

或许你去便利店的时候多多少少会发现一台面向你的屏幕，或许有收银员向你推荐这种新的支付方法，而在这背后，是一场巨头的较量。



距上次发文已经 8 个月过去了，这 8 个月我从「线上」去到了「线下」，从「国外」回到了「国内」，我从跨境零售电商行业回到了国内零售行业。

这算是一个有趣的变化，从浮躁的线上互联网来到了线下传统零售，并参与一个从传统零售向互联网转型的过程。而其中涉猎的一块业务「刷脸支付」让我有不少感触，所以借此给大家分享一下刷脸支付这场「战争」。

这场「战争」在悄悄的发生，或许你去便利店的时候多多少少会发现一台面向你的屏幕，或许有收银员向你推荐这种新的支付方法，而在这背后，是一场巨头的较量。

1. 刷脸支付的发展历程

先给你介绍一下刷脸支付的背景，先来看看他的发展历程：

2013 年 7 月芬兰创业公司 Uniqui 推出了史上第一款基于脸部识别系统的支付平台。2015 年的德国汉诺威展上，马云在现场演示了刷脸支付技术，震惊全场。2017 年 9 月 1 日，支付宝在肯德基的 KPRO 餐厅上线刷脸支付，这是刷脸支付在全球范围内的首次商用试点。2018 年 8 月 15 日，在蚂蚁金服开放日广州站上，支付宝宣布刷脸支付正式商

业化。2018 年 12 月 13 日，在支付宝开放日上海站上，支付宝宣布推出一款全新的刷脸支付产品——“蜻蜓”。2019 年 1 月 16 日全国首条刷脸支付商业街在温州五马街亮相，正式走进中小商户。2019 年 3 月 19 日微信支付合作伙伴大会在广州召开。会上，微信的刷脸支付设备“青蛙”正式上线。

在这场由刷脸技术引发的新一轮全球化移动支付前沿性新变革里，每快一步就多一分先机。特别是刷脸支付的特性——脱离终端脱离 APP，一旦脱离微信体系的支付脱离 APP 那么微信社交高频属性的优势就不复存在，于支付宝而言，其重要意义不亚于一场诺曼底登陆。

而透过这一角，我们看到的是一场关于线下支付，关于 AI 技术落地以及关于市场推广的生死竞速，以及一幕在国内两大互联网巨头之间延续近十年的奇袭与复仇。

而从我目前了解到的数据，阿里系的「蜻蜓」已经铺设了 10 万+的终端，而腾讯系的「青蛙」仅有 5K 左右的数量，而且从阿里的态度和给出的政策来看，阿里是铁了心想在新的战场彻底甩开后者。

2. 刷脸支付给消费者和商家带来了什么？

坦白说，刷脸支付目前还处于市场教育的阶段，无论是消费者还是商家，目前还没有爆款场景和应用产生，那么刷脸支付到底能给大家带来什么？

对于消费者：不用掏出手机进行付款，真正实现了我们「靠脸吃饭」的梦想。

在一些比较特殊的场景下，刷脸支付带来了更好的体验：

解放双手：如手提重物的情况下进行支付；脱离终端：忘带手机或者手机没电的情况下进行支付；有态度的支付：AR 能力叠加，让支付更有趣。

对于商家侧：

提高运营的效率：交互过程由客户发起，客户无需完成掏手机，解锁，打开 app，调出二维码，展示二维码的复杂流程。降低成本：刷脸支付结合自助购等业务形态，能够更加直接的降低成本，把人力释放到更加有价值的岗位上。引流能力：对于新事物，支付宝和微信都会大量补贴，比如刷脸红包，间接的为商户进行引流。增值能力：结合客显的

屏幕，可以叠加广告业务，动态的展示店内的促销等。另外结合刷脸能力可以高效的嫁接刷脸识别会员的能力，让会员开户，会员权益等过程更加高效。

3. 刷脸支付的本质

看问题看本质，刷脸支付是脱离了私人终端，脱离了 APP 的一种核身支付方式，把两大巨头的支付业务拉到了同一个起跑线，因为微信在刷脸支付的战场上是去了核心优势：社交。

说是脱离终端，但是只是脱离了私人终端——手机，但是未脱离另外一个终端，识别设备，所以对于这场战争的胜负判断考核落到了商户刷脸设备覆盖率上。

刷脸支付的过程主要是一个核身的过程，证明你是你，所以本质上来看，其实就是：「公共屏幕转私人屏幕的过程」

通过刷脸，一块放在商家收银台上的屏幕获得了你的 UID，屏幕上展示了你的个人信息，让这次交易可以更个性化，并可以在支付完成之前和完成之后做无限延展：

比如说刷脸后识别我的线上会员展示我在这个门店的会员信息。比如说刷脸后识别我的卡券钱包，展示我可以用于本次消费的优惠券。比如说刷脸后结合我的消费记录或者兴趣偏好想我推荐更符合我的商品。

所以，单单看刷脸支付本身依旧是一个工具，真正有价值的在于更加高效的识别以及屏上交互和屏上营销。

那么刷脸支付真正的战场在哪里？

我们看到了线下的支付场景套用微信的话是用完就走的，但是用完就走是不产生价值的，在商业模式上能够持续长效的和用户发生关系的模式才有价值。所以可以预见刷脸支付上面的那块屏，并不是真正的主战场。

真正的主战场最终还是需要回到电子器官的延展——手机，这是一个随时随地能够触达到用户的地方。所以如果战场在这里，那么刷脸支付的定位就应该是一个引流的入口，是一个钩子，把用户勾回到阿里系或者腾讯系的 APP 上面去。

那就应该变成这样的逻辑：「公共设备的公共屏→公共设备的私人屏→私人设备的私人屏」

如果战场最终还是要回到手机端，刷脸支付也定义为一个引流的入口，那么阿里和腾讯会通过什么手段达成公共设备的私人屏到私人设备的私人屏的无缝对接？答案估计是小程序。

腾讯和阿里很早就布局小程序，小程序是轻量化载体，小程序于商家的意义，像是一把连接阿里、腾讯经济体、打通阿里与腾讯生态的钥匙。那么在刷脸场景内，商户可以借助小程序的能力，实现一次开发，多端露出，多端运营的能力。比如说在实体店完成刷脸支付后，调用会员小程序开通了会员，下次在使用滴滴打车到这家店附近后，门店小程序可以自动唤醒，告诉你有哪些会员优惠。小程序的能力，帮助商户的业务上实现场景化服务，打破了 App 之间的隔阂。

所以，如果把刷脸终端看成一个打通线上线下的工具，它集成了用户识别和采集，LBS 定位，打通 ERP 的 SKU 库等等能力，将是一个强大的存在。

4. 刷脸支付的劣势

市面上大多数刷脸厂商在招商的时候一直在强调对于商家的优势，很少提及对消费者侧的优势，包括我自己也是勉强憋了几个，从消费者侧来看，刷脸的劣势还是很大的。

如果单纯看刷脸支付，无非解决的是效率的问题，但是我们来看看现实的情况，我们把场景放在排队场景下面：

如果客户需要进行刷脸支付，在微信青蛙上面需要主动点击启动刷脸按钮，对准脸部，等待识别结果，输入手机（甚至是全位数，可能还有输错重输的可能），等待支付结果。整个过程下来到底高效吗？打个问号。

对比扫码支付，我们来看看一般的逻辑，客户会在开始进入收银区域时，提前打开支付二维码，到收银窗口时直接展示付款二维码，快速完成交易。

这样看来，刷脸何来提高效率？啪啪打脸。

所以，在于教育市场这个事情，首先还是需要找到刷脸支付的定位场景，另外，AT 也需要解决刷脸效率的问题，特别是微信侧。消费者可以用更加高效的方式完成支付，习惯了下意识掏手机的时候，为什么要伸手去点击那个屏幕，羞羞的展示屏幕上自己的脸给后面排队的人看？

5. 总结

总的来说，刷脸是风口，而且我也十分坚信阿里和腾讯的 All in 式的投入会让刷脸业态未来 2-5 年内走向成熟和顶峰，从而改变整个支付行业和零售餐饮行业。

这是一场阿里与腾讯之间关于流量入口的争夺，目前从机具数量上，阿里是遥遥领先了腾讯一大截的，但是我们相信腾讯一定会想办法迎头赶上。

而在这场变革中浪潮，我们需要思考的是，如何在这场巨头的较量中获得利益？

作者：aaron，公众号：阿伦阅读 (ID: AaronReading)

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议