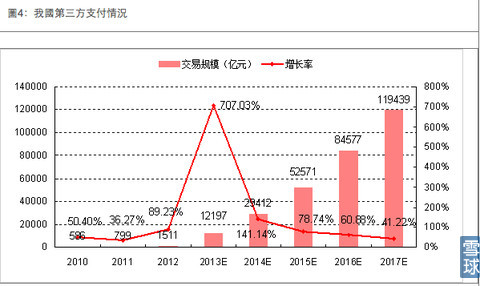
**中国创新支付的未来**

[$中国创新支付(08083)$](http://xueqiu.com/S/08083) [$高阳科技(00818)$](http://xueqiu.com/S/00818)[$中国信贷(08207)$](http://xueqiu.com/S/08207)[$中国支付通(08325)$](http://xueqiu.com/S/08325)[$上海复旦(01385)$](http://xueqiu.com/S/01385)[$环亚智富(01390)$](http://xueqiu.com/S/01390)[$神州数字(08255)$](http://xueqiu.com/S/08255) [$腾讯控股(00700)$](http://xueqiu.com/S/00700) [$阿里巴巴集团(ALIBABA)$](http://xueqiu.com/S/ALIBABA)

二维码支付  
  
一、背景与预期  
移动支付是所有移动互联网应用变现的入口，战略位置显著，自然成为互联网巨头争相佔领的高地。就移动支付本身而言，它的未来也充满了想象空间，可以跟餐饮业、商业、金融业等更多的产业产生交集，支援线上、线下支付等多种应用场景。移动支付推广的背后，是对移动支付业务及其相关业务的资料挖掘，这会带来一条甚至几条更长的产业链。  
  
2014年1月16日，平安一钱包内测上线，平安董事长马明哲在发佈会上预测： 10年内60%的现金、信用卡被移动支付取代。因爲现金流通的众多弊端，其实现金支付实际是个成本很高的支付手段，如果换算成费率的话，完全不低于当前市面上所有的电子支付手段。相比银行卡，移动支付更便利，而且生活场景更多，无接触的支付给人们生活带来更多方便。支付迁移趋势不可逆转，移动支付市场容量超乎想象。  
  
二、市场情况  
互联网公司一般通过第三方支付牌照切入移动支付领域，资本运作是扩张规模的主要手段，腾讯入股大众点评，微信系统接入携程，阿里收购高德，均显示出互联网公司佈局线下支付的决心与迫切。线下场景的抢夺如箭在弦，相比NFC，二维码産业链短，利益相关方多，互联网公司可以凭一己之力推动行业发展，因此二维码成爲当前阿里、腾讯佈局线下支付的技术手段。  
  
三、技术科普  
NFC（Near Field Communication）近距离无线通讯是目前近场支付的主流技术，它是一种短距离的高频无线通讯技术，允许电子设备之间进行非接触式点对点资料传输交换资料。手机通过NFC在支付过程中，对于网路的依赖更小，在网路不佳的环境下NFC支付依然能够顺利进行，相比于“扫一扫”等需要通过网路进行资料交换的支付方式对于环境的要求也更低。同时，与传统公交卡相比在充值方面更加灵活，安装相应应用程式之后即可通过网路支付向NFC-SIM卡中进行充值，整个过程仅需1分钟并且充值时间随意，可以利用零碎时间即可完成。  
  
通过NFC刷卡及支付已经越来越普及，包括公交、地铁、门禁系统以及比赛套票等方面都有涉及，用户不再需要随身携带各种卡片，而是将其精简至在一张小SIM卡中。在日常使用NFC刷卡相比现金更加方便，特别是小额支付的时候免去了寻找零钱或者刷卡签字带来的麻烦，更加节约时间。NFC産业链较长，主要推动力量爲运营商。  
  
二维条码（二维码）是用某种特定的几何图形按一定规律在平面（二维方向）分佈的黑白相间的图形记录资料符号资讯的。在许多种类的二维条码中，常用的码制有：Data Matrix, MaxiCode, Aztec, QR Code, Vericode,PDF417,Ultracode, Code 49, Code 16K 等。二维码是一种比一维码更高级的条码格式。一维码只能在一个方向（一般是水平方向）上表达资讯，而二维码在水平和垂直方向都可以存储资讯。一维码只能由数位和字母组成，而二维码能存储汉字、数位和图片等资讯，因此二维码的应用领域要广得多。但二维码的安全性也正备受挑战，恶意软体和病毒正成爲二维码普及道路上的绊脚石。目前，二维码的主要推动力量爲阿里、腾讯等公司。由于二维码産业链短，互联网公司可控，当前爲抢夺线下支付市场，构建O2O闭环，二维码爲阿里、腾讯所积极尝试的方案。  
  
第三方移动支付市场增长更爲快速。艾瑞谘询预测，2013年中国第三方移动支付市场规模爲12197亿元，同比增长700%。  
  
  
  
关于中国创新支付：  
  
优势：  
  
1、已经取得唯一一张外资第三方支付牌照，业务范围：互联网支付（全国），预付卡发行与受理（北京市、上海市、浙江省、广东省、辽宁省）；  
  
2、公司高管：  
  
主席，关贵森，曾任职银联数据有限公司，人民银行研究生部毕业，1984级校友、五道口校友会（人民银行研究生部别称）副会长，人民银行研究生部号称我国银行、金融业的黄埔军校，许多银行、金融监管机构领导都就读于此。  
  
刘鸿儒金融教育基金会常务理事，该基金会由中国人民银行研究生部校友发起，名誉理事长是中国人民银行原副行长、中国证监会首任主席刘鸿儒先生。  
  
总裁，雷纯雄，人民银行研究生部取得博士学位，在银行及电子支付业务方面拥有超过二十年经验，自一九九一年至一九九七年先后出任中国银行湖南分行之副科长、科长及副处长.自一九九七年二月至二零零一年七月,雷博士任职于招商银行,出任计划资金部助理总经理、个人银行部及研究部副总经理.彼自二零零一年八月起至二零一零年三月加入中国银联股份有限公司担任战略发展部总经理,其后则担任其助理总裁。  
  
参与了银联公司设立方案设计、法律文件淮备、原城市银行卡网络中心重组等中国银联的筹备工作，2002年任银联公司战略发展部总经理。他参与了上海市银行卡产业发展领导小组办公室的工作，协助市政府有关部门制定了上海市银行卡产业发展总体规划和具体政策措施。他主持制定了《中国银联中期发展规划》，主持撰写了《中国银行卡产业发展报告》等近百篇重要的公司战略研究报告，确立了中国银联在国内银行卡产业研究方面的权威地位。  
  
名誉董事长，刘廷焕，曾任中国银联股份有限公司董事长，中国工商银行行长、党组书记，中国人民银行副行长、党委副书记。  
  
一句话：圈子决定高度！  
  
3、目前为止，真正完整做过二维码支付业务的只有三家公司：支付宝、财付通、高汇通（中国创新支付全资子公司）。  
  
支付宝以支付宝钱包为支撑，以快的打车为阵地；  
  
财付通以微信为支撑，以滴滴打车、微乐付为阵地，其中的微乐付就是财付通与高汇通合作推出的。  
  
4、二维码技术，8083前身为矽感科技，是做二维码光电识读技术起家的，其紧密矩阵码（简称CM码）、网格矩阵码（简称GM码）被工信部定为二维码国家标淮，已经具备大量商业应用前提，该烧的钱也已经烧完了。  
  
劣势：公司管理层银行、银联机构出身，难免思维传统化，对市场运营及新兴的互联网支付业务拓展不足，拓展新兴市场及用户需要巨资（这也就是微信、QQ值钱的地方，手里有海量用户可以变现）。  
  
腾讯与中国创新支付：  
  
为什么腾讯会在250家第三方牌照机构中选择中国创新支付作为战略合作伙伴？  
  
1、先看一下财付通的支付牌照业务类型：互联网支付、移动电话支付、固定电话支付、银行卡收单，唯独缺少预付卡业务牌照。  
  
2、高汇通是唯一一家具有外资牌照的支付企业，腾讯纯外资背景，不想以后再搞出支付宝那样的VIE事件，市值万亿，经不起折腾。腾讯有太多的投行高手，对中国创新支付的调研分析不可能不充分，万一碰到老千股，小马哥也不爽。  
  
3、中国创新支付预付卡业务发卡量数百万张，备付金管理也一直比较稳健，线下商户数千家。  
  
4、腾讯是大众点评网20%的股东，并且大众点评也已接入微信支付，大众点评自有海量商户，如果可以与微信、高汇通打通，微乐付卡具备了用户一卡一站式消费的前提，未来开通预付卡保本理财业务的话，庞大的沉淀资金无疑很具诱惑力。  
  
“微乐付”要打造的是腾讯在支付领域的新一架马车，未来“微乐付”将整合众多的商家，形成以预付卡、彩贝积分、客户CRM系统三位一体的开放平台，成为真正的电子钱包。  
  
银联与中国创新支付:  
  
1、移动互联网的发展使市场再分配加速，原有的磁条卡POS银联收单业务收入会因二维码支付及NFC支付的普及而减少。  
  
2、NFC，银联要与运营商、POS机具企业绑在一起来推动NFC支付硬件的产业升级，也需要普及时间与巨量资金。  
  
3、二维码支付，因二维码的便捷性与投入成本低等优点，为互联网企业所拥趸，支付宝、微信在打车大战、红包大战中烧钱数亿不仅激活了市场而且培育了用户。  
  
银联淮备发起一只募资规模约达120亿元的支付产业基金，用于收购“具有前瞻性”的各类支付领域安全技术，搭建二维码支付、虚拟信用卡等支付创新手段的安全交易技术标淮。  
  
目标明确了：二维码支付、虚拟信用卡，收购谁？目前为止，真正完整做过二维码支付业务的只有三家公司：支付宝、财付通、高汇通（中国创新支付全资子公司）。  
  
前两家根本不可能，高汇通目前的境况倒是有较大机会，加上与银联的背景，假设可以收购，双方在融合上也不会有太多问题。还有工信部的二维码国家标淮，比银联自己做技术要少走很多弯路，也少烧若干亿纳税人的血汗钱。  
  
未来的移动支付格局什么样？现在已见雏形。目前中国创新支付与腾讯仅仅是恋爱阶段，至于未来会嫁给腾讯还是银联，只能说要看双方的努力与缘分了！  
  
以上种种，仅为客观、事实下的逻辑分析，如有雷同，纯属巧合；亦不作为各位朋友投资的理由。