

第三方支付平台 寻求移动互联网新突破

在国内市场还在争夺移动支付这一业务发言权的同时，国外的第三方支付企业已经开始大力布局移动商务。

文 | 中国电信上海研究院 秦琛

进入2010年以来，移动支付已经成为业界讨论最多的话题之一：中国移动与以银联为代表的移动支付产业联盟两大巨头分别采用RFID-SIM卡与NFC两大解决方案针锋相对。

2010年3月，中国移动斥资近400亿元入股浦发银行；2010年5月，中国银联联合工商银行、农业银行、建设银行、交通银行等18家全国及区域性商业银行，中国联通、中国电信两大电信运营商，诺基亚、联想等手机制造商，以及多家智能卡及安全芯片厂商、受理终端厂商、系统集成商、科研院所等相关机构，共同成立移动支付产业联盟，志在布局国内移动

>> 移动互联网时代的到来促成了移动支付的繁荣。



支付。6月21日下午，中国人民银行对外公布《非金融机构支付服务管理办法》，要求支付宝、财付通、快钱等第三方支付机构必须申请取得《支付业务许可证》，针对国内的第三方支付平台进行有效的政策引导。一时间，银联、商业银行、运营商、第三方支付平台等产业链多方都进入了移动支付领域，对未来这块大蛋糕垂涎欲滴。

移动互联网时代的到来促进了整个产业生态环境的繁荣，像金融、商务类等相关产业也想抓住信息通信技术带来的良好发展机遇。就在国内市场还在争夺移动支付这一业务发言权的同时，国外的第三方支付企业已经开始大力布局移动商务，借助智能终端所依托的软件应用商店平台，向应用开发者提供公开的第三方软件开发包，在所开发的应用之内实现实体商品及服务的销售及贩卖。

国内外第三方支付平台的移动互联网举措

1. PayPal向手机应用程序开发者开放Mobile Payments Library支付模块

自2010年4月27日和5月19日，国外知名的第三方支付平台PayPal分别开始向苹果APP Store及Google的Android Market开发者开放Mobile Payments Library支付模块，使开发者可开发具有PayPal内部支付功能的应用。作为PayPal独立运营的第三方支付模块，“移动支付库”（Mobile Payments Library）可以为应用开发者在各自应用程序内部整合Paypal支付功能；具体的支付功能包括：应用程序中的资金捐赠、私人交易支付、实物或服务的交易支付等。

PayPal是国外知名电子商务eBay旗下的支付平台，由于其向用户提供安全便捷的全球在线收付款服务，迄今为止在全球已经拥有超过遍布190个国家的1.53亿用户。

此次PayPal提供的应用内付费服务，是典型的无中间过渡确认环节的快速支付，类似淘宝的即时到账服务。为避免与软件商店运营主体的利益冲突，Paypal将其SDK定位于与软件商店无关的实体商品贩卖；Paypal将开发者通过其SDK贩卖的实体产品主要定位于10美元以下的微支付产品，如匹萨、鲜花、巧克力、小额捐款等，并为微支付产品的手续费提供相应的优惠。

从盈利模式来看，PayPal采取的是一贯的前向收费模式，即向卖家收取一定的服务费，而面向后



>> 第三方支付平台布局移动互联网。

向的用户实行免费策略。Mobile Payments Library支付模块在手机软件中的顺利运行,也为产业链各方带来诸多便利:首先,PayPal乘机在移动商务的支付领域获得更多的用户资源,实现互联网与移动互联网的融合运营模式;其次,应用程序开发者借助PayPal提供的专业在线支付交易平台,降低了卖家的交易成本和交易流程,

借助PayPal提供的其他增值服务,卖家可以进行实时交易查询和交易系统分析;再次,应用程序使用者,也就是买家只需通过应用程序就能实现支付,简化支付流程,增强了用户体验,又不用担心自己财务信息被卖家掌握;第四,由于PayPal所提供的服务并不会给软件应用商店平台的实际销售运营带来负面影响,而从促进软件功能提升、软件种类扩充以及软件数量增加的角度来看更是具有重要的正面意义,因此软件应用商店平台也持欢迎态度。

2. 支付宝跟从淘宝,布局移动互联网

作为国内最大的第三方支付平台,2003年10月,支付宝诞生并最早应用于淘宝网,以担保交易模式首度解决了国内网购市场的信任和支付问题;但是随着国内电子商务市场的不断发展,支付宝这一曾经是淘宝网的交易辅助工具也逐渐演变为一个独立于淘宝网、立足于整体电子商务解决方案的第三方支付平台。截至2010年3月14日,支付宝用户数已经突破3亿;艾瑞咨询表示,目前支付宝在第三方支付行业中占比49.8%,作为市场龙头,支付宝掌握着电子商务生态系统中的重要一环。

由于支付宝平台与淘宝网的内在关系,笔者认为,分析支付宝的移动互联网战略必定脱离不了来自淘宝的影响。

其实早在2008年2月27日,阿里巴巴集团旗下两大子公司——淘宝网、支付宝就联合宣布,进入无线互联网市场,发布移动电子商务战略。淘宝网大规模公开测试手机版淘宝网,进军无线零售领域;支付宝亦推出手机支付业务,以推进国内移动支付业务的发展。

2009年12月15日,淘宝网又宣布推出定制版的淘宝手机,3款手机均将植入淘宝网最新版的手机客户端程序“随身购”、“淘掌柜”、“数字商城”、“移动支付宝”和“移动旺旺”。

2010年4月12日,阿里巴巴集团对外宣布,将在未来五年内继续向支付宝投资50亿元人民币。支付宝CEO彭蕾对外表示,这50亿元人民币投资将主要用于提升、优化支付宝的整个系统,除了在风险控制、数据库存储、灾难备份方面加大投入外,还将全面布局移动支付等新兴技术领域。种种迹象表明,移动支付领域已经成为支付宝未来发展的一大战略要地。

3. PayPal与支付宝移动互联网布局的对比分析

总体来说,PayPal向手机应用程序开发者开放Mobile Payments Library支付模块的行为更加开放,这一举措必将使得PayPal的业务、用户规模和品牌影响力通过手机软件的开发者行为,直接渗透到使用相关移动业务的每一个用户中,让他们养成在移动互联网领域的消费支付习惯,并促进用户从互联网到移动互联网领域的成功迁移,互联网与移动互联网融合化的用户支付体验更能增强品牌影响力,实现在这一领域的垄断地位。此外,这一举措对于整个移动互联网以及移动商务产业的振兴、业务的创新都有所帮助。

相对国外第三方支付巨头的表现,由于受国内移动互联网的市场环境、产业结构、用户使用习惯等众多因素影响,国内第三方支付巨头——支付宝的移动互联网战略似乎没有那么清晰,仅仅通过几款终端定制,推行WAP网站、移动支付宝客户端等进行业务推广并不能很好地形成强大的先入优势,也不顺应移动互联网时代“终端+业务+服务”模式的发展趋势。

互联网到移动互联网的支付模式具备较高的可移植性,而支付宝进入移动电子商务市场具备先天优势。一方面,作为国内第三方支付的领跑者,支付宝不仅拥有最宝贵的用户和品牌资源,在产品和技术上也有较大的优势;另一方面,支付宝在本地化的传统电子商务支付领域积累的经验是其他所有竞争对手所缺乏的。因此,支付宝在今后的发展过程中,需要与应用开发者、商家之间建立起更加开放的合作模式,通过一定的举措促进国内移动商务乃至移动互联网市场的繁荣发展。☞