账、汇票及微信、支付宝支付等方式处理支付需求的过程中产生诸多问题，包括账期长、高额押金、支付时效等为物流公司及上下游造成的资金周转问题及资金安全问题。

### 物流企业传统支付方式中存在的问题

问题	描述
账期长	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般来说，物流行业账期可达2-4.5个月，最高可达6个月；</li> <li>上游货源不稳定，货款、运费结算流程长，均造成发货方及物流公司资金周转状况差</li> </ul>
高额押金	<ul style="list-style-type: none"> <li>物流公司常常要向发货方付高额的押金，加剧资金压力</li> </ul>
支付时效	<ul style="list-style-type: none"> <li>付款方有较大话语权，比较强势</li> </ul>
发票	<ul style="list-style-type: none"> <li>下游司机通常不能开具发票，物流公司在收到运费汇票后，需自行解决发票问题，对后续兑票也产生影响</li> </ul>
对账	<ul style="list-style-type: none"> <li>上下游产生的每笔汇款均需要人工记账</li> </ul>
结账周期不一致	<ul style="list-style-type: none"> <li>发货方与物流公司运费结算通常是2-3个月，而物流公司与司机间运费结算需现结/月结，不利于物流公司资金周转</li> </ul>
安全问题	<ul style="list-style-type: none"> <li>由于货款要先由网点收取，再定期归集到物流公司总部，故代收货款、运费等在分网点停留，网点处有资金沉淀；而由于网点跑路等现象不可控，故产生资金安全风险</li> </ul>
提现问题/兑票问题	<ul style="list-style-type: none"> <li>分网点通常会在微信等社交工具中处理订单、完成支付，微信账户内资金提现额度有限、产生手续费；</li> <li>由于上述发票问题，对物流公司兑票产生影响</li> </ul>

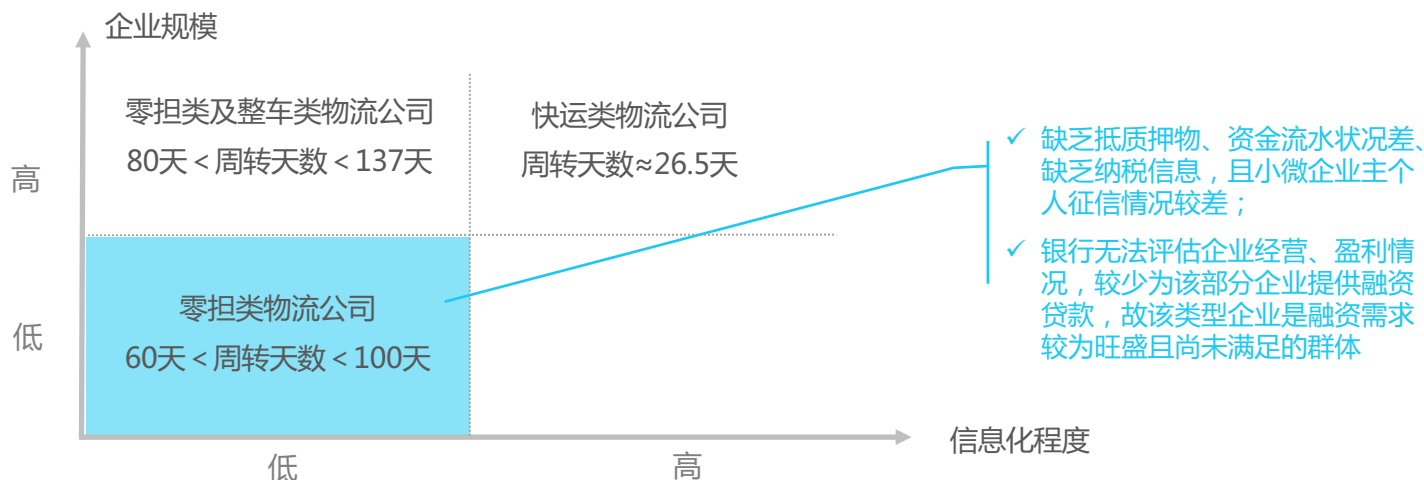
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 支付机构在物流领域有良好的机遇

## 物流企业资金周转压力大，融资贷款需求较大

目前，由于前述账期、开票等问题，物流企业普遍面临资金周转压力，特别是中小型物流企业。我们测算了2018年物流行业内整车及零担类业务的大型上市企业、中小型企业及快运类大型上市企业的资金周转率，可以发现，零担类及整车类物流公司的应收账款及应收票据周转天数普遍可以达到2-4.5个月，其资金周转压力相对较大；而快运类企业由于具有较为成熟的线上管理系统、线上支付系统及良好的资金流，信息化程度较高，应收账款及应收票据周转天数可以降至26天，远小于零担类及整车类。大型物流企业通常会与商业银行合作，以纳税额、过往交易流水等作为信用凭证获取银行贷款，缓解资金周转压力。而多数中小微企业由于缺乏抵押物、资金流水状况差（传统支付结算方式无法积累交易数据）、纳税信息缺乏（部分企业为避税而采用现金结账等）、小微企业主个人征信情况较差等，银行无法评估企业经营、盈利情况，导致其面临的资金压力无法得到满足，故该部分企业融资需求较为旺盛。

### 物流企业应收账款及应收票据周转天数



备注：  
 应收账款及应收票据周转率=主营业务收入/[(2018年年初应收账款及应收票据+2019年年初应收账款及应收票据)/2]；  
 应收账款及应收票据周转天数=360/应收账款及应收票据周转率  
 来源：企业2018年年报；艾瑞研究院自主研究及绘制。

行业发展背景

1

行业发展现状

2

代表企业案例分析

3

未来发展趋势

4

# 物流支付产业链

## 企业端第三方支付机构提供定制化支付服务



备注：由于第三方支付机构多集中在公路物流公司，故本章节多探讨公路物流；  
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

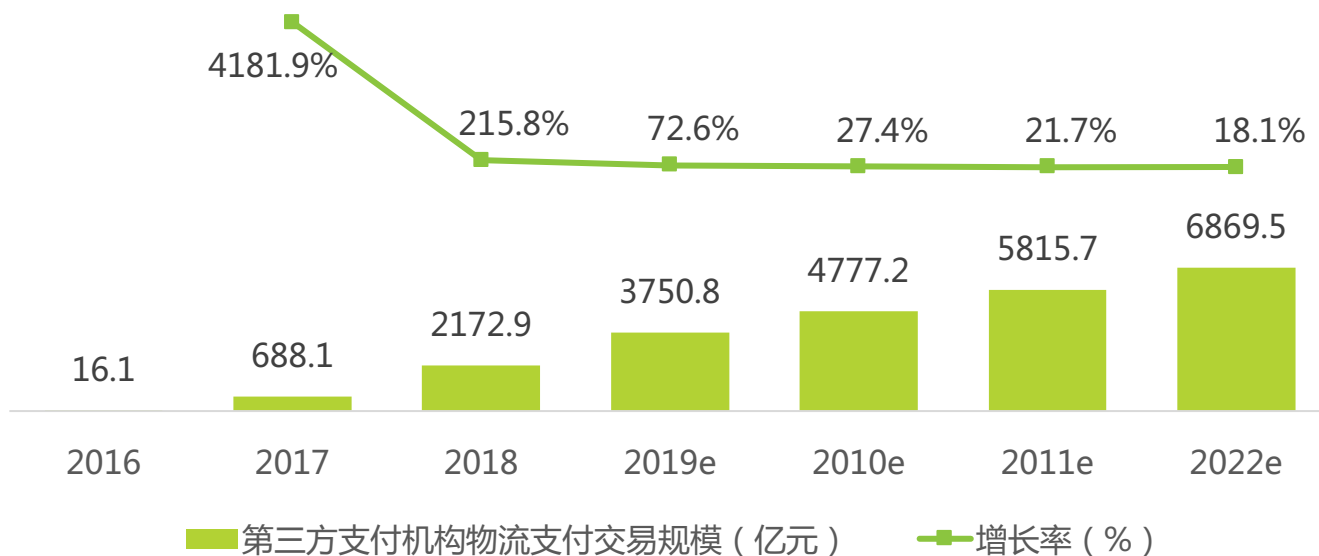


# 第三方物流支付规模

## 2018年企业端第三方物流支付交易规模超2000亿元

据测算，至2018年，我国第三方支付机构在物流领域内处理的交易规模达到2172.9亿元。2016年及以前物流支付领域内主要参与者是少数几家头部收单机构，主要以线上的无车承运平台收单以及线下的POS收单为主；2017年是第三方支付机构涌入的一年，具有物流产业背景的第三方支付机构及其他头部收单机构纷纷开始上线支付解决方案，切入零担、整车类企业，该年物流支付交易规模爆发，并以较高的速度增长。艾瑞预计，至2022年，企业端第三方支付机构物流支付交易规模会翻三番。

### 2016-2022年企业端第三方支付机构物流支付交易规模



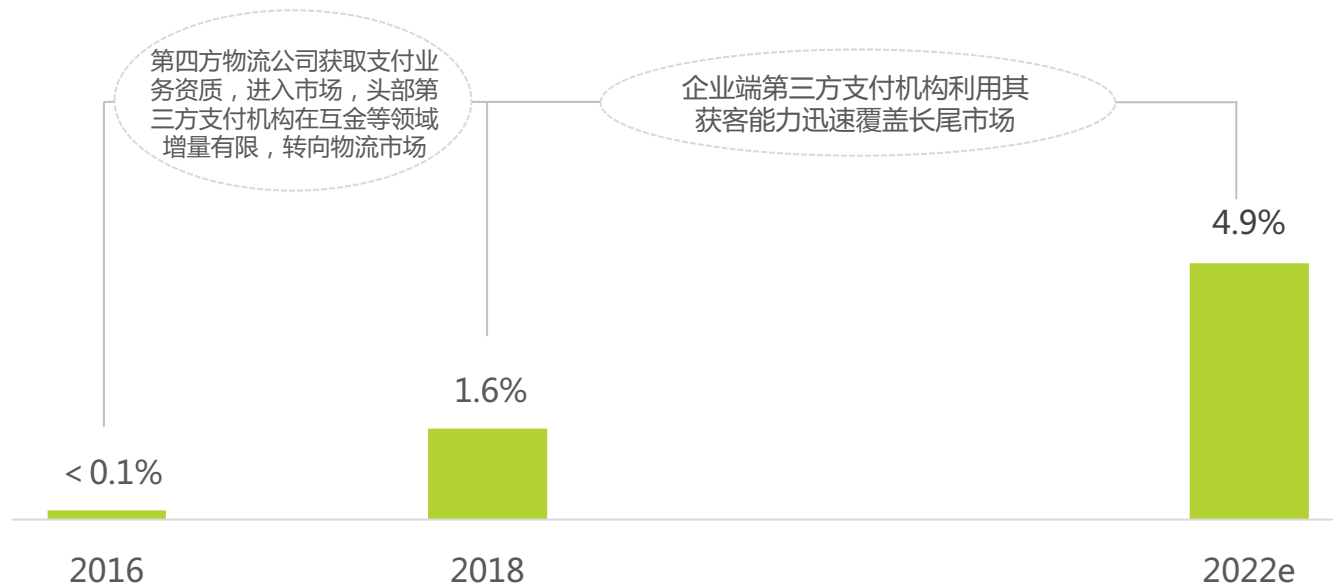
备注：不含淘宝、京东等大型电商平台处理的快递类业务及个人端第三方支付机构处理的交易规模；  
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 物流产业第三方支付渗透率

## 当前第三方物流支付渗透率为1.7%，预计2022年会增至4.9%

目前，物流支付领域内有三种支付方式：一，现金及个人端第三方支付工具（微信、支付宝），该方式多在线下小额交易中使用，部分小微企业主使用此方式在一定程度上可以避税，但由于完全无交易流水、税收信息，也不利于其授信；二：银行转账/银行二类账户结算，该方式多在大中型物流公司内使用，由于银行可获得一定的资金沉淀收益后续的供应链金融业务收益，会给与物流公司一定的手续费减免；三，企业端第三方支付机构支付服务，主要服务于物流长尾市场，目前在物流支付领域的渗透率为1.7%。

### 2016、2018及2022年物流产业第三方支付渗透率



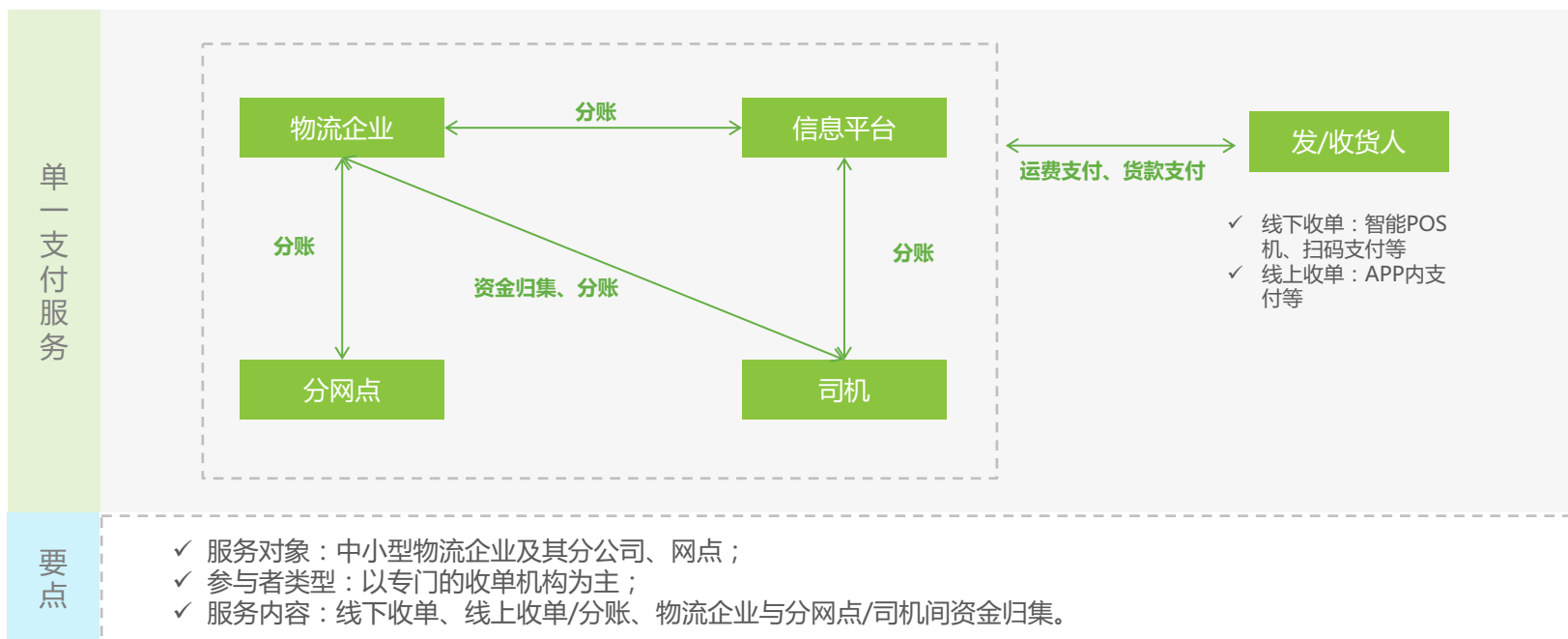
备注：该渗透率仅包含企业端第三方支付机构物流支付；  
来源：综合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算；艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 三类主流支付解决方案

## 单一支付服务同质化程度极高，壁垒较低

部分第三方支付机构针对物流企业/物流信息平台在与发货人/收货人的运费支付、货款支付环节，提供线上、线下收单服务，完成传统支付方式的线上化，并将资金统一归集到总部账户中；另外，运输方涉及物流企业、分网点、信息平台、司机等各参与者之间的运费结算，支付机构也针对此需求提供专门的线上分账服务。该类型的支付服务较为分散，多数情况下是针对某一企业的需求提供单一服务，满足企业缺少的一部分能力或业务资质，满足企业合规需求、提高物流企业的运营效率、释放财务运营成本，门槛较低。

### 支付解决方案类型1：提供单一的收单、分账服务



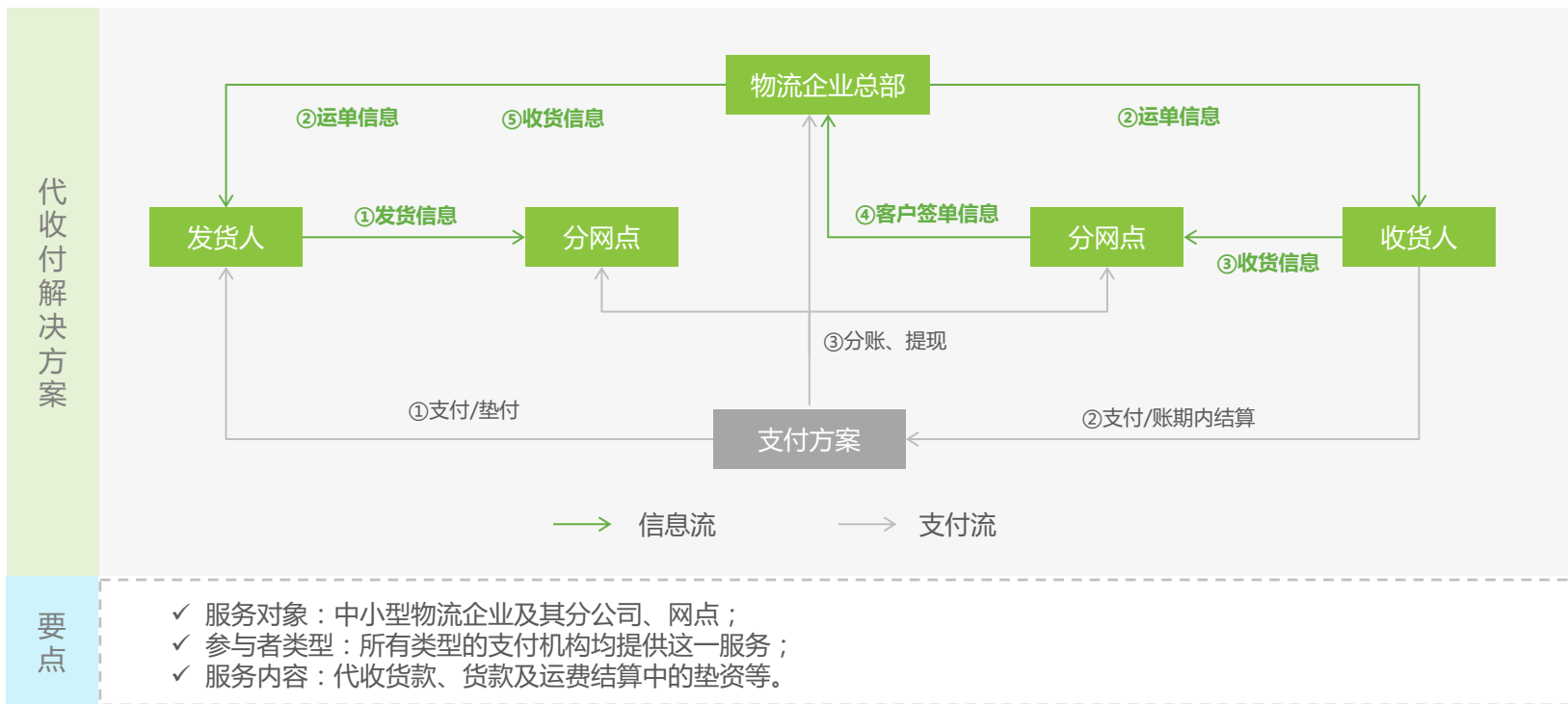
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 三类主流支付解决方案

## 代收付解决方案拓展出垫付服务，提高利润同时增加运营风险

提供物流园区等服务的智慧物流供应链服务公司可直接触达到大量的发货收货的商贸企业、制造业企业，针对物流企业代收货款中提到的账期长问题，支付机构可为商贸企业、制造业企业提供垫付服务，先行付款再由支付机构与下游结算，明显缩短账期，同时提高支付费率标准，但也增加了支付机构的资金链断裂的风险。

### 支付解决方案类型2：为物流企业提供代收付解决方案



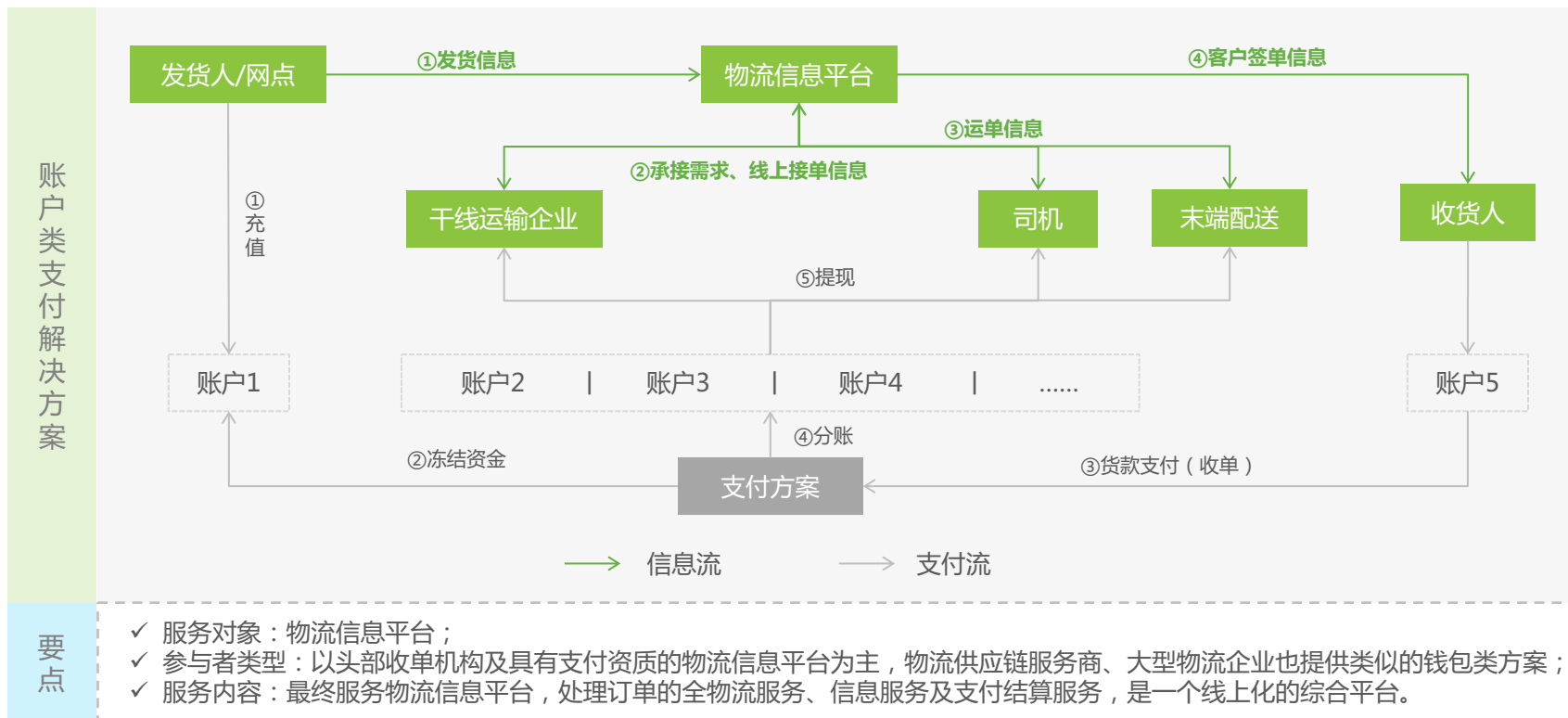
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 三类主流支付解决方案

## 账户类解决方案结合信息流转打通上下游，主动权极高

账户类支付解决方案主要应用在无车承运平台，网点提交订单并付款，支付机构冻结资金，为运输过程中每个参与者提供账户，并按照参与方数量、参与程度进行订单分配、运费分账等。该体系打通订单流、信息流及支付流，将整个服务主动权握在平台手中，同时账户体系也可产生余额沉淀，有利于后续增值服务开发。

### 支付解决方案类型3：为物流信息平台提供账户类支付解决方案



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 增值服务是价值所在

## 打通信息系统是必要环节

以往物流领域支付流、信息流、物流三者分离，一来造成财务成本过高及安全隐患，二来不利于客户留存，三者打通信息流、物流对其后的风险把控、增值服务尤为重要。特别是在物流、信息流打通之后，支付流与二者的结合也显得尤为重要。为解决该问题，第三方支付机构提供的物流支付服务多配合信息系统的输出。一般来说，物流支付服务会打造成类TMS系统，或作为综合性电商解决方案中的一环来提供，完成财务、仓储管理、运力管理、业务信息等线上化。另外，物流信息平台也需线上支付能力来完成业务闭环。可以说，物流领域内配合业务流或信息流提供支付服务是基本所需，也是所有第三方支付机构拓展物流支付业务所需要完成的环节。

### 物流领域内支付流需配合物流、信息流提供



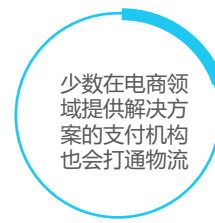
#### 配合TMS系统提供支付服务

打通TMS系统（运输管理系统）已经成为物流支付基本所需。部分第三方支付机构通常会与物流信息软件服务商合作，将支付能力内嵌于TMS系统中，或在自己的支付系统中增加合作方的物流信息，以满足物流企业“三流合一”的需求。



#### 配合物流信息平台提供线上收单、分账服务

物流信息平台天然具有线上基因，本身是以线上化的方式来完成物流订单，且中间涉及从发货方、干线运输物流公司、司机、末端配送物流公司、仓储公司、收货方等各个环节多个参与者，已打通物流、信息流，亟需线上支付能力，以完成业务闭环。



#### 电商解决方案中将物流支付服务作为其中一环

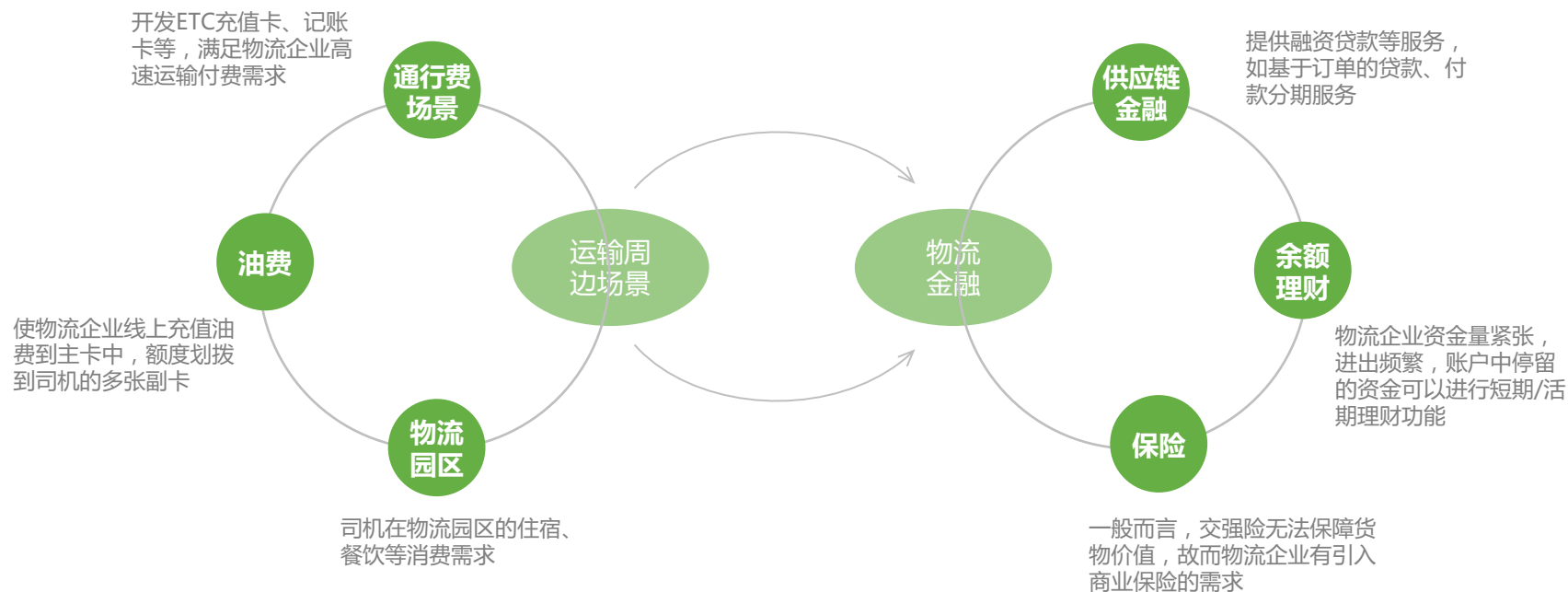
由于电商场景中也涉及物流服务，故第三方支付机构在为电商平台，特别是跨境电商平台，提供支付服务时，将物流企业合作方也纳入进系统，方便卖家与物流企业之间的结算以及卖家跟踪物流。

# 其他类型增值服务的探索

## 主要分为物流周边场景支付服务及物流金融服务两大类

物流周边场景，如通行费、油费等运输场景中的支付服务是支付机构可探索的类别之一，该类场景意义在于以完善、全面的支付场景服务吸引小微物流企业，扩大支付规模。第三方支付机构更加关注的增值服务是保险、活期理财、融资贷款等金融服务。该类服务是所有物流企业较难获取，但存在需求的类型，对支付机构来说具有较大的利润增长空间。

物流支付领域内现有增值服务类型



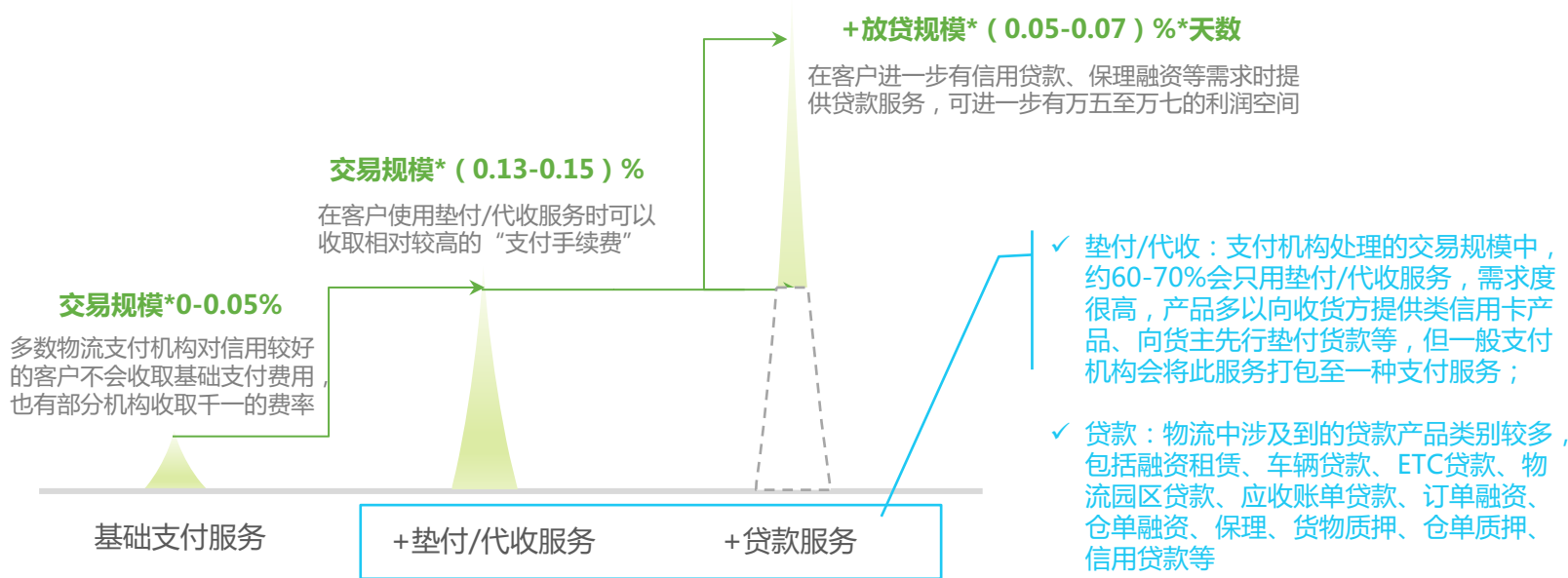
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 增值服务拓展重点方向

## 金融服务是主要的利润增长点

第三方支付机构提供的基础支付服务费率普遍较低，普遍在0.05%以内，甚至零费率。当支付机构提供垫资或代收服务以提高其资金周转率时，费率可提高到千一至千一五的水平，该费率远高于银行转账。当客户需要贷款服务时，提供日利率0.05-0.07%的融资服务。因此，支付机构多着力于增长空间极高的金融服务。一般而言，支付机构会将垫付打包成一种支付服务输出，而在支付机构处理的交易规模中，60%-70%使用了垫资/代付服务，同时会产生交易规模10%左右规模的贷款需求。

### 第三方支付机构物流领域内各项服务收入空间



备注：支付服务按照交易规模收费，贷款服务按照贷款规模及时长计息，图中贷款服务收入按照日利率估算；  
来源：专家及企业访谈；艾瑞研究院自主研究及绘制。

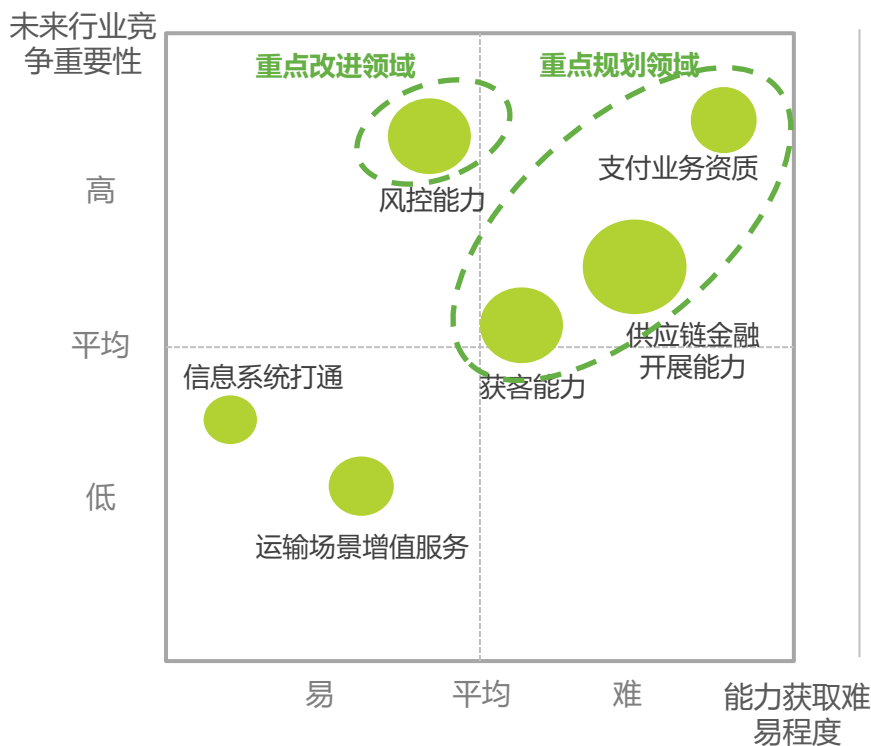


# 支付机构发展关键要素

## 风控能力、获客能力及供应链金融能力对支付机构意义重大

对行业参与者来说，支付牌照是进入门槛，支付全牌照决定支付机构业务是否能形成支付闭环；打通TMS系统几乎是所有支付机构的能力，前述运输场景的增值服务会被个人端第三方支付工具替代，且支付宝、微信支付更具优势，均不直接构成行业竞争的关键要素；而良好的风控能力、获客能力、供应链金融对支付机构来说意义重大，具体而言，对物流公司的把控直接避免“暴雷”，良好的获客能力可以促使支付机构快速搭建进入壁垒，而供应链金融则是主要的利润增长点。

### 第三方支付机构发展物流支付的关键能力



#### 支付业务资质

- 具有支付领域全牌照的物流支付行业参与者可打通支付闭环，具备部分资质的参与者在部分环节受限，仍需接入其他支付机构的支付通道，导致成本增加；

#### 风控能力

- 支付机构垫资比例大，故对物流企业风险的把控是关键成功因素，包括是否对物流企业有完善的资质评估体系、考量维度及后续业务把控能力；

#### 供应链金融开展能力

- 供应链金融是支付机构的主要利润增长点，评判标准包括数据维度及广度、客户群体大小、与客户的互动程度；

#### 获客能力

- 目前行业参与者的获客能力差异较大，具有良好的获客能力、切入早、可以快速搭建壁垒对行业竞争成功的意义重大。

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 各类参与者能力分析

## 物流供应链服务商获客能力最强，头部收单机构支付服务灵活

各类型的参与者中，商业银行以支付成本、资金成本优势专注于大型物流企业服务；头部收单机构与物流信息平台的目标客户群体有较大交集，均以小微物流企业及其上下游企业为主，差异在于头部收单机构有成熟的支付解决方案，可快速复制于各场景中，而物流信息平台则专注于自有客户群体的供应链金融服务；物流供应链服务商的获客能力最强，客户体量最大，但如何将这些分散的客户群体归集到自有平台上，提供后续增值服务是其最大的挑战。

### 不同背景第三方支付机构的能力分析



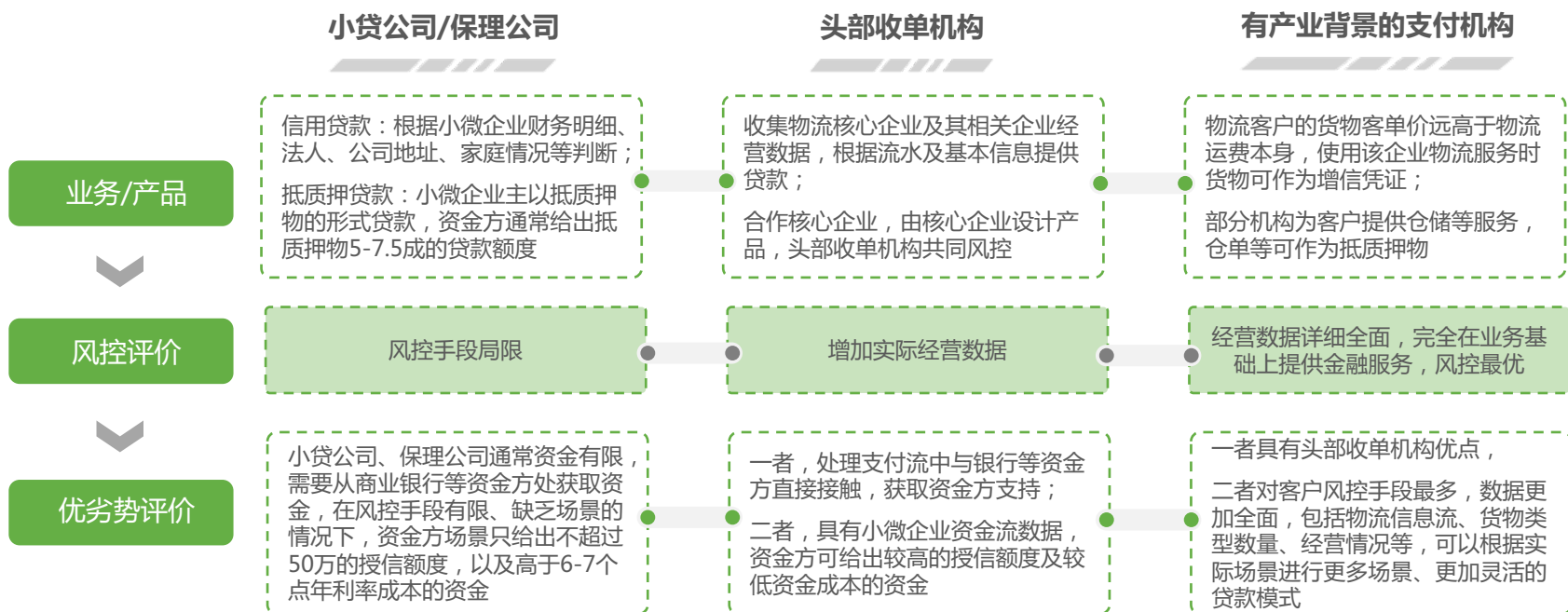
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 各类参与者能力分析

## 具有产业背景的支付机构供应链金融开展能力更强

目前，除商业银行较少下沉至供应链提供金融服务外，其他类型的供应链金融服务商根据其能力、产业背景不同，开展供应链金融的能力也不同。具体而言，支付资质有利于收集实际把控风险的维度的数据，从而可从资金方获取较高额度的授信及较低资金成本的资金；进一步，具有产业背景的该类型支付机构及供应链金融服务提供商会收集到更多维度的数据，也有更多增信手段，如货物、仓单等抵质押物，风险把控最优，需求场景最多。因此，具有产业背景的第三方支付机构在开展供应链金融业务时优势最强，而小贷公司等也可以作为资金方与该类型机构开展深入合作。

### 不同背景物流供应链金融服务商的能力分析



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

行业发展背景

1

行业发展现状

2

代表企业案例分析

3

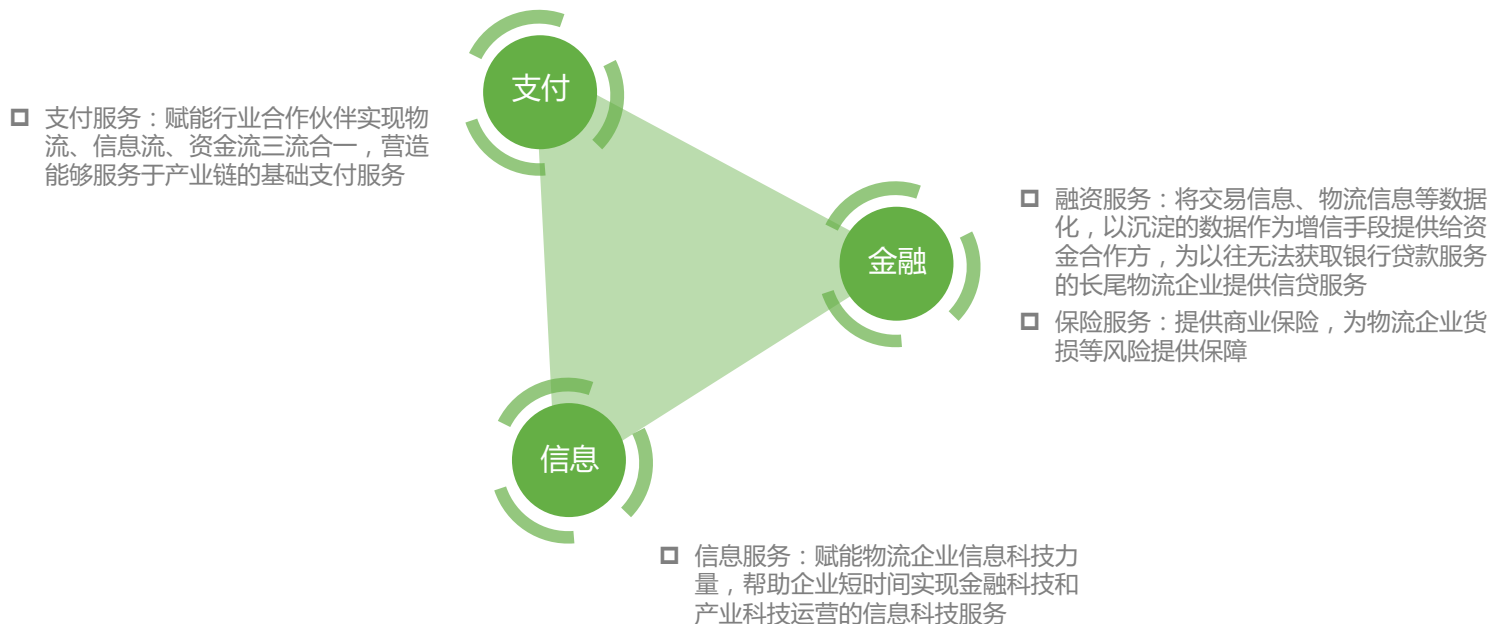
未来发展趋势

4

## 具有物流产业基因，依托行业背景提供支付、信息及金融服务

传化支付是传化智联旗下第三方支付机构，拥有互联网支付业务资质。依托于传化智联智能物流供应链服务的背景，传化支付立足产业支付，为集团物流企业客户群体及其上下游提供支付、融资及信息等服务，帮助物流企业解决支付方面的痛点、提高其与客户业务粘合度，并满足其资金需求。

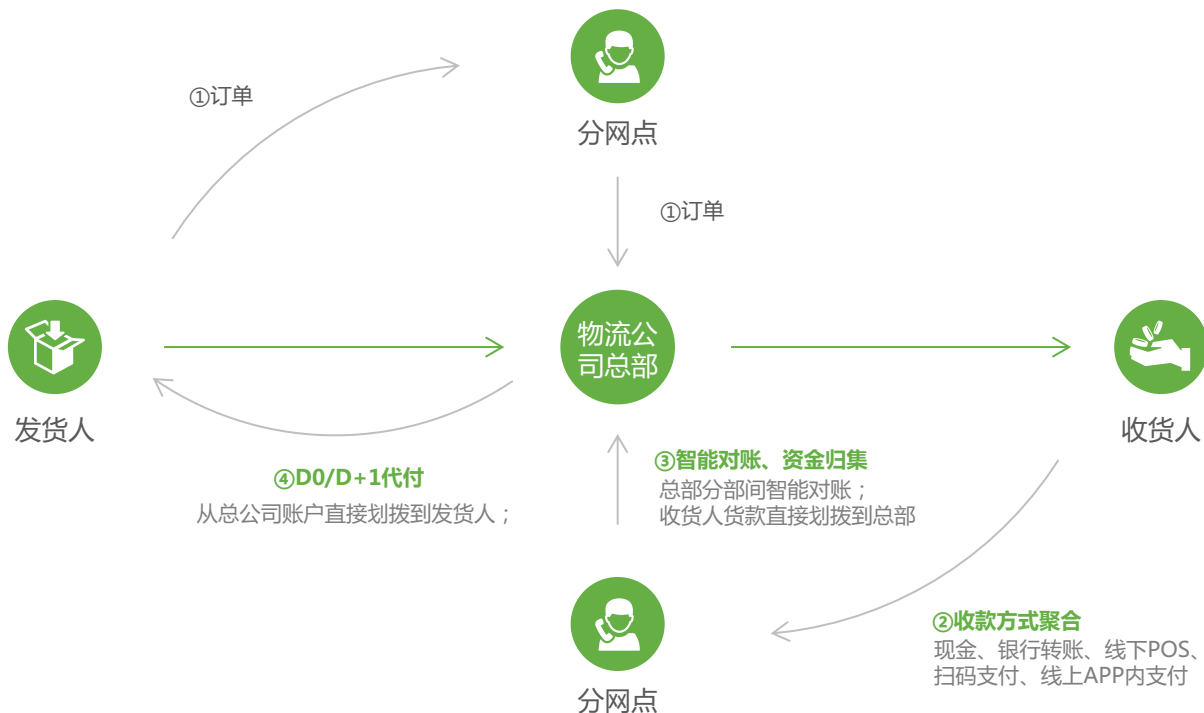
### 传化支付为物流业上下游提供支付服务、信息服务以及金融服务



## 支付解决方案可使结算效率提高三倍，支付成本降低一半

针对物流行业内物流企业、商贸企业（发货方、收货方）小、多而分散的行业格局，传化支付推出两类定制化支付解决方案。其一是为中大型物流企业提供的智能代收付解决方案。该产品集合各类付款方式，完成资金归集、智能对账，解决物流行业内代付、对账、付款三方面的问题。据统计，通过支付解决方案，物流公司结算处理时间从9个工作日下降到3个，支付成本降低50%。

### 传化支付定制化支付解决方案1：智能代收付解决方案

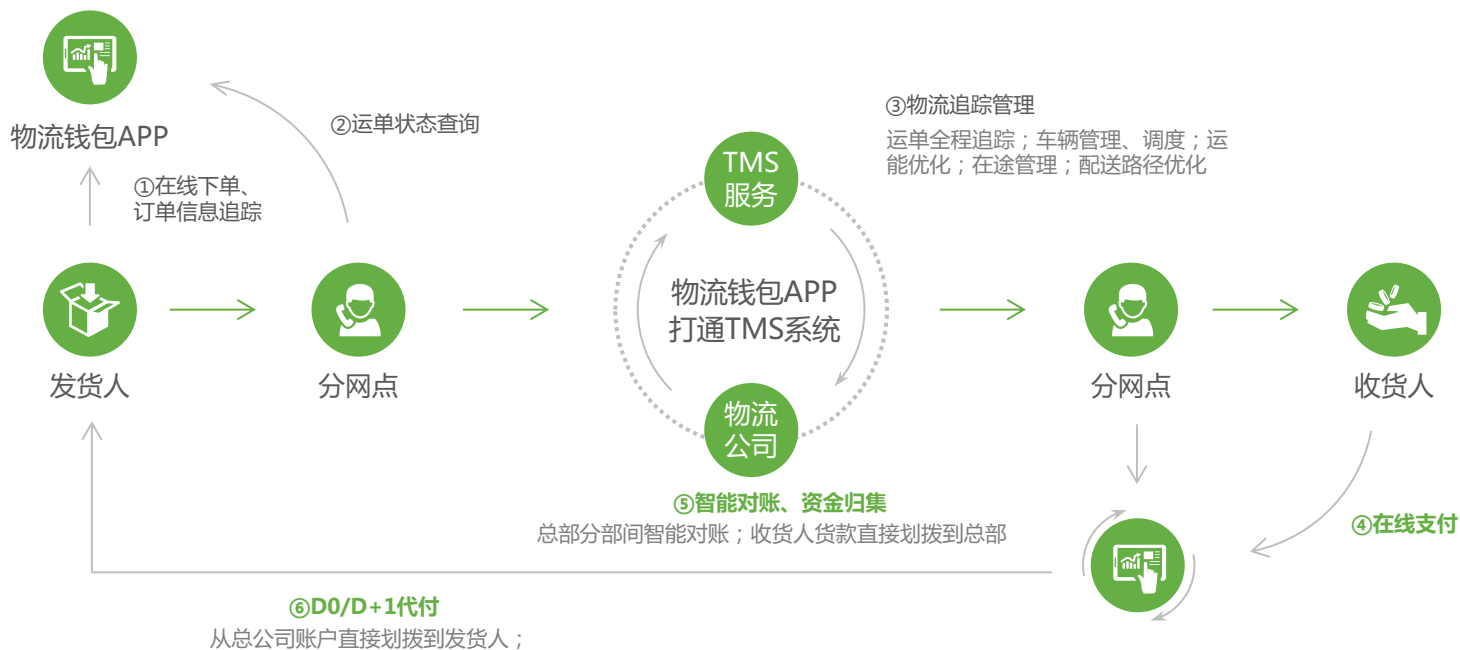


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

## 物流钱包实现物流订单处理、运输管理、支付结算全线上化

传化支付推出的另一支付解决方案是一款解决中小物流企业及商贸企业之间资金、信息往来的物流钱包产品。该产品通过在物流钱包内打通TMS系统，追踪货物流转信息，完成资金流、信息流、物流“三流合一”，并实现了物流运输中货主、运输方、收货方之间下单、接单、物流追踪管理、支付等全线上化完成。该产品属于前述账户类支付解决方案，具有可积累客户群体（主要是中小型商贸企业、制造业企业等）、详细经营数据、物流场景的优点。

### 传化支付定制化支付解决方案2：物流钱包

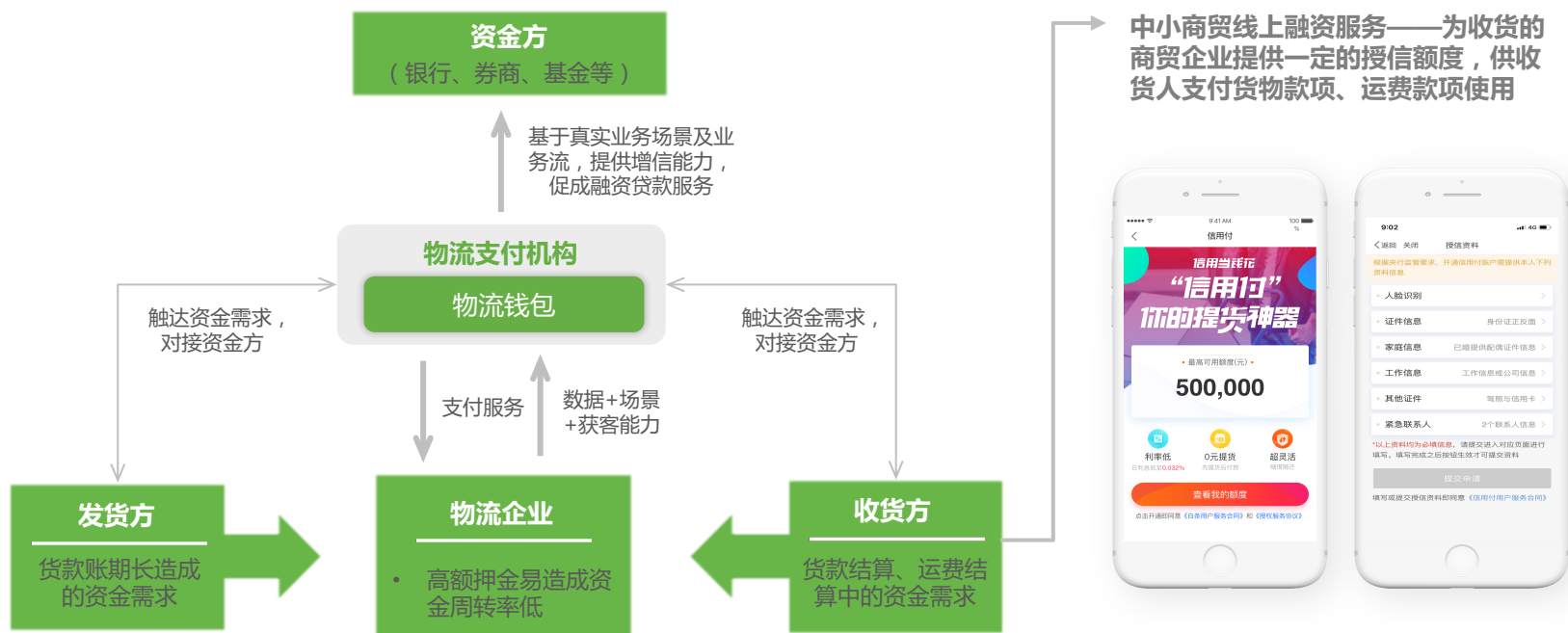


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

## 中小商贸线上融资服务先行，挖掘多类场景物流金融服务

传统物流行业上下游各中小企业存在抵质押物有限、数据化程度低的特点，导致金融机构为其提供服务时缺乏增信能力。传化支付在为物流企业及上下游的商贸企业提供支付服务过程中，沉淀了大量的真实的业务流和交易数据，可以被利用作为银行、券商等资金方向企业贷款的增信手段，一定程度上解决企业融资难、贵、慢的问题。目前，传化支付物流钱包产品内已上线中小商贸线上融资产品，通过与资金方合作，为收货人提供一定的授信额度，供收货人支付交易订单款项（包括发货人订单款项、承运人支付交易订单款项）时使用，解决其资金周转问题。

### 传化支付增值金融业务逻辑



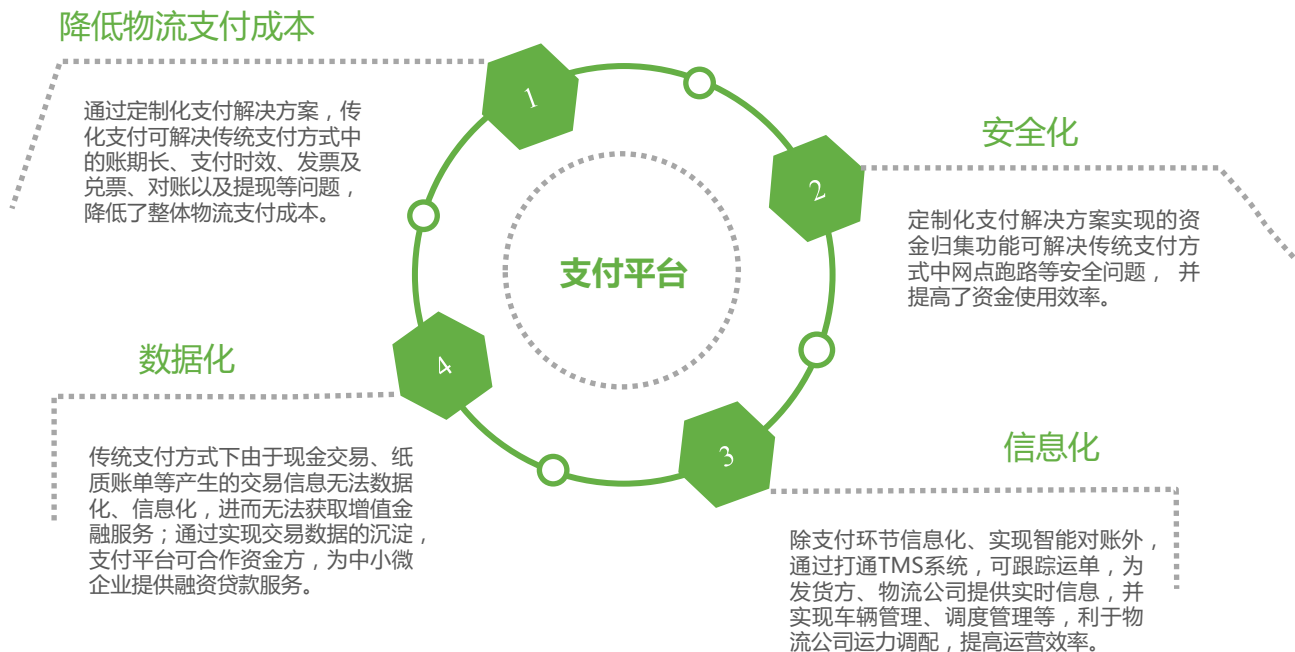
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。



## 通过打造物流支付平台，实现安全化、信息化及数据化

传化智联在服务物流业“产城融合”的过程中，输出物资采供信息服务平台、智能制造科技服务平台、供应链金融服务平台、支付平台等平台化的能力，通过链接物流业上下游各中小微企业（包括制造企业、货车司机等），解决传统物流企业中存在的痛点，实现资源高效流动。支付平台更是致力于降低物流支付成本，实现物流业数据化、信息化和安全化，解决资金使用效率的问题，也满足物流行业更多的需求。目前，传化支付已实现降低综合物流成本40%，降低金融支付成本50%，物流钱包上线半年以来注册商贸企业超3万家，处理运费、货款支付超6亿元。

### 传化金融支付平台愿景



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

## 最早切入物流支付的一批第三方支付机构之一

宝付支付是最早开始在B端支付领域内发力物流领域的第三方支付机构之一。目前，宝付从支付、供应链、信息技术三方面入手，提供在线支付、线下扫码支付、物流账户管理、智能代收付货款等综合支付解决方案。服务对象覆盖传统物流企业、O2O物流平台、代收货款平台、物流代理商等。另外，宝付依靠其金融能力，也涉足了物流供应链金融，为其客户群体提供订单贷等产品。

### 宝付支付物流支付服务模式

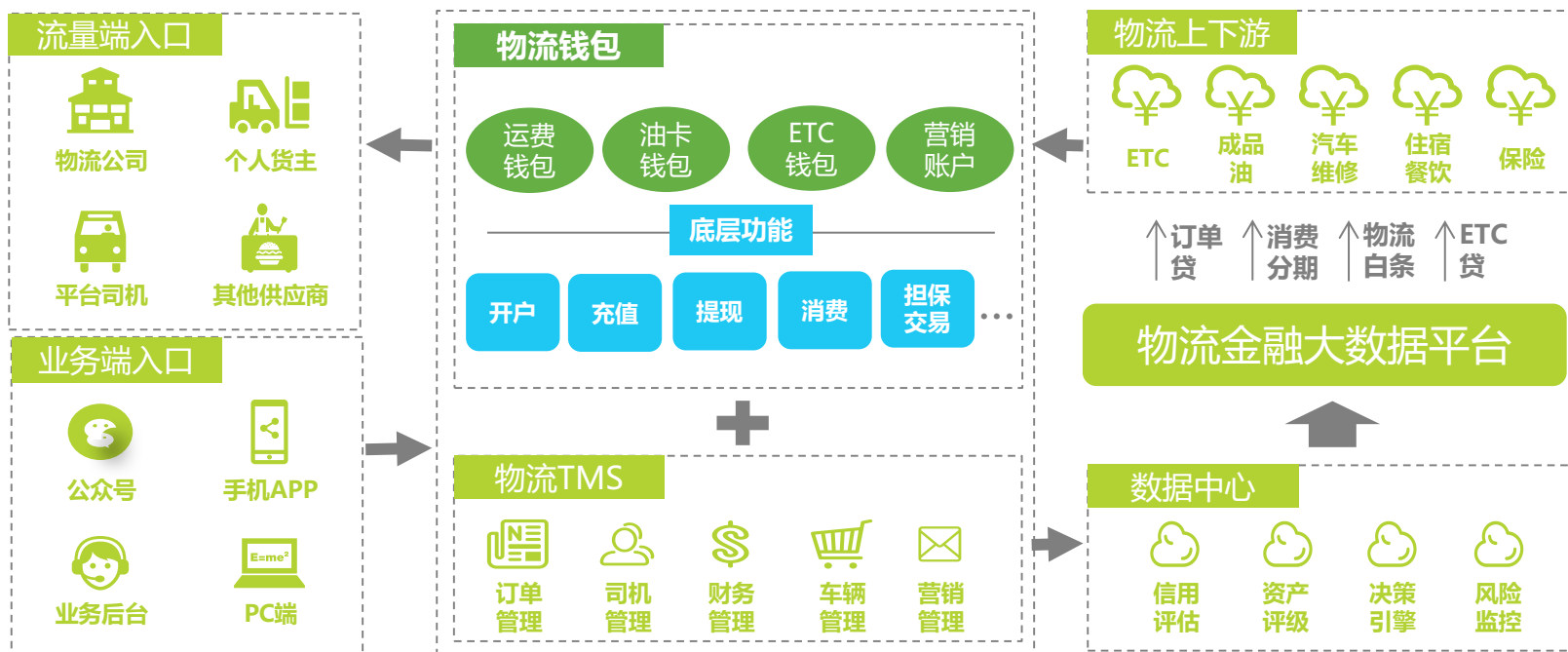


# 宝付支付

## 深度挖掘无车承运平台需求，打通加油站、高速ETC等重要消费场景，打造物流智慧管家产品体系

宝付支付产品中心紧跟物流行业无车承运平台模式发展趋势，根据行业需求搭建物流钱包体系。即以钱包为载体，打通加油站、高速ETC等重要物流消费场景，实现行业上下游数据整合，为物流上下游供应链提供合适的支付及金融服务，形成完整的物流智慧管家产品生态圈。该模式也将逐步复制到其他行业。

### 宝付支付创新产品示意图



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

行业发展背景

1

行业发展现状

2

代表企业案例分析

3

未来发展趋势

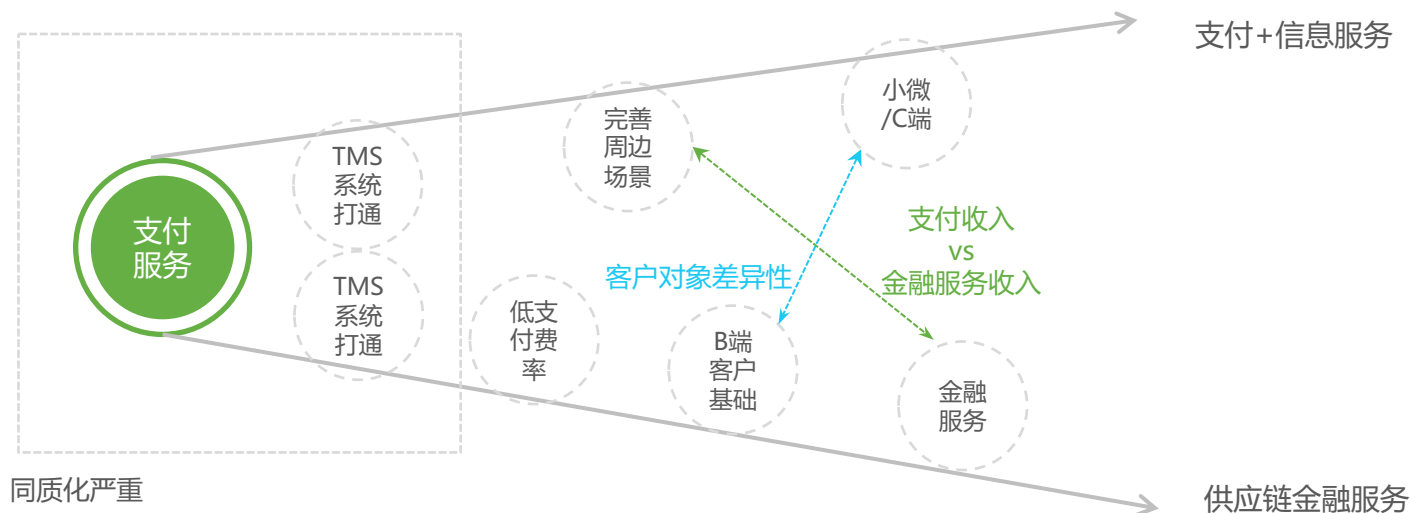
4

# 根据需求拓展不同类型增值服务

## 第三方支付机构需通过增值服务形成规模优势

实际上，支付服务是所有产业刚需，但单一支付服务同质化程度较高，并不形成核心竞争力。艾瑞认为，为提高壁垒，支付机构需要打造增值服务，一方面巩固客户基础，另一方面寻求利润点，进而形成规模优势：以提供“支付+信息”服务为主吸引小微及C端客户群体为主，处理更多的交易规模；以较低的费用率积累大量中小型B端企业客户群体，提供“供应链金融”服务。

### 第三方支付机构增值服务拓展方向



# 形成有序的竞争格局

## 中小型零担/整车领域是接下来竞争最为激烈之地

接下来，不同背景支付机构将占据各自的细分市场，并在各细分市场内一定程度上高同质化。**商业银行**以服务大型整车类、零担类企业为主，该类企业资金周转压力最大；**大型快递快运类企业**有良好的互联网基础，倾向于为自身提供支付服务；中小型快递类企业仍然以**个人端支付工具**的结算为主，处理小额、分散业务需求；**头部收单机构**数量最多、服务范围最广，会以打造账户体系的形式，接触核心企业触达上下游，搭建完善的信息平台，服务整车、零担、快运类企业；**物流信息平台**有线上化特征，对网络支付能力有需求，故有较强的获取支付牌照的意愿；而**物流供应链服务商**在获客方面天然的优势使其覆盖较多的物流公司，但客户较为分散，难点在于如何开发这些客户群体。

各类第三方物流支付机构的竞争领域



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 安全发展原则下物流支付想象空间

## 以支付为切入点，提供“支付+信息+资金”的整套解决方案

未来，第三方支付机构会以支付为切入点，将其良好的获客能力、数据积累能力利用起来，联动物流核心企业及其上下游，不断更新信息流、资金流、物流，辅以链接外部金融机构，提供“支付+信息+资金”的整套解决方案。

### 基于两个基本的信任机制，联动上下游提供整套解决方案



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

# 关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码  
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn



## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

