

收单市场见顶 支付机构业绩冷暖不均

随着A股、港股上市公司密集披露2026年半年度报告，第三方持牌支付机构业绩也陆续浮出水面。8月31日，北京商报记者统计发现，业内至少有8家支付机构上半年业绩对外披露，其中多数支付公司实现盈利，也有支付机构处于亏损状态。在告别过去依靠交易流水扩张的粗放增长阶段之后，持牌支付机构营收、利润出现明显分化。从经营数据来看，部分支付机构报告期内盈利能力明显下滑，其中星驿支付、嘉联支付净利润同比跌幅分别达到29.87%、69.46%。而在境内收单市场增长见顶的大背景下，有支付机构因交易额下滑带来营收下降，也有支付机构主动调整策略，境内支付业务从“规模导向”转向“盈利导向”，海外业务加速扩张。

多数盈利、部分亏损

支付机构的上半年业绩发布，主要包括上市支付公司以及上市公司合并报表披露的支付板块经营数据。

具体来看，在三家直接上市主体中，拉卡拉2026年上半年实现营业收入32.57亿元，同比增长22.86%；归属于上市公司股东净利润6.69亿元，同比增长191.67%；扣除非经常性损益后归母净利润2.19亿元，同比增长50.28%。凭借这一业绩表现，在已披露上半年业绩的支付机构中，拉卡拉排名第一。

其次，同在港股上市的连连数字、移卡也向市场交出了盈利答卷。报告期内，连连数字总营收8.76亿元，同比增长11.9%；经调整经营利润1.56亿元，同比大涨147.3%，期内录得净利润1094万元。移卡上半年营收12.49亿元，同比下降23.9%；归母净利润4393.6万元，同比小幅增长2%。

几家以收单业务为主的“上市系”支付机构，经营能力进一步分化。其中，新大陆旗下星驿支付、新国都旗下嘉联支付报告期内双双“增收不增利”，星驿支付上半年实现营收17.86亿元，较上年同期的14.12亿元增长26.49%；净利润2.23亿元，较上年同期的3.18亿元下滑29.87%。嘉联支付报告期内实现营收10.13亿元，净利润2703.06万元，上年同期该公司这两项数据分别为9.49亿元与8850万元，由此计算，嘉联支付净利润同比下滑69.46%。

仁东控股旗下合利宝支付营收、净利双双回升，2026年上半年，合利宝支付营收4.15亿元，较上年同期的3.74亿元增长10.96%；净利润6201.75万元，较上年同期的5830.31万元增长6.37%。

此外，还有支付机构处于亏损状态。高阳科技旗下核心支付主体为随行付，对应财报“支付及数字化服务”板块。财报显示，2026年上半年该板块营收9.38亿港元，同比增长

17%。EBITDA（息税折旧及摊销前利润）录得亏损371.9万港元，上年同期录得盈利2655.5万港元。

除了前述收单机构外，还有一家互联网支付机构业绩对外披露。根据新三板创新层公司汇元科技披露的财报，2026年上半年，旗下汇元银通支付营收约7612万元，同比下滑5.36%；净利润约1250万元，较上年同期亏损约1267万元实现扭亏为盈。而扭亏的主要原因在于，汇元银通支付2025年上半年被罚没超2430万元。

针对前述业绩表现，北京商报记者向前述多家公司进行采访，其中，移卡回应称，上半年公司主动调整业务结构和客户组合，在国内支付市场进入存量竞争的背景下，逐步减少低盈利商户，更加聚焦连锁、品牌及重点行业客户，从过去更关注交易规模增长，转向“规模与盈利并重”，因此收入端与利润端出现了一定的结构性变化。

随行付则对亏损原因进行了进一步解

释，随行付指出，EBITDA由盈转亏主要受三方面因素影响：一是板块承担了约8540万港元的非现金购股权开支，剔除此项后，EBITDA层面亏损仅371.9万港元，对应9.38亿港元营业额，亏损率约0.4%，基本处于盈亏平衡线。二是随行付正处在战略转型投入期，上半年加大了海外业务资源投入，同时为支撑业务规模扩张进行了人才储备，员工成本有所上升。三是行业正经历从传统支付向数字化支付的转型，短期内对毛利率形成了一定压力。

传统收单市场整体收缩

过去几年间，支付市场迎来诸多变化，尤其是境内收单市场进入深度存量博弈阶段，线下小微商户市场竞争逐步白热化，收单手续费持续压降侵蚀利润。传统交易手续费依旧是支付机构收入基本盘，也有部分机构收单交易额出现下滑，直接拖累营收表现。

传统收单市场带来的压力，让支付机构普遍开始寻找第二增长曲线，跨境支付成为支付机构对国内压力最重要的突围路径。例如，拉卡拉报告期跨境支付交易规模543.64亿元，同比增长46.38%；外卡交易金额同比增长81.57%，跨境活跃商户超过25万家。

而在这一过程中，支付机构也开始主动收缩境内市场规模，将资源倾斜至高毛利的跨境业务。谈及上半年收单市场的布局变化，移卡指出，境内支付业务从“规模导向”进一步转向“盈利导向”，通过逐步减少低盈利商户，聚焦连锁及品牌商户，提供更有针对性的行业解决方案提升客户价值。海外业务目前仍处于快速扩张阶段，但增长速度和盈利水平已经开始体现其长期价值。

素喜智研高级研究员苏筱芮直言，当前支付行业，境内传统收单业务规模增长乏力，银行卡交易规模、商户经营流水等较历史高

点已产生收缩，而随着银行卡收单费率持续下行，单纯依赖通道费的盈利模式难以为继；跨境支付市场广阔，其毛利率水平与竞争格局优于境内，但门槛高企，也面临着当地监管与地缘政治等不确定因素。机构需密切关注当地政策，依托自身的优势资源禀赋，围绕不同海外市场的商户特征、客群需求等，打造与当地相适配的支付服务能力。

AI成为新方向

2026年上半年，AI从行业概念走向业务落地，成为持牌支付机构比拼的全新赛场。支付机构不再局限于对外宣传概念，已经将AI能力嵌入风控、对账、商户经营、跨境业务全流程，探索商业化落地路径。

例如，拉卡拉将AI智能体嵌入客服工作台，客户咨询一次性解决率大幅跃升至84.7%，拓客平台引入AI审核与本地化OCR能力，在保障数据安全前提下将商户入网审核时长缩短约75%，上半年累计搭建落地71个AI Agent，日均消耗40亿+Tokens。

AI也嵌入到支付机构后续的业务布局中。随行付方面告诉北京商报记者，后续将以全球化布局对冲单一市场压力，通过海外收单与跨境支付双轮驱动，构建资金服务闭环，打开新的收入增长空间，将合规视为业务发展的生命线，以AI技术全面驱动降本增效。

在苏筱芮看来，AI成为支付机构布局的新方向，对于有C端用户优势的互联网巨头而言，AI支付主要是顺应AI时代的发展趋势，以“支付+服务+商业闭环”为根基，为用户提供便捷支付的同时巩固自身市场竞争力；而对于深耕商户的支付服务厂商而言，AI能够作为技术支撑融入厂商对商户的深度服务，如图文创作、视频生成、模型赋能等。

北京商报记者 廖蒙

公募基金“盈利投资者占比”大分化

最新一期公募中报披露完毕，这也是5月信披新规要求强制披露“盈利投资者数量占比”后，该指标首次在公募中报中亮相。公开数据显示，在可取得相关数据的5621只基金（份额合并计算，下同）中，有多达120只基金的盈利投资者数量占比达100%，包含上述产品在内，超半数产品的盈利投资者数量占比高达九成。值得关注的是，也有部分处于封闭期的基金该指标为0。有业内人士指出，该指标对整个基金行业未来发展起到重要的引导作用，也可以让基金持有人有更好的投资获得感。

半数产品盈利投资者达九成

2026年基金中报正式披露完毕。根据最新信披要求，“盈利投资者数量占比”被纳入核心披露指标，也成为此次中报的新看点。

相关中报提及，盈利投资者数量占比=盈利投资者数量/投资者总数×100%，这一指标的统计区间为2025年7月1日至2026年6月30日，适用于成立满一年的主动股票型和混合型基金。区间内持有基金满7天的投资者都被纳入投资人总数，区间内收益减去申赎费用后为正的投资者即被视为盈利投资者。

Wind数据显示，当前有5621只成立满一年的基金在2026年中报公布了相关数据，整体的盈利投资者数量占比均值为79.15%。其中，有120只基金的盈利投资者数量占比达100%，占到总数的2.13%，包括嘉实鑫和一年持有混合、万家优选积极三个月持有期混合发起式(FOF)、泰康福泽积极养老五年持有混合(FOF)等。

从近一年业绩表现来看，同样以2025年7月1日至2026年6月30日为时间维度，上述120只基金中，有16只基金的区间收益率实现翻倍。其中，国泰海通领航成长一年持有混合的区间净值增长率高达210.98%，排在首位；华夏成长先锋一年持有混合、银华惠享三年定开混合则紧随其后，分别为190.59%、173.29%。

包含上述产品在内，近一年盈利投资者数量占比大于等于90%的基金更达到3124只，在可取得相关数据的基金中占比达55.58%。换言之，公布上述新指标的各类基金中，有超半数产品的九成及以上投资者近一年实现盈利。

平安基金表示，2026年基金中期报告首次将“盈利投资者数量占比”纳入核心披露指标，这一举措不仅是响应行业高质量发展政策的关键落子，更是资产管理机构从“重规模”向“重持有人体验”转型的重要标志。

财经评论员郭施亮也认为，盈利投资者数量占比这一指标的披露，弥补了信息差，有效减少穿透净值幻觉，对以往“基金赚钱基民不赚钱”的现象进行了修补，让投资者有了更强的体验感。

“赛马机制”提升投资者获得感

从机构角度来看，以朱雀基金为例，旗下数据可取得的8只权益类基金近一年的盈利投资者数量占比均超90%，均值高达97.81%。同期，还有联博基金、淳厚基金、江信基金等多家机构在这一指标的均值超过90%。

值得关注的是，该指标居高的现象不仅存在于中小公募，部分大型公募在该指标上也取得亮眼成绩，并处于行业中上游水平。例如，华安基金旗下产品的盈利投资者数量占比就高达92.13%。

中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英认为，从基金管理人的义务和责任角度而言，帮助基民管理好财富、保值增值是最基本的底线。盈利投资者数量占比这一指标的设立可以使整个公募行业更加重视投研能力的提升，而非为了提取管理费盲目扩大规模，导致不注重投资者利益保护。

“对行业而言，引入这一‘赛马机制’，会使各基金管理人更注重比拼基金业绩、对投资者的利益回报以及规范管理，也对整个基金行业未来发展起到重要的引导作用，也可以让基金持有人有更好的投资获得感。”王红

英补充道。

投资者应理性看待新指标

在半数基金的盈利投资者数量占比高达九成的同时，也有部分基金的绝大多数投资者并未盈利。Wind数据显示，信澳博见成长一年定开混合、中信建投北交所精选两年定开、方正富邦鑫益一年定开混合、国投瑞银港股通6个月定开股票等8只基金的盈利投资者数量占比为0。

从近一年区间回报来看，上述8只产品的收益率均告负，亏损1%—35%不等。从产品名称可以看出，上述8只产品均属于定期开放产品，目前均处于封闭期状态。对于数据统计情况，有基金中报提到，该基金过去一年处于封闭期内，计算盈利投资者数量占比指标时，对于统计期前已持有份额的投资者，使用统计期初持有市值进行相关计算，而非投资者的认/申购成本。

有业内人士指出，盈利投资者数量占比这一全新指标为基民购买基金提供了一个新的参考维度，但其也确实存在一定的局限性。

某公募市场部人士向北京商报记者表示，由于封闭期间的基金与开放期基金口径不一致，封闭期间的基金收益即客户收益，且客户在封闭期内需要一直持有，因此该指标对于持有处于更长封闭期的权益基金客户而言参考意义并不大。

兴证全球基金也指出，和所有指标一样，这项新指标也只能从一个视角来呈现基金的一个侧面，也会遮蔽另一些侧面。具体来说，新指标只区分盈利投资者和非盈利投资者，不考虑收益率或收益金额的高低——理论上可能会出现一只基金盈利投资者占比不低，但统计区间内基金利润为负的情况。另外一项遮蔽来自时间维度，新指标只能反映近一年的盈利占比，无法通过计算得出更长时间维度的盈利占比。

北京商报记者 李海媛

经营跟不上成本 支付牌照加速清退

北京商报讯(记者 刘四红)第三方支付机构仍在持续缩量中。8月31日，北京商报记者从人民银行公示的“支付业务许可信息公示-已注销许可机构”名单中获悉，上海大众交通商务有限公司(以下简称“大众支付”)支付牌照已于8月21日正式注销，彼时，距离其牌照续展窗口期仅剩4个月。

由此，大众支付也成为2026年以来第6家退出市场的支付机构，截至目前，全国累计注销的支付牌照数量已达到114张，行业低效主体清退节奏持续加快。

天眼查显示，大众支付成立于2008年，于2011年取得支付牌照，获准在上海开展预付卡发行与受理业务(储值账户运营Ⅱ类)，有效期至2026年12月21日，该公司法定代表人李伟涛，注册资本1亿元，全资股东为上海大众公用事业(集团)股份有限公司，后者是一家以燃气生产和供应业为主的企业。

另据公开信息，大众支付产品主要包括大众e通卡，针对持卡人，可提供预付卡缴纳公用事业费、线下扫码应用，以及持卡人账号和卡管理等功能的移动应用平台，该平台覆盖零售百货、超市卖场、餐饮食品、汽车服务以及旅游酒店等消费场景。

谈及大众支付此次注销一事，博通咨询首席分析师王蓬博告诉北京商报记者，“这其实是预付卡赛道中小机构出清的典型案例之一，也能充分说明目前支付行业低效主体退出已经常态化”。

之所以出现距离续展还有数月就主动注销的情况，王蓬博认为，核心还是业务模式老化、盈利空间持续萎缩，叠加合规成本攀升导致。

“因为大众支付仅持有上海本地预付卡资质，业务地域和品类都高度单一，随着移动支付和电商平台自发卡的

全面普及，传统预付卡的市场需求持续下滑，对应的商超、生活服务场景客流和交易规模不断收缩，机构很难实现稳定盈利。”王蓬博指出，同时，为更好地保护消费者权益，近几年对预付卡机构的资金存管、风控体系、合规运营要求持续升级，中小机构的运维成本、合规成本逐年上涨，继续持有牌照的经营成本已经超过业务收益，所以选择提前退出也可以看作是及时止损。

纵观114张注销牌照，北京商报记者注意到，地方性预付卡机构已是注销主力，这类机构业务场景老旧、地域受限严重，往往跟不上当下数字化支付的市场节奏，盈利能力堪忧；另外也存在部分严重合规风险的银行卡收单机构，因多次收到大额罚单，续展申请被中止，最终牌照注销；此外还有少数经营失控的互联网支付机构，背后多伴随股东债务危机、股权冻结、业务长期停滞，持续经营能力不达标，续展不予受理而退出市场。

“这也反映出支付行业彻底告别了野蛮生长的时代，行业出清、优胜劣汰成为长期趋势。行业从良性发展角度，不再包容低效、空壳、高风险支付主体，资源持续向合规稳健、具备技术和场景优势的头部机构集中，整个行业正在从数量扩张全面转向质量提升。”王蓬博称。

对于现存的支付机构来说，王蓬博建议，首先要坚守合规底线，完善风控和资金管理体系，规避处罚风险，保住经营基本盘。其次要主动摆脱传统老旧业务模式，结合线下实体、数字化场景做业务创新，挖掘差异化服务能力。最后，中小机构要找准自身定位，避免同质化竞争，依托本地场景、细分行业深耕服务，通过增值服务提升盈利能力，摆脱单纯靠牌照套利的老旧经营模式。