

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 王天艺

资格证号： 71040225

专业名称： 网络经济学

拟定学位论文题目： 移动支付的应用手段对消费者行为的研究

报告日期： 2021/12/30

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  随着支付技术的提高，人们从以前携带现金/银行卡的付款方式，逐步向更为便捷的付款方式转变。现在出门，我们并不用带钱包，而是只需要带上手机，只需要几秒就可以完成付款转账的动作，实现无现金社会形态。移动支付是互联网时代一种新型的支付方式，其以移动终端为中心，通过移动终端对所购买的产品进行结算支付，移动支付的主要表现形式为手机支付。  目前移动支付的入口通信技术分为两大阵营：二维码和NFC技术，这两个技术最后面的推手是互联网企业和传统金融企业两大势力。  此篇论文开篇部分想要解释移动支付的定义（什么是移动支付），类别（移动支付都包含什么方式），应用领域（结合国内和国外环境的应用情况），优缺点等问题进行展开。  在比对两大阵营的基础上，阐释现代社会互联网企业和传统金融企业在移动支付方面的用户争取和经营博弈。两大势力都希望可以增加用户粘性，因此消费者作为用户在支付工具上的选择上，就尤为重要。  消费者对于移动支付的选择上，引申一个民众对移动支付的顾虑，移动支付真的安全么？  随着移动支付在世界各地流行，支付者可以在任何地方进行支付，在提供巨大便利的同时，移动支付也带来了许多支付安全的问题。尽管移动支付技术进步迅速，有良好的发展前景，但是移动支付在其潜在价值、方便和安全的可以完全实现之前将面临很多挑战。如何确保移动支付的安全性？移动支付的隐藏危险是那些？这部分讨论和分析目前我们所遇到的安全性的问题并总结开放性问题，提出未来的发展方向。结合Alipay/ Wechat pay/Apple pay流行且具有代表性的移动支付进行讨论和比较。  在中国，支付宝和微信是两家主要的移动支付运营提供商。移动支付在中国的发展迅猛，并逐渐形成无现金社会形态。加之手机等智能终端渗透率的进一步提升，以及腾讯、支付宝、中国银联无论是线上还是线下都持续投入了巨额资源进行市场培育和用户习惯的培养，中国移动支付市场规模呈现爆发式的增长，从2011年的700多亿元增长至2016年的35万亿，而且预计到2019年，中国移动支付市场规模将达到104万亿元人民币，7年时间增长接近将达1400倍，增长速度可以用奇迹来形容，让西方发达国家望尘莫及。如此迅猛的增长，金融监管所面对的挑战也是前所未有，在此我们也提出想法和意见。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）  芦阳（2012）指出客户与商户资源、账户资源、支付渠道和支付终端资源是影响移动支付商业模式选择的关键因素之一。同时对移动运营商、商业银行、中国银联、第三方支付机构四个移动支付利益主体进行了分析。结合两方面，提出了适合我国的移动支付商业模式。  杨彪（2012）指出，第三方支付作为一种新的支付手段，将给目前的金融体系带来的宏观经济风险。在借鉴欧美风险管理经验的基础上，把我们国家第三方支付体系纳入宏观监管的框架并提出了适用我国国情的监管建议。  谢平等（2013）从移动支付和电子货币的关系出发，研究了电子货币和移动支付的网络规模效益中预期的作用。认为，随着网络规模效益的显现，人们对现金的需求越来越来少，进而影响央行的货币供给，从而将大幅降低对货币的管控程度。因此央行需要指定新的货币政策工具来应对。  徐超（2014）从第三方支付的基本理论入手，研究认为第三方支付产生和发展是以双边市场理论为基础。发展第三方支付可以解决交易成本，提升经济效率。但是，随着体量的增加，第三方支付产生了信用创造，给商业银行带来了挑战，进而滋生出一些宏观经济风险，引起了主要经济体对其的监管。  汤荣丽（2016）对18-35岁学生和上班族展开问卷调查，从个人、安全、移动支付设备app、社会，这四个方面对影响用户移动支付行为的因素进行统计分析得出以下结论：   1. 用户移动支付行为与性别、学历和职业有关，与收入无关； 2. 移动支付的安全性是用户最为担心的因素； 3. 移动设备APP的易用性、有用性也会影响用户对于移动支付的使用态度； 4. 同学/同事和媒体宣传对用户移动支付行为有一定影响。   亓明真（2021）2021 年 1 月末，中国人民银行发布《非银行支付机构条例（征求意见稿）》（以下简称《条例》），第三方支付行业在经历了初诞、繁荣和乱象之后，将以《条例》的实施为契机进入新阶段。监管导向从原来的“呵护散养”转为更加注重规范有序，支付巨头展业受到金融反垄断约束。在金融科技的加持下，数字人民币试点加速，第三方支付机构将摆脱渠道限制，NFC 将迎来新一轮发展高潮。B 端市场逐步成为支付行业新的增长动力，服务模式由单一支付向定制化综合解决方案发展，SaaS 综合服务提供商将成为第三方支付机构的主流战略定位。在新监管、新技术和新发展格局下，运营商迎来新的发展机遇。  另外，有一个观点很多文献没有提及，在国内消费者早已经接受了移动支付，同事移动支付逐渐发展为联系用户、商家、银行的第三方平台；然而美国作为发达国家，二维码支付的人群远远赶不上NFC的支付人群，现金和信用卡仍然占据着支付市场的领导地位。其中的原因有哪些？这个需要我们结合国情仔细思考的问题。  如 Davis 等（1989）  在研究用户对信息系统的使用意愿时提出了技术接受模型（TAM）理论，此后，Venkatesh 等（2003）又在技术接受模型理论的基础上融合其他理论发表了整合性技术接受和使用模型。Schierz 等（2010）在 Davis 等的研究结果中融入了感知安全性和感知兼容性的因素。Kim 等（2010）则认为外部因素包含消费者个人因素和移动支付系统特点，消费  者因素有个人创新性和移动支付知识，移动支付系统特点有移动性、兼容性、便利性等。  学者们针对移动支付意愿的研究已经形成了较完整的体 系，但是对于我国的支付市场来说来说，移动支付已经被 广泛接受，消费者的移动支付选择行为应该成为研究的重 点。在国内支付市场中，支付宝和微信支付是消费者的主 流选择。刘家乐（2011）面对移动支付市场的激烈竞争， 运营商要想提高自身的竞争力就必须提升运营策略。而成 功的运营策略要以消费者对移动支付的使用意愿的影响因 素为依据。研究结果显示移动支付是否安全是消费者是否选择移动支付方式的最重要因素。其次，使用是否方便， 使用的成本等也是消费者考虑的因素。陈斌等（2015）随 着互联网技术以及智能手机的普及，移动支付市场也开始 快速发展，支付宝和微信支付是我国目前两大移动支付平 台。他认为基于电商平台的支付宝通过余额宝、蚂蚁借呗、 蚂蚁花呗等金融服务进一步提高用户黏性；基于社交平台 的微信支付迅速整合线上线下应用场景，融合社交、娱乐 和支付功能以提高用户体验。  移动支付安全和风险  移动支付的核心除了便捷，还有安全，从近期发布的《移动支付用户调研报告》中客户看到，个人隐私泄露及安全隐患问题仍是用户在使用生物识别技术进行移动支付时最担心的问题  用户在使用生物识别技术进行移动支付身份识别和交易验证时，最担心的问题仍为个人隐私泄露及安全隐患，占比分别为69.5%和49.3%之多;    NFC付款通讯是双向的，最终解密后的秘钥是静态固定的，受加密算法保护，存储在手机加密芯片中，从安全角度来看，银联的NFC+SE(安全芯片模块)和Token(支付标记)技术在全球范围都处于领先，安全系数更高。Apple Pay通过Touch ID巧妙的解决了密码PIN的问题，这些主动防护加被动防护这都能大大加强了安全系数。二维码支付则是通过把时间、终端、用户等信息通过特定不可逆算法作为支付主体的授权。其安全性重点在于扫码如何保证终端支付条码的产生算法不被破解，相对更加被动。  （一）技术风险  目前，移动支付的运营模式主要有运营商主导模式、银行机构主导模式及非银行支付机构主导模式等。无论哪一种运营模式下的移动支付，都是在移动支付产业链上的各方相互配合的基础上实现的。移动支付产业链比较长，涉及银行、非银行机构、清算机构、移动设备运营相关机构等多个行业。在移动支付新兴事物的技术实现中，仅安全方面就包括了物理安全、网络安全、主机安全、应用安全、数据安全、业务连续性等。在这些安全要素的实现方面，有些技术已成熟，有些技术则还在探索中，特别是条码支付技术（包括支付标记化、有效期控制、条码防伪识别等）。在移动支付的发展过程中，有些支付创新为了实现用户的友好性及支付交易的快捷性，而忽略了交易验证的严谨性，支付风险存在每一个环节中，特别是支付交易中的身份确认往往存在支付风险。是否严格执行有关规则，是否对每一个过程都进行严格的测试和反复验证，都事关重要。  （二）法律风险  新兴的支付形式存在不同种类的技术风险和法律风险，任何一项法律的制定都是漫长而严谨的过程，但政策的制定必须适时顺应时代的发展要求。目前，我国移动支付的相关法律法规不断完善，但步伐略显落后，许多新事物只有出现了才能在应用中发现问题，并加以立法规范。移动支付同样如此。由于其产业链比较长，涉及行业较多，而每个行业相关的标准规范侧重点各不相同，甚至会出现重复和冲突的地方。标准规范上的不统一容易导致移动产业链上的各成员采用不同的行业标准，存在支付漏洞及隐患，进而滋生移动支付风险。因此，是否采取与风险水平相适应的管控措施也应加以考量。  （三）应用风险  在移动支付工具的应用过程中，支付交易的收付款双方都存在一定的风险，如有的收款二维码被恶意掉包，付款二维码被恶意读取；此外还有移动终端设备自身存在风险，如手机本身未采用加密等安全措施，不法分子通过钓鱼网站或木马程序窃取用户信息，并对移动支付功能进行非法复制，从而造成用户重要信息的泄露。由此可见，移动支付应用中参与交易各方的身份识别也是一个风险点。  对移动支付的思考：  移动支付会完全替代纸币么？  移动支付在交易工程中使用的是电子货币，随着这种支付方式逐渐普及，纸币的流通量一定会有所下降，人们使用纸币的次数越来越少，于是便有人提出：“移动支付手段终将会代替纸币。”这种说法虽然不无道理，因为电子货币存在于无形之中，不同于纸币有磨损、丢失的风险，同时电子货币在手机软件中，不会像纸币需要占用额外的空间。但“纸币会被淘汰”这样的说法也太过于绝对，用纸币消费是人们的传统消费方式，其普适性不言而喻。所以说，移动支付在今后的持续发展中会对纸币有所冲击，成为支付方式的主流，但是，并不会完全取代纸币。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  消费者：有不少学者研究了消费者采纳 NFC 移动支付服务的影响因素，毕竟只有满足消费者的需求的有良好体验的产品才最终会被市场接受。技术采用/接受的研究主要基于技术接受模型和创新扩散模型。通过这两个模型，学者们验证了影响消费者移动支付服务的各种可能因素：其中便利性、网络外部性、安全性、服务内容等与采纳行为有强烈的正相关，而替代的吸引力、成本、风险、技术焦虑等被证明与消费者采纳行为存在负相关。  经济理论工具： 消费者的选择和需求/网络外部性/转换成本/互补品和替代品。  艾媒咨询|2020上半年中国移动支付行业研究报告  https://www.iimedia.cn/c400/73888.html |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  1）移动支付的两大应用NFC和二维码支付，是适合国情产生的产物。  2）移动支付作为一种创新技术支付手段，将逐渐成为主要的支付手段。  3）影响消费者采用移动支付的因素包含：感知建立费力、感知支付便利、感知外部接受、感知价格优惠、感知经济风险、感知记录便利。感知利得类的产品属性与消费者选择意愿存在正向影响关系，感知利失类的产品属性与消费者选择意愿存在负向影响关系。 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  1）即便是移动在中国有巨大的发展前景，但是依旧存在不利因素：比如行业标准不统一、商业模式不明确的问题。  2）通过整合微观经济学消费理论，提出移动支付消费模型。分析收入、偏好对消费者采用移动支付的影响。  3）对移动支付的发展前景，结合现有消费者行为，提出生物膜支付的畅想。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献（顺序和格式参考模板如下，参考文献应当主要是近5年的相关资料，填写时，删掉以下参考模板）  1. 书  2．期刊  芦阳，“浅析我国移动支付商业模式的选择与构建“.《改革与战略》，2012年第四期，57-59页。  杨彪，李冀申，第三方支付的宏观经济风险及宏观审慎监管.《财经科学》，2012年第四期，44-52页。  谢平，刘海二. ICT、移动支付与电子货币. 《金融研究》，2013年第10期,第1-14页。  徐超，第三方支付体系：兴起、宏观效应及国际监管. 《经济问题》2013年第12期. 11-16页。  韩昊伟、刘曼璐、刘婷, 消费者移动支付影响因素分析. 《时代金融》 2020年 137-138页。  王伟斌，姜桂萍，雷贵优. 第三方支付发展对传统银行业影响及建议. 《海南金融》2015年第7期，62-65页.  汤荣丽, 移动支付行为的影响因素分析 《海南金融》2016年第二期 42-46页  陈华平，唐军. 移动支付的使用者与使用行为研究. 《管理科学》 2019年第6期，48-55页.  陆睿敏、刘南君 莫晓贤 裴爱瑄 二维码支付技术的应用现状及其对策研究. 《电子商务》2015年9月期 65-67页  李晓蕙，二维码支付风险及应对研究 《新经济导刊》 2019年 51-55页  许琴.从BAT，看移动支付用户习惯的培养[EB/OL].http:// software.it168.com/a2013/ 1106/155 4/000001554709.shtml  永辉.支付宝二维码手机支付的利与弊.[EB/OL].http://news. mydrivers.com/1/198/ 198121.htm |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目：  主题词：  第1章 绪论（引言）  1.1 研究背景与意义  1.2 论文框架和思路  1.3 研究方法和创新点  第2章 文献综述与理论基础  2.1 相关重要概念界定  2.1.1 移动支付  2.1.2 消费者行为  2.2 移动支付研究综述  2.2.1 移动支付影响因素  2.2.2 移动支付业务模式  2.2.3 移动支付安全性    2.3 消费者行为研究综述  2.3.1 影响消费者行为的因素  2.4 经济学理论工具  2.4.1 消费者偏好和需求理论  2.4.2 网络外部性  2.4.3 转换成本  2.4.4 互补品和替代品  2.4.5 完全信息静态博弈  第3章 移动支付应用的理论分析    3.1 不同的移动支付运营模式  3.1.1 NFC  3.1.2 二维码支付  3.1.3 优缺点比较分析  3.2 移动支付在中国和国外的应用比对  3.2.1 移动支付发达国家的应用  3.2.2 移动支付在中国的应用  3.2.3 应用差异化分析    3.3消费者选择移动支付的影响因素分析  3.3.1感知建立费力  3.3.2 感知支付便利  3.3.3 感知外部接受  3.3.4 感知价格优惠  3.3.5 感知经济风险  3.3.6 感知记录便利  第4章 移动支付的应用手段对消费者行为的实证研究  4.1数据来源  4.2描述性统计分析  4.3模型构建与实证分析  4.4实证相关的被解释变量和解释变量  4.5模型的数据分析及假设检验  4.6总结与改进  4.6.1 实证总结  4.6.2 消费者选择移动支付工具的顾虑和改进    第5章 中国的移动支付市场的结论和建议  5.1 中国的移动支付市场的结论  5.2 中国的移动支付市场建议和未来预测 |