2023 年预付卡用户习惯调查报告

为全面、深入了解预付卡业务应用现状，准确理解广大用户支付习惯和偏好，中国支付清算协会预付卡工作委员会组织开展了针对预付卡用户基本情况、消费习惯及偏好、意见建议等三方面的调研。本次调查共收到有效问卷 1221 份，经处理分析后，调查结果如下。

一、用户基本情况分析

（一）用户男女性别差别不大，男女占比分别为 47.7%和 52.3%。

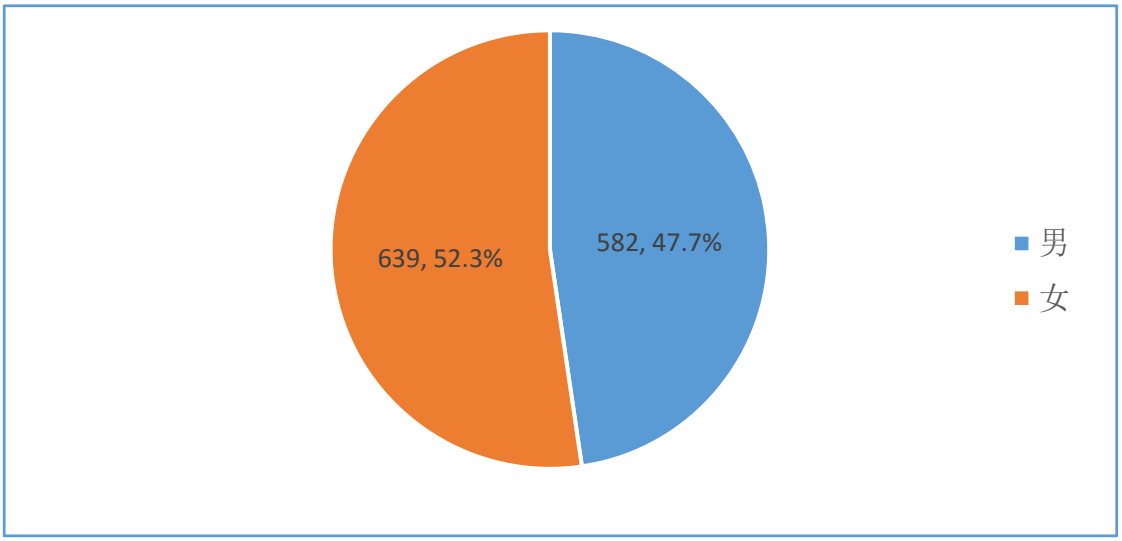


图 1 用户性别分布

（二）用户主要集中在中青年，23~50 岁的用户占比 86.8%，其中主力用户集中在 31~40 岁，占比达到 43.3%。

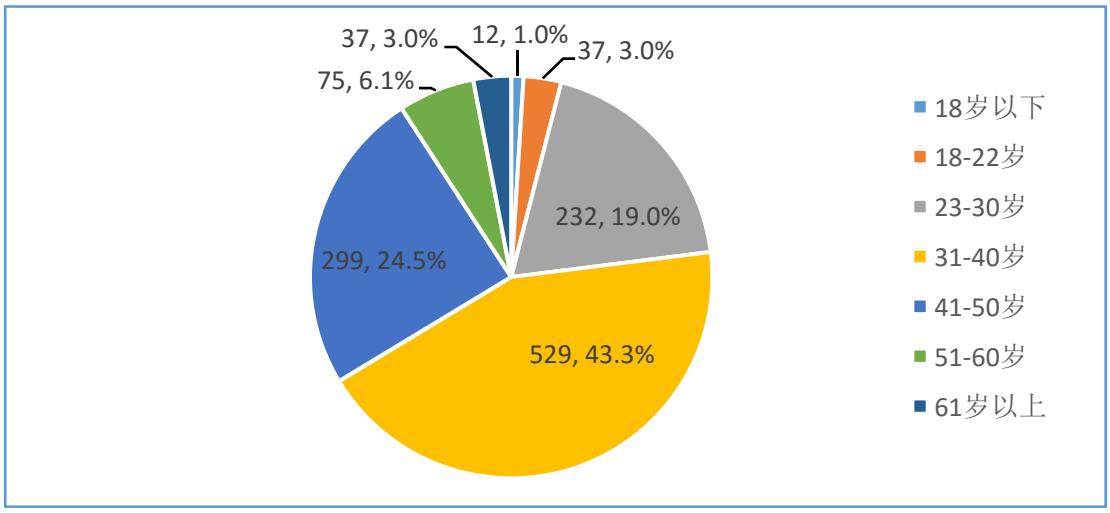


图 2 用户年龄分布

（三）用户学历集中在专科至硕士研究生学历，其中本科学历占比最高，达到 59.2%；其次为专科学历，占比达到 22.4%。

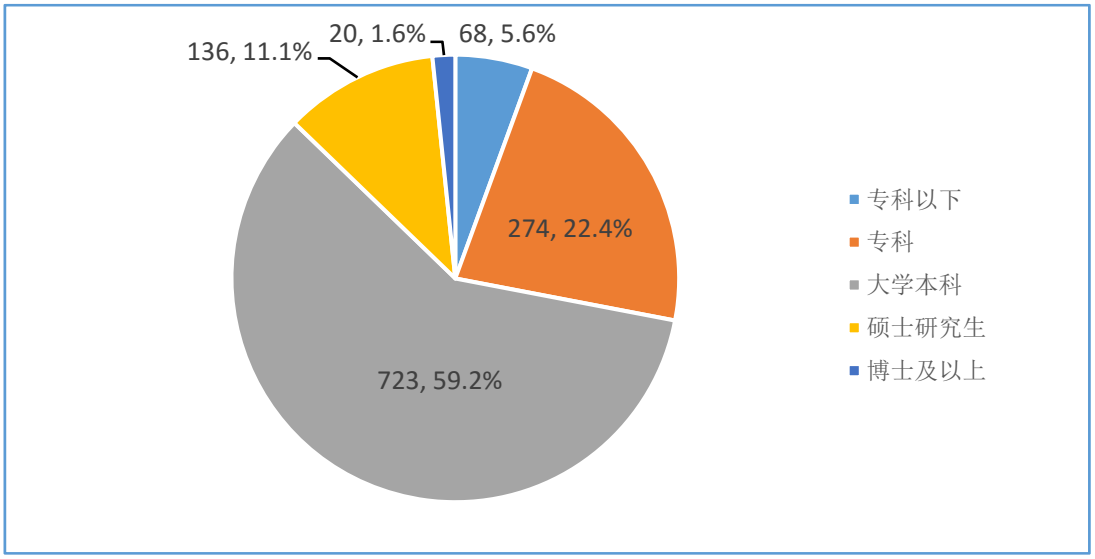


图 3 用户学历分布

（四）用户月收入主要集中在 5000-10000 元，该区间占比为 33.4%，其次月收入 3000-5000 元和 10000-20000 元用户合计占比 50.1%，月收入 3000 元以下用户占比为 8.4%，月收入 20000 元以上用户占比为 8.1%。

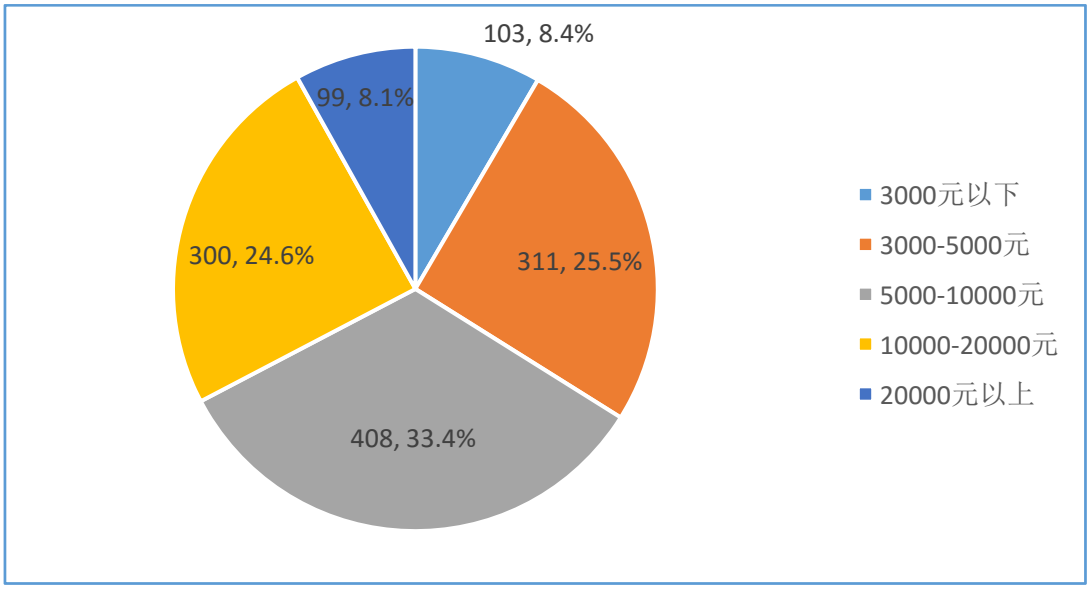


图 4 用户月收入情况

（五）从用户职业来看，企业员工占总人数的 75.9%，离退休人员占比 4.2%，自由职业者占比 4.0%。

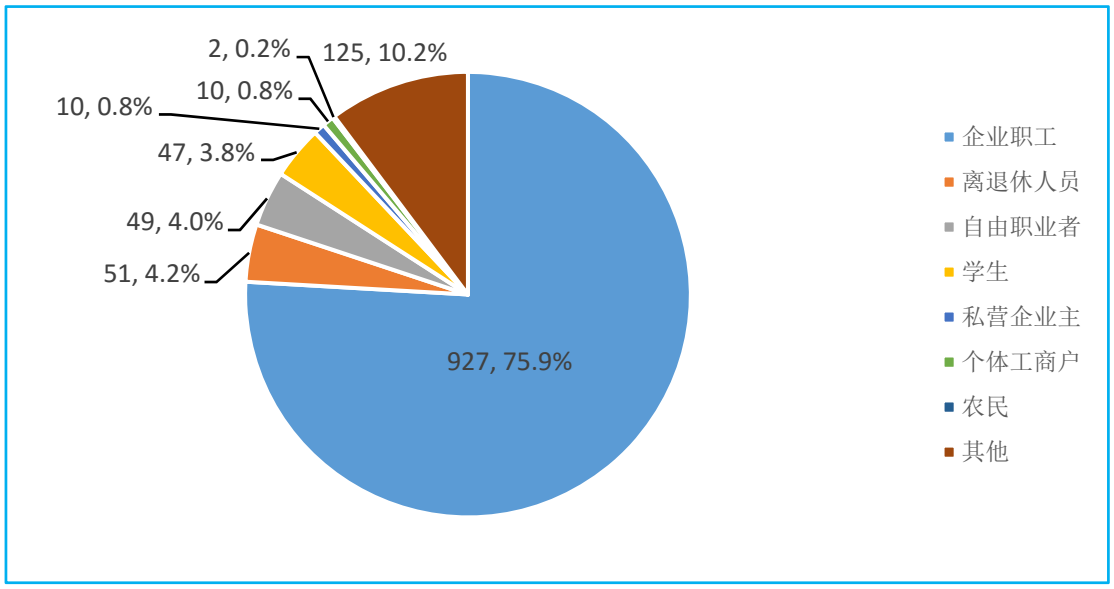


图 5 用户职业情况

（六）分布在上海、山东和北京等地预付卡用户较多，其中上海市用户占比最高，达 28.3%。

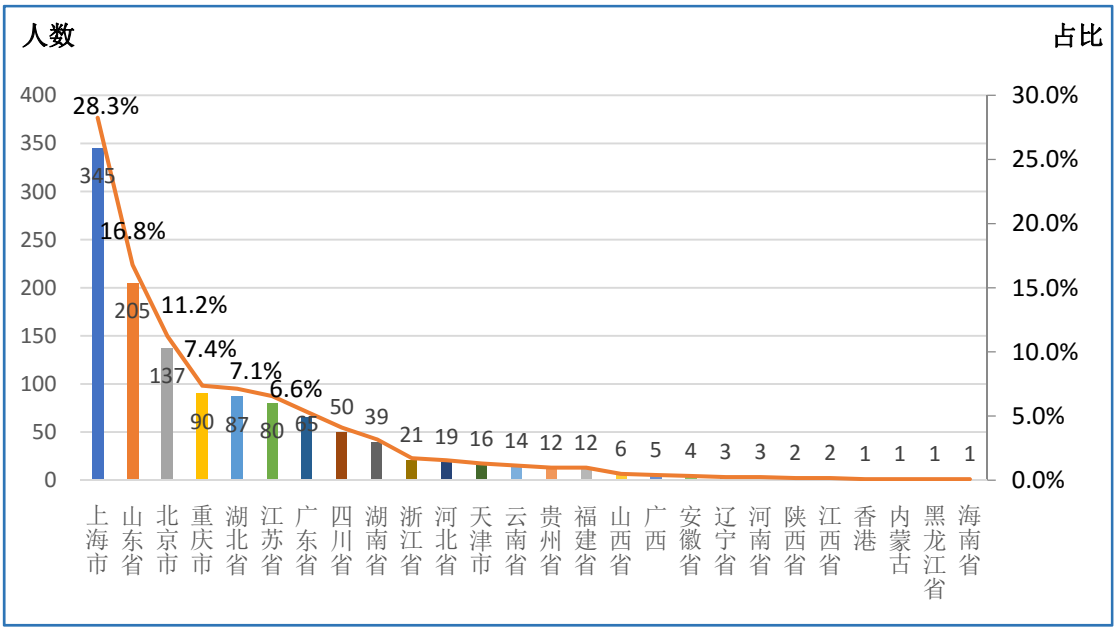


图 6 用户所在地区

（七）直辖市、省会城市和地级市地区的预付卡用户占比较高。其中，直辖市用户占比最高，达 50.0%。

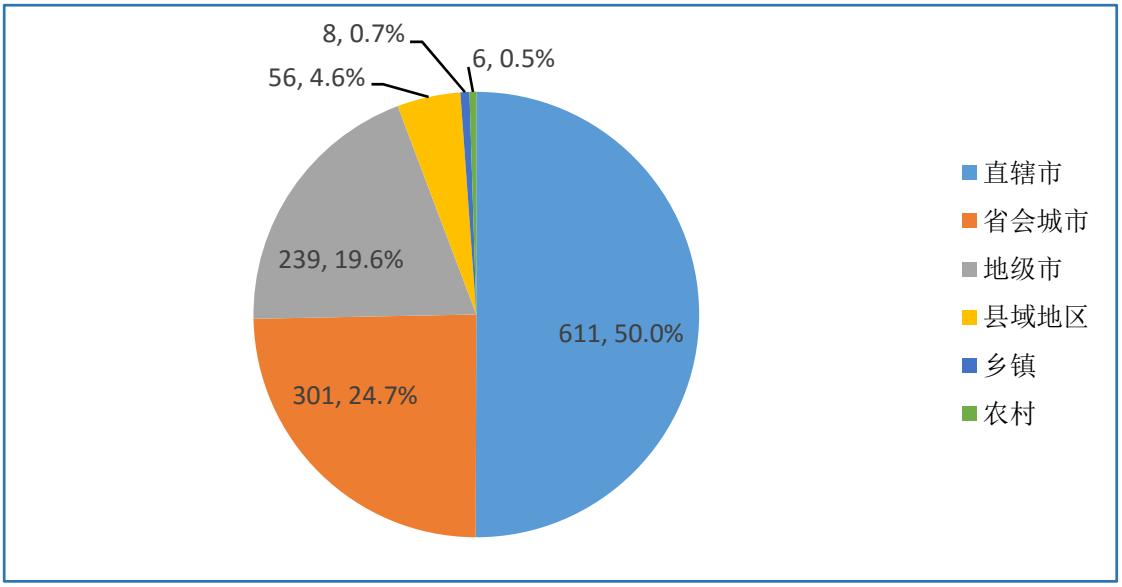


图 7 用户所在区域

二、用户消费习惯及偏好

（一）预付卡来源分析

大部分预付卡来源于企业福利发放，占比达到 69.5%；自己充值或购买和礼品馈赠分别占第二、第三位。

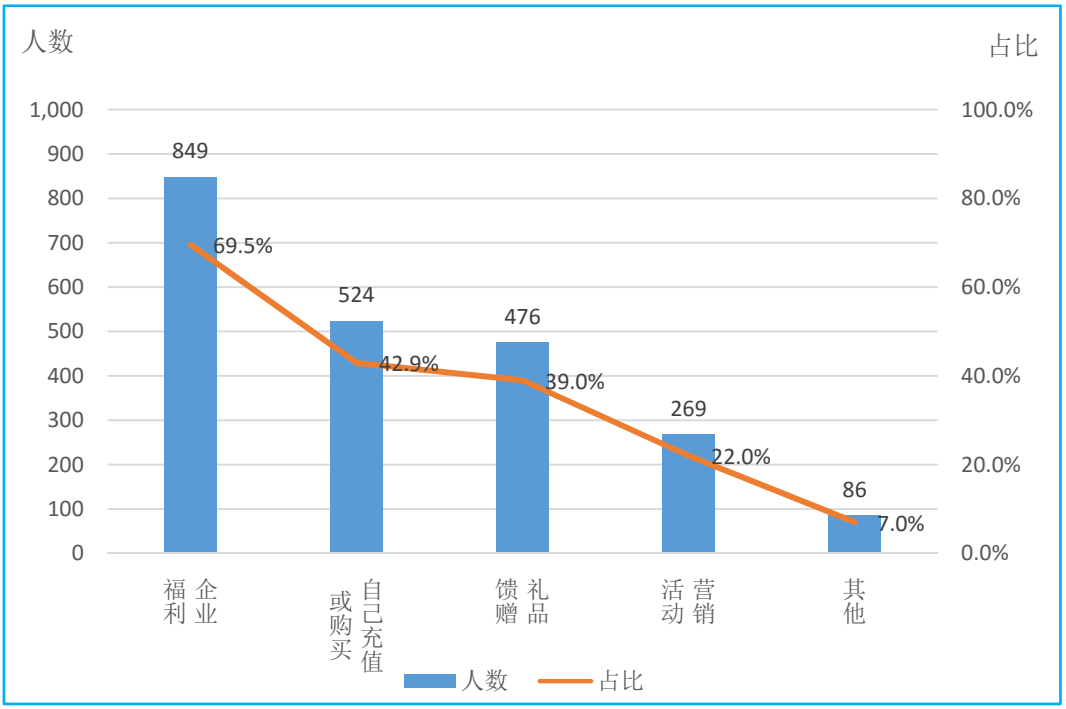


图 8 预付卡来源渠道

（二）预付卡渠道分析

从了解预付卡的渠道来看，朋友推荐、媒体广告和搜索引擎均占一定比例。

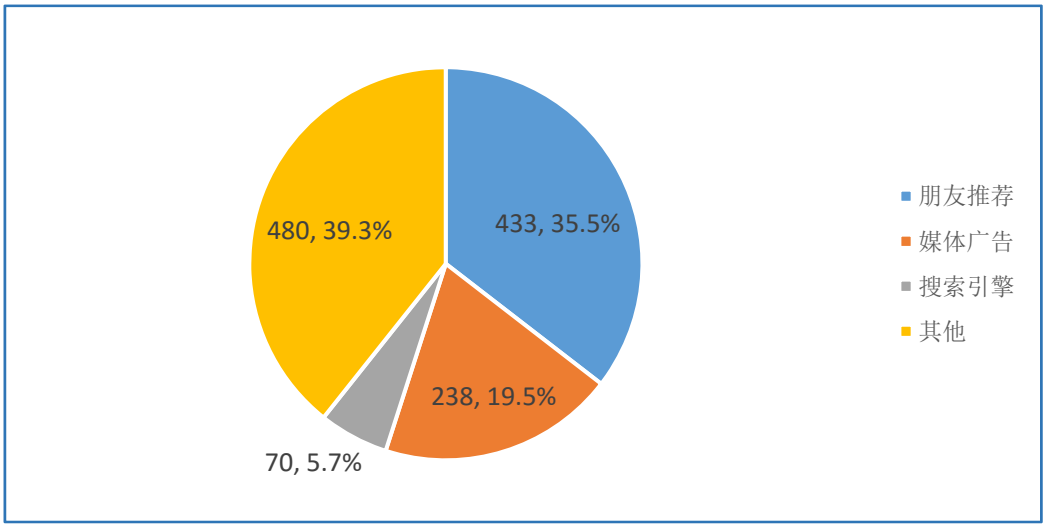


图 9 了解预付卡渠道

（三）预付卡使用介质分析

磁条卡和芯片卡是持卡人使用过最多的介质，预付卡在

移动端的应用和拓展提升空间较大。

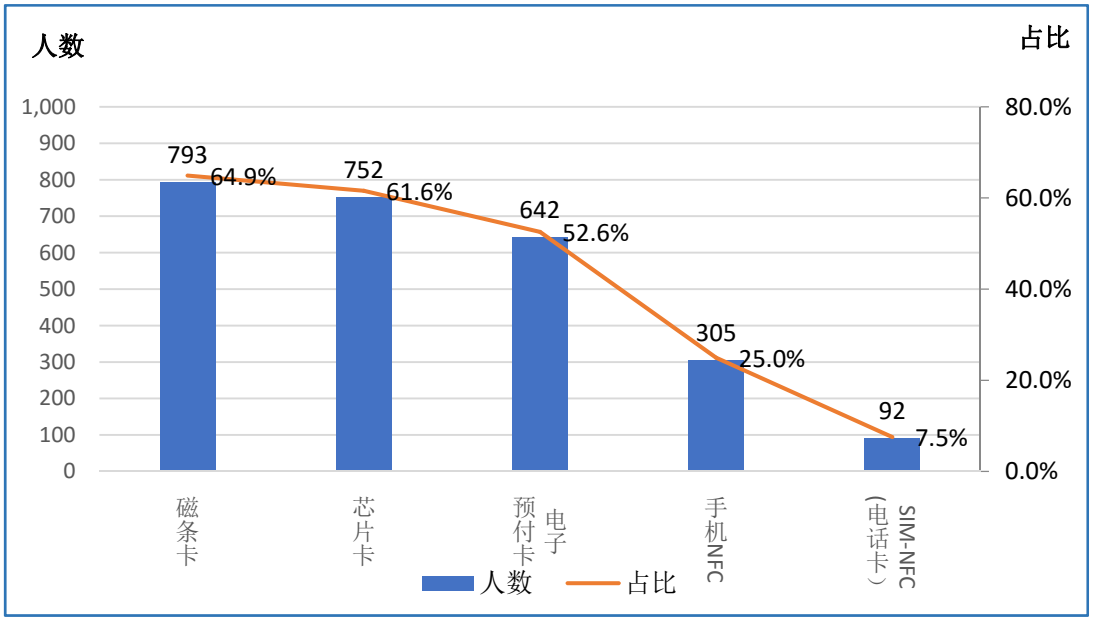


图 10 预付卡使用介质总体分析

（四）用卡特征分析

1. 用户持有的预付卡金额主要集中在 1000 元以下。其中，500~1000 元占比最高，达到 41.4%。

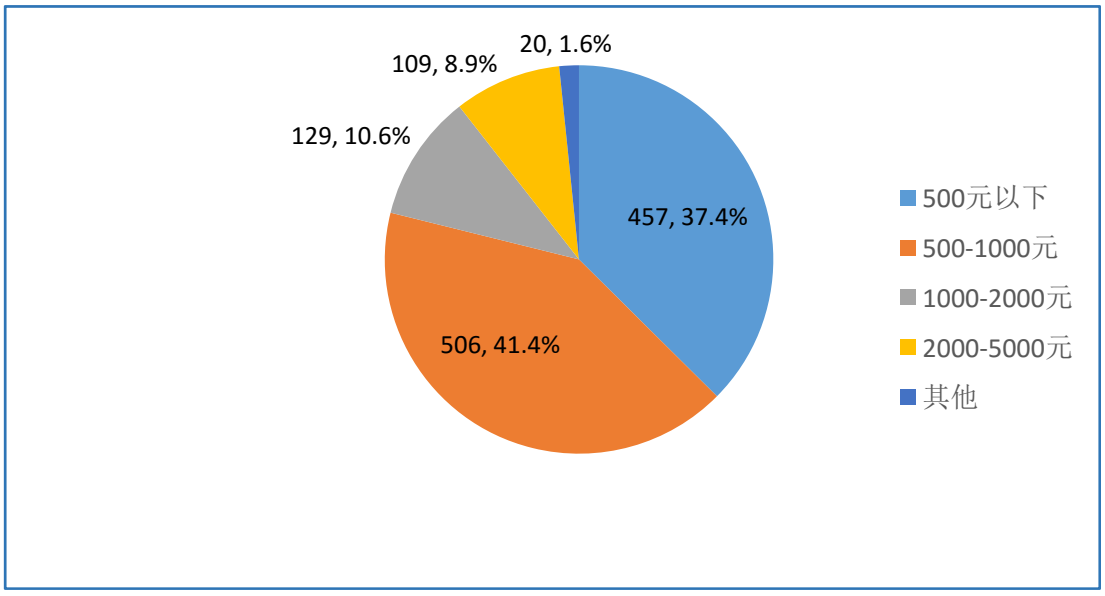


图 11 持有预付卡金额

2. 使用预付卡三年以上的用户占比达到 51.4%，一年到

三年的用户占比 20.5%，三个月到 1 年的用户占比 17.3%。

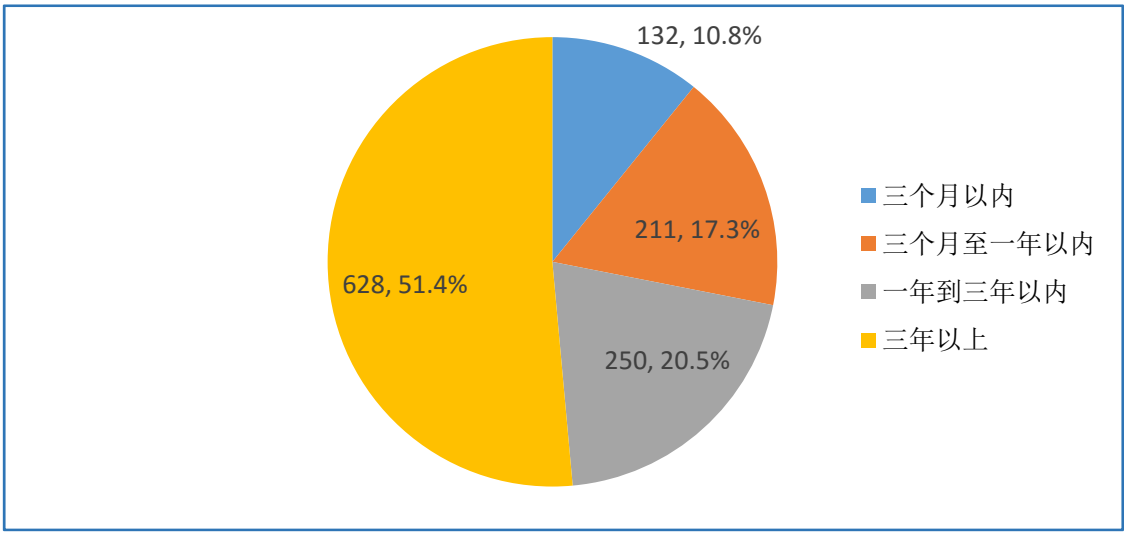


图 12 使用预付卡时间

3.用户使用预付卡频率占比最高的是每月使用一次，占比为 35.3%，每周使用一次占比 30.2%。

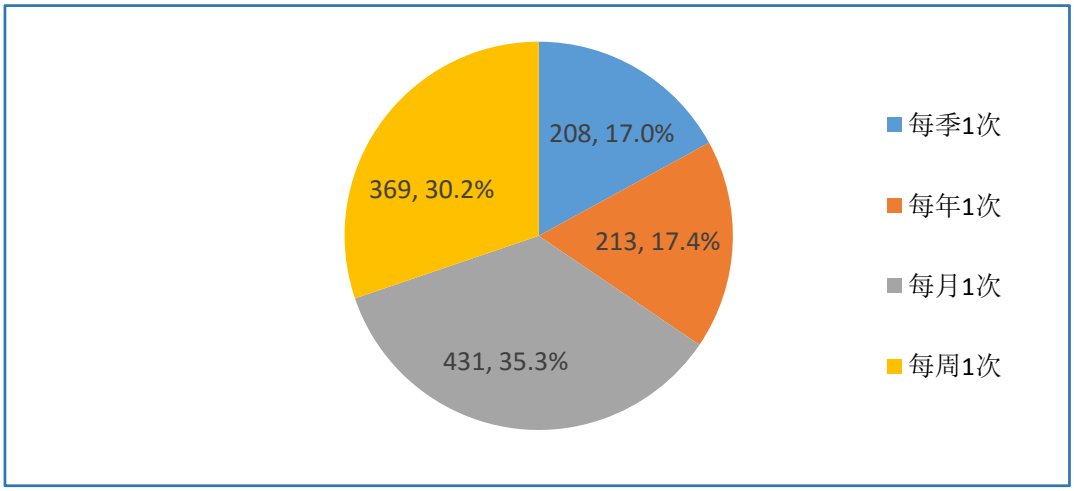


图 13 使用预付卡频率

4.预付卡消费金额区间主要集中在 1000 元以下。其中，100~500 元占比为 62.2%，100 元以下金额占比为 35.2%，500~1000 元占比为 25.2%，预付卡小额支付的特点较为突出。

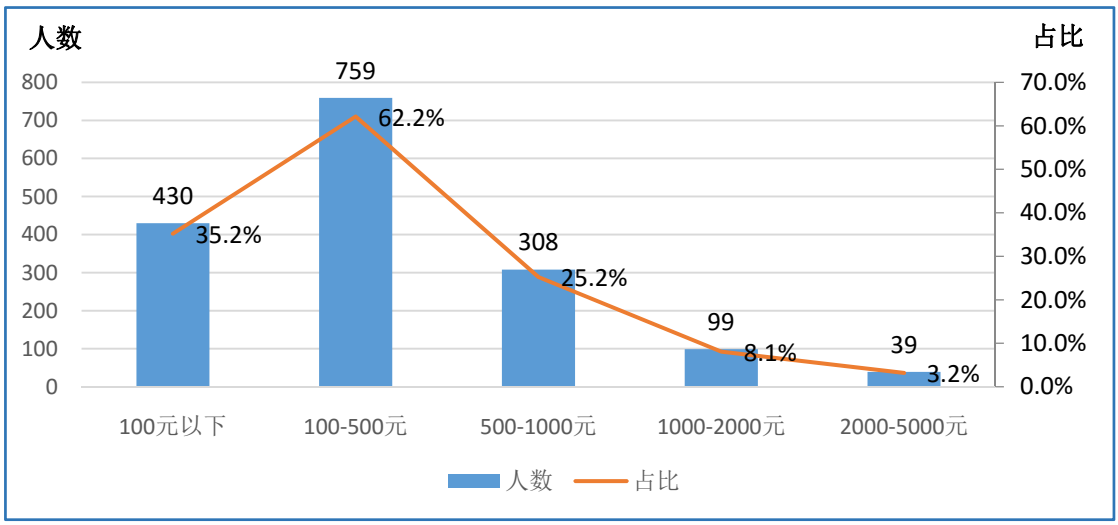


图 14 预付卡消费金额

5. 用户更习惯使用实体卡作为预付卡支付载体，占比达到 77.4%，移动端被扫的用户数量相对也比较大，占比达到 50.0%，移动端主扫的用户数量占比最小。从年龄层分布来看，使用移动端扫码（包括主扫和被扫）和移动端线上扣款方式的用户主要集中在 50 岁以下客户群体。

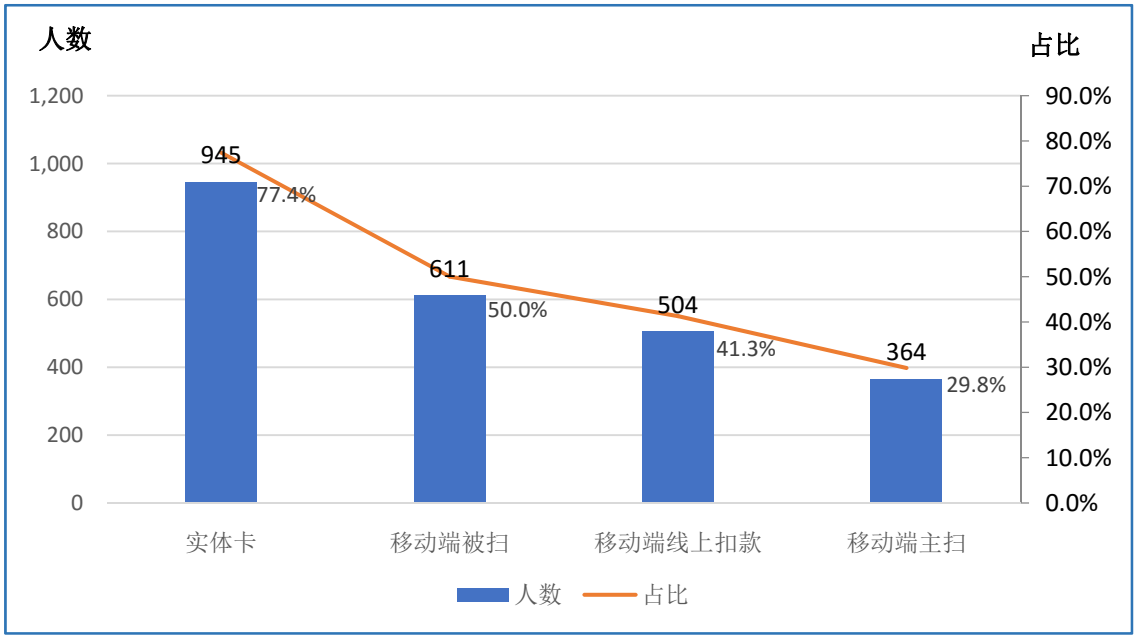


图 15 支付方式

6. 在各类用卡场景中，生活类、交通出行类和公共事业

类场景的使用率较高，占比分别达到 94.8%、35.3%和 31.2%。生活类消费场景包括超市、餐厅等。

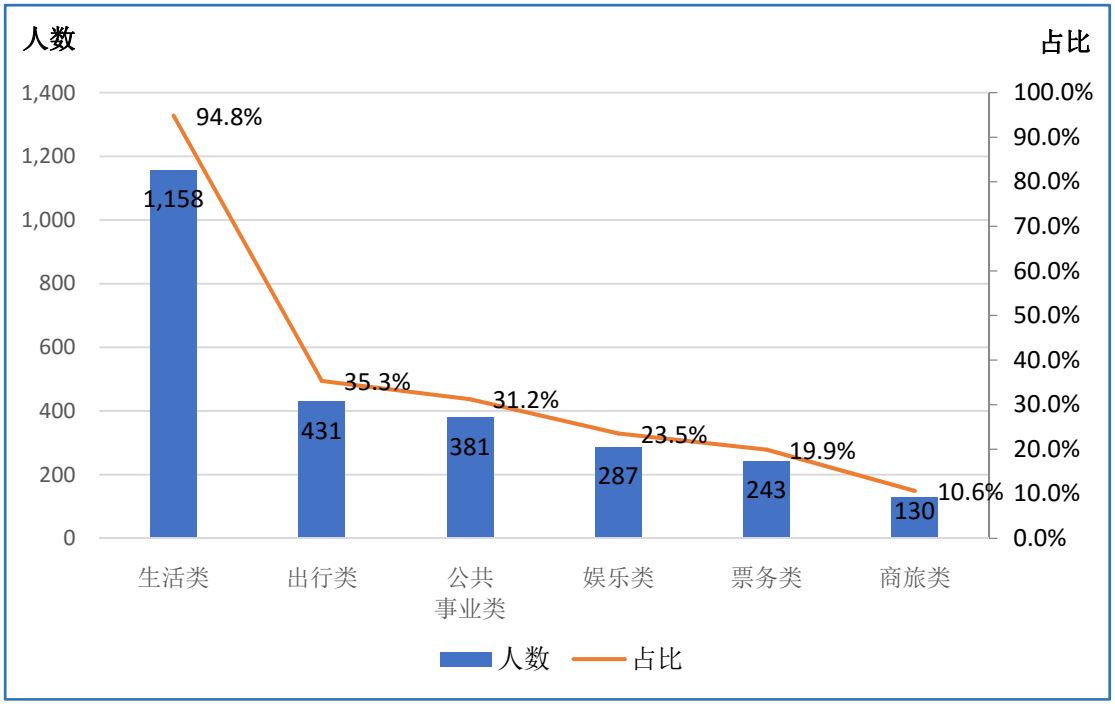


图 16 消费用途

7. 在生活类消费场景中，便民超市的使用率最高，占比达到了 87.1%，其次为日用百货，占比达到 72.6%。

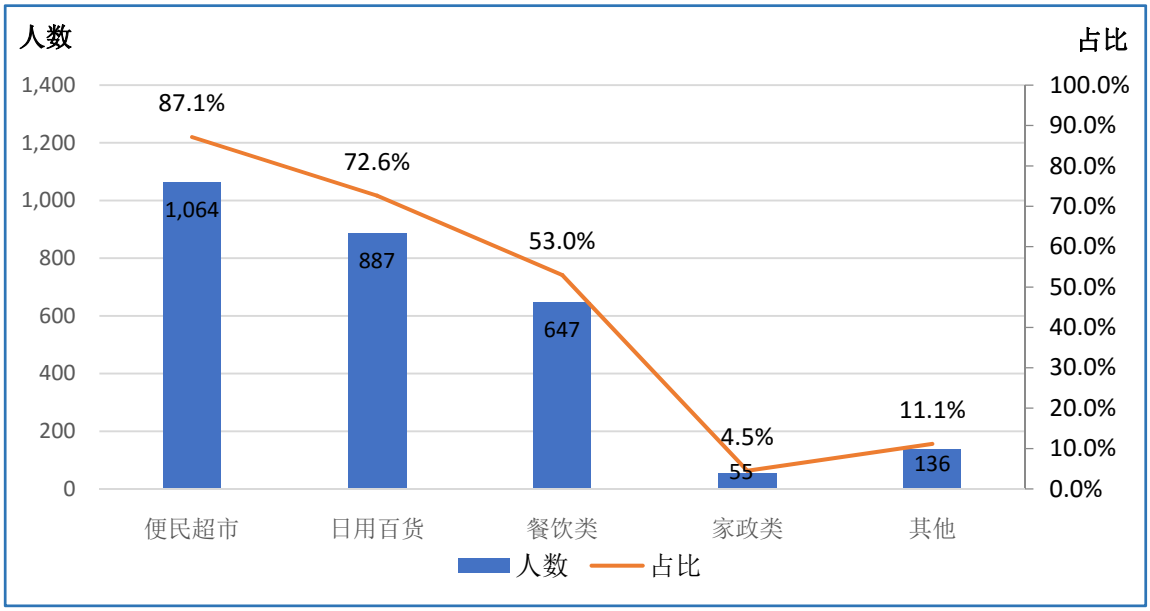


图 17 生活类商户类型

8. 从用户购买商品的种类来看，零食饮料等一些低售价的快消品购买频率较高，占比达到 86.2%。

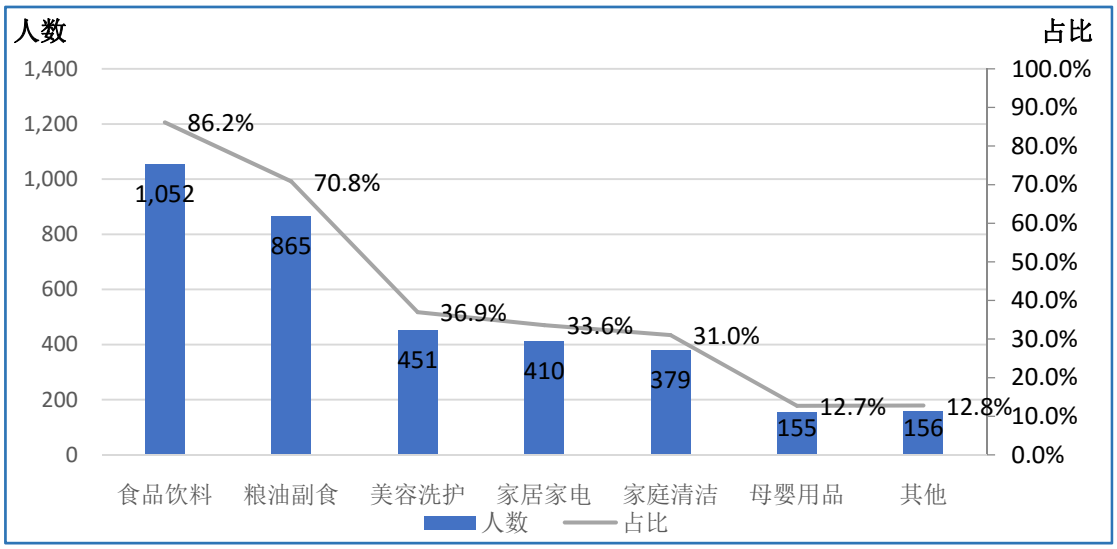


图 18 用户购买商品类型

9. 希望使用的预付卡提供移动互联网消费场景的用户占比高达 83.6%。移动互联网消费场景为用户提供了更加便捷的网络消费服务，可以随时随地完成，订单透明化程度高。

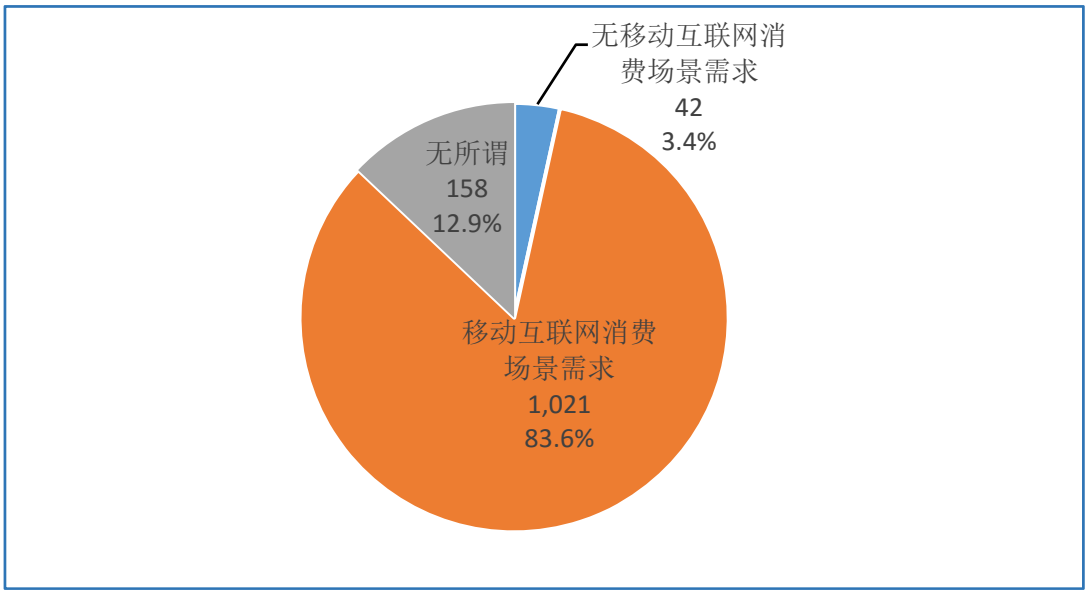


图 19 移动互联网消费场景偏好

10. 相较于现金、微信、支付宝等支付方式，在持有预

付卡的情况下，73.6%的用户更倾向于首先使用预付卡支付。

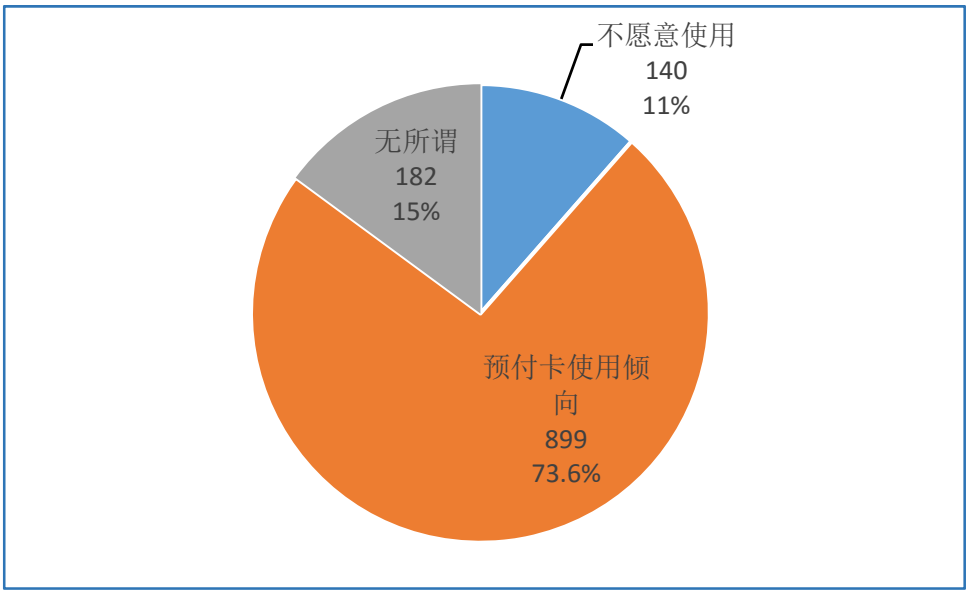


图 20 预付卡支付偏好

11.在卡内余额不足的情况下，用户通常使用微信、支付宝补齐差额，占比达到 68.8%。

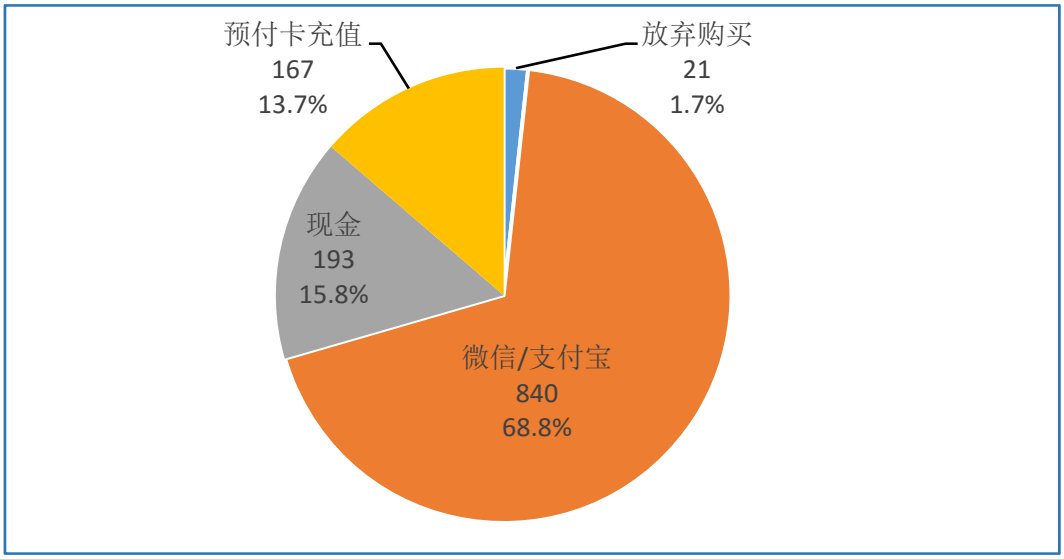


图 21 补款选择偏好

（五）用户对预付卡功能及特征分析

1.在用卡关注点方面，用户最关注预付卡支付的快捷性和用卡安全，占比分别为 81.4%和 73.6%。

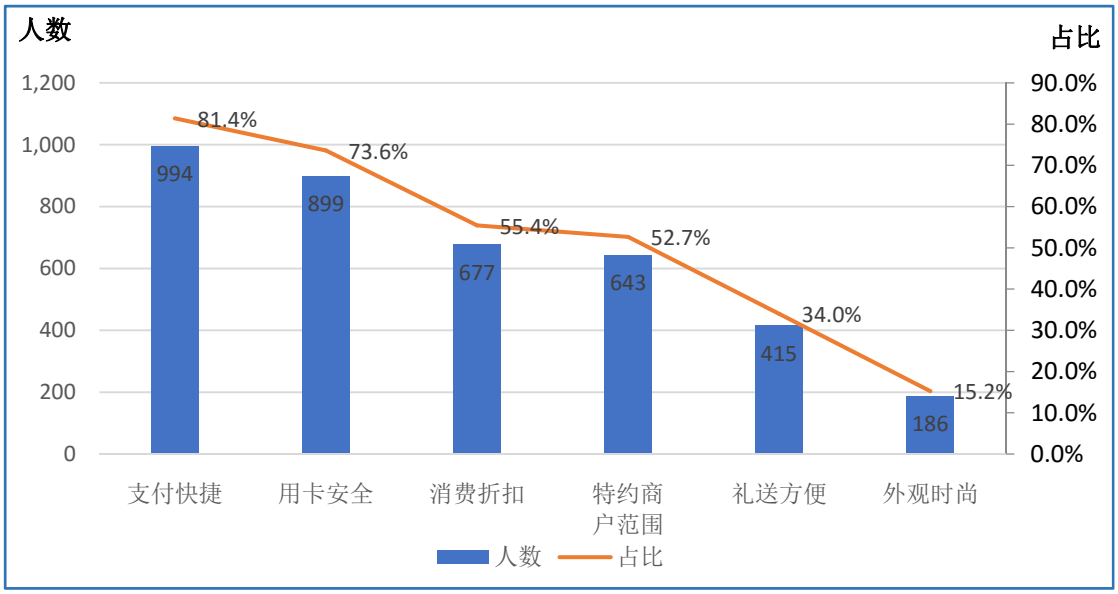


图 22 用卡关注点

2. 在用卡顾虑方面，可受理商户的范围是用户最关注的点，占比达到 75.0%。此外，支付环节的便捷性、用卡安全隐患和加收手续费也是用户重点关注的点。

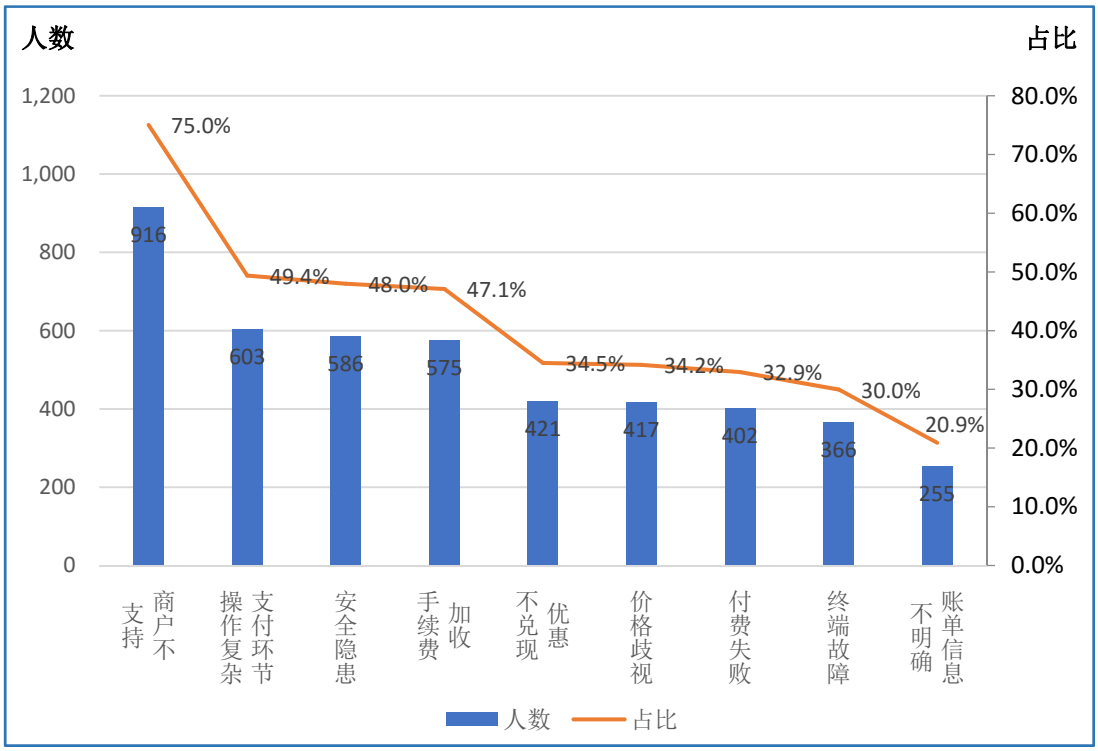


图 23 用卡顾虑

3. 在使用预付卡中出现安全问题时，用户更倾向于向支

付机构寻求解决办法、冻结相关账户或向监管机构投诉，占比分别达到 60.0%、60.0%和 57.7%。

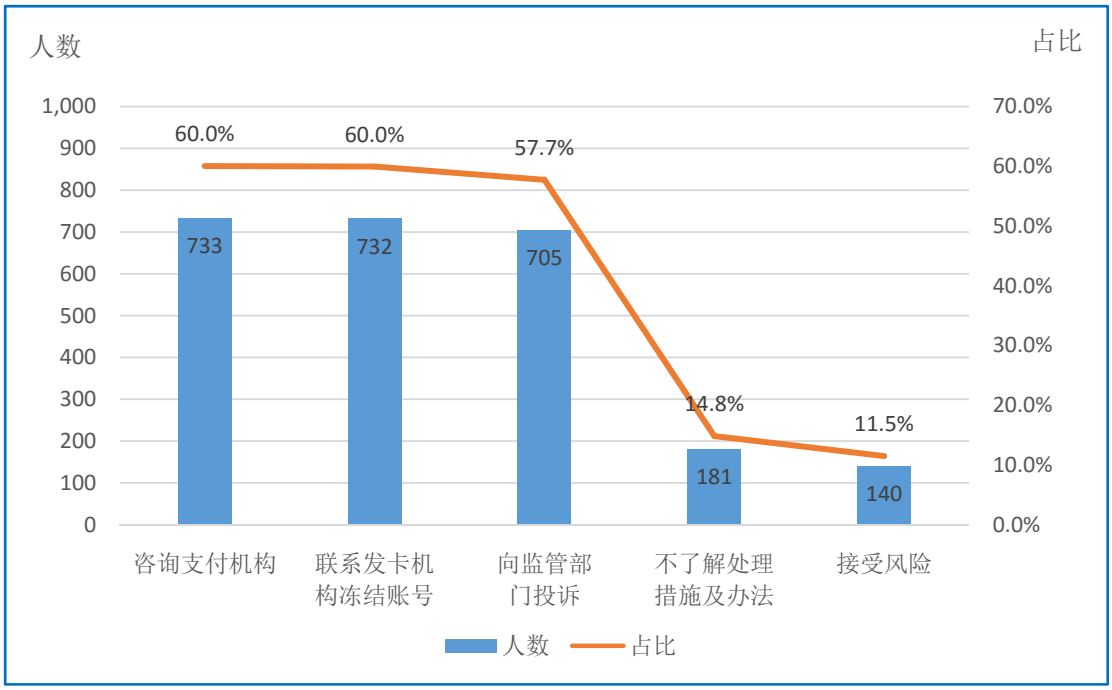


图 24 解决渠道

（六）用户对数字人民币使用情况分析

本次问卷也对预付卡用户数字人民币使用情况进行了调查，结果显示其中超过 60%的用户已注册数字人民币钱包，[①]使用过数字人民币用户接近 40%，超 70%的用户接受数字人民币预付卡进行消费。随着数字人民币的逐步推广，未来基于数字人民币支持的预付卡，将更加便捷、安全和智能化，该应用形式也将具有广阔的发展前景。

[①]使用数字人民币之前需先注册，60%的用户包含已注册数字人民币的用户和使用过数字人民币的用户。

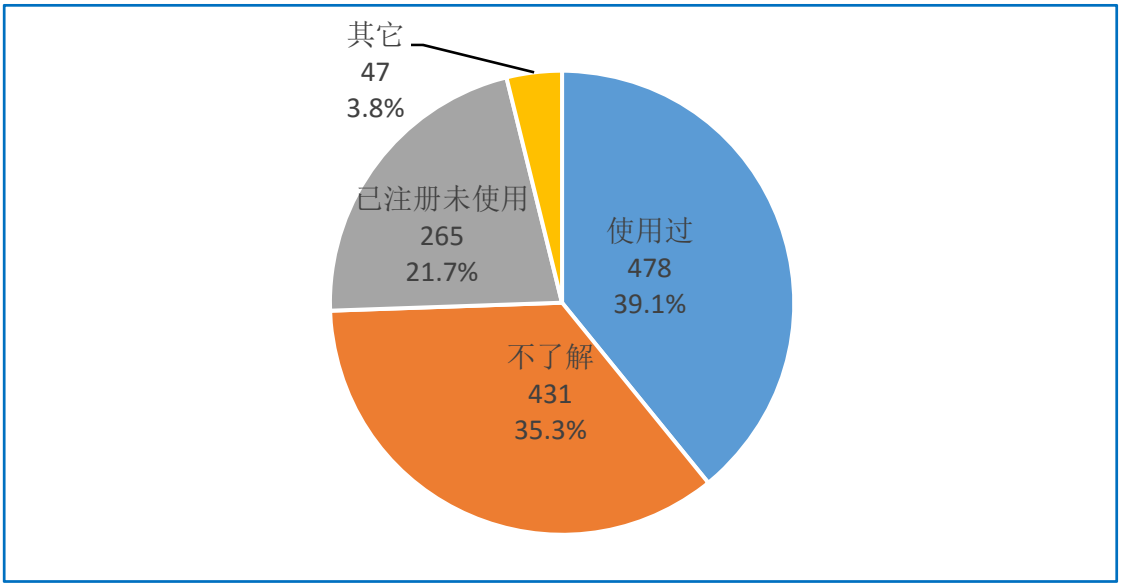


图 25 数字人民币使用情况

三、预付卡用户意见建议分析

（一）用户预付卡支付体验

1.提升用卡便捷性

有 22.6%的用户希望能通过商户收银系统直接支付，增加支付便利性，同时加强商户收银员操作培训，能够熟练受理预付卡支付。

2.开通线上支付受理

有 8.6%的用户建议未开通互联网受理场景的预付卡机构能够开通互联网受理场景，使用范围能够与传统实体门店相结合。此类用户普遍认为，互联网消费在支付便利性和商品价格上与传统的实体门店相比较具有一定优势。

3.扩大使用场景

除了增加线上消费场景以外，也有用户建议扩展预付卡的线下消费领域，如公共交通、娱乐类场景。

4.多元化充值和购买渠道

部分用户认为在预付卡的发售和充值环节，客户只能通过现金、银行转账等支付方式购卡或充值，与社会公众的消费支付习惯存在较大差异，因此希望尽快实现多元化充值和购买渠道，并能够借助微信、支付宝等平台提供售前、售中及售后服务。

（二）用户对预付卡安全性方面的意见建议

1.部分用户建议加强单用途预付卡的资金监管，避免出现单用途预付卡商户侵吞消费者资金的情况。

2.部分用户建议加强用户信息安全保障，收集用户个人信息要明确具体内容，对用户数据加密存储，不得过度使用，并防止信息泄露。

3.部分用户建议加强充值或支付环节的身份验证，包括进行多重验证等，以提高资金安全性。