

## 支付宝与微信火拼升级 第三方移动支付鏖战线下

特约撰稿 吴勇毅

腾讯和阿里巴巴“二马”台上称兄道弟手拉手做“保险生意”，台下却是“互踢脚”。

11 月初，微信对阿里巴巴旗下的即时通信软件采取了封杀——自动屏蔽、人工解除保护、再到关“小黑屋”、直至最后关闭用户的分享接口；11 月底，阿里则针锋相对，屏蔽了微信营销的数据接口，不久淘宝又全面屏蔽能够指向其他网购平台的外链二维码图片，此举被指剑指微信。

### 支付宝与微信线下鏖战

腾讯与阿里不但在移动入口火拼，在线下购物场景应用也进行鏖战，烽火连绵。有一定影响力和用户基数的大型百货商场、连锁超市成为双方开战的重点。

在百货方面，微信支付与上品折扣、新世界百货、天虹百货达成了合作，而支付宝则与银泰、上品折扣达成合作。在上品折扣之前，微信支付与天虹商城达成了合作，推“微信逛街”，还与新世界百货达成合作，联合发行一款基于微信应用的虚拟会员卡——新世界百货“微乐付”卡。

支付宝钱包进军百货领域的标志性案例则是与银泰达成战略合作。今年上半年之前，支付宝钱包还将进驻更多商场、连锁超市、7-11、大学商贸超市等。

除了百货，二者也涉足了餐饮、出租车等场景。微信支付近期与太平洋咖啡达成合作。消费者可以通过扫描特定商品的二维码进行微信支付，或者在天平样咖啡(中国)公共账号中通过微信支付购买。支付宝钱包则与快的打车达成了合作，涉足出租车场景的移动支付市场。

另外，帮助商户搭建后台，也成为阿里、微信支付拉拢商户的手段之一。背后更为重要的作战策略是，树立行业标杆，以四两拨千斤的方式带动更多的商户向各自打开门户。

### 剑指移动支付巨大蛋糕

尽管两巨头表面上都号称“为了用户安全着想”，但业界普遍认为封杀其实是“地盘之争”、“财源之争”。

艾瑞咨询数据显示，2013 年第三季度包括移动互联网支付的第三方互联网支付市场交易规模达 1.42 万亿元，环比增长 26.7%。未来 3 年，中国移动支付市场规模每年递增将达到 30% 以上，钱景十分可观。其中，当前支付宝占据 48.8% 的市场份额，微信支付背后的财付通则以 18.7% 的市场份额紧随其后。

两者相比各具优势，各有所长。与其他手机应用公众账号更强调查询、沟通等功能相比，支付宝钱包在支付方面具有优势，金融属性更强。而微信 App 在用户黏性上更具优势，微信支付目前是众多社交软件中用户黏性最高、活跃度最强的，对于商户来说，微信是一个很好的办理非现金业务、业务咨询以及营销信息推送平台。因此，拥有高度社交用户黏度以及众多线下商户的微信支付，其未来发展不会比支付宝逊色。

而腾讯依靠微信获得第一张移动互联网船票后，将电子商务业务导入，并推出“微信支付”。这意味着微信将可能成为首个能进行闭环交易的电商平台，此举进入了原本属于阿里的势力版图，威胁到了旗下淘宝和支付宝等核心业务。“对淘宝来说，屏蔽微信最大的好处是给自己赢得时间，在微信全面渗透到电商领域前，在移动互联网上做好更多的布局和防御，防止蛋糕被抢。一旦微信支付体系建立起来，对于淘宝的威胁将是巨大的。如果淘宝不采取一定的措施，只能眼睁睁地看着用户流失。”互联网观察人士洪波表示。

当前支付宝和微信支付的鏖战从线上到线下全面升级。支付宝已在 PC 端的支付市场占据绝对优势时，尚未形成垄断的移动线下支付市场成为微信支付后来居上的机会，也是支付宝能否守

住移动支付老大的关键。一些专家的看法，在移动互联网时代，基于微信的微信支付有弯道超车、后来居上的可能。

微信与支付宝围绕移动支付展开的争夺，背后代表的是两家巨头对各自核心业务的野心。对于二者之间的竞争究竟孰胜孰败，现在下定论可能为时尚早。WeMedia 自媒体联盟认为，支付宝的优势在传统 PC 端，移动支付目前依然属于薄弱环节。微信尽管拥有海量的移动端用户，但在电商和支付领域，赶超支付宝的难度依然较大，不过并非不可能超越。

WeMedia 自媒体联盟认为，移动支付的关键在于应用场景的设定，这也是目前微信和支付宝以及其他玩家所欠缺的，也是目前双方争抢线下资源的关键所在，这比互相屏蔽更为重要。

双方更大的挑战在于用户端。任何产品从推出到普及，最重要是用户接受程度。对于用户来说，为什么改变现金或刷卡的习惯而选择第三方支付？可以看出，用户习惯仍在培养阶段。微信支付、支付宝钱包的竞争关键在于，谁能快速覆盖更多使用场景，谁更能培养并贴近用户使用习惯，谁就将占据先机。

巨头“互掐”不利于产业发展

不可否认，随着移动互联网时代的到来，移动支付有着巨大的前景，但各利益主体都在各打各的小算盘，这给移动支付的发展前景蒙上了阴影。由于移动支付涉及行业跨度大、利益主体多、产业链长，利益各方都想依靠一己之力来争夺话语权。各自为政各行其是，从根本上造就了今天移动支付概念炒得火热但进展并不快的现状。

微信与支付宝围绕移动支付的竞争价值仍然只折射在短期，毕竟移动支付产业链较长，产业链内没有任何一方能够单独将该业务一手包揽从头做到尾。而最值得关注的是，移动支付目前依旧欠缺行业标准，产业链环节中的各方各自为战，这对于整个产业未来发展来说都无所助益。

移动支付行业跨度大、产业链长，只有包括运营商、商业银行、终端制造业、第三方支付公司等在内的相关各方携手合作，积极构建开放共赢模式，形成标准统一、协调有序的格局，国内移动支付产业才能实现持续快速健康发展。