

洞察2025

## 支付行业整合与出清仍将持续

一边是腾讯财付通超百亿元资本的“豪掷加码”，一边是12家机构牌照的“黯然离场”，回顾2025年的第三方支付行业，资本与牌照向头部高度集中，专业化细分赛道加速下沉，行业生存逻辑也在被进一步改写中……

不变的是严监管态势，2025年，支付行业被罚没超2亿元、约75张罚单落地，反洗钱、备付金、商户管理三类违规成为罚单重灾区，“全周期管控”与“主动防控”取代“事后处罚”和“被动整改”，成为支付机构的必修课。

格局“大洗牌”、合规“动真格”之外，“破存量”“谋出海”仍是机构谋求的关键词，北京商报记者了解到，2025年多家支付机构在海外业务上取得突破性进展，业内认为，未来，出海胜出者仍需具备本地合规能力、与本地钱包或银行的合作能力，并探索基于支付的增值服务变现路径。



## ◇格局“大洗牌”：

年内12张支付牌照注销  
财付通等大手笔增资  
行业整体增量见顶，竞争格局“双重分化”

## ◇合规“动真格”：

行业共领到约75张罚单，合计被罚没超2亿元  
迈入“实质合规”攻坚阶段  
机构从“被动整改”转向“主动防控”

## ◇机构“谋出海”：

进一步扩大全球业务版图  
赛道增量窗口有限  
新入局者建议聚焦细分场景

## “进与退”的两面

回顾2025年第三方支付行业，“进与退”的两面展现得愈发明显。一方面，《非银行支付机构监督管理条例》(以下简称《条例》)缓冲期正式结束，绝大多数持牌机构已完成更名、实缴资本提升等合规动作。

包括支付宝、东方财富支付等机构在内，年内获批变更公司名称，加入“支付”字样。这与《条例》规定保持一致。同时，为满足“设立非银行支付机构的注册资本最低限额为人民币1亿元，且应当为实缴货币资本”的要求，已有唯品会支付、银盛支付等分别增资至2亿元、3.1亿元。

“注册资本普遍提高至1亿元或以上，行业准入门槛实质性抬高，合规成本显著上升。这不仅强化了行业的规范性，也加速了缺乏实际业务能力的机构退出。”博通咨询首席分析师王蓬博评价道。

向监管靠拢的同时，更多支付机构进行大手笔增资以夯实资本实力、巩固行业地位。财付通自2024年4月注册资本从10亿元猛增至153亿元，到2025年6月获批再增至223亿元。此外，也有网银支付增加注册资本至15亿元等案例涌现。

与之形成鲜明对比的是，以小型预付卡机构为代表的不少支付机构因自身经营不善、合规未达标等原因彻底退出市场。2025年7月，在《条例》影响下，首批13家机构顺利更换长期有效支付牌照，然而瑞银信、金运通、飞银支付、人保支付等皆主动放弃牌照续展。整体来看，人民银行年内注销12张支付牌照。业内人士普遍认为，当前行业整体增量

见顶已成事实，竞争格局呈现“双重分化”。在中国国际科技促进会高级咨询师董鹏看来，一方面是资本与牌照向头部高度集中，机构凭借增资夯实风险抵御与创新基础；另一方面是市场向专业化细分赛道下沉，考验机构在特定场景的深耕能力。支付机构的生存基石已从“牌照红利”转向“合规内功、生态协同与可持续盈利模式”的三角支撑。

山东隆源律师事务所主任、高级合伙人李富民同样表示，资本竞赛把支付牌照变成“门票”而非“饭碗”。《条例》抬高股东出资、风险准备金、数据合规三个硬门槛，账面注册资本只是敲门砖，真正能留下来的是日均备付金沉淀能力、场景黏性、技术容灾等级。头部平台把增资当成“战略弹药”，用微信百亿级资本锁定信用支付、跨境外汇新业务试点；抖音支付把增资与电商闭环绑定，用流量换低成本资金。而中小机构缺的不是钱，是持续造血的能力。一旦交易规模跌破成本线，资本金再厚也扛不住固定损耗。

行业的整合与出清仍将持续。王蓬博表示，除了预付卡机构的洗牌，下一步缩减压力或将传导至银行卡收单牌照。当前仍有约50家收单机构，其中不少依赖外包服务商展业，自身充当支付通道，缺乏技术或商户服务能力。在责任压实等背景下，这类机构生存空间日益有限，2026年起可能出现批量退出或并购整合。

## 合规即竞争力

2025年，是支付行业合规要求全面落地的一年。从机构领到的罚单情况亦可以看出，严监管态势不改。

据北京商报记者不完全统计，年内人民银行及各分行共开出约75张罚单，合计罚没金额超2亿元。从违法事项来看，反洗钱、备付金、商户管理三类违规占近九成。

其中，四张千万级巨额罚单出现，也不乏机构沦为罚单“常客”，年内已被罚两次甚至更多。处罚形式中，对公司与相关责任人的“双罚”占大多数。

《条例》已正式施行一年半，行业合规建设已从“形式合规”迈入“实质合规”攻坚阶段。一张张罚单，也在倒逼支付机构高度重视合规建设。有机向北京商报记者透露，深刻体会到监管力度持续加码，明显从“事后处罚”转向“全周期管控”，公司自身则努力从“被动整改”转向“主动防控”。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅评价，当前多数机构在反洗钱方面，建立了更完善的客户身份识别和风险评估体系；在备付金管理上，严格按照规定存放和使用；在商户管理方面，加强对商户资质审核和日常巡查。

然而，业内仍存在一些典型问题。在董鹏看来，一是部分机构在跨境、新型电商等复杂场景中，反洗钱与商户全周期管理存在“最后一公里”漏洞；二是科技赋能合规的深度不足，数据孤岛问题阻碍风险穿透识别。

李富民则认为，机构普遍把合规预算前置到系统建设，却忽视“制度运行有效性”这一监管新口径：“你有模型不算数，能证明模型持续跑赢风险才行。”因此，建议把合规考核嵌入业务KPI，对条线负责人实行“罚单追溯扣薪”，让合规与利润共担，才能真正把纸面制度跑成日常流程。

当“合规即竞争力”已成行业共识，唯有

主动适应监管节奏，才能在长期竞争中站稳脚跟。展望未来，董鹏指出，机构改进关键须聚焦“科技驱动、流程再造”。通过人工智能与多方学习技术构建实时风险感知网络，并将合规逻辑前置到产品设计环节，使合规从被动成本转化为主动风险定价与客户信任资产。

## 出海模式有新调整

延续2024年特点，除了“严监管”“强竞争”“破存量”等关键词，支付机构也在“谋出海”“卷转型”，围绕商户数字化需求的“支付+”成为机构重点发力方向。与此同时，包括连连数字、PingPong、移卡、CoGoLinks结行国际等多机构在内，也在通过加码出海寻找增量。

正如连连数字相关负责人告诉北京商报记者，陆续推出中资企业出海支付及管理的数字化解决方案——连连“财智”企业钱包及产业B2B支付方案。半年报显示，2025年上半年，连连数字全球支付业务总支付额达到1985亿元，同比增长94%，全球支付业务总收入4.73亿元，同比增长27%。

近年来，连连国际(连连数字旗下品牌)不断拓宽全球支付业务的服务边界，从原来的B2C业务，逐步重点拓展到B2B及外贸业务；在全球市场生态拓展方面，公司在深化欧美核心区域业务渗透的基础上，同步积极开拓东南亚、中东及拉美等区域的增量市场空间，通过各国本土支付牌照加持，增设新兴市场海外办事处、组建海外本土化运营团队，推动全球本地支付服务与新兴商业生态场景的深度融合。

“接下来，公司计划进一步扩大全球业务版图，特别是在高潜力市场增加本地化投入；同时，将持续加大技术研发力度，探索更多创新支付解决方案；此外，我们还将通过紧密合作，深化与电商平台、物流企业等的生态协作。”连连数字相关负责人说道。

同样在数字化跨境支付平台上扎根的还有CoGoLinks结行国际，该公司相关负责人透露，其2025年交易规模同比2024年增长超170%，并加速了国际化布局的进程，公司海外主体正式在迪拜国际金融中心(DIFC)获得金融服务许可，成为首家在阿联酋获得正式支付牌照的中国跨境支付平台。此外，公司境外主体还正式获得新加坡金融管理局原则性批复，准许其推进大型支付机构牌照(MPI)的筹备工作。

2026年，CoGoLinks一方面将重点拓展新兴出海市场，加速南美、中东、东南亚等地区的业务能力升级，协助中国出海企业开拓更多增量空间；另一方面，也将深化海外合规、业务布局，围绕阿联酋、新加坡等海外展业资质搭建本地化服务体系；此外，CoGoLinks结行国际还将加强在服务贸易出海场景的业务能力承接，使数字化跨境支付系统惠及更多领域。

“出海仍是重要方向，但模式需调整。”王蓬博告诉北京商报记者，国内支付费率已接近成本线，而新兴市场费率普遍高出3至5倍，利润空间相对可观。但单纯提供支付通道难以为继。在他看来，未来胜出者需具备本地合规能力、与本地钱包或银行的合作能力，并探索基于支付的增值服务变现路径。对中小机构而言，与其全面铺开，不如聚焦细分场景，如跨境留学缴费、特定品类B2B支付等，以深度服务替代规模扩张。

“当前支付市场存量竞争激烈，各机构纷纷出海寻找增量。但头部机构已基本完成区域布局，出海赛道增量窗口有限。不过，全球支付市场广阔，仍有不少区域存在发展机遇。”袁帅认为，当前，对支付机构来说出海仍面临诸多挑战，例如，文化差异、监管政策差异、技术标准 and 基础设施差异等，机构需投入资源解决各类问题。

在袁帅看来，接下来，支付机构可重点发力区域包括新兴市场国家，如东南亚、非洲等地区，这些地区经济增长迅速，支付需求旺盛，存在较大发展空间。机构要加强本地化运营，深入了解当地文化、市场和监管环境，制定针对性策略。也要加大研发投入，提升支付技术水平和安全性，满足不同地区用户需求。加强与当地金融机构、企业合作，借助其资源和渠道，快速拓展市场。此外，也要注重品牌建设，提升品牌知名度和美誉度，增强用户信任。

北京商报记者 刘四红 董喆童

## 前11月成绩出炉 保险业如何开启“下一站”

保险业前11月成绩单出炉！12月26日晚间，金融监管总局发布2025年前11月保险业经营情况表，数据显示，前11个月，保险业原保险保费收入5.76万亿元，可比口径下同比增长7.56%。

伴随着预定利率下调，阶段性“炒停售”告别市场，人身险保费增速回落明显。加之保险公司“开门红”进入关键期，种种因素交织，保险业尤其是人身险业的后续走势备受关注。此外，财产险保费收入能否继续保持稳健？或许能从当前的保费情况看出些许趋势。

## 单月寿险保费下滑

金融监管总局近日发布的数据显示，今年前11个月，保险业原保险保费收入5.76万亿元，其中人身险原保费规模为4.42万亿元，同比增长9.2%。

具体到人身险公司情况来看，11月单月人身险公司原保费规模为1548亿元，同比减

少2.4%，降幅较10月有所收窄。

人身险公司保费负增长主要受预定利率下调影响，7月25日，保险业协会发布认定的最新预定利率研究值1.99%，在连续两个季度低于在售普通型人身保险产品预定利率最高值超过25个基点后，行业需按要求下调新产品预定利率最高值。随即，多家保险公司发声下调预定利率最高值，以中国人寿为例，其表示，调整普通型保险产品预定利率最高值为

2.0%，分红型保险产品最高值1.75%，万能险最低保证利率最高值则为1%。旧产品从9月起停售。

各保险机构及保险代理人深知8月底是销售高收益产品的最后窗口期，抓住机会进行营销，部分客户的购买潜力已提前释放。此外，有保险销售人员表示，预定利率切换窗口期过后，主力产品切换至分红险，新产品普遍采用更低预定利率，产品浮动收益特性等，吸引力有所降低。

不过，人身险公司单月保费降幅收窄，也在一定程度上说明保险公司正在逐渐适应预定利率下调及产品调整带来的影响。浙大城市学院副教授林先平认为，这主要得益于保险公司积极调整产品策略、加强渠道优化和市场教育，逐步消化了预定利率下调带来的影响。预定利率下调后，保险产品吸引力短期承压，但行业通过推动分红险产品等转型，以及客户对长期储蓄和风险保障需求的持续存在，支撑了保费收入的逐步恢复。

当前，正处于保险业“开门红”的关键时

期，2026年一季度人身险保费走势将如何？东吴证券研报认为，当前市场需求依然旺盛，保险产品预定利率仍高于银行存款，相对吸引力仍然明显，对新单保费和新业务价值增长持乐观预期，同时分红险占比继续提升有助于进一步优化负债成本。

## 新能源车险为关键变量

2025年前11个月，财产险公司保费收入1.62万亿元，按可比口径，同比增长3.88%。保费保持稳定增长，车险、非车险业务均实现了平稳健康发展。从前11个月的情况来看，车险业务对保费贡献为52%，非车险业务为48%。

展望2026年，业内普遍认为，新能源汽车普及及进程与非车险“报行合一”政策落地，将成为左右市场走向的两大核心变量，其中新能源车险的发展态势更被视作关键影响因素。林先平表示，2026年财险业保费收入预计将延续低增速稳健走势，同比增长可能在3%—5%区间。这主要取决于新能源车渗透率及新能源车

险费率改革影响。随着汽车消费政策支持和新能源车普及，车险有望保持小幅增长。东吴证券研报同样认为，由于新能源车单均保费较传统燃油车更高，伴随新能源汽车渗透率的提升，亦将增强车险保费增长动力。

与此同时，非车险“报行合一”政策的实施也将深刻重塑产险市场格局。今年11月，《关于加强非车险业务监管有关事项的通知》正式落地，引导保险公司规范产品开发使用，强化保险费率管理，严格执行经备案的保险产品，推动非车险产品的使用符合备案内容。

业内专家表示，“报行合一”在非车险领域的实施有望推动非车险业务向保障更加充分、定价更加合理、市场更加规范方向发展，短期来看，有望引导保险公司调整业务模式，如加大手续费管控力度、避免盲目追求业务规模增长等；长期来看，有望促进行业从价格竞争转向服务竞争，推动非车险业务形成量增质优的高质量发展模式，非车险业务费用率有望优化、承保盈利水平料改善。

北京商报记者 李秀梅