

支付筑底、信贷放量、AI渗透 金融科技板块坐稳腾讯三分之一营收

中经记者 许璐 李晖 北京报道

金融科技增长势头不减。
近日，腾讯控股（0700.HK）（以下简称“腾讯”）发布 2025 年三

季度报告。报告显示，公司当季营业收入达 1928.69 亿元，同比增长 15%。其中，腾讯金融科技及企业服务板块第三季度实现营收 581.74 亿元，同比增长 10%，占总

营收比重达到 30%。
《中国经营报》记者注意到，2020—2024 年，腾讯的金融科技及企业服务板块营收规模从 1280.86 亿元逐年增长至 2119.56 亿元，呈

稳步提升趋势；占总营收比重在 30% 上下浮动，持续稳居腾讯第二大营收来源。毛利率从 2020 年的 28% 提升至 2025 年第三季度的 50%，规模效应进一步显现。



支付底座——线上强劲、线下回暖

支付业务底座的稳固，从去年以来微信支付牌照主体财付通的两次增资可见一斑。

腾讯在 2025 年三季报中表示，金融科技服务收入同比以高个位数百分比增长，主要受益于商业支付活动及消费贷款服务的收入增加。

腾讯金融科技业务主要由支付、投资理财与信贷业务构成。其中支付版图包括财付通、微信支付和 QQ 钱包；投资理财板块包括腾讯理财通、腾讯自选股等；消费信贷业务包括依托财付通小贷的微信“分付”业务。体系外部分还涉及参股子公司微众银行的核心产品微粒贷。

支付是整个腾讯金融科技的根基。根据腾讯三季报，微信

及 WeChat 合并月活跃账户数从 2020 年的 12.25 亿增长至 2025 年第三季度的 14.14 亿，这也为微信支付与衍生金融服务提供稳定流量。

财报显示，三季度商业支付金额增速较第二季提升，得益于在线支付金额强劲增长，及线下支付金额趋势改善，尤其是在零售和交通行业。

博通咨询金融行业首席分析师王蓬博认为，这一方面反映了整体消费回暖，另一方面也说明消费者进一步走向“无感化”支付。“线上支付金额增长明确，而线下支付金额仅仅是趋势性改

善，还未恢复到最高时期。线上增长主要由高频、小额的社交电商、内容付费及小程序交易驱动，而线下复苏则集中在零售（尤其是连锁便利店、商超）和交通出行（地铁、公交、共享出行）等刚需场景。”他表示。

支付业务底座的稳固，从去年以来微信支付牌照主体财付通的两次增资可见一斑。2024 年 3 月，财付通的注册资本由 10 亿元增至 153 亿元，成为彼时注册资本最高的支付机构。今年 6 月，财付通增资至 223 亿元，与第二名差距逼近 180 亿元。

记者从多位支付市场人士处

了解到，财付通的持续增资，主要还是受到自身业务体量与《非银行支付机构监督管理条例》影响。据记者今年年中了解，线下移动支付市场上，微信支付市场占有率已达到八至九成。

与几年前相比，移动支付的增长逻辑已经出现变化。多位业内人士表示，早年支付增长多依赖于社交体系带来的自然裂变与用户规模扩张，目前支付的基础功能已经高度同质化，支付机构获得增量的方式更多依赖场景深度、商户数字化能力、服务质量和稳定性。对于巨头而言，“支付+”同样是必选项。

自营消费信贷业务放量

2020 年以来财付通小贷累计增资 6 次，2025 年 11 月的最新一次增资中，其注册资本从约 105 亿元增加至 150 亿元，一定程度折射出财付通小贷促成贷款余额的快速增长。

根据财报，金融科技及企业服务板块的毛利率从 2020 年 28% 提升至 2025 年第三季度的 50%。对此，腾讯控股首席战略官兼高级执行副总裁 James Mitchell 在 2025 年三季度财报电话会议中表示，毛利率改善并非成本削减的结果，更多来自收入结构的积极变化。

具体到金融科技板块来看，除了支付基本盘，消费贷款业务增加成为推动收入和利润增长的重要驱动。

目前，腾讯涉及的消费信贷业务，包括体系外微众银行（腾讯持股 30%）核心产品微粒贷。据微众银行财报，至 2024 年末，该行个人消费贷余额为 2027.75 亿元。此外，则是依托财付通小贷的微信自营消费信贷产品“分付”，虽然还处于“灰度

测试”阶段，但已明显起量。

公开信息显示，自 2020 年以来财付通小贷累计增资 6 次，2025 年 11 月的最新一次增资中，其注册资本从约 105 亿元增加至 150 亿元，一定程度折射出“分付”和其他相关产品促成贷款余额的快速增长。

根据《小额贷款公司监督管理暂行办法》，小额贷款公司与商业银行联合发放的网络贷款的单笔出资比例不得低于百分之三十；小额贷款公司通过银行借款、股东借款等非标准化形式融入资金的余额不得超过其上年末净资产的一倍。小额贷款公司通过发行债券、资产证券化产品等标准化形式融入资金的余额不得超过其上年末净资产的四倍。如果以 5 倍杠杆折算，150 亿元注册资本理论上至少可

撬动 750 亿元融入资金。

在王蓬博看来，支付和信贷的协同逻辑，核心在于以高频支付场景为入口，提升用户活跃度和黏性，并通过数据沉淀反哺风控模型，进而推动循环授信产品渗透。“近年来，微信支付凭借社交生态优势持续巩固其在 C 端的市占率，在信贷端则采取相对克制但精准的策略，避免激进扩张带来的合规风险，同时借力小程序电商、视频号直播等新场景加速信贷产品的自然嵌入，形成轻量级但高转化的竞争路径。”他表示。

此外，根据财报，企业服务收入同比增长十几个百分点，受益于云服务的收入增长（其中包括企业客户对 AI 相关服务需求上升带动的增长），以及由于微信小店交易额扩大而带动的商家技术服务费收入增长。

在南开大学金融发展研究院院长田利辉看来，从腾讯财报可以看到几个特点：一是增长结构优化，前期依托支付、理财高增长，近年视频号带货技术服务费等企业服务成新引擎，平衡金融科技依赖；二是战略转向，在宏观周期波动下，降低对单一业务的依赖，强化抗风险能力；三是占比波动体现企业主动寻求动态平衡，未来或持续向技术驱动型服务倾斜，如 AI+金融、产业互联网。

此外，田利辉也提示，应该注意下一阶段业务的竞争、合规和创新：一是高毛利领域竞争加剧，如云服务面临阿里、华为挤压，理财服务受传统银行冲击；二是合规成本攀升，金融监管趋严，信贷、理财业务需投入更多风控与合规资源；三是过度依赖高毛利业务可能弱化创新动力。

新变量：全球化和 AI

跨境支付和 AI，正在空间和效率上为支付产业撕开增量空间。

“腾讯金融科技业务正经历从规模扩张到质量深耕的转型，毛利率提升与占比波动是其应对监管、市场变化的战略弹性，未来需在创新与合规间寻找可持续增长路径。”田利辉向记者表示。

记者注意到，跨境支付和 AI，正在空间和效率上为支付产业撕开增量空间。不久前的 2025 新加坡金融科技节期间，关于支付互联互通，腾讯金融科技副总裁洪丹毅表示，“AI 能够成为提升互联互通的重要能力，能像‘翻译官’一样在不同系统之间架起桥梁。”官方信息显示，目前微信支付跨境网络已覆盖 74 个国家和地区，并与超过 40 个境外电子钱包建立互联互通合作关系。

记者注意到，今年以来，在跨境支付的产品侧，微信支付开始发

力。近期 TenPay Global 全球收银台在新加坡和中国澳门推出，微信小程序商家可在微信公众平台通过 TenPay Global 全球收银台接入信用卡、借记卡、PayNow 以及澳门中银 BOCPAY 等支付方式。

腾讯方面向记者表示，TenPay Global 主要涵盖三大垂直板块：跨境汇款、跨境消费、跨境商贸服务。秉持“1+1+1”的合作理念，腾讯作为第一个“1”，输出技术能力、微信生态及用户规模优势；第二个“1”是联合当地金融合作机构，借助其对本地合规环境和文化的深耕，补齐本地化短板；第三个“1”是携手虾皮、亚马逊、VISA 等大型品牌，扩大商户与合作伙伴覆盖。

在王蓬博看来，全球收银台现阶段主要是解决海外本地人不能

在本地商户进行小程序支付的问题，核心场景是微信小程序生态内的商户，聚焦于生态闭环内的交易支付，还处于开拓市场阶段，从对标蚂蚁集团的 Alipay+ 角度看，目前重点还是提升生态覆盖和产品体验，市场天花板还远未到。

此外，随着 AI 应用爆发，支付与 AI 的结合也在为腾讯的创新提供想象空间。根据腾讯总裁刘炽平在三季报电话会议上表示，未来，微信会拥有一个 AI 智能体，可以帮助用户在微信生态内完成大量任务。财报显示，腾讯 2025 年第三季度的一般及行政开支同比增长 18% 至人民币 342 亿元，主要由于研发开支增加，特别是 AI 相关举措的投入。

记者注意到，另一大支付巨头支付宝在 2025 Inclusion·外滩大会

上推出国内首个“AI 付”服务，并率先在瑞幸咖啡的 AI 点单助手“Lucky AI”上线，用说话的方式完成下单并支付，成为行业首次打通智能体内的下单与支付全链路的服务。

腾讯公司副总裁、腾讯金融科技业务负责人林海峰在 2025 新加坡金融科技节上透露，可以利用多模型深度机器学习，可以智能识别违背支付基本规律的交易，在微信支付上实现极低的欺诈率。

王蓬博认为，当前 AI 在金融场景的应用仍受制于数据合规边界与模型可解释性要求，短期内更可能辅助人工决策，而非完全替代。但长期看，谁能将 AI 深度融入支付、信贷、消费的全链路，谁就可能在下一代金融服务竞争中占据先机。

瞄准有房贷、车贷用户 消费金融风控“搭便车”

中经记者 郑瑜 北京报道

在消费金融增量市场趋缓、行业竞争加剧的背景下，消费金融公司也在不断尝试变化突破当下“二八分化”的行业格局。

日前，《中国经营报》记者看到北银消费金融有限公司（以下简称“北银消金”）、中银消费金融有限公司（以下简称“中银消金”）推出适用人群为有房贷用户的相关信用消费贷款产品。

头部消费金融公司内部人士向记者表示，将房贷、车贷客群标记为“有房客户”“有车客户”，本质是基于这类客群已通过银行信贷审批、具备稳定收入

存量客群成为运营重点

根据北银消金官网，其产品“轻松贷—居易贷”定位为向有房贷的客户提供的信用消费贷款。

同时，中银消金 App 显示，其产品“新易贷—信用贷”中适用人群除了拥有房产、公积金等人群，也包括拥有房贷、车贷增信的优质客群。

博通咨询金融行业首席分析师王蓬博表示，聚焦有房贷、车贷的客群本质上是基于其有稳定负债记录和资产抵押的信用画像进行精准营销。

“寻找不同的场景、不同的客群是解决客户来源的核心问题，差异化的人群可以给风控模型更多的标签。”一家产业系消费金融公司内部人士透露。

有从业者认为，银行在发放房屋贷款的时候，已经对相应借款人做过筛查，这种筛查在自身机构发放消费贷款的时候就是一道很好的“前置程序”。

部分信贷从业者认为，征信白户（在征信报告中没有开过信用卡和没有任何信贷记录的客户）的审查成本与潜在

与良好信用记录的前置筛查优势，将其视为综合资产相对较好的潜在客群。

一位受访行业人士表示，这一趋势背后，是机构在增量市场见顶下对存量客群挖掘之举。房贷客群经银行信贷审批筛选，具备稳定收入与良好信用记录的潜在优势，被视为优质目标群体。

不过需要注意，在机构试图在风控环节“搭便车”的同时，多头借贷导致的共债风险也需要重视，如何在挖掘客群价值与防范杠杆过高、连锁违约之间寻求平衡，成为消费金融行业亟待破解的课题。

风险高于已经获得过银行贷款人群，尤其是已经获得银行房屋贷款的人群，这也促使一些机构产生搭银行风控“便车”的想法。

素喜智研高级研究员苏筱芮表示，部分消费金融公司对有房贷、车贷的客群推出消费贷款产品，背后主要存在两种可能情形：一是房贷、车贷通常已有其他金融机构授信，并非征信白户，此类情况或能为后续其他机构进一步授信提供相应参考；二是在增量市场逐步见顶的情况下，挖掘存量客群尤其是已有借贷习惯的客群路径相对更短，例如多家上市助贷公司均具有较高的复贷率。

记者注意到，上市助贷公司信也科技（NYSE:FINV）、奇富科技（NASDAQ:QFIN、HKEX:3660）2024 年年报显示，国内平台重复借款用户（过往成功借款的重复用户）占比分别达到 86.5%、93.1%。乐信（NASDAQ:LX）也在报告期内表示，平台约 89% 的活跃用户为重复用户，即当年或往年曾在平台完成至少一笔交易的用户。

警惕多头借贷风险

有房贷、车贷的存量客群因自带银行前置风控背书的优势，成为机构争夺的新焦点，而多头借贷引发的共债风险也同步成为行业需重点应对的挑战。

某消费金融公司高管在一场今年针对消费金融业务发展的内部研讨会上提到，当前市场客户多头借贷严重，年均征信查询 25 次。

“共债”又称“多头借贷”，即同一个借款人在多个金融机构或平台同时存在债务。

招联首席研究员、上海金融与发展实验室副主任董希淼表示，个人消费贷款要努力防范“共债风险”。“在当前经济周期之下，这种‘多头借贷’将增加借款人杠杆率，也容易引发连锁违约。金融机构应严格贷前调查关，通过查询个人信用报告，仔细分析‘信贷交易信息明细’中的贷款和信用卡账户数、授信总额、已用额度等。”董希淼介绍道。

董希淼强调，如果发现客户在短时间内有多家机构的审批查询记录，应审慎对待。在对借款人进行授信时，应实施“刚性扣减”，即授信额度应扣减在其他机构已经获得的借贷。金融管理部门或行业协会可组织建立的信息共享平台，打破金融机构、平台间的“信息孤岛”，让“老赖”和“共债者”无处遁形。这是解决共债问题的根本途径之一。

前述消费金融公司内部人士也强调，但“有房贷”标记仅为资质评估要素之一，不直接决定授信结果。“实际审批中会进行多维综合评估，即便客群有房贷、车贷，仍可能因负债过高、收入稳定性不足等因

素被拒绝，或获批较低额度，例如工薪族与小微企业主虽可能均有房有车，但前者因收入更稳定，获批额度或更高、定价或更低。”

苏筱芮表示，对于已有贷款的人群，一方面在考虑新增借贷之前，先算清名下房贷、车贷、信用卡欠款等所有月度债务支出的总和，结合月收入及工作稳定性加以谨慎评估；另一方面也需警惕“以贷还贷”陷阱，勿轻信中介所谓的“债务优化”或“债务重组”方案，这些操作往往伴有高额手续费，最终可能使借款人陷入“拆东墙补西墙”的恶性循环。

王蓬博坦言，叠加授信确实有可能加剧个人债务脆弱性。虽然机构通常会通过收入负债比等指标做初筛，但在实际操作中，若缺乏对借款人整体债务结构的穿透式评估，容易导致以贷养贷或流动性错配风险上升。监管层近年来已多次强调防止多头借贷，这类产品若风控模型未充分纳入存量负债压力测试，确实存在加重综合债务负担的隐患。

王蓬博建议，借款人群应该转变意识，将能够正常生活作为标准，将所有固定支出（包括月供、生活成本、应急储备）与可支配收入进行匹配，确保新增贷款月还款额不超过收入的 20%—30%；此外，主动使用银行或第三方提供的债务整合工具，测算综合负债率和现金流覆盖能力；更重要的是，避免因短期消费冲动或利率诱惑而忽视长期偿债可持续性。

截至发稿，北银消金、中银消金未就针对有房贷或车贷客群布局信贷产品及风控相关问题正式回应。