

说数

# 移动支付“无感”升级

勾明扬

扫码结账、刷脸过闸、碰一碰乘车……近年来，支付手段日益新颖，消费者的支付体验也越来越“丝滑”。中国支付清算协会发布的《2025年移动支付用户使用情况问卷调查报告》，以2.6万余份有效问卷的用户侧视角，给出了一份区别于宏观交易统计数据

的民间答案。首次纳入统计的生物识别支付产品，经常使用占比达22.9%。一项新技术初次入榜，经常使用占比即突破两成，用户接受速度远超市场预期，可见“无感支付”的需求张力。但面对扫码支付93.1%的绝对主流，22.9%仍

有不小差距。这表明：生物识别不是替代者，而是补位者。但这足以印证，支付市场正从扫码支付一家独大，走向多模态支付并存的阶段。对机构而言，实现不同支付方式的无缝衔接是未来竞争的必修课。

场景分化的趋势同样值得注意。公共交

通场景里，刷手机(NFC)支付占比从30.8%升至38.2%，一年涨了7.4个百分点，同期扫码支付占比为43.7%，两者差距快速收窄。在扫码支付优势稳固的市场里，NFC能跑出这样的增速，答案藏在“效率”中。公共交通是典型的效率优先场景，过去用户在意“能不能付”，现在在意“够不够快”——掏手机、碰闸机、秒通过，链路比亮码扫码更短。这意味着，通用型支付方案在垂直场景难免会碰到体验天花板，细分场景的深度适配，将会成为不同技术路线分化突围的关键变量。

适老化领域的反转，更值得反思。认为“减少广告功能实用”的用户占比74.8%，同比提升1.5个百分点；而认为“字体加大功能实用”的用户占比72.9%，同比下降2.5个百分点。一升一降背后，是老年用户需求的升级。如今，适老化早已从放大字体的基础阶段进阶到“使用环境不受打扰”的品质诉

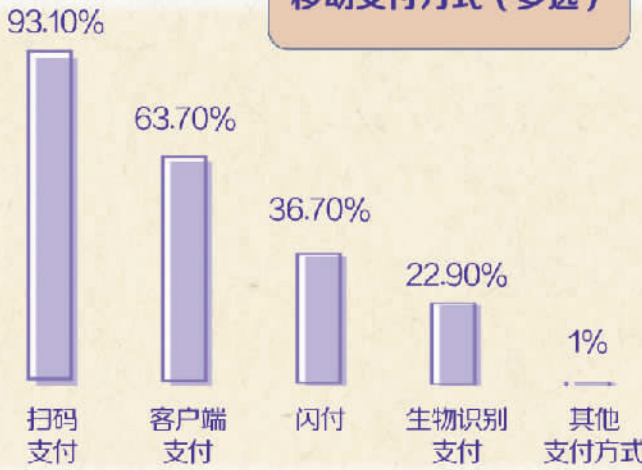
求。因此，别再默认老年人只需要“简化版”App，他们对产品纯净度、注意力不被营销打扰的要求，甚至比年轻群体更明确。不只支付App，所有金融类应用的适老化改造都应克制商业推送、守住服务边界。

从行业基本盘面看，88.5%的用户每天都会使用移动支付，较上年提升5.6个百分点；77.6%的用户单笔支付金额集中在100元以下。高频、小额、全覆盖，移动支付早已融入民生肌理，成为和水电煤同级的基础服务。但要注意，支付行业比拼的不是谁能完成支付动作，而是谁能留住支付前后的用户。向前端场景入口、后端金融服务挖潜，已是行业共识。

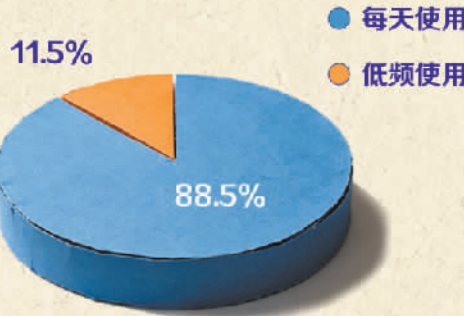
从“能用”到“好用”，从“有感知”到“无感化”，移动支付的进化，藏在用户的日常习惯里。2.6万余份问卷里的每一个数字，既是用户的选择，也是行业的路标。支付的下半场，将会是体验、生态与信任的综合较量。

## 移动支付用户偏好分析

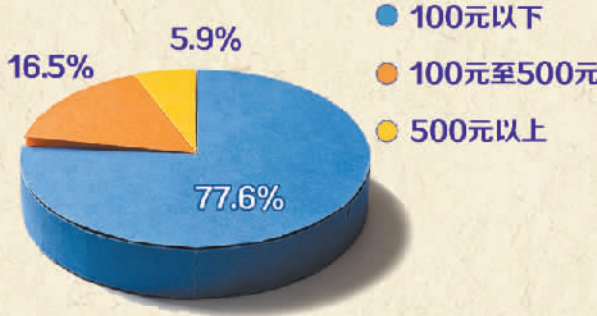
### 经常使用的移动支付方式（多选）



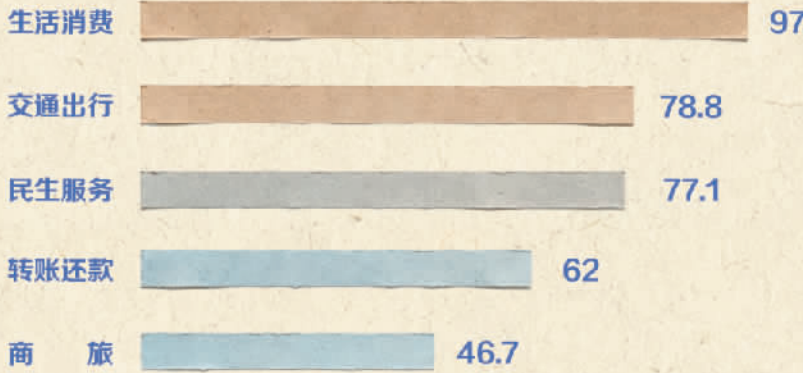
### 移动支付使用频率



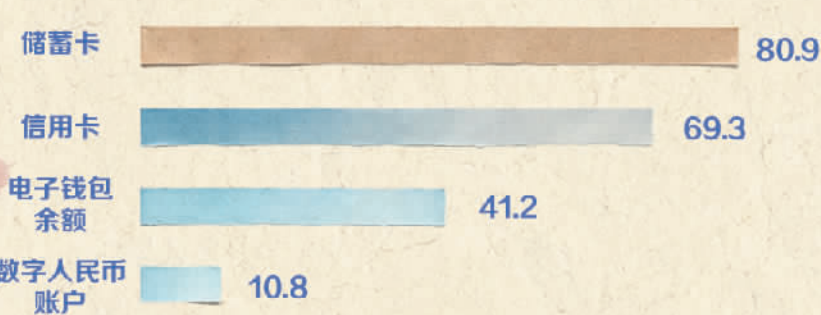
### 单笔支付金额分布



### 移动支付渗透率TOP5场景（%）

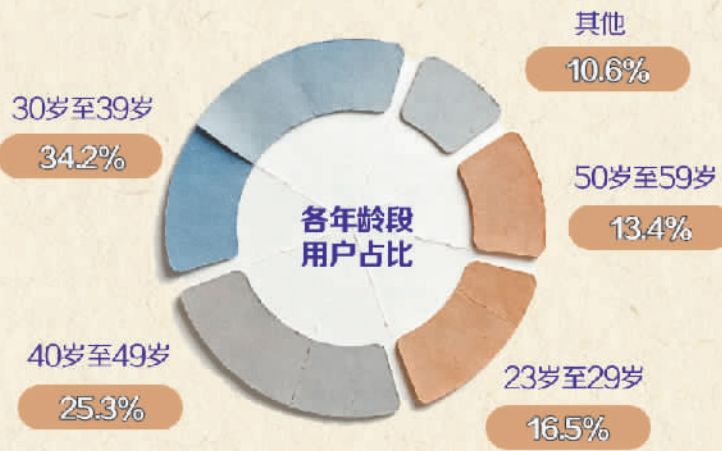


### 移动支付主要资金来源（%）



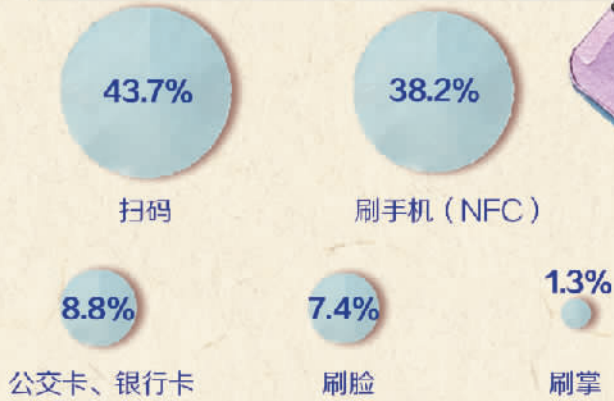
81.6%的移动支付用户会主动留存电子钱包余额，较上年提升16.6个百分点

## 移动支付用户特征分析



## 交通、民生服务分析

### 乘车场景下各类移动支付方式使用率



81.7%的用户通过支付机构平台缴纳税费社保

## 便利化改造情况

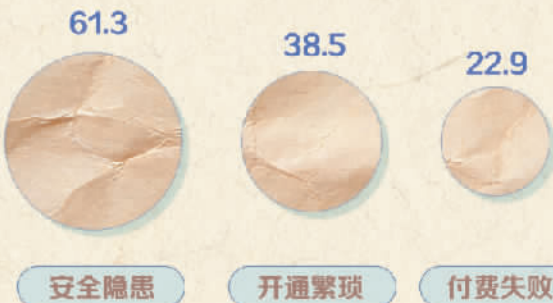
- 70.1%的用户顺利帮助年龄较大亲友使用移动支付
- 6.1%的用户正在使用支付App老年人友好模式

### 移动支付App适老化改造需求（%）



## 安全与风险防控建议分析

### 用户最关心的问题TOP3（%）



### 用户最希望支付经营主体采取的风险防范措施（%）

