

中国智能支付终端专题分析2019

本产品保密并受到版权法保护
Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析





分析定义

- 智能支付终端：智能支付终端是相对于传统支付终端设备，不但能够支持银行卡支付，还能对扫码支付等多种支付方式提供支持，凭借机器中搭载的智能操作平台，实现商业用户在一机上订单的归集和管理、会员触达和营销以及店铺经营分析统计等功能的终端设备。



分析范畴

- 本分析内容主要针对智能支付终端市场进行深入分析，包括市场发展背景、市场现状、市场趋势等内容；涉及厂商包括拉卡拉、银联商务、快钱等持牌第三方支付公司，联迪等传统机具提供商，意锐新创等新兴智能支付终端服务提供商，分析其在智能支付终端市场的主要产品与服务等。



千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

目录

CONTENTS

- 01  | 智能支付终端市场发展背景
- 02  | 智能支付终端市场现状分析
- 03  | 智能支付终端市场典型企业
- 04  | 智能支付终端市场发展趋势

PART 1



智能支付终端市场发展背景

© Analysys 易观

www.analysys.cn

智能支付终端在产业链的价值纵深，变成综合商户服务平台

- 智能 POS 正从支付工具变成集“支付入口+数据采集+运营管理+金融服务”为一体的综合商户服务平台。
- 智能POS机位于基于互联网的电子支付产业链的中间位置，对上下游环节起到关键的连接作用。
- 向上延伸，可以对接第三方软件开发者等进行商铺业务推广等。
- 向下延伸，可以为银行卡收单机构、银联等提供支付入口，为商家提供经营数据分析、会员营销管理、金融服务等各类增值项目。

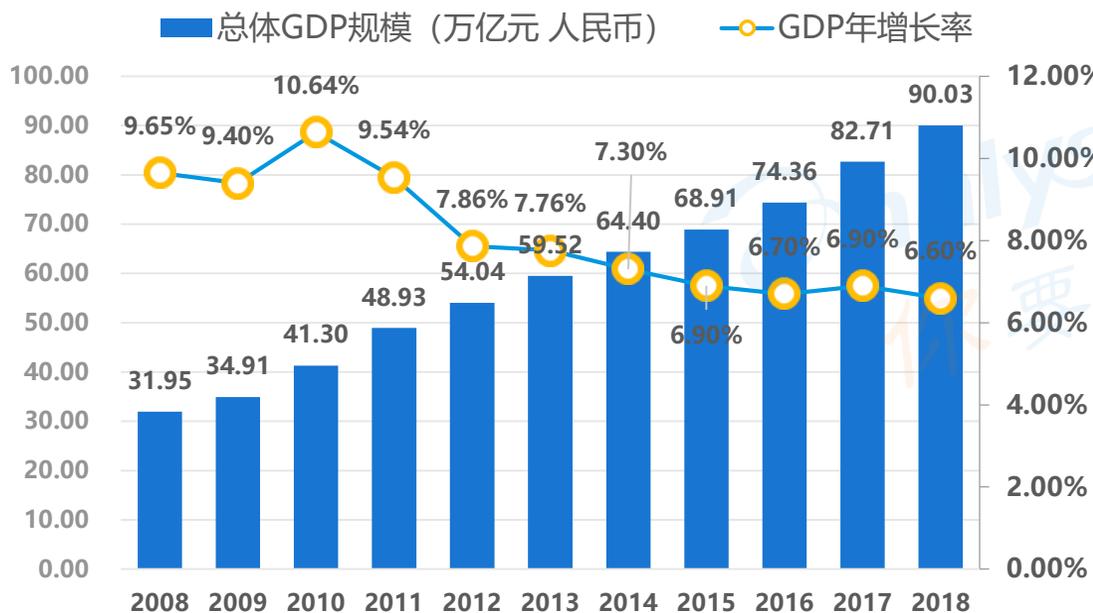
监管机构—央行



宏观经济面临转型升级、拉动内需促进消费升级成为重心

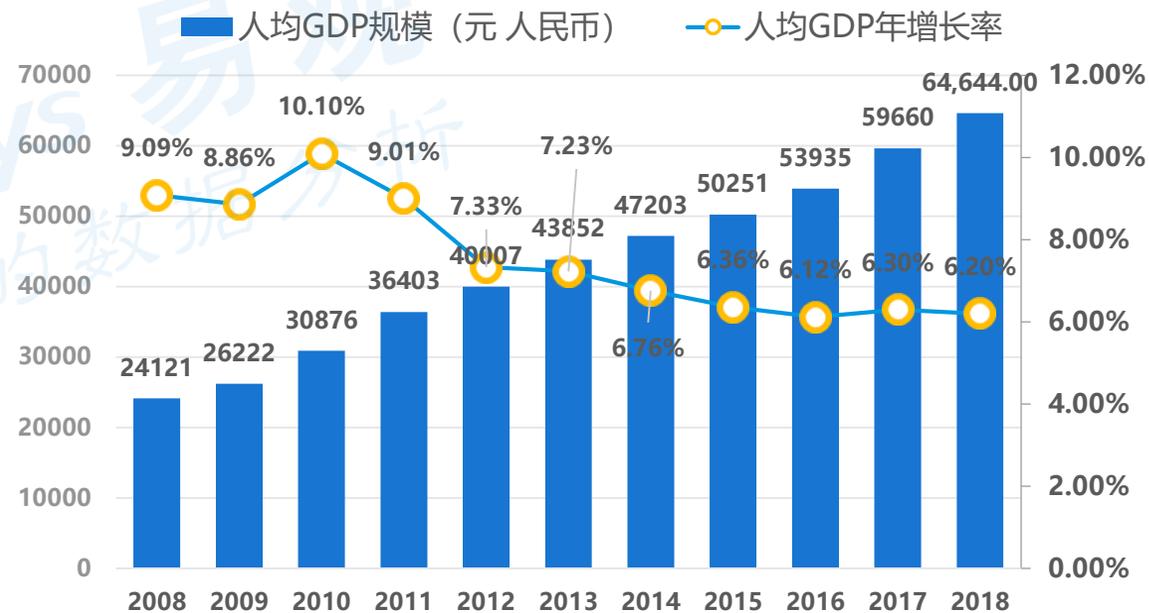
- 我国2018年GDP总量超过90万亿，成为全球第二大经济体。人均GDP接近6万元，已经进入到跨越中等收入国家陷阱的关键阶段。但因为贸易战的到来，国家经济在传统的投资、出口两端陷入一定程度的困境，亟待寻找未来的增长点，而拉动内需、促进消费升级成为最重要的战略重心，未来整个消费零售的产业链将长期受益于这一趋势。

2008-2018中国总体GDP数据



数据说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

2008-2018年人均GDP数据

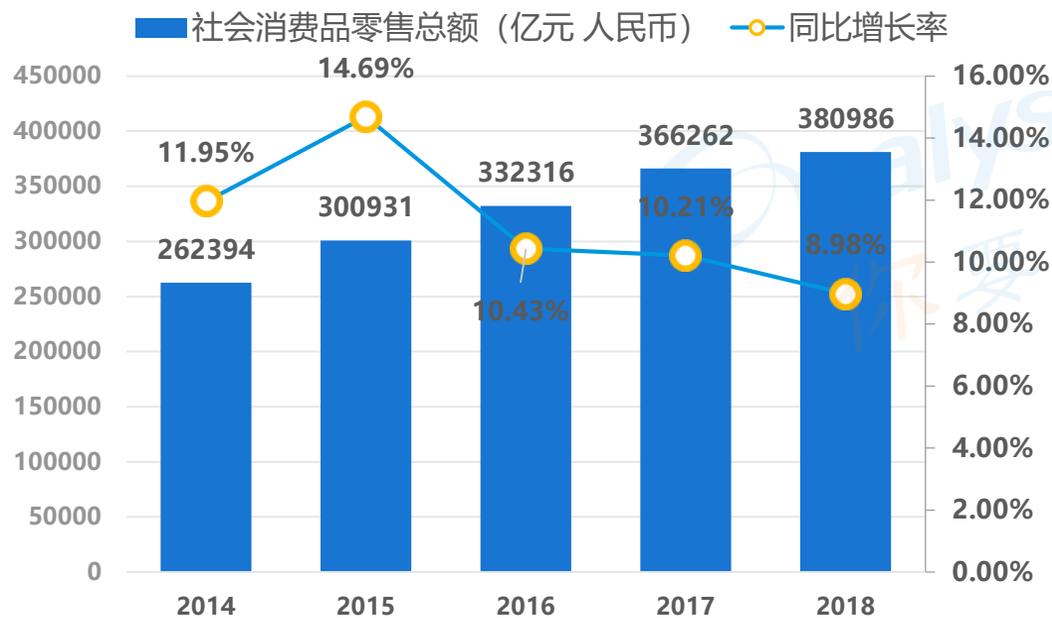


数据说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

社零总额和人均可支配收入维持高增速，消费升级对支付提高要求

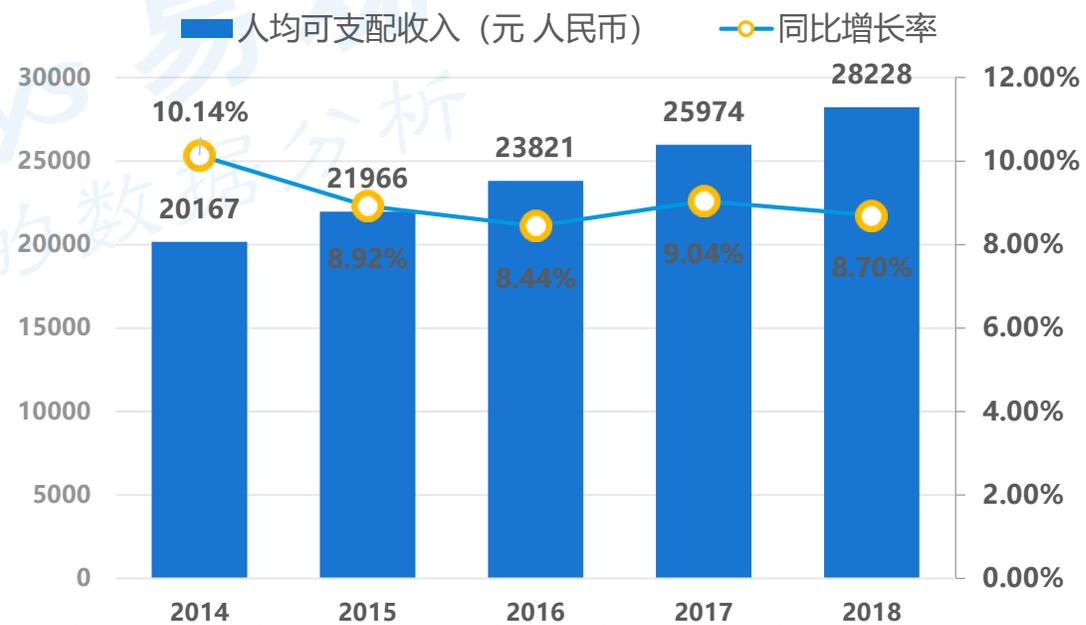
- 数据显示，随着居民可支配收入的提高，我国消费者的消费需求快速升级，愿意为更高端、更优质的产品和服务进行付费，与此相对应的是对支付全流程的体验提出了更高的要求。与整体经济承压的现状相比，我国社会消费品零售总额和人均可支配收入仍然处于快速增长区间，增速维持在10%上下，并未呈现明显下降，为提振消费、促进内需的国家战略奠定了坚实的基础。

2014-2018年社会消费品零售总额



数据说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

2014-2018年居民人均可支配收入

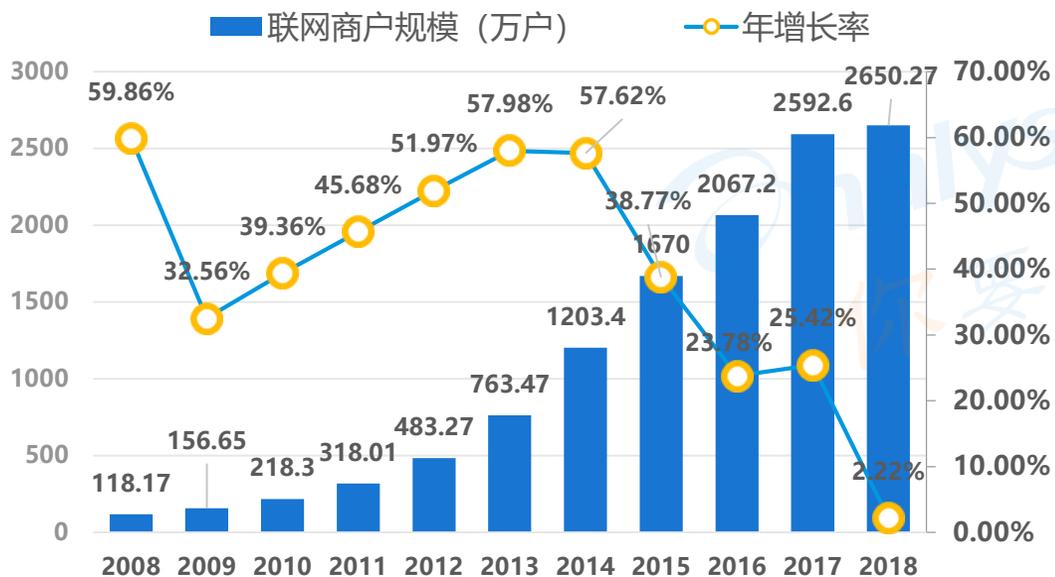


数据说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

国民电子支付教育普及，联网POS机具数量逐年提升

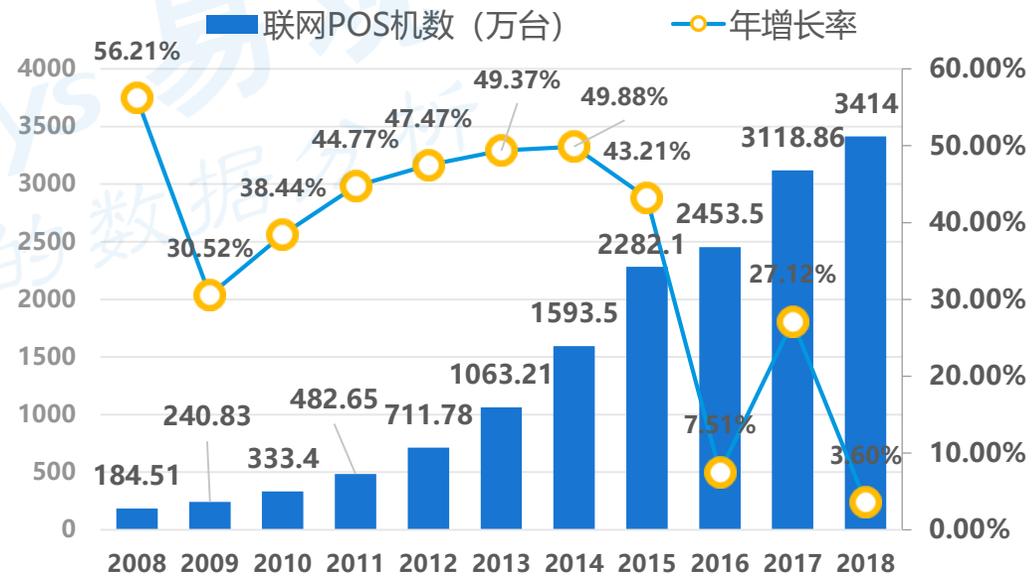
- 2008-2018年，中国线下商户的电子化支付的环境持续优化，银行卡跨行支付系统联网商户以及联网POS机具的数量连年增长，国民基本已完成电子化支付的普及教育。随着监管机构在2016年以来重点整治收单行业，加上二维码支付的冲击，支付终端数量增速放缓，但以拉卡拉等率先推出的智能POS为代表的新型收单终端正迎来新一轮升级，或许将进一步挤压传统的POS机支付，为用户带来更优的支付体验。

2008-2018年跨行支付系统联网商户



数据说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

2008-2018年联网POS机具数据

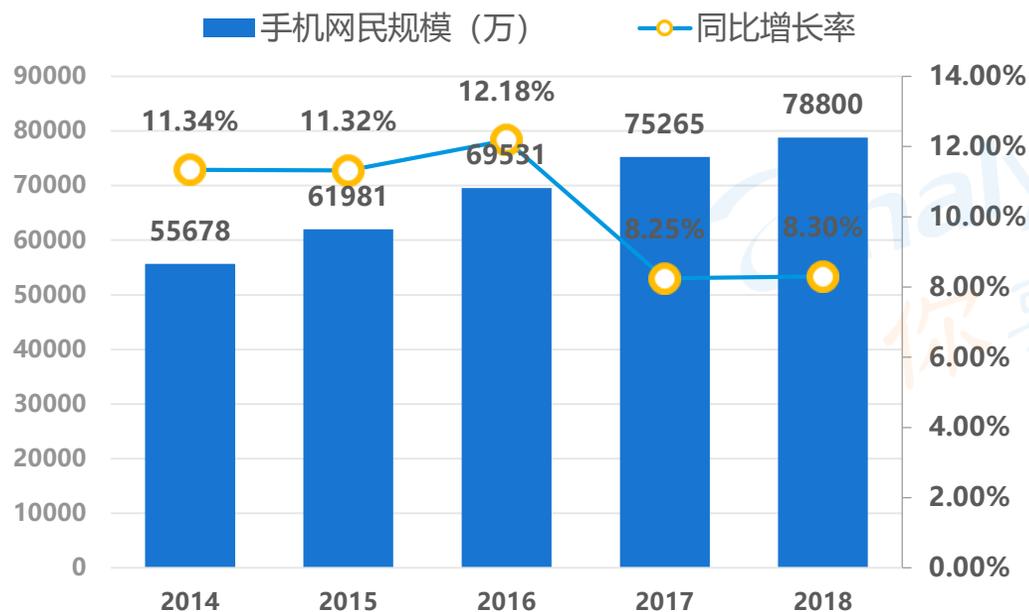


数据说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

支付领域APP活跃用户保持规模性稳定，支付向精细化运营发展

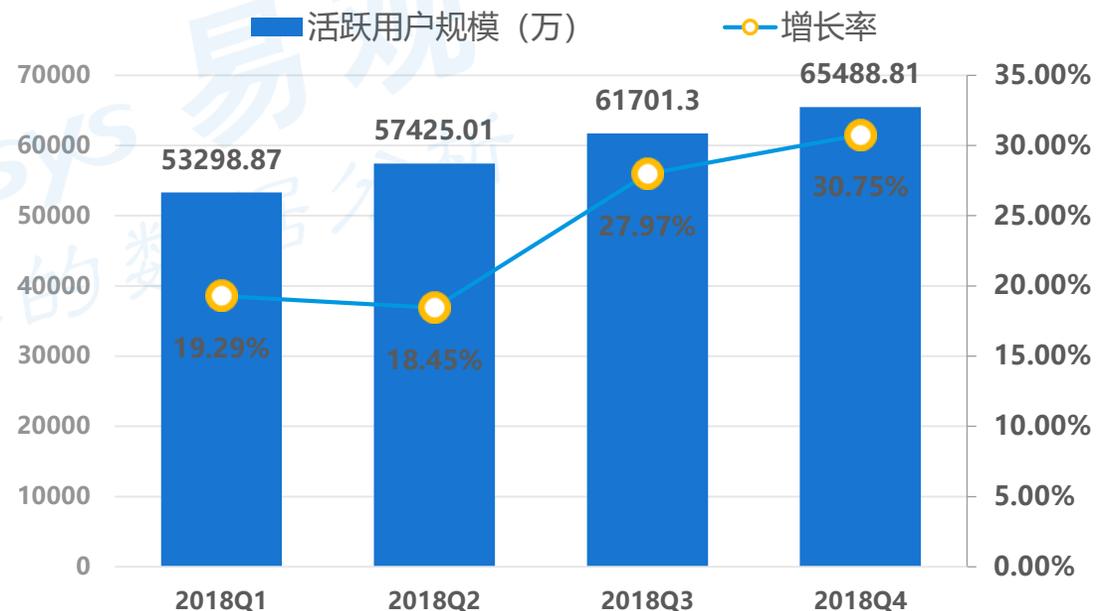
- 根据CNNIC公开数据显示，中国手机网民规模2018年继续增加，至7.88亿人次。同时，根据易观千帆检测数据显示，支付领域APP活跃用户2018年整体保持稳定，到四季度活跃用户再创新高，超过6.5亿人次。移动支付APP活跃用户保持规模性稳定，说明移动支付厂商要坚持从规模性运营到精细化运营转变的发展之路。

2014-2018年手机网民规模



数据说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

2018年易观千帆支付领域活跃用户



数据说明：易观千帆

移动支付全面渗透生活场景，推动支付终端多元化

线上购物

- 移动支付解决了互联网购物的信用问题，电子商务及网络消费成为常态。



普惠金融

- 移动支付服务满足长尾原则，推动农村金融、消费金融发展，健全农村征信体系。



电子转账

- 移动支付通过社交关系、场景覆盖，拓宽用户账户余额使用途径。



线下扫码

- 扫码支付在居民生活场景中普及，财付通、支付宝通过营销战和补贴推广培养了庞大的用户群体。



跨境支付

- 海外购物、跨境电商、留学及大额贸易等跨境支付场景催动移动支付向跨境领域发展。



P

- **支付行业监管加强**
- 2018年是支付行业的强监管年，支付行业整体向合规方向发展。伴随着支付牌照的收紧、二维码支付限额的出台等，不合规企业逐渐被淘汰。

E

- **宏观经济向好**
- 我国宏观经济虽然面临转型的问题，但是整体保持较快发展。宏观经济为支付行业的规范发展提供有力支撑。消费升级为支付终端的向更多场景发展奠定基础。

S

- **消费者教育完成**
- 手机网民规模保持高速增长，已经基本完成消费者的电子化支付教育。年轻一代的消费者积极拥抱支付工具升级变革。

T

- **新兴技术发展迅猛**
- 生物识别技术、大数据、人工智能等技术迅猛发展，支付场景、支付方式、支付工具不断丰富、升级变革。

PART 2



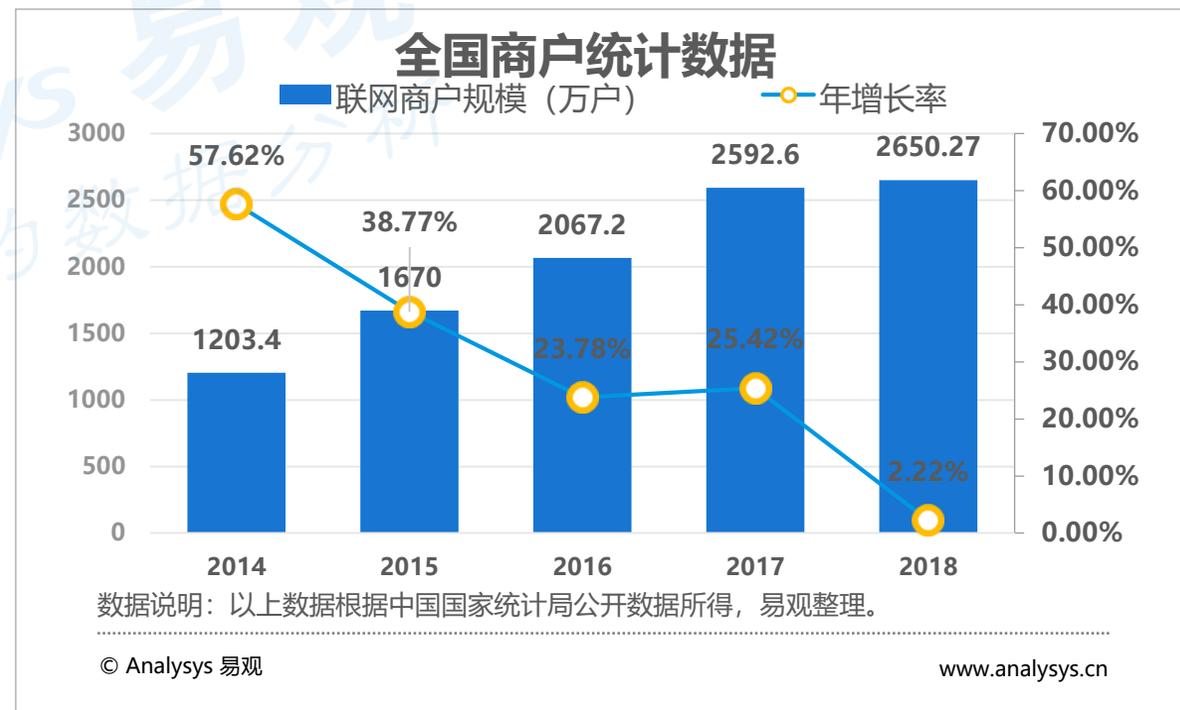
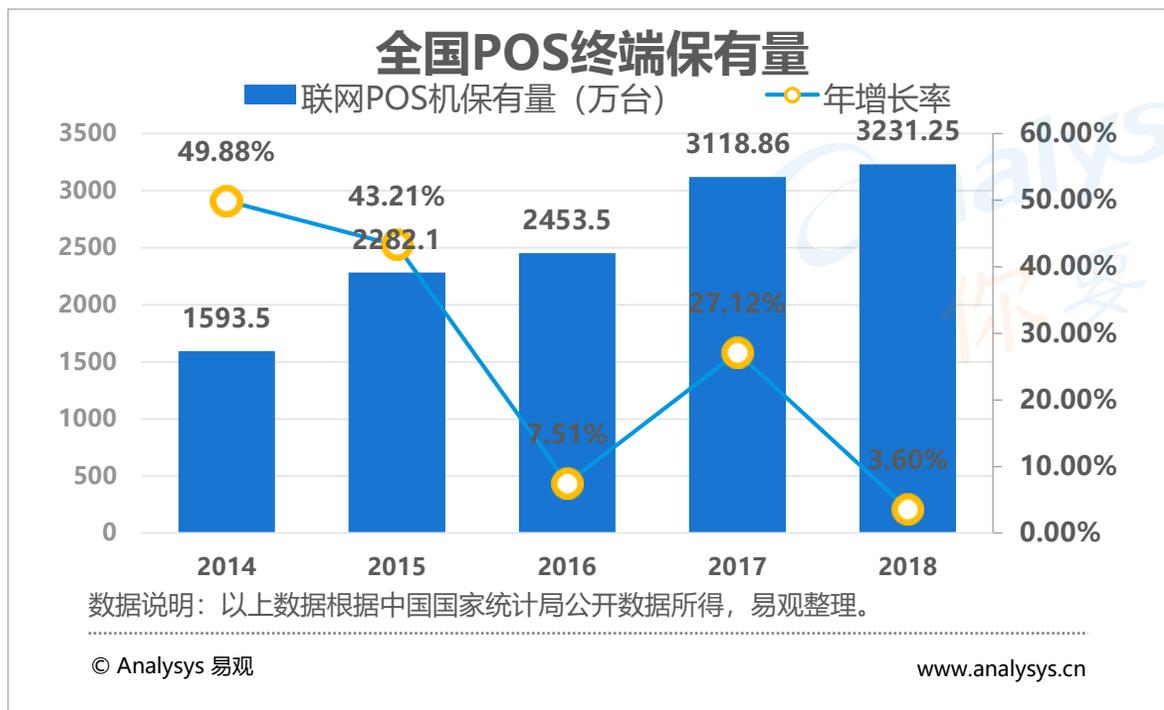
智能支付终端市场现状分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

智能POS渗透率快速提升，量变将转向质变

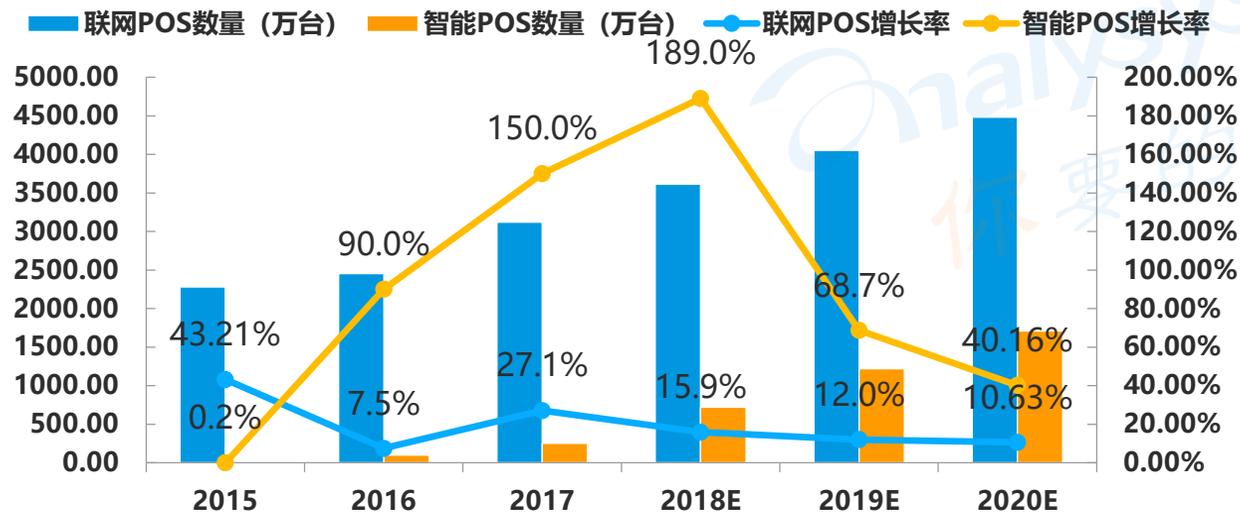
- ◇ 移动支付场景渗透逐渐提升，居民消费习惯越加依赖支付终端交易，商业银行利益推动、较大的潜在特约商户规模以及支付终端机终端存量更换需求都推动着支付终端数量保持增长。
- ◇ 智能POS的生态战略通过吸纳B端商户流量和提供优质服务两方面着力。在服务方面，智能POS围绕支付从横向和纵向两个角度延伸。纵向延伸即打通商户经营过程的上下环节，提供包括会员管理、客户营销、数据分析等一站式运营优化服务；横向延伸即挖掘商户其他需求，例如金融增值服务等。因此，随着渗透率的快速提升，智能POS有望由量变转向质变，迎来生态体系的爆发。



POS机行业智能化升级，承载多功能的智能POS机逐渐走向行业风口

- ◇ 未来智能POS机更替传统POS机的速度将加快，未来三年智能POS机的数量也将加速增长。
- ◇ 随着智能POS机的崛起，POS机厂商的边界大大拓展，产业链玩家全面进入，机器本身也具备了通过系统来介入终端交易、数据和增值服务环节的能力，逐渐获得了更大的议价能力，其业务范围也逐渐拓展到交易流水分成和增值服务，并广泛通过企业合作和并购的方式，拓展自身的业务链条，建立解决方案闭环。

2015-2020年联网POS、智能POS规模



数据说明：以上数据来源于公开数据，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

库存管理、自助点餐
智慧营销、员工管理



商品管理、库存管理
自助结账、优惠促销



自助导游、景区攻略
营销管理、游客安全



智能
POS

监管趋严促行业良性发展，下半场精细化支付竞争格局已定



- ◆ 未来的支付监管基调将是严监管常态化。
- ◆ 严监管的第一阶段是央行从顶层设计上逐渐梳理整个支付清算行业的过程。
- ◆ 支付牌照的发放突然收紧，支付账户开立门槛上升，备付金管理、清算业务明确规范。
- ◆ 当账户端和清结算方式以及线下收单方面所有曾经的“灰色地带”被央行出台正式文件堵住后，落实将成为下一个阶段的重点。
- ◆ 支付行业的下半场竞争向着精细化发展，竞争界限逐渐模糊。支付终端厂家通过战略升级向聚合支付发展。

九六费改后低费率竞争终结，企业差异化定价

九六费改后费率情况

商户类别	发卡行服务费	清算机构网络服务费	收单服务费
取消按商户类别分类设定 刷卡手续费执行统一费率	信用卡费率上限0.45%，上不封顶 借记卡费率上限为0.35%，封顶13元	清算机构向收单机构和发卡机构计收 费率上限均为0.065%，封顶6.5元	收单服务费由现行政府指导价改为实行市场调节
利润分配比例（借记卡为例）	77%-58%	14.4%-11%	8.6%-31%

传统POS时期，由于收单机构的商业模式单一，造成产品服务同质化，导致低费率竞争。96费改前，收单机构为了拓展商户，通常采取低价销售或者赠送POS机的方式来拓展商户，进而获得后续流水分成。此时，各家争相抢夺支付流水规模造成低费率竞争。

传统POS时期

智能POS时期

96费改推进行业规范化发展，银行卡收单价格体系透明化，服务费降低。由于利润空间收窄，倒逼收单企业、POS厂商进行业务创新、产品创新。费改后用户回归正规支付机构正常费率机器。进入智能POS时期，掌握优质商户资源的企业有望实现差异化定价，为下游商户提供金融服务、营业管理等增值服务。



可视化风险

条码在开放互联网环境下以图形化方式进行展示，不法分子可通过截屏、偷拍等手段盗取支付凭证，在支付凭证有效期内盗用资金。



易携带恶意代码风险

条码不仅可存储支付要素，也可携带非法链接或程序代码，不法分子可将木马病毒、钓鱼网站链接制成条码，诱导客户扫描，窃取支付敏感信息。



信息单向交互风险

条码支付只能实现发起方或接收方的单向信息交互，不法分子可利用该弱点实施“中间人攻击”，绕过身份认证机制，造成用户资金损失。



扫码设备安全强度低风险

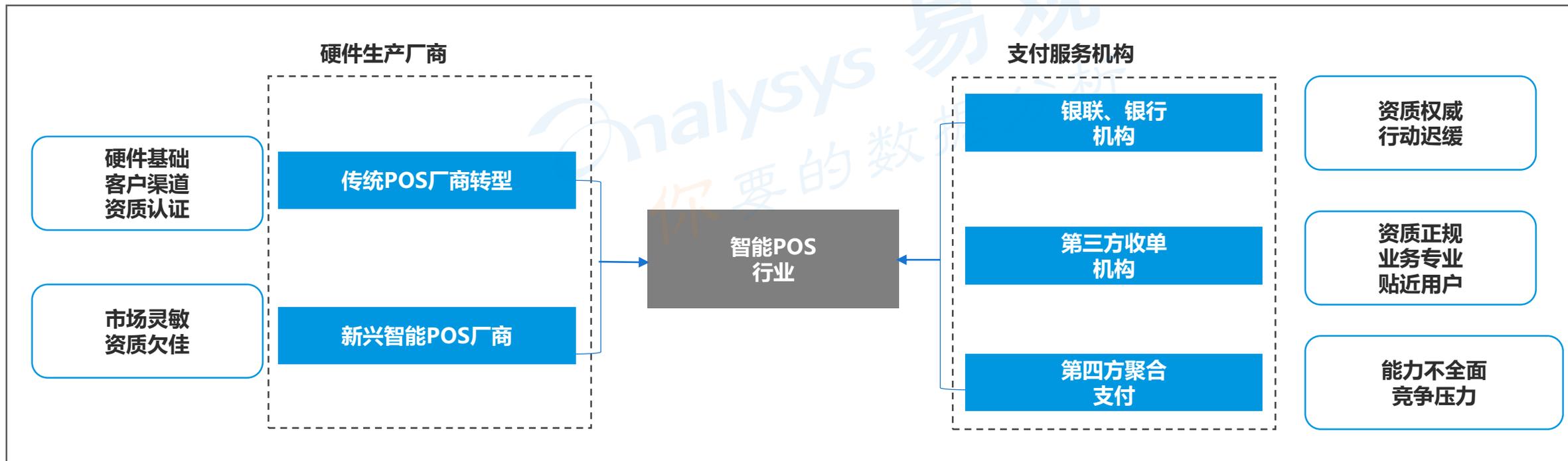
条码支付对设备要求低，普通的手机摄像头、超市简易的收银机扫描枪等不具备加密、防拆机等安全功能的设备均可识别条码，易被不法分子非法改装使用。

- 智能POS机具备受理形式多样、应用场景丰富、金融信息安全等特性，成为助推条码支付业务规范化发展的基础。
- 条码支付在信息安全方面存在一定的隐患。《条码支付受理终端技术规范》对支付受理终端在展示、识读、安全保护、适应性和可靠性作出技术要求，系统的操作和维护必须由专人进行，条码信息与扫码结果不得包含客户和账户的敏感信息等。
- 一方面，保障了行业的持续健康发展，为支付终端创新打下基础；另一方面，遵循规范要求的创新，带来利润和效能，是支付机构创新的动力。

智能终端机具市场保持高增速，产业链企业转型试水

智能POS机已经从传统的制品，变成了一个入口级的产品，类似于智能手机在移动互联网中的地位。所以，除去传统意义上的代工厂商以外，整个产业链都在将业务触角延伸至智能POS行业，通过销售和佣金方式赚取利润。

- 硬件企业转型收单服务机构，具备先天的资源条件。
- 创新型机具企业有助于抓住新的硬件迭代机会，反超市场领先者。
- 行业准入门槛提升，不合规厂商出清，行业整体毛利率提升。



业务转型面临压力和不确定性

随着政策的收紧，依靠规模的佣金模式很难长期持续，巨头以外的其它机构无论规模如何，都产生了一定程度的焦虑，因为业务亟待转型，但其实操性和天花板都充满不确定性。扫码POS于2018年上半年快速崛起，但是下半年迅速回落，主要原因是以美团、收钱吧为首的支付公司上半年对扫码POS大力推广，但是下半年扫码POS的发展后续乏力。



企业从单一业务向多元化转变

对于成功企业来说，虽然其发展最初是受益于其出色的战略定位和市场执行力，但当企业发展到一定规模体量，便纷纷将业务的触角延伸到支付产业链的各个环节。2018年POS厂商纷纷收购支付公司，拉动内需。以新大陆为例，新大陆收购国通星驿，自产自销保障生产线、物料优势。

更加看重流量和数据价值

流量在过去代表着佣金收益，而未来将更多变成资产，成为企业开展增值服务的生产资料，具备大数据资源的企业仍具优势。在智能化方面，银行加大支付业务投放力度，迭代升级采购智能POS，为后续数据增值服务打下基础。

2018年POS厂商加速智能支付终端创新化、定制化转变



- 智能POS以其智能操作系统、平台开放和互联网接入而成为收单硬件的首选解决方案，随着对消费者电子支付习惯教育的完成，承载多功能的智能POS机将成为增长主流。对于传统POS厂商来说，也在加快创新化、智能化的道路。
- 在下一代支付手段的探索中，以人脸识别为代表的生物识别在支付变革中扮演很重要的角色。生物识别技术改变支付手段，推动支付终端在技术、形态上均发生巨大改变。至于二维码是否会被生物识别取代？易观分析认为暂时不会被取代。首先，人脸识别设备价格较贵；其次，用户体验方面有待加强，尤其是支付速度赶不上二维码的速度；再次，生物体征的信息安全比二维码信息安全还弱很多。最后，教育成本较高，微信、支付宝花费一百亿将用户教育成习惯二维码支付，暂时不会再花费高额教育成本补贴扫脸付等生物识别。

典型上市公司	新大陆	升腾
主要产品	智能POS机、标准POS机、MPOS机、IPOS	智能POS、mPOS、商用电话POS
智能POS出货量	80万台	70万台
增值服务	收单运营、商户贷款	支付云服务
战略发展方向	基于数据能力，引入贷款等金融服务。围绕智能POS设备，构建平台化的商户端解决方案，与商户建立直接性服务关系。	迭代更保证大客户的续单率 金融机构合作，尝试向数据、金融增值服务拓展

走出去，活下去

国内的POS厂商积极寻求海外市场，积极响应“走出去，活下去”的口号。虽然加强海外市场布局，拓展海外市场的价格利润空间巨大，但是国外支付市场更加规范，国内支付公司对于知识产权等意识薄弱。因此短时间内海外市场不会迎来爆发，各大厂商必须做好充足的法律和市场协调工作，长时间耕作拓展海外市场，竞争激烈。

收购支付公司

收购支付公司是一把双刃剑。一方面，POS厂商收购支付公司，可以实现产品的自产自销，发挥物料采购优势、降低产销成本，维持、拓展市场份额；另一方面，支付产业格局已经基本清晰，市场基本进入红海竞争阶段，新玩家通过市场化路径参与的机会窗口基本已经关闭，POS厂商具有支付牌照会引起其他同类支付机构的排斥。

打造创新型支付产品

未来支付产业还将持续科技、场景、SAAS等维度的革新，尽早识别并抓住新的机会做布局，是决定未来的关键。POS厂商亟待走出以认证为壁垒的经营模式，打造新型支付产品，迎合适应市场需求。

POS厂商拓展边界，企业从生产制造转向解决方案



制造业模式

- 硬件销售
- 销售毛利

互联网模式

- 流量入口
- 交易提成

数字营销模式

- 用户和数据运营平台
- 增值服务



传统模式

在传统POS机的时代，POS机厂商更多是为企业定制化生产所需的收单终端设备，所以其营收和利润主要来自硬件的生产和销售。

产品生产和销售

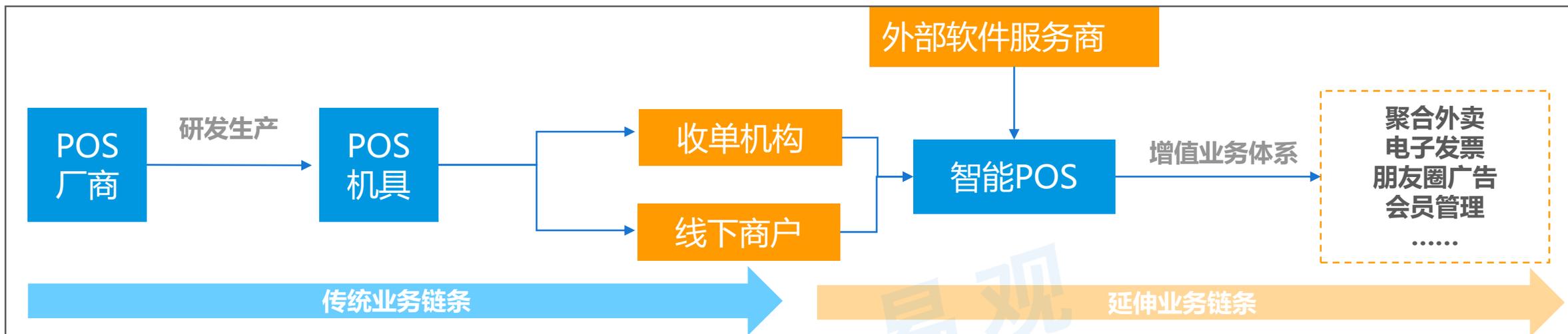


当前模式

POS机厂商边界大大拓展，机器本身也具备了通过系统来介入终端交易、数据和增值服务环节的能力。业务范围逐渐拓展到交易流水分成和增值服务，并广泛通过企业合作和并购的方式，拓展自身的业务链条，建立解决方案闭环。

支付解决方案

基础模式：硬件销售和银行卡收单



全渠道收单平台

- 帮助客户构建全渠道的支付系统
- 打造线上、线下的统一支付入口;
- 实现主流支付通道的统一对接，打造聚合支付平台
- 构建配套的清结算、差错处理、风险监控、商户服务等支撑体系

• 硬件销售收入

智能POS厂商提供智能POS等各类机具给线下商户，智能POS设备搭载支付软件，由其向消费者提供便捷、高效、安全的服务，在此过程获得硬件产品销售收入。

• 交易流水分成

智能POS厂商为商户安装支付插件并提供接入通道，用户通过互联网、手机支付消费后，该笔资金通过银行、银联等机构进行汇总。厂商向商户收取支付手续费，从“支付手续费”与“通道使用费”的差额中获得收益。

• 增值服务费

智能POS厂商向商户提供会员系统建设、顾客行为分析、大数据应用等增值服务获得收益。比如向客户提供数据匹配和数据丰富服务，按照分成或按字段数量计费获取服务收入

- 目前行业态势下，商户SAAS软件服务是整个收单环节能够获取最全面数据资源的业态。
- 智能POS凭借能够深入商户日常经营业务的优势，可以针对性地为商户提供经营管理优化、用户体验改善、以及营销渠道拓展等服务。
- 由于SAAS模式具有便捷灵活，投入较少、功能丰富的特点，为智能 POS 提供了绝佳的应用服务形式。
- 支付企业进入SAAS市场，抢占市场规模。行业集中度上升，非头部企业被出清。

大数据金融服务

- 在大数据背景下，对用户数据进行机器学习、数据挖掘，开展金融营销以及供应链服务。

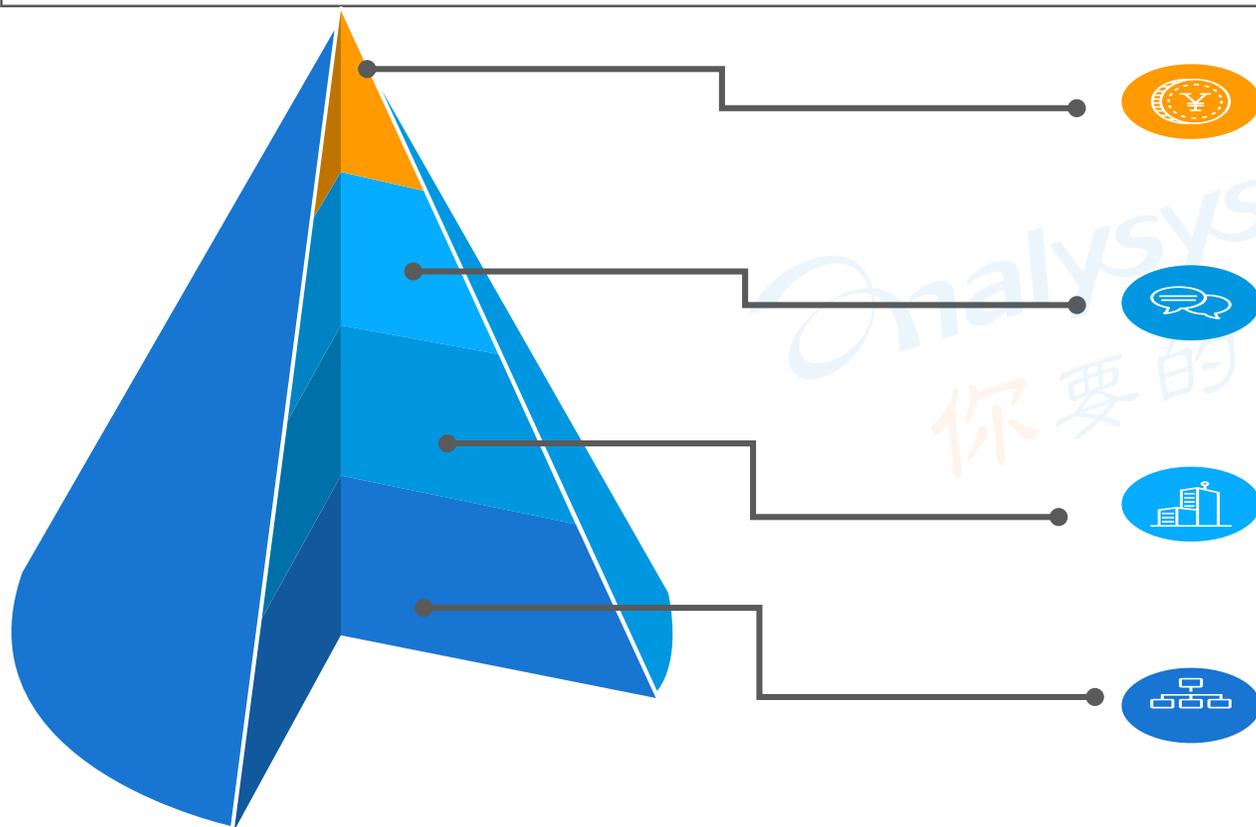
KONNECT开放平台

- 连接餐饮、零售类型商家的上下游服务商，打造完整供应链，实现“人-财-物-客”全连接。

SAAS软硬件工具

- SAAS软件、硬件集成，为商家提供便捷一体的SAAS系统，提高管理效率。

- ◆ 依托POS厂商在收单支付以及智能POS平台的布局，结合网贷公司的数据以及行业资源，基于过往风险控制、数据处理的经验，为小微商户以及客户提供小额经营贷款、个人消费贷款等服务。
- ◆ 相比于传统POS，智能POS的数据获取维度全面提高，不仅包括详细交易信息，还包括商户、客户信息甚至税务信息。在多维数据支撑基础之上，开展商户贷款可以有效识别客户风险。同时，随着风控模型逐渐完善，智能POS贷逐渐被更多客户接受。实现POS厂商从硬件提供商向数据运营商转型、加快消费金融布局。



风险监测

- 构建客户专属风险模型，实时监测还款风险
- 对客户全生命周期进行精细化运营，设置还款周期、理财推荐等提醒

信用评级

- 构建信用评分标准体系
- 从消费、守约、安全等多维度进行信用评级

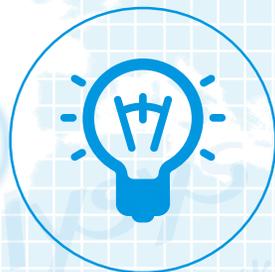
客户分析

- 结合用户年龄、资产分布、风险偏好，得出用户资金需求
- 分析用户行为特征，对用户进行精准画像

数据管理

- 对支付终端收集而来的数据信息进行深度挖掘
- 集中用户的支付、转账数据、电商交易等数据，进行数据分析

PART 3



智能支付终端市场典型企业

© Analysys 易观

www.analysys.cn

基于智能POS等智能终端开展场景收单 促进支付业务快速增长



拉卡拉支付成立于2005年，是国内领先的第三方支付企业，2011年首批获得央行颁发的《支付业务许可证》。专注为实体小微企业提供收单服务和为个人用户提供个人支付服务，并以积累的丰富第三方支付运营经验，向客户提供第三方支付增值服务。目前，拉卡拉支付累计服务超过1900万家商户、约1亿个人用户，业务覆盖全国超400个城市及1000个县域地区。

拉卡拉智能POS业务优势

先发优势

- 2015年底率先推出智能POS
- 推出时间比市场同类产品领先1年

规模优势

- 截止2018年底，拉卡拉智能POS市场覆盖率第一

技术优势

- 业内率先推出拉卡拉智能POS云平台
- 让智能POS可搭载各类云端应用

商户基础

- 拉卡拉支付累计服务超过1900万家商户
- 其中20%的商户为大中型、连锁型商户



智能POS等智能终端促进场景收单规模增长 场景收单与支付收单相辅相成，螺旋上升

拉卡拉通过智能POS、智能收银台等终端切入餐饮、零售、保险、旅游、酒店等场景，在提供支付收单服务的同时叠加多种增值服务，赋能商户日常经营。拉卡拉从支付收单向场景收单发展，场景收单反哺支付收单促其快速增长，两者相辅相成、螺旋上升。2018年，拉卡拉全年收单业务交易金额超3.65万亿元。



场景收单



支付收单

【场景收单】根据不同场景下的商户需求，基于多样化的智能设备，依托海量的交易数据和深厚的合作资源，通过大数据、云计算等计算机技术的应用，提供个性化的支付收单、资金管理、交易管理，以及营销管理和销售管理等服务，满足商户的各类经营需求。

【支付收单】指收单机构通过“硬件+软件”的形式为商户提供刷卡、扫码等支付受理方式，并完成相关资金结算的服务。

基于智能POS等智能终端为商户提供增值服务 惠及亿万消费者

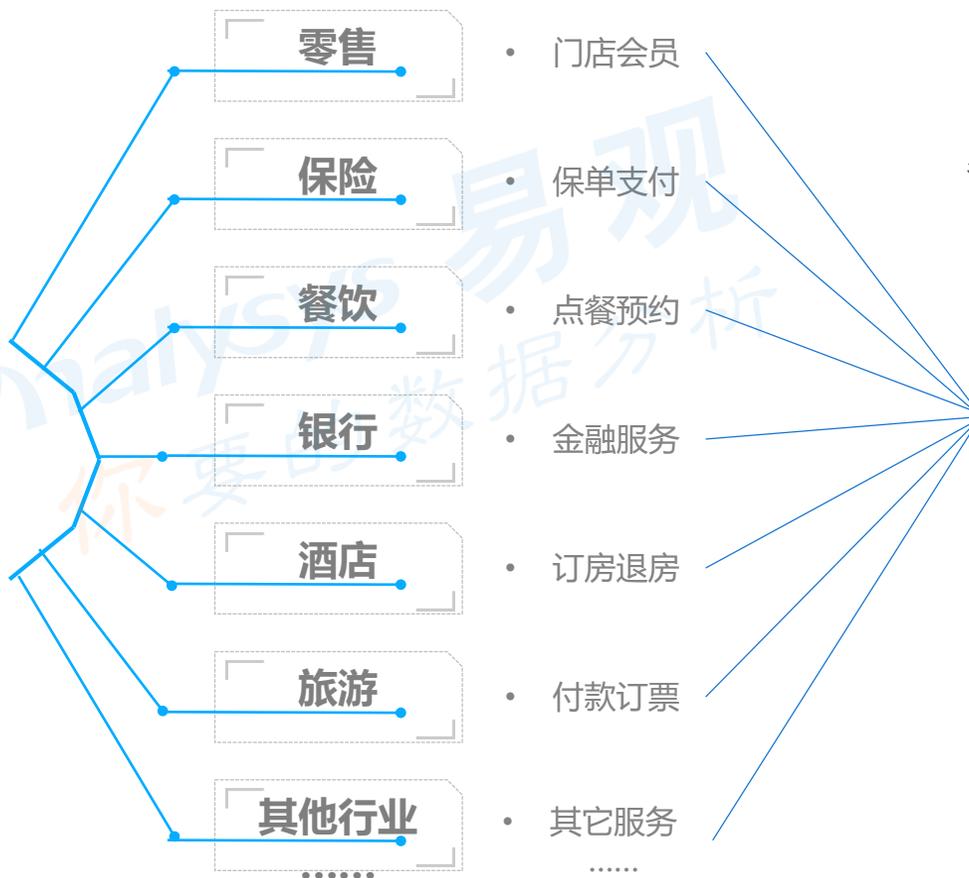


拉卡拉支付通过海量商户手中的智能终端，为餐饮、零售、保险等不同行业商户的收单场景叠加不同类型的增值服务。这些增值服务为商户日常经营赋能，帮助他们更好地吸引、服务和经营消费者，让商户做生意越来越简单，间接令全国亿万消费者享受到更便捷、安全、高效的服务体验。

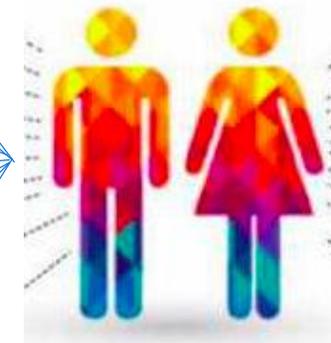


智能POS等
智能终端

赋能千万级商户



各行业全场景增值服务
惠及亿万消费者



消费者



联迪商用深入研究终端安全方案，为客户提供可靠的终端产品，得到众多收单机构以及百货商超、电商平台等行业客户的认可。截至2018年，联迪商用连续多年稳居中国支付终端制造商金融POS机市场占有率第一。成立至今，金融POS终端累计销量超3000万台。

2018年，联迪商用成为全国首家获得“银联卡受理终端产品企业资质认证证书”的终端厂商。

AECR C10获“2018-2019中国智能收银终端市场年度新零售优秀产品”。

2018年，联迪商用加大海外市场的拓展力度，输出智能化的终端产品和定制化的综合支付解决方案。

截止到2018年底，联迪商用智能终端累积出货600余万台，出货量处于行业前列。

联迪商用 综合优势明显

制造优势

成功实现了研发、供应链、生产、营销、服务等多维度的全面发展；

科研优势

拥有福州、厦门、北京、上海、深圳五大研发中心；建立起包括服务品质、设计品质、制程品质、物料品质在内的品质保障体系；

渠道优势

广泛应用于各大商业银行，及银联商务、通联支付、支付宝、财付通、京东、美团、拉卡拉等知名的第三方支付、互联网企业。



联迪商用坚持自主创新，各类终端及相关解决方案广泛应用于智慧餐饮、智慧零售、智慧商超等领域，并涉及人脸支付、无感支付等支付形式。

APOS A8



AECR C10



APOS A9



APOS A5



智慧餐厅-食堂解决方案

通过快速识别计价与支付，缓解结算排队问题，同时减少人工投入，打造便捷的智慧餐厅。

无人收银



支付方式



应用场景 餐饮、零售、连锁、便利、商超、酒店等

已成功应用于 学校/机关单位/企事业等食堂、快餐场景

PART 4



智能支付终端市场发展趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

智能支付终端产业竞争格局逐渐清晰，上下游企业从竞争趋向合作



- 支付领域跑马圈地的资本扩张时代已经结束，各家难以从竞争对手的市场份额中切出增量部分。同时，支付软件、硬件由技术差异化升级为产品差异化，已成为支付场景的基础设施，各家无法在软、硬件产品层面拉开绝对的优势。因此无法在价格上实现超额收益，只能拓展自身的业务链条。智能支付终端厂商与产业链上下游的企业加速融合，形成联盟化运作，拓展业务维度。
- 连接上下游产业链后，生产智能终端的同时持有收单牌照，发挥协同效应，提升竞争力。对于智能终端生产厂商来讲，依托持牌收单机构积累的商户资源，不仅有助于厂商拓展硬件销售业务，还可以掌握商户信息有助于后续精准数据挖掘。对于持牌收单机构来讲，通过被有实力的智能终端厂商收购，不仅可以实现自身发展模式的转型，从重资产、低周转发展模式向轻资产、高周转发展模式转型，还可以在支付行业达到天花板后保持利润增速，依托增值服务商拓展高粘性商户，为商户提供从顾客引流到线下支付再到信息收集的闭环O2O营销服务。

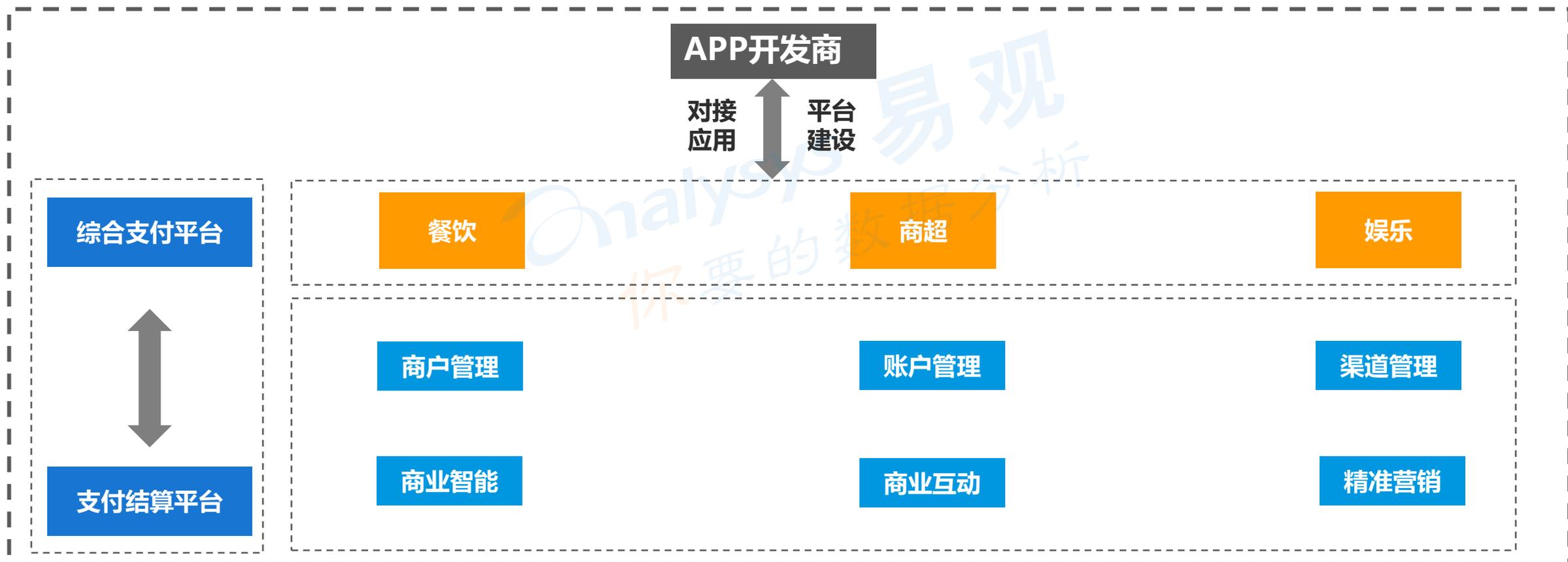
企业商业模式交叉增多

上下游各环节运作更加耦合

产业链上下游合作加强

支付场景向多元化纵深发展，对接APP建设平台

- 支付正在向更多的场景进行渗透，内嵌于场景的支付方式也日益多元化。CRM、营销管理、ERP、微信与支付宝服务等对接APP建设平台是智能支付终端厂商的未来发展方向。
- 支付终端厂商引入第三方开发者，共同构建生态平台。由智能POS机运营方进行主导平台建设与APP对接，智能POS平台可以为第三方软件提供日常运行维护支持，生态平台包括综合支付、IT服务管理以及各增值服务。



- 新零售的核心是对资金流、商品流、信息流的各方价值的深层次挖掘，随着零售的快速电子化，其商业活动将沉淀下持续更新的海量数据，使得新零售的想象空间无限放大。
 - 作为新零售中资金流的核心环节，收单支付类业态将持续智能化升级。以移动支付为端口，通过线上、线下融合运营，率先打响新零售之战。
 - 移动支付加新零售的本质是供应链效率的提升。移动支付围绕着整个企业的成本、效率、体验三个方面，促进企业、客户不同层次的提升，以及企业获客成本、运营成本的降低。
-
- 智能支付终端搭载SaaS软件推动零售端铺开智慧运营。随着智能支付终端在零售行业的渗透率提高，新零售行业从支付到消费环节再到智能营销等方面均被数据覆盖。
 - 数据化平台重构传统零售服务模式。零售品牌将基于数据化平台构建出自有的数据库系统，基于系统内部的零售店铺均能实现一体化联网互通，例如库存补充等方面更加便捷。
 - 店铺间网络化连接提供多维度数据。掌握数据后的智能支付终端企业，通过利用线上云平台，将大数据分析应用到店铺管理、会员分析、营销服务等各个方面。

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号