

编辑导读：前段时间，美团 APP“偷偷扣款一分钱”的消息在网络上引发争议。虽然网络互助是一件很好的事情，但是平台方没有任何权利擅自替用户做主，美团为什么不经过用户同意扣费？这背后的代扣支付又是怎么回事？文章对其展开了分析探究，希望对你有帮助。



近日美团因美团互助代扣一事引起用户的强烈不满，原因是在“不知情”的情况下，三十多万用户的美团账户被扣了一分钱。

“一分钱”这事不大，引起大家不满的是：

未经允许扣钱（现在是一分，以后呢）； 美团互助是啥？我啥时候加入的？



所以，很多人觉得被骗了。问题的关键是“用户不知情”，加入不知情、扣款不知情。

01 美团这锅背的冤不冤？

美团背锅冤不冤？

之所以说冤，是因为在加入美团互助时候是有文字说明和代扣协议的，虽然很多时候运营上有些避重就轻，归根到底平台是有事先说明的，只是用户没看或者没注意到。

还有就是替相互宝背了一部分锅。

加入相互宝时会有《付款授权》协议，同意方可继续加入，协议中规定：支付宝可以通过授权的支付宝账户余额、开通快捷支付功能的银行卡余额宝、花呗、支付宝红包等进行相互宝分摊扣款。



大家使用支付宝场景很多很频繁，一笔相互宝的小额支出可能被淹没在众多笔消费记录之中，感知度不强；一般大家不会去查看每一笔消费支付记录。而且相互宝是定期扣费而非即时性、不定性场景消费，用户的反应时间被拉长，抵触情绪也会削弱。

这一切让相互宝的互助扣费变得静悄悄。

这次美团互助事情之所以闹得沸沸扬扬，一是美团互助的产品与运营存在误读的嫌疑，至少加入感不强；二是美团支付体系和体验远没有支付宝强大。

产品和运营上的误读在互助行业一直存在，特别是新成立的互助平台。大部分用户可能不是“真互助用户”，可能是被营销噱头或补贴所吸引；有意无意的误读也是隐患，诸如“9元加入享30万保障”、“平时1毛钱，大病变30万”等。

02 网络互助平台为什么要做代扣？

网络互助平台中最先使用代扣的是相互宝，得益于支付宝完善的支付体系，相互宝与生俱来的续费优势着实让同行羡慕不已。

随后不少互助平台都在积极寻求代扣的支付解决方案。

从支付方式来看，目前网络互助平台可分为三个阵营，一种是以相互宝、美团互助为代表的、以自有代扣支付体系为主要支付方式；一种是以康爱公社为代表的、用户自助缴费进行支付；三是以水滴互助、360 互助为代表的、用户自助缴费的同时引导用户开通非自有代扣支付体系进行支付。

1. 互助代扣 VS 自主缴费

	互助代扣	自主缴费
支付率	明显提高	相对低
用户决策成本	延时决策、降低	即时决策、决策成本较高
用户感知体验	反应时间拉长、甚至无感	感知强
资金池规模	预存减少，甚至为零	有一定沉淀资金

虽然互助已迈入第十个年头，但行业的业务模型还不是很成熟，特别是增长模型、局部业务模型等，这是整个行业所需要面对的。

分摊上升是网络互助平台持续平稳运营的最大的问题之一。问题带来的直接影响就是参与人数持续减少、互助金筹款不足，而代扣则可以很大程度的缓解这一问题，同时也能为行业进行用户教育争取到更多的时间。

反过来看，我们也有理由相信相互宝的“真实意愿付费率”可能没有现在大家看到的这么乐观。

2. 相互宝、美团互助们的逻辑

相互宝、美团互助的点在于背后的支付体系与市场的角逐，并非单纯的网络互助一摊事。

支付宝、美团亲自下场做网络互助显然不是做公益，出发点是增加体系内协同，在于保险等金融业务以及底层的支付体系协同、支付市场的角逐。不同的是，在我们外人看来，支付宝是应对竞争，而美团是在攻城略地。

更具体点，网络互助本质上是一种互联网金融，虽然商业模式和盈利前景不被很多人看好，但互联网金融平台看到了其鲜明有活力的业务场景、支付场景，这正是他们所一直追寻的。消费金融业务必须依赖强黏性场景，支付宝、美团都在追寻可以持续提升网络效应、增加用户粘性的方法，从而可以实现资源协同效应和规模效应。互助显然是寻找的答案之一。

支付是支付宝的基础和优势，美团不同于支付宝，但其发力支付的力度大家有目共睹。美团通过金融可以与生态内各方以及用户做更深度的连接，也能通过金融服务体系增加公司想象力。这是美团在支付方面近期硬扛支付宝的原因。

03 网络互助代扣背后存在的问题

关于代扣，其实用户对相互宝的诟病也不少，只是支付宝的无感支付体验太好了，以至于大部分人后知后觉，加之相互宝的客服实在是难找，所以传递到大众这里已经不那么猛烈了。



网络互助是一个先易后难的生意，刚开始相关指标都会快速增长，包括用户数量和沉淀资金等。最初很多人觉得业务模式相关没那么复杂，可以把所有精力放到增长上，但随着时间的推移，分摊上升、调查复杂等问题就随之而来，如不得到有效解决，这个闭环将无法持续下去。

特别是发现噱头式营销不起作用、需要去做更多用户教育的时候，我们发现这是一件很艰难的事情。连医保都有很多人不愿意参与（特别是新农合，在农村仍旧有大批人不愿意参与或断交），需要去做大量的国民教育工作，网络互助定然也是。

1. 用户教育继续缺失

中国互联网的一大问题就是重运营轻事实，这就会埋下隐患。用户的预期与实际情况差距之间的矛盾可能在某个时间点爆发，体现在互助这里就是分摊的成本问题。

虽然代扣带来了支付体验上的方便快捷，但是无感支付也很大程度上让人忽视分摊金额的变化，随之而来的就是对分摊金额的不解与质疑。这部分市场教育的缺失可能会因此继续被延后甚至埋藏。

2. 营造了对用户与市场相对乐观的假象

以相互宝为例，目前每次参与缴费的人数占当时用户总人数的比例可能很漂亮，但我们要清楚参与缴费的人里面绝大部分是银行卡、花呗代扣，究竟有多大比例的人在无感支付后查看账单时决定退出，这是存疑的。这反映出的用户参与率以及市场成熟度问题，可能具有一定误导性。

3. 参与感的降低与信任成本的升高

达到一定规模后互助有一个很大的难题，就是用户参与感问题。因为参与感很低或者没有参与感，每次交钱就会产生较高的信任成本。从这个角度来看，代扣形式的无感支付与参与感是矛盾的。因此，我们就需要更多的互动来增加参与感、建立信任。

不是说互助代扣支付不好，甚至代扣就是未来支付方案的发展方向，但在此之前，运营上的缺失可能会埋下隐患，我们还需要做更多工作。

作者：陈志恒；微信公众号：陈志恒，欢迎交流与讨论~

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议。