

眼下的肺炎疫情，同样孕育着无数机遇。那么，作为所有上述所有交易行为最底层支持的支付，又将发生怎样的变化呢？



2003 年非典来袭，电子商务抓住机会借势崛起。

发展初期，由于平台上商家良莠不齐，交易过程中的信用与信任问题成为了掣肘行业发展的一大难题。在此背景下，以支付宝为代表的第三方支付平台提出了“担保交易”的模式，买家可在收货之后，确认满意再将货款打给卖家，大大降低了网上购物的风险。

至此，电子商务有了真正意义上的“助推器”，其成长正式步入了快车道；第三方支付也得以壮大，不仅深刻地改变了国人的工作与生活方式，还被誉为“新四大发明”之一——某种意义上，这一切都得益于非典的倒逼。

疫情是挑战亦是机遇，此言非虚。

眼下的肺炎疫情，同样孕育着无数机遇，很多市场观察者都坚信，在线教育、生鲜电商、在线娱乐、在线医疗等领域将迎来极大利好。

那么，作为所有上述所有交易行为最底层支持的支付，又将发生怎样的变化呢？我们不妨来做一番猜想。

一、线上需求全面爆发，B 端支付蓝海再现

当前，受疫情所困，大众不得不居家隔离，很多省市的企业返工时间都被一再延至，大部分高校及中小学不得早于 2 月 17 日开学。在此期间，许多商业交易行为都因广大居民的闭门不出而无法实现，各种交易行为也由此受限。比如，由于不能聚会，饭馆生意锐减；因为无法外出旅游，酒店入住率骤降，等等。

于是，线上的需求再度井喷。

需要注意的是，此次完全不同于 17 年前的非典，如今我国的互联网环境更加成熟，电商的发展也早已告别了从零到一的探索阶段，网购更是成为了很多人日常生活中不可或缺的一部分。此刻爆发的线上需求中，除了广大居民日常生活必须之外，还有很多新的内容。比如线上远程办公潮的兴起。

为了平衡疫情防控与经济发展，全国各地众多企业都支持员工在家里进行线上远程办公，既能有效避免人与人的直接接触，又能在很大程度上恢复公司的正常经营运作，可谓两全其美的好办法。

其中，线上办公系统、云视频会议等领域在远程问诊会诊、远程应急指挥、远程协作办公、远程教育等应用场景中发挥了积极作用，而这些也为曾经的线下业务转战线上提供了更多的可能性。

以券商为例，在疫情之下，多家券商都已经暂停了现场交易与业务办理服务，得益于此前在金融科技方面的投入。券商经纪、销售交易等业务几乎都可以在线上完成办理，券商也在发力提升交易体验、丰富线上服务类型与拓宽线上引流。

比如中信建投证券，除了通过 APP 及 CRM 系统达成线上业务办理外，还同时提供了 5000 名专业顾问 7×24 小时的“优问”在线咨询、人工专家投顾和智能投顾服务等。

值得注意的是，非现场交易及业务办理的不断深入，在强化着客户对其认可的同时，还意味着传统证券营业部运营职能的进一步弱化——而这，或许就是变革的前奏。

此外，疫情中获得机会的还有中小企业。在工信部日前发布的《关于应对新型冠状病毒肺炎疫情帮助中小企业复工复产共渡难关有关工作的通知》中明确提到，要：

“支持企业数字化转型。大力推广面向中小企业的互联网平台服务，积极推行网上办公、视频会议、远程协作和数字化管理，以此为基础全面提升中小企业管理信息化水平。”

众所周知，当前很多中小企业生存困难，有相当一部分原因在于经营管理的效率不高，很多小型企业甚至还在用手工记录等原始手段来管理货品和固定资产，由此引申出各方面成本高企、创新乏力等一系列问题。

而疫情的影响叠加政策的支持，相当于为中小企业的数字化转型按下了“快进键”。

这不仅能使中小企业在云互联网技术的赋能下提升经营管理效率，降低成本，实现资源配置的优化。还能让中小企业紧跟互联网时代大势，不断将自己的产品和商业模式推陈出新，从而为自身增长乃至产业转型升级注入源源不断的动力。

至此，第三方支付的机遇已呼之欲出。

无论是线上远程办公，还是线下业务移至线上，亦或是中小企业数字化进程的提速，都暗示着未来将会有更多企业之间的资金往来发生于线上。

与此同时，对于第三方支付行业而言，近些年移动互联网的全面深入让 C 端用户红利被充分挖掘，若是行业重心仍在 C 端的电商支付上，机构面临的很有可能是业务收缩甚至淘汰的风险。

尤其是在当前国内支付市场格局已定的态势下，想要突出重围，势必要实现差异化竞争。

如此一来，B 端支付便顺理成章地成为了行业的下一个增长点，这也与整个互联网行业的 2B 趋势相符合——而此次疫情的爆发，又再度凸显了这一机遇。

其实，B 端支付并非新鲜事物，近些年关于这一话题的讨论已有很多。从客观现实上看，B 端支付市场的空间也着实令人兴奋不已。

根据艾媒咨询的相关数据，2018 年中国实有各类市场主体 11020 万户，中小微企业为市场的核心组成部分，个体工商户规模更是超过 7000 万户。

随着移动支付逐渐普及，商户对于 B 端支付服务的使用也在提升，同时也衍生了如营销、财务管理等金融生态服务需求，由此催生出广阔的 B 端支付服务市场。

另外，由于企业主体行业分布广泛，业态形式多样，企业间支付需求也存在着差异，很难通过统一的支付产品来满足不同企业的支付需求。

为此，企业间支付需要定制化方案加以实现，这便给了支付机构巨大的机会。

尽管如此，但 B 端支付市场一直面临着众多挑战。一方面，B 端支付受政策影响较大，另一方面，B 端支付涉及的企业来自各行各业，支付机构难以对每个行业都有深入了解，业务难以实现大规模的覆盖。

不过，按照前文的分析，此次疫情不仅将企业间的交易搬到了线上，还有望加速中小微企业的数字化进程。

特别是以大数据、云计算、物联网以及智能终端等信息基础设施为依托，围绕各个环节进行更加深度的数据采集，形成用户、产品、服务、营销、渠道、物流的全面数字化体系，实现企业数据的彻底打通。

而这便使得支付机构深入了解每个行业的企业成为了可能，从而更加有的放矢地区加以布局 B 端支付。

也许用不了多久，B 端支付市场就会变得无比热闹。

二、智能产品需求增加，物联网支付脚步渐近

曾经网络有个非常火的问题：给你一个房间，温度合适，有食物、有手机、有 WiFi，但前提条件是不能出门，你能待多久？

如今的我们，来到了亲身实践这个问题的时候。

疫情将人们“关”进了一个房子里，大家除了吃吃喝喝刷手机，仿佛找不到其他的事情可做。

有人感叹，终于到了啥也不用干，在家躺着就能给社会做贡献的时候了。但是躺着躺着，人们发现，居然“刷无可刷”了——微博、微信跟不上刷新的速度了，连续 N 个小时的刷不好看了，就连一直渴望的“吃鸡”都不香了。

忽然感觉，拿起手机干什么都没意思，不禁长叹一声。

与此同时，当家中“弹尽粮绝”之时，虽然人们依然可以拿起手机线上下单，并在家中坐等快递小哥把货送来，但受疫情影响，快递小哥只能送货到社区大门口而非家门口，等待着用户下楼自提。

出于对“与人接触”的忌惮与对口罩这个稀缺资源的珍惜，人们下楼取快递似乎从来没有如此的不情愿。

更何况，由于种种原因，疫情期间的快递员人手明显不足，而那些已经投入工作的快递小哥不仅工作超负荷，还无法像往常那样高效及时地把快递送达消费者手中。

此时，那些厌倦了刷手机的人们，很可能会希望能拥有一台除了智能手机、平板电脑之外的智能终端，而那些居家等快递的人们，大概又颇为渴望足不出户就能拿到网购的商品。

不经意间，人们对于智能产品的需求悄然被放大，这其实也是符合互联网演进的基本逻辑。

纵然互联网的终端形态和服务应用千变万化，但“人”始终都是互联网发展的核心所在。

如此一来，我们可以将互联网演进背后的逻辑理解为，人与网络的关系从无到有与由浅入深，进而将整个互联网行业的发展路径归纳为三个阶段：

（1）连接阶段：即解决人与互联网的连接问题，让越来越多的人成为互联网的用户，从而让人与网络的联系从无到有。

（2）服务阶段：连接产生需求，需求催生服务，通过为广大用户提供覆盖生产生活方方面面的优质服务，来吸引用户保持持久在线的状态。

（3）智能阶段：仅解决机器间的互联和人与人之间的互联，已不足以支撑互联网行业的进一步发展。

特别是在流量红利见底的今天，行业迫切需要寻找新的增长点，这便客观上要求人与物的跨界链接，即实现物与物、人与物的相连接。即从“人人互联”到“万物互联”的物联网新阶段，此时任何物体都是网络终端，人们收获的服务质量将得到根本性提升。

眼下，我国的互联网行业已度过了前两个阶段，对于第三阶段的呼唤也日益增强。换个角度看，如果此刻互联网的“智能阶段”已极为成熟，那么下面的场景便不是科幻电影：

小 A 在居家隔离期间，刷手机感到无聊至极，于是他放下手机，与手腕上佩戴的智能手表对话，让它为自己播报全球各大城市的天气状况或者发生了哪些有意思事情；想买什么生活用品，只需说一句话即可在手表上完成下单支付，没一会儿窗外就飞来一架携带着商品的无人机，打开窗就完成了快递签收；如果感觉体温有些发热，他还可以用智能体温贴来实时测量体温变化，其数据会通过医疗物联网或遥测网持续或定期发送到护士工作站中.....

读到这里，相信很多人都会对这种万物互联下的“智慧生活”无比神往，而神往本身恰恰就意味着需求意愿的强烈。

值得欣喜的是，“智慧生活”距离我们已不再遥远，因为 5G 来了。

自 2019 年 6 月工信部正式发放 5G 牌照以来，市场上关于 5G 可能带来什么的讨论就没有停止过。

从技术特点上看，5G 具有更高的速率、更宽的带宽、更高的可靠性以及更低的时延，不仅能满足用户对虚拟现实、超高清视频等更高网络体验的需求，还能匹配更多全新的应用场景。如工业设施、智能制造、医疗器械、无人驾驶等等，这就为万物互联的智能时代提供了坚实的底层技术保障。

于是，第三方支付的又一个机遇出现了，那就是物联网支付。

在万物互联的智慧场景下，除了智能手机之外的任何物体都是互联网终端，物联网技术可以将资金账户与任何设备的 ID 相连接，这便意味着其他物体均可替代手机完成支付过程，即“万物皆可支付”。

例如：

穿戴方面，除手机、智能手表等有感支付工具外，已有一些企业正在尝试将传感器嵌入鞋子、衣服等着装里面，实现“拔脚就走”的支付方案；饮食方面，物联网通过在智能家电中嵌入传感器件来自动下单，或是在无人超市中享受 RFID（无线射频识别技术）支付

；起居方面，电表、水表与公用事业部门及居民账户进行联网，进行定期费用支付；出行方面，通过车牌和支付账户之间的绑定，像停车场、高速收费站、加油站、洗车场都已经慢慢能够实现无感支付，进行自动缴费……

除此之外，随着物联网及人工智能技术的进一步发展渗透，更多新的支付形态有望得到普及。

例如所谓的“无感交互”，即交互过程不再依托具体载体，而是通过 ID-Mapping 等弱信用验证技术将用户的强弱 ID 关联，更高效地完成用户识别和资金转移，而用户在各个场景的交互也将由主动转变为“无感”。

再如“人体载体”，即通过对人们无意识的行为举止（如行走步态、打字节奏等）以及更自然的交互方式（如语音交互、脑机结合等）来进行特征采集，最终让人可以借助更少甚至无附属物体的情况下完成身份识别，实现“人即支付与信息载体”的便利。

此次的疫情，有望触发广大用户对于智能产品的需求激增，而即将在 2020 年底全面商用的 5G，又在技术上支撑着行业的变革。或许，物联网支付的新时代不再遥远。

三、扫码支付不是最终，生物识别或成趋势

除却疫情的影响之外，支付行业本身也需要进化。

当前，二维码支付无疑是当前最为流行的支付结算方式，任何人只要拿出手机扫码，几秒钟便可完成全部支付过程。而二维码支付更是已经渗透至人们日常生活中的方方面面，电商、零售、医院、餐厅等场景悉数覆盖。

然而，相比于市场上其他的一些支付方式，二维码支付的安全性并不具有明显优势可言，其可替代性也极强。原因在于，制作简单、获取方便的二维码容易给骗子调换二维码或是用其“钓鱼”提供便利。当密码验证的方式遭到泄密或被破解，用户的资金安全防线便会被彻底击溃。

需知，支付过程最重要的就是确保安全性，而确保安全性的首要任务则是身份验证，即发出支付指令的人就是资金所有者本人。

在传统的身份验证手段中，一旦证明身份的标识物品（如证件等）与标识知识（密码等）被盗取或遗忘，用户身份就可能会被他人冒充或取代。二维码支付同样存在类似的安全隐患，不容忽视。

在便捷性上，二维码支付同样不具有绝对优势，它必须要依托于网络和手机设备，比起 NFC 和刷脸支付都显得逊色不少。因此我们可以大胆预判，二维码支付绝对不会是支付的终极形态。

那么，支付的下一个形态是什么呢？生物识别支付大概是一种可能。

生物识别，即将生物技术与信息技术结合起来的新型识别技术，通过计算机与光学、声学、生物传感器和生物统计学原理等高科技手段密切结合，利用人体特有的、独一无二的生理特性和行为特征来进行个人身份的鉴定。最具代表性的案例，便是“刷脸支付”。

刷脸支付，是基于人脸识别技术，通过提取面部特征值并进行信息比对之后，应用人工智能模式识别和计算机视觉技术鉴别个体身份。

换句话说，每个人的脸庞都是一组独一无二的 DNA 序列组，而不同人脸对应的极其复杂的编码数据可以轻松地被智能终端识别出来。

有道是“没有调查，就没有发言权”。为了研究刷脸支付能给用户带来何种影响，笔者专程到苏宁无人店“Biu”做了一番体验。

与之前网上流传的支付宝刷脸支付视频不同，苏宁的刷脸支付无需再输入手机号码的后四位进行验证，只需事先在“苏宁金融”App 中录入自己的脸部信息，便可实现在购物全程只需对着摄像头刷脸两次（包括进店一次，支付结算一次）就可完成买单，哪怕是做鬼脸、戴帽子甚至是遮住自己的半张脸也能够轻松被识别出来。

此外，根据顾客在店内的浏览记录，终端设备还可以显示出商品推荐的有关信息，这同样是一个亮点。

相比于二维码支付，刷脸支付的优势明显：

一来，刷脸支付的便捷性是二维码支付无法比拟的。在经历了“现金支付→POS 机刷卡支付→手机扫码支付”的变迁后，人们的生活方式已经被支付手段革新带来的诸多便捷彻底改变。

然而，之前的支付方式却仍旧没有摆脱硬件设备的桎梏，直到刷脸支付的到来，彻底将其颠覆。

与手机支付相比，刷脸支付不再依赖手机等硬件设备，也帮顾客省去了记密码、输密码的麻烦，真正实现了人与钱包或银行卡的“合二为一”——毕竟手机还会出现没电、信号差甚至遗失等困扰，但自己的脸绝不会遇到类似问题。

消费者自身便是行走的活体钱包或是银行卡，现有技术完全可以做到秒识别与秒验证，并且高达 99%的人脸识别率也大大降低了信息和密码被窃取的风险。

二来，刷脸支付带来的场景体验让人耳目一新。试想，当别人还在掏手机、启动 App、输密码时，你早已看着屏幕中的自己微微一笑，只需一个“正脸杀”或“侧脸杀”——就像是在完成自拍一样，顷刻间便付款成功。如此亮眼的黑科技，带来的新奇体验感堪称震撼，也迎合了相当一部分年轻群体的偏好与兴趣。

除了人脸识别外，生物识别技术还可通过声纹信息、虹膜、指静脉的识别来实现身份验证。其实在好莱坞大片里，这些技术的炫酷之处就已经展现出来，如《碟中谍》、《回到未来》、《不看的任务》等影片的主人公，都是利用视网膜、声音、掌形、指纹等来作为身份识别的凭据。

虽说电影难免带有科幻色彩，但并不能排除未来这些场景会在经济社会的各个角落得到普及的可能性，更何况，很多场景都已逐渐成为现实。

未来的支付行业，仍有巨大的想象空间。

四、“修昔底德陷阱”格局，未来是否会被打破？

受上述可能或正在发生的变革影响，支付市场格局又会如何变化呢？在分析之前，不妨先来简单做个回顾。

在国际关系中，有一条著名的“铁律”名为“修昔底德陷阱”，用以指代一个新崛起的大国必然要挑战现存大国，而现存大国也必然会回应这种威胁，最终必然导致一战。

于支付市场而言，同样显现出较为明显的“修昔底德陷阱”态势：总体上看，市场格局表现为“2+1+N”。

其中，“2”指代支付宝和微信两大支付帝国；“1”是有“国家队”之称的银联云闪付，虽然基础好、资源好，但无奈错失进入二维码支付市场的最佳时机，想要和两大帝国一争雌雄，还得快马加鞭；“N”包括苏宁支付、拉卡拉、汇付天下等等。

按照时间轴，在 2015 年之前，支付宝是当之无愧的行业霸主，巅峰时期曾占据第三方支付市场 80% 以上的份额。结果到了 2015 年的春节，凭借微信红包的现象级崛起，仅仅用了两天时间，微信就零成本地绑定了个人银行卡 2 亿张。不仅一举完成了支付宝耗时 8 年的心血，还直接改写了支付行业的市场格局。

此后，微信支付更是依靠其本身的超级社交属性而被频频启用，支付宝则侧重于工具属性，虽然场景与功能齐全，但被打开和使用的频率要远低于微信。

当然，这是支付行业的现有格局。而今，在新冠病毒疫情这一“黑天鹅”事件的影响下，如果前文所提到的变革能够切实地发生于不久的将来，那么支付市场会被改写吗？让我们来大胆地开开脑洞。

先说生物识别支付。

从目前来看，以刷脸支付为代表的生物识别支付已经问世，不过有能力进行相关技术研发的大都是巨头，如阿里巴巴、腾讯、苏宁等等。

纵然生物识别技术是一个新的赛道，但受限于技术和资金实力，绝大多数中小型支付机构在新赛道中上演“屌丝逆袭”戏码的几率并不大，而更多的可能性还是会发生在巨头身上。

从这个角度看，行业格局大概会被改写为“2+1+N+X”，基本面不会发生实质性变化，但实力雄厚的巨头“X”或将迎来爆发。

再说 B 端支付。

虽然 C 端互联网流量红利已趋于见底，C 端支付市场格局也近乎稳定，但对于第三方支付机构来说，B 端支付市场确实一片蓝海，未来更是拥有无限可能。

有别于 C 端支付的小额高频次特征，发生于企业间的支付频次不高且金额巨大，故而现阶段 B 端支付市场大多仍沿用以往的银行账户体系。这也侧面反映出银行占据着 B 端支付的主导地位，而数字支付的应用空间则较为有限。

不过，随着中小微企业数字化进程的提速、企业间线上资金往来频次的增加，以及第三方支付服务向 B 端的逐渐延伸，未来 B 端支付市场的格局有望呈现出崭新的局面。

最后说物联网支付。

眼下，我们同真正意义上的万物互联还有一定的距离，不过随着互联网智能时代的到来、用户对于智能产品需求的增加以及 5G 的全面商用，“万物皆可支付”的生活已不再遥远，而这条赛道对于任何一家支付机构来说都是全新的。

可以预见的是，那些技术、资金与人才实力更强的巨头企业依然更有机会抢占先机，但同样不排除其他机构能率先突围，而行业的惊喜或许也会随之增加。

不管怎样，这一切都归因于经济的发展、社会的进步与技术的成熟，而此次的疫情更是一个契机。虽然疫情的肆虐让无数人心焦，但我们还是应该满怀信心地期盼着明天，并做好准备去亲眼见证下一个伟大时代的降临。

未来如何，拭目以待，或许更多的精彩已经在路上。

谢谢读完。

#专栏作家#

付一夫，微信公众号：一夫当观（ID：ifseetw），人人都是产品经理专栏作家。苏宁金融研究院消费金融研究中心主任助理、高级研究员，中国社科院管理学博士，财经专栏作者，新浪财经意见领袖，专注于新消费、新零售、互联网经济、金融科技、产业经济等领域的研究。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议