

중국 모바일 결제시장 연왕

2012. 8

= 目 次 =

1. 개 요	1
2. 모바일 결제시장 현황	2
3. 모바일 결제 소비자 분석	8
4. 중국 모바일 결제시장의 활성화 요인	10

한국무역협회
(상해지부)

1. 개요

□ 모바일 결제의 정의

- 무선통신기술, 이동전화단말기를 통한 비언어음성방식의 화폐 금액 이체 및 결제

□ 모바일 결제 분류

- 원거리 결제 : 모바일 인터넷, 문자메시지, GPRS(2.5세대 이동 전화) 등을 이용하여 이체 또는 지불하는 결제방식
- 근거리 결제 : 근거리 무선 통신 기술의 이동 단말기를 이용하는 결제방식.

주로 NFC(Near field communication), RFID(Radio frequency identification) 등의 기술을 적용한 Sim card, SD card, 핸드폰 메모리칩 등의 이동 단말기를 이용하여 이체 또는 지불하는 결제방식

□ 모바일 결제 특징

- 여러 종류의 계좌 형식 집합
 - 제3자 계좌지불, 은행계좌, 모바일 결제 전용 계좌 등의 형식
- 편리성 강화
 - 핸드폰으로 대표되는 이동 단말기는 여타 지불 방식에 비해, 사용자의 휴대성이 편리하며, 지불방식이 편리함
- 서비스 제공 폭 풍부
 - 대중교통, 상점 등 기존 카드 업무를 포함한 근거리 결제 서비스 및 인터넷 원거리 결제 등 서비스 폭 확대

2. 모바일 결제시장 현황

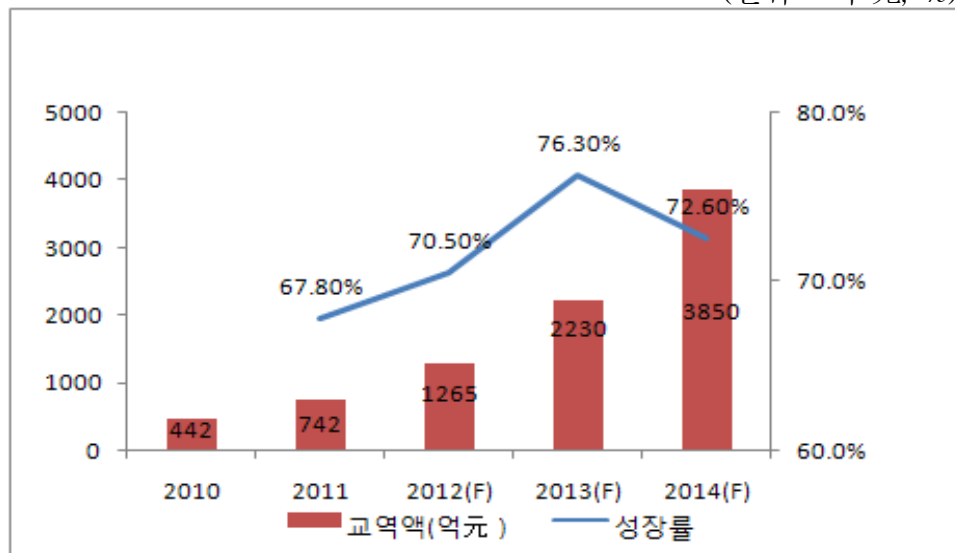
(1) 모바일 결제 교역액 및 사용자 수

□ 2011년 모바일 결제 교역액 742억 위안, 사용자수 2억 명에 달해

- 중국 모바일 결제 시장은 전년 대비 67.8% 증가했으며, 향후에도 스마트폰 보급 확대에 급속한 성장세 예상
- 중국 전문기관은 향후 3년간 매년 70% 이상 폭증할 것으로 전망
 - 2012년과 2013년에 전년 대비 70% 이상 폭증하여 각각 1,000억 위안과 2,000억 위안을 넘어설 것으로 예상
 - 2014년에는 결제 규모가 약 3,850억 위안에 다다를 것으로 추정

2010-14 모바일 결제 교역액 및 성장률 추이

(단위 : 억 원, %)

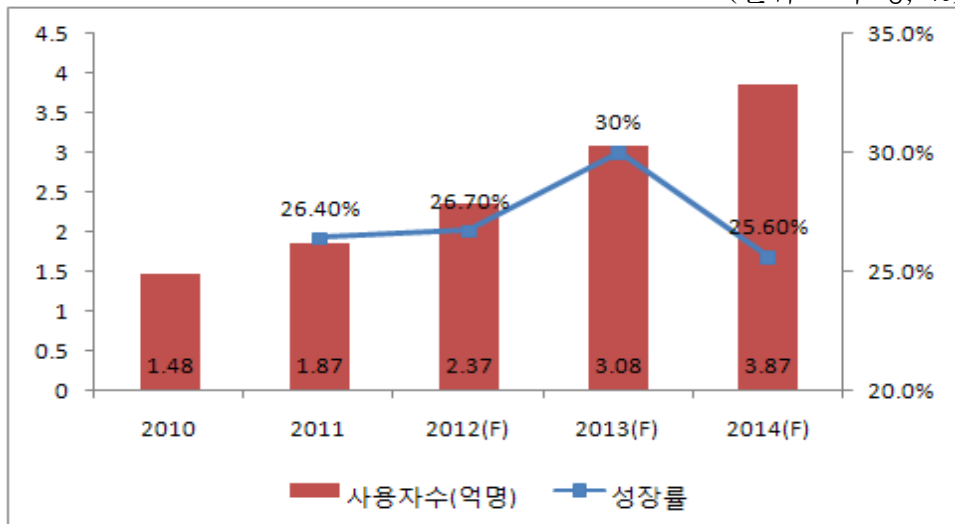


(자료원 : Enfodisk)

- 모바일 결제방식 이용자 수도 매년 20% 이상씩 증가하여 2013년에 3억명을 넘어설 전망

2010-14 모바일 결제방식 이용자 수 추이

(단위 : 억 명, %)



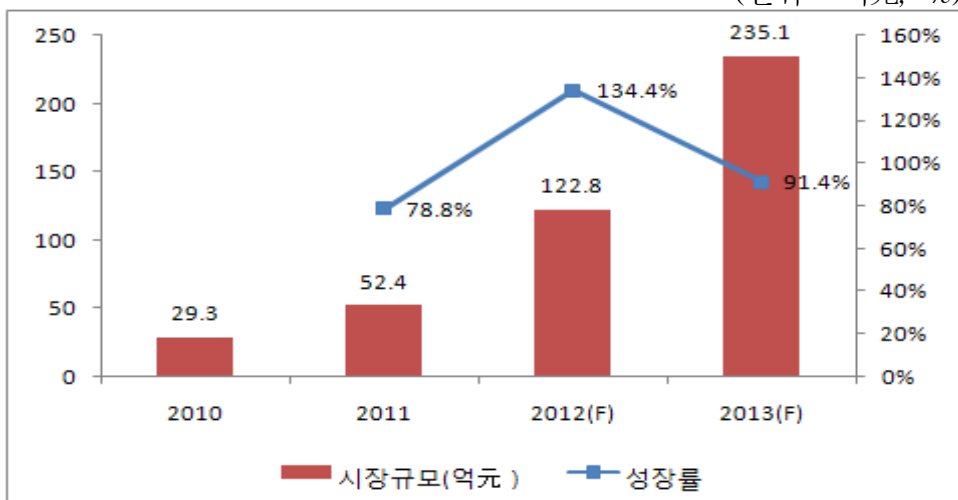
(자료원 : Iresearch)

- 모바일 결제 업계의 수입 규모도 급증하고 있음

- 2011년 78.8% ↑ → 2012년 134.4% ↑ → 2013년 91.4% ↑

2010-13 모바일 결제시장 수입 규모 추이

(단위 : 억 원, %)



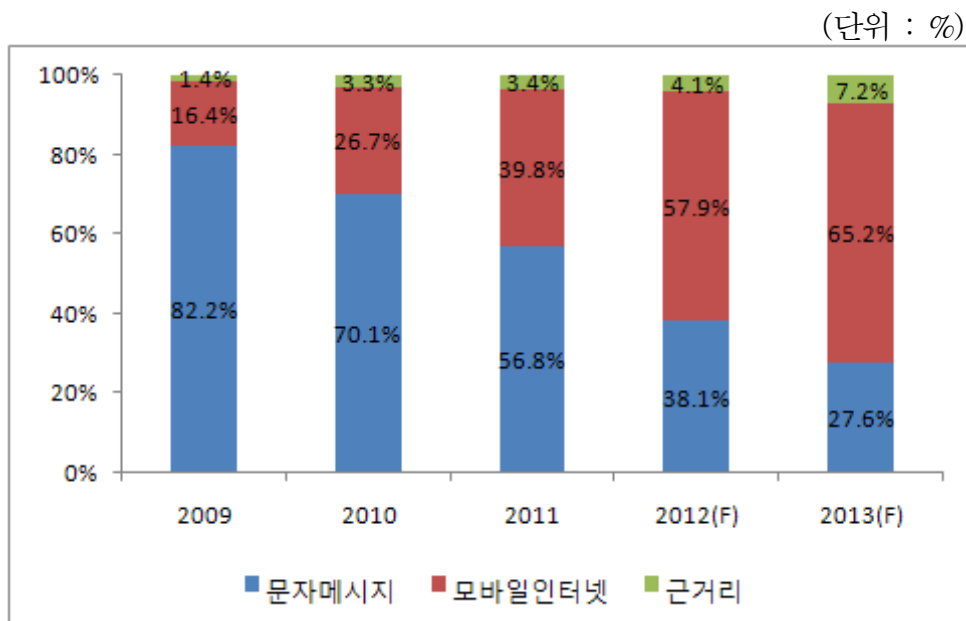
(자료원 : enfodisk)

(2) 모바일 결제방식별 현황

□ 결제방식별 점유율 현황

- 문자메시지 결제방식의 비중이 급속히 줄어드는 반면, 모바일 인터넷 결제방식이 이를 대체하는 추세 보임
- 근거리 결제방식 비중도 높지는 않지만 꾸준히 증가할 것으로 예상
 - 단말기 보급 확대, 모바일 결제 기업들의 통일된 표준 제정 및 단말기 보급 확대 및 원가를 낮추는 작업이 우선되어야 함

2009-13 모바일 결제방식별 점유율 추이



(자료원 : iresearch)

□ 결제방식별 사용자 수

- 지난해 기준으로 근거리 지불방식, 모바일 인터넷 지불 및 문자메시지 지불 사용자 규모는 각각 0.7억명, 1.1억명, 1.4억 명 기록

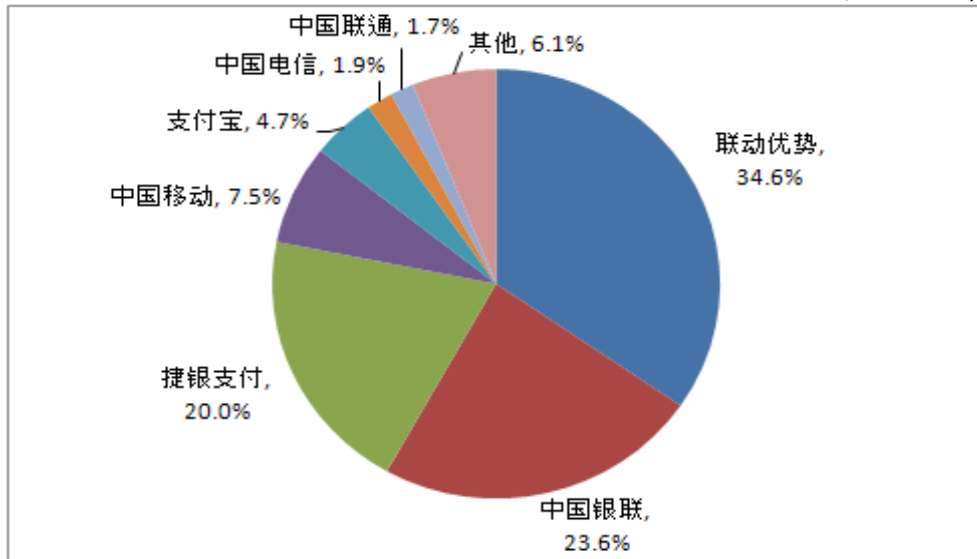
(3) 중국 모바일 결제 주요 기업의 시장 점유 추이

□ 2011년 모바일 결제 주요 기업의 시장 점유율 현황

- 聯動優勢이 34.6%로 가장 높았으며, 中國銀聯, 捷銀支付는 각각 23.6%, 20%로 2, 3위 차지. 모바일 운영상인 中國移動은 7.5%의 비중 차지

2011년 중국 모바일결제시장의 주요 기업 시장 점유 현황

(단위 : %)



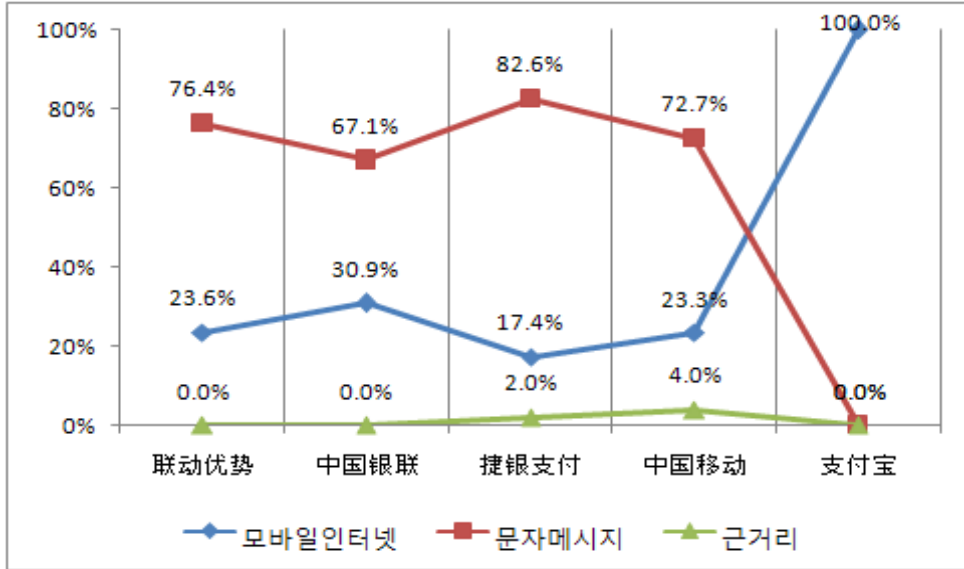
(자료원 : iresearch)

□ 모바일 결제 주요 기업의 결제방식별 현황

- 모바일 결제시장의 절대강자인 聯動優勢, 中國銀聯, 捷銀支付 등은 문자메시지 결제에 대한 의존도가 비교적 높음
 - 中國銀聯의 경우 다른 업체들에 비해 구조가 비교적 균형을 이루고 있음
 - 中國移動 역시 문자메시지 결제에 대한 의존도가 높지만, 단말기에 대한 이점으로, 근거리 결제 시장에 대한 비중을 점차 높이고 있음
 - 支付宝의 경우, 인터넷 지불 영역이 100% 차지

중국 모바일결제 주요 기업의 결제방식별 분포

(단위 : %)



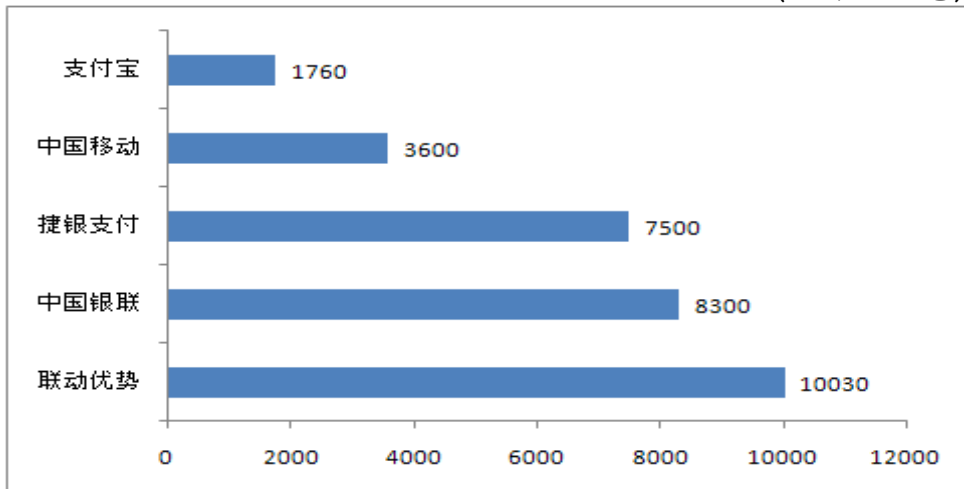
(자료원 : iresearch)

□ 모바일결제 주요 기업들의 사용자 수 규모

- 聯動优势의 사용자수는 1억명, 中國銀聯, 捷銀支付, 中國移動의 사용자수는 각각 8,300만명, 7,500만명, 3,600만명 기록

2011년 중국 모바일 결제기업 이용자수 규모

(단위 : 만 명)



(자료원 : iresearch)

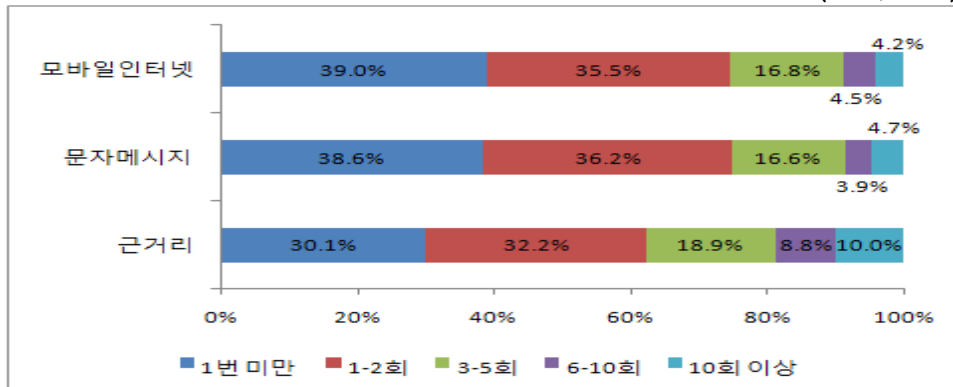
3. 모바일 결제 소비자 분석

(1) 지불방식별 소비자 분석

- 모바일 인터넷 지불 사용자의 경우 2.46번/월, 문자메시지 지불 사용자의 경우 2.48번/월, 근거리 결제 지불 사용자는 3.44번/월을 기록

2011년 중국 모바일결제 지불방식별 사용 빈도 비교

(단위 : %)

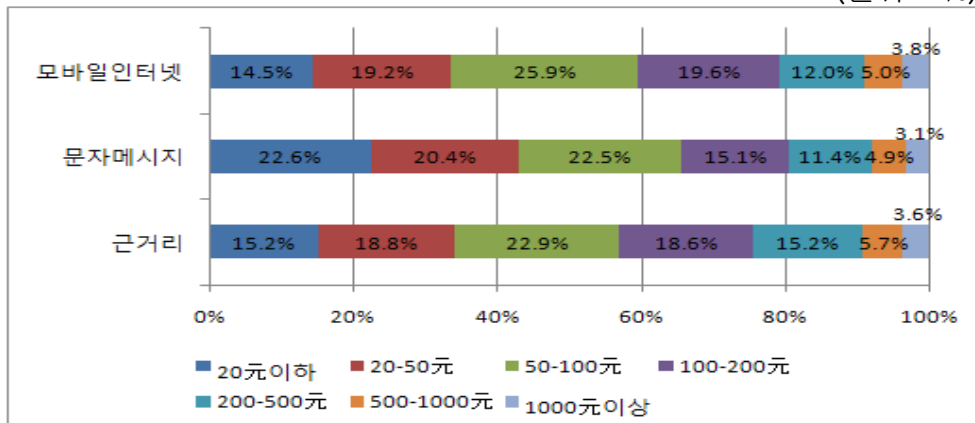


(자료원 : iresearch)

- 모바일인터넷 사용자의 월 평균 지불 금액은 176.1위안, 문자메시지 지불은 159.4위안, 근거리 결제방식의 경우는 187.7위안으로 나타남

2011년 중국 모바일결제 지불방식별 월 평균 사용 금액 분포

(단위 : %)



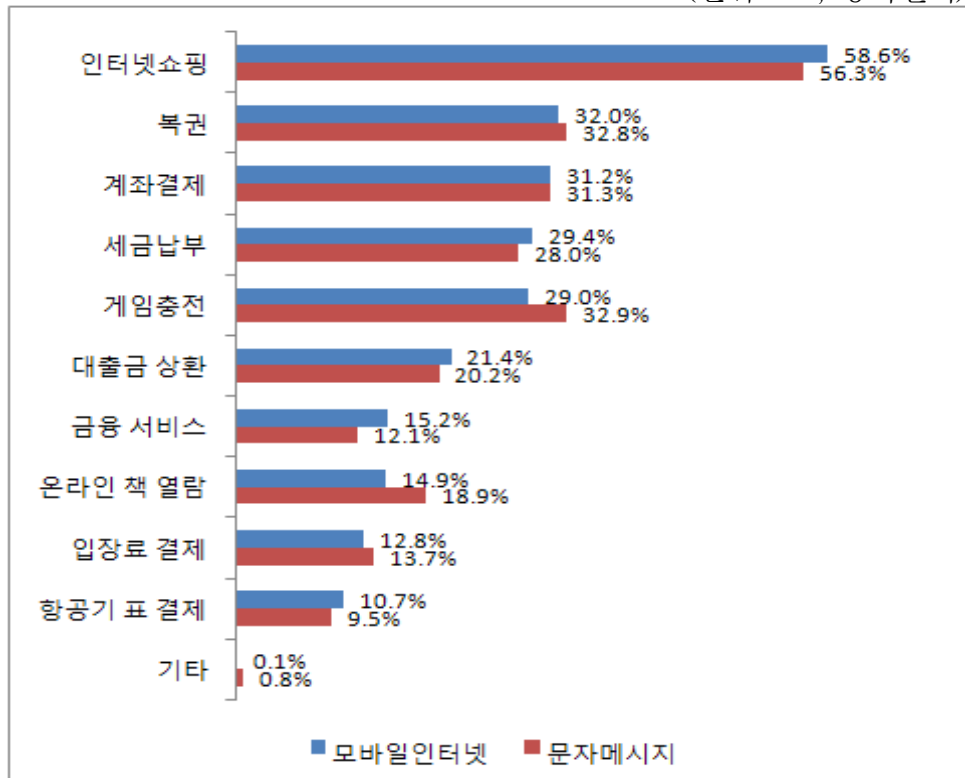
(2) 지불방식별 주요 사용처

□ 원거리 지불방식(모바일 인터넷, 문자메시지)

- 인터넷 쇼핑은 모바일 원거리 결제의 주요 사용처이며, 온라인 결제 이용자수의 56.8%, 문자메시지 결제 사용자수의 56.3% 차지

2011년 모바일 원거리 결제방식 주요 사용처

(단위 : %, 중복선택)



(자료원 : iresearch)

- 그 외에도 세금납부, 계좌결제, 신용카드 대출금 상환, 항공기 표 결제, 금융 서비스 등 기존 PC에서 행해지던 서비스들이 상당수 모바일 결제로 넘어가고 있으며,

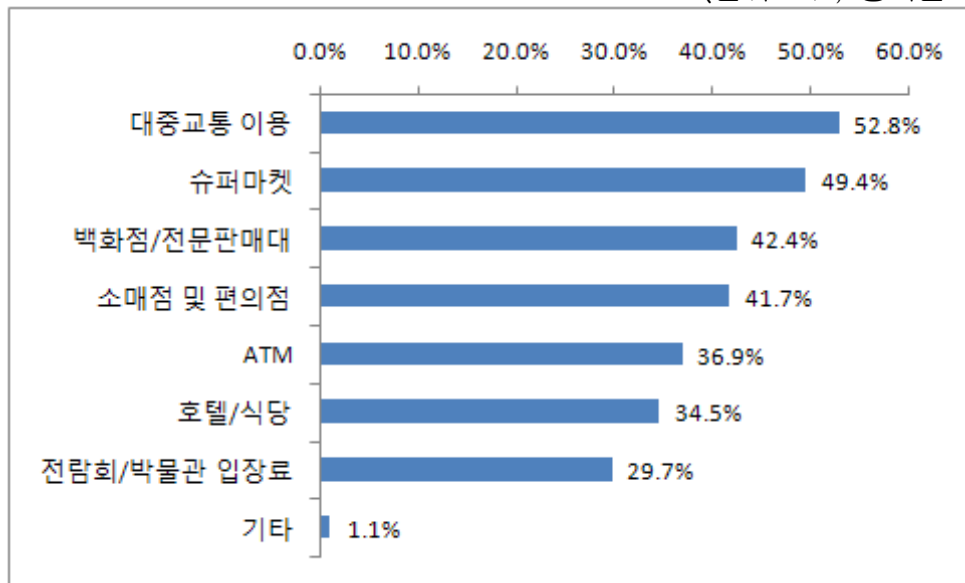
복권, 입장료, 게임충전, 온라인 책 열람 등의 서비스는 종전부터 모바일 원거리 결제가 활성화된 분야임

□ 근거리 지불방식

- 근거리 지불방식의 경우 주로 대중교통 및 슈퍼마켓에서의 사용이 대부분을 차지

2011 모바일 근거리 결제방식 주요 사용처

(단위 : %, 중복선택)



(자료원 : iresearch)

- 대중교통 결제 52.8%, 슈퍼마켓 결제가 49.4%를 차지하고 있으며, 이외에도 백화점, 편의점, ATM 등도 많이 사용

4. 중국 모바일 결제시장의 활성화 요인

□ 모바일 인터넷 유저 규모의 급속 성장

- 2011년 중국 스마트폰의 판매량은 7천만 대, 스마트폰 사용자 수는 금년 1분기까지 2억 5200만 명에 이르렀으며,

금년 말까지 스마트 기기를 사용하는 모바일 인터넷 유저 수(2011년 4.3억명)가 인터넷 사용인구(2011년 5.1억명)를 초과할 것으로 예상됨.

이러한 스마트 기기의 보급은 소비자들의 모바일 결제를 촉진시키는 역할을 했음

□ 어플리케이션의 발전 및 다양화

- 스마트 기기의 어플리케이션은 쇼핑, 금융, 생활서비스 등 다양한 분야에서 빠르게 증가하였으며,

다양한 어플리케이션 개발로 더 나은 모바일 결제 환경 구축

□ 결제 전문 업체의 모바일 결제 도입 확대

- 중국 내 支付宝, 財付通, 快錢, 匯付天下 등 결제 업체들이 모바일 결제 시스템을 도입하고 다양한 홍보에 들어갔으며, 일부업체는 대규모 프로모션 진행

또한 移動, 聯通, 電信 등 중국 3대 통신업체도 모바일 상품을 출시

- ※ 반면 기술부족, 시스템 안정성 부족 및 결제 이용자들의 계좌 안전성, 통신업체들 및 운영상과 은행의 이익 분배구조 등은 모바일 결제 산업 발전의 장애요소로 꼽힘 - 끝 -