

编辑导读：你有多久没用现金了？移动支付已经成为了主流的支付方式之一，人们出门只需要一个手机就能解决所有的消费。本文作者对移动支付的未来发展进行了分析，与你分享。



01

绿皮火车曾经是人间的缩影。

你总能在火车上看到各式各样的人，有辛苦一年回家过春节的打工人，有提着大箱小箱的货物去县城里卖钱的老农，也有第一次踏出家门去远方读书的学生。

如果你曾经观察过，你会发现，所有人好像都有一个共同的特点。

“谨慎”。

不论是工人、老农还是学生，火车上的每个人都小心翼翼，把包横跨在胸前，独自缩在一个角落，休息时也总是分外警觉。

他们，怕被偷。

要知道，在过去不远的那个时代，盗窃，是再普遍不过的事情。

你可能打个盹，就丢了辛苦一年的积蓄；

你可能跟人擦肩而过，就没了一个月的收入。

在当时，每一个出远门的人都会想尽办法把钱藏起来，或是缝在内裤里，或是塞在鞋底中，用尽一切手段来防盗。

对于这些辛苦打拼的人来说，钱，是他们的命，也是家人的命。

但渐渐地，事情开始变得不一样。

先是年轻人，再是中年人，最后是老年人，他们一个接一个的变得不再小心翼翼，不再如履薄冰。

他们不用把钱藏在鞋底，在火车上也可以安心睡觉。

是因为高铁的普及和治安环境的改善给了他们放心出行的空间？

确实，但同时也是因为他们的钱，他们的现金，“消失”了。

这些“消失”的钱，脱离了钞票的躯壳，变成了一串串数字，通过网络信号，穿行在不同的手机、设备之间，以二维码和 NFC 的形式完成属于它们的历史使命。

02

如果谈论近十年国民生活的变化，移动支付是一个绕不开的话题。

不仅是因为移动支付的出现切实的改变了无数人的生活，也因为移动支付代表着国内大众生活转变的核心趋势——便捷。

“便捷”是当代生活较之过去而言最大的变化。

不论是更强的信号，还是更便利的支付方式，还是更方便的娱乐，本质都是在给大众提供“一种更加便利的生活方式”。

很多人认为移动支付代表的“便捷的生活”起源于“快”。

起源于国内互联网行业的快速洞察，快速开发，迅速占领市场，让这种便捷的产品得以迅速普及。

但实际上，移动支付能够快速崛起，并不源于“快”，而是源于一个能够多方协同发力创造价值的“市场”。

移动支付的普及固然需要技术创新，需要开拓市场，但更重要的，其实是协同和配合。

以移动支付中的两个具体情境为例，

比如，你绑定银行卡时，需要对应银行的支付系统有对应的接口让你接入，否则一个外部平台没有权限，也没有能力调用你的个人账户。

再比如，你在线下支付，需要有对应的设备让你的二维码和 NFC 能够被系统识别，因为传统的 POS 机并不具备手机支付的功能。

在国内市场中，由于用户和市场规模过大，上述相应的配套很难仅仅凭借市场机构的力量来达成。

在移动支付刚刚出现之时，许多人就遇到过类似的情况。

想要绑定银行卡却发现该平台不支持自己用的银行卡；

想要线下支付却发现商店没有二维码也没有 POS 机。

这时候，“市场”的作用就显现出来了。

得益于银行、银联等不同机构都有着“创造社会价值”的目标。

因此，国内的移动支付技术得以在多方机构的协同配合，以及它们各自多年来在该领域深耕的基础上，迅速发展，打造出一个无现金的国度。

先说“深耕”。

大众感知中移动支付仿佛在近五六年才开始出现，但事实上移动支付的历史可以追溯到近 20 年前。

早在 2002 年，国内各大银行便在政府部门推动下，共同发起并建立了中国银联。

以通过跨行交易的清算系统，打通跨系统交付问题，从而减少民众的金融交易成本，将这些成本从用户身上交还给银行。

同年，银联即推出了手机短信支付模式，方便用户用手机查询、缴费。

在成立仅仅 3 年之后的 2005 年，中国银联便设立了专门的项目组，负责跟踪、研究 NFC 在移动支付上的发展潜力，并在次年推出一项基于金融 IC 卡芯片的移动支付方案。

2009 年，中国移动联合中国银联相继在一些省、市内开展移动支付业务试点。

同时，银联更与中国电信、中国联通及商业银行等机构发起设立手机支付产业合作。

在无现金国度出现的十年前，以银联为代表的一众机构便已经在探索移动支付的可能。

这些探索，构成了移动支付发展历程中的一部分，作为这个成熟的移动支付市场中的基石。

而后，便是“配合”。

即便是现在移动支付大潮的降临，也是在各类基础设施的配合下，方才得以实现。

是银行建立起了支付系统、银行卡清算系统以及外汇交易系统等一系列核心系统，构建了一个现代化支付清算体系，让移动支付有立足的基础。

是银联长期以来在支付模式上的探索，使得银联在移动支付的“接入”方面更为高效。

是多方协助下共同打通移动支付的端口，构建起一套通用的支付体系，并在线下铺设大量移动支付设备，让随时随地的支付成为现实。

我们可以不带钱包现金出门，可以轻松地在手机上绑定银行卡，可以在线下无阻碍的付款，可以形成一个领先全球的移动支付市场，根本原因是因为我们背后有一个多方协同发力的环境。

03

但，即便是在移动支付已经普及的当下，我们或多或少都遇到这种情况：

公交车到站，一堆人一拥而入，一个老人家拿着手机不断摆弄，因为他不知道扫码的页面在哪里打开，在摆弄了好几分钟后，后面的年轻人才仗义出手拿过他的手机帮他操作；

一个年轻人去便利店购物，一边打游戏，一边等着店员扫完买单，当店员提醒他要扫码的时候，他的游戏正玩到关键时刻，不得不切出来，打开软件，再点开支付页面，付款完成买单，然后不好意思的向后面几个顾客道歉。

只要这个产品还有进步的空间，市场的发力便不会停止。

为此，中国银联联合各大商业银行及手机厂商，以目前移动支付存在的普遍痛点为需求，对原有银联手机闪付产品进行全面升级，融合 NFC 和二维码两种支付技术。以此让移动支付真正的惠及绝大多数普通人，并让用户的支付体验得到进一步的提升。

和大多数支付软件需要进入二级页面进行操作不同，银联手机闪付只需要在各品牌手机系统自带的钱包 APP 中绑定带有银联标识的银行卡，即可支持 NFC 碰一碰支付、付款码支付、扫一扫商户收款码支付、以及电商等 APP 内线上支付，而无需额外下载软件。

目前，国内主流手机都已支持银联手机闪付，包括华为、OPPO、vivo、小米、魅族、三星的大部分机型，苹果也支持了银联手机闪付的 NFC 支付。

在具体操作方面，银联手机闪付将 NFC 和二维码两种支付方式整合在一起，用户可根据自身使用习惯和手机差异自行选择不同的付款方式。

通过双击电源键，即可直接唤醒支付界面，哒哒两下直接付款，无需手动退出当前页面，再点进软件进行多级操作。

不管你会不会用手机，会不会点开软件的付款码；

不管你是在看视频、玩游戏，还是在聊天；

只要你提前调整好支付设置，在任何场景下你都可以直接通过双击电源键这种“哒哒两下”的操作，快速完成付款，甚至在没有网络的情况下也能直接调出支付界面，实现“无障碍付款”。

最大程度的降低“支付”造成的时间成本。

为了最大程度的普及银联手机闪付，银联同时推出了三条创意视频，以大学生饭堂消费，朋友日常开黑玩游戏，上班族通勤看视频等日常场景作为切入，生动的阐述出银联手机闪付的使用场景，对应用户群，和对日常痛点的解决方案。

04

这种移动支付上的升级，不仅是为了让那些不适应智能手机时代的人也能享受到属于这个时代的红利，更是为了将时代的红利进一步扩大，然后惠及所有人。

2019 年，全球用户访问支付应用的次数超过 1 万亿次。

到了 2021 年，全球支付应用的使用时长增长了 25%。

根据中国银联今年发布的《2020 移动支付安全大调查报告》中的数据：

98%的受访者将移动支付视为最常用的支付方式，较 2019 年提升 5 个百分点；每日三付是 2020 年移动支付的平均水平，支付频次超过 3 次的比例较 2019 年大幅提升 11%，超过 5 次的比例占总人群的 1/4。

移动支付已经成为了这个时代的印记，成为绝大多数人日常生活中的高使用频率工具。

同样，手机，也是我们在这个时代必须使用的高频工具。

当两个高频工具撞在一起，必然会产生冲突。

我们高频的使用手机，是因为我们需要用它来处理事务、进行娱乐；

我们高频的使用移动支付，仅仅只是为了完成支付。

当移动支付变得高频时，实际上对我们在手机使用的体验上是降分的。

越来越频繁的“支付”会占用我们“使用”手机的时间。

你必然遇到过手提一大堆包包、袋子，还要专门掏出手机看着屏幕点点点的时候；必然遇到过玩着游戏却不得不终止操作跳出去支付的时候。

这种体验并不美好。

因此，移动支付需要进行时间维度上的缩减，来补足“高频”带来的问题。

当一个高频行为被有效的改善之后，于个人而言是使用体验变得更加良好，于整体人群而言则是一次大范围的优化。

这便是银联手机闪付存在的意义。

05

当我们讲到产品的时候，总是会将其归结于“洞察”、“创新”，说到一项具体的产品，往往就是痛点的解决，是需求的胜利。

但我们往往忽略了，有时候市场和环境才是决定胜负的关键。

创造无现金国度这个传说的，从来不只是几个商业大佬的拍脑袋，而是一套接口齐全的银行支付系统，海量整装待备的新型 POS 机，以及无数个像银联这样不断挖掘可能性的探索者。

这个时代从来不缺洞察者，也不缺开创者。

这个时代缺的，是让洞察变为现实，让创新得以持续的土壤。

以及默默耕耘的那些人。

他们不说话，没太有存在感。

但无愧于时代。

作者：半佛仙人，微信公众号：半佛仙人

来源：https://mp.weixin.qq.com/s/QQQPjCfldLFyY0_EMJ6jEA

本文由 @半佛仙人 授权发布于人人都是产品经理，未经作者许可，禁止转载。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议。