

当前移动支付首选还是支付宝与财付通，但是随着其它第三方移动支付平台的不断完善，未来移动支付行业将会越来越热闹，第三极即将走进千家万户。



“嘀”，“支付成功”，从上海回乡过春节的阿明（化名）在西南乡下的一间小小的副食店成功使用微信支付功能购买了一箱啤酒，随后又与老家亲戚们的孩子们交换了“花花卡”以求帮还花呗，在春节期间小明在老家很少使用现金，基本上都是使用微信或支付宝移动支付。

从阿明的经历可以看出中国移动支付的发展进程已经到了“上山下乡”的地步了，并且也能清晰的看出移动支付行业是明显的微信、支付宝两级格局。

得移动支付行业者掌握价值

支付宝与财付通（包括但不限于微信支付）统治中国移动支付行业已经多年，艾媒咨询数据显示：财付通与支付宝两者在 2018 年 Q1 的市场份额占比高达 94%，是当之无愧的王牌。支付宝与财付通成为王牌不仅靠“先机”，还靠实力。

首先，两者都具有良好的群众基础，支付宝与微信月活跃量都在 4 亿以上；其次，两者的用户使用体验良好，不仅有快捷支付方式，而且在全国线上线下都能通用；最后就是两者的国际化水平都高于国内同类产品，支付宝支付已经支持超过 40 个国家和地区，财付通也达到 49 个国家支付接入。

支付宝与财付通两强地位依旧无人能敌，但仍然给市场留下了一小部分市场，由于中国移动支付是一块百万亿的大蛋糕，拥有了三大价值，即便只有 6% 的市场份额也足够诞生 “第三极”。

一是移动支付行业具有广阔的市场，恒大研究院发布的《2018 年中国移动支付报告》数据显示，2018 年中国移动支付规模达 202.93 万亿人民币，近五年平均增速 181%，约为美国移动支付规模百于倍。二是移动支付能够增加企业现金流。现金流是企业赖以生存的血脉，不仅能够反映企业的盈利能力，还在一定程度上决定着企业的市场价值，移动支付则具有增加企业现金流的功效。三是移动支付具有极强的战略价值，移动支付是支付业态的必然趋势，商业的最终场景都离不开支付，因此手握移动支付能够完善企业的生态系统，在未来商业活动中占据优势地位。

为此，在支付宝与微信高建护城河时还涌现出大批第三方支付软件，参与移动支付行业这场突围战的“选手”主要由传统金融机构、电信运营商、互联网企业与手机硬件厂商 4 类构成，其中，百度钱包、翼支付、云闪付、华为 pay 和 Apple pay 是各自行业中的佼佼者。

翼支付：实惠型

对“第三宝座”发起冲击的有由中国电信主导的翼支付，在易观千帆中的排名仅次于支付宝，数据显示在 2019 年 2 月翼支付的月活跃用户达到 2618.1 万，用户日活跃也有 271.4 万。

翼支付取得今日成绩内因是其主要推动力，它与其它同类（除支付宝与财付通）相比有两点独特优势。

一方面，平台对用户（包括商家）的优惠力度大，翼支付 2018 年花费 60 亿补贴用户，2019 年还准备投入 200 亿红包资源，这样的优惠力度是明显高于同级别对手的；另一方面，平台的消费场景较广，不仅在线上能够完成日常的消费理财与生活缴费，还能在线下许多消费场景下使用，例如超市购物、加油站加油等。

但是作为新兴移动支付平台，翼支付仍存在一些较为明显的短板亟待补齐。其中有两个最为明显：

一是平台中的理财服务虽然较多，但这是优势也是劣势，因为理财产品多就难以保障理财产品的质量，难免出现参差不齐的现象；二是平台用户粘性较低，中国电信公布的 2018 年 12 月的主要运营数据显示其移动用户达到 3.03 亿，但翼支付用户的月活跃用户才 2618.1 万，用户转化率不足 10%。

百度钱包：流量型

中国互联网行业 BAT 格局持续了多年，移动支付行业怎么能少得了百度呢？

2019 年百度接过了阿里与腾讯红包大战的接力棒，依靠春晚红包互动使百度钱包各项数据都迎来了一波增长，全球观众参与百度 APP 红包互动活动次数达 208 亿次，粗略估计百度钱包春节期间新增用户超过 4000 万，百度钱包元气大增。

其实百度钱包与其它同级别选手相比一直都具有一些天然优势。第一个优势就是百度钱包支持的线上消费场景较多。百度钱包依托于百度庞大的软件生态圈，基本上涵盖了“吃喝玩乐”等大部分消费场景。

第二个优势是它具有强大的金融科技能力。百度钱包是度小满旗下第三方移动支付平台，度小满金融是国内顶尖的金融科技平台，其平台的坏账率远低于业界平均值。此外百度钱包还有较高的知名度，除了依托于百度与 BAT 已有的名气外，2019 年春晚互动红包使百度钱包知名度更上一层楼。

虽然百度钱包虽有众多优点，但是也存在着偏科的情况，例如百度钱包的线下支付能力就较为薄弱。移动支付包含线上线下两种支付场景，百度钱包支持的线下支付场景较少，除了部分 POS 外下线很难看到支持百度钱包支付的商户。

云闪付：中庸型

云闪付在易观千帆的数据活跃度排行中较为靠前，用户月活跃 1643.2 万略低于翼支付，但日活跃度居然高达 600.9 万，是翼支付的数倍。云闪付较高的用户活跃使它也成为了不容小觑的移动支付平台。

众所周知，云闪付是中国银联统筹各大商业用户与支付机构推出的第三方移动支付平台，在用户数、跨行操作与支付场景方面具有天然优势。银联官方微博在 2018 年年底宣布云闪付注册用户已经突破 1 亿，并且依托银行的用户资源还有巨大的潜在用户可以开发。

同时，云闪付依托于银联对银行的整合能力，已经支持全国所有商业银行间的跨行转账，并且是 0 手续费，这一优势对有大额支付需求的用户吸引力是支付宝财付通在内的其它所有第三方移动支付平台所不及的。

此外，云闪付在线上线下都能支持较多支付场景的使用，在线上支持“衣食住行”、“缴费理财”等日常消费场景，在线下也支持铁路、民航、全国 10 万家便利店商超、30 多所高校、100 多个菜市场、300 多个城市水电煤等公共服务行业商户使用，并且已经支持全球 10 多个国家和地区的使用。

虽说云闪付有许多先天优势，但是还存在使用体验欠佳的问题。用户使用体验欠佳主要体现在红包到账慢、日常支付需要打开 APP 才能支付消费付款不够方便、APP 优化不到位反映较慢等上。

各类手机 pay：放养型

除了上述支付平台外，手握大量用户资源的手机厂商们也打起了移动支付的注意，其中数华为 Pay、Apple pay 与小米钱包三者最为出色。手机厂商们的移动支付平台最大的优势在于具有数量极多的潜在用户，华为、小米、苹果 2018 年三者累计用户（仅限中国）不低于 5 亿。

并且它们还具有另一大先天优势就是 APP 装机率高，自家手机用户装机率高到 100%，这一优势是同级别互联网企业、传统金融机构、电信运营商的平台都无法办到的。此外，它们还具有硬件支持，三者中端系列以上手机基本上具有 NFC 功能，这使它们的移动支付平台使用更加方便快捷。

可是它们的短板也较其它同级别选手更加明显。

一是这三大移动支付平台缺乏核心竞争力，平台功能与市面上主流移动支付平台雷同，甚至功能与体验低于这些主流移动支付平台；二是产品同质化严重，用户的转化率较低，例如：华为虽然作俑数亿用户，华为 pay 的装机量也超过 3 亿，但是在易观千帆 2019 年 2 月的月活跃用户才 8.5 万，用户的转化率不足 1%。

移动支付行业变化有限

综合以上分析，未来 1-3 年内中国移动支付行业有迎来两大趋势。

一是短期内微信和支付宝两强地位仍然无可撼动，虽然目前 4 个新的支付平台均有所建树，但是在线上线下支付场景的丰富性与易用性以及用户粘性三方面都与两强存在数十倍乃至百倍的差距。二是国内用户对移动支付平台的可选项将会有所增加。虽然翼支付、云闪付等 4 个移动支付平台整体落后于支付宝与财付通，但是在部分垂直领域也具有一定优势。例如：云闪付在大额支付与跨行交易方面对支付宝与财付通就占有优势，各类手机 pay 在支持 NFC 支付场景下的便捷性也优于支付宝与财付通，百度钱包与翼支付在各种领域的某些特定场景也较“二强”具有优势，在移动支付上用户拥有更多选择。

总的来说，当前移动支付首选还是支付宝与财付通，但是随着其它第三方移动支付平台的不断完善，未来移动支付行业将会越来越热闹，第三极即将走进千家万户。

#专栏作家#

刘旷，微信公众号：liukuang110，人人都是产品经理专栏作家，海南三车网络科技有限公司董事长、购团邦资讯创始人、知名自媒体。国内首创以禅宗与道学相结合参悟互联网，把中国传统文化与互联网结合，以此形成真正具有中国特色的互联网文化以及创新精神。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议