



## 移动支付： 进击的微信PK无力应对的支付宝

李珣

在移动支付领域被打得十分被动的支付宝，终于开始反击。微博支付就是支付宝的马夹，是用以对抗微信支付的排头兵。2014，一场“微博支付VS微信支付”的大战即将展开。

### 移动支付大爆发

随着移动互联网的深入发展，移动支付将成为下一个爆发式增长的市场。一方面是移动电子商务的崛起，包括O2O商业模式引发的支付需求的爆发；另一方面是，移动支付作为更加方便的支付模式，已经开始逐步接管传统的信用卡支付，乃至替代实体钱包。

据国务院发展研究中心公布的《中国网络支付安全白皮书》预计，3~5年内网络支付交易规模至少还有6倍的增长，总量将

超过20万亿元，其中移动支付将呈现爆发式增长。

预计2014年中国移动支付用户规模达3.87亿户，年均复合增长率达35%以上；预计2014年中国移动支付产业总规模将达3850亿元，到2017年中国移动支付市场交易规模将突破2万亿元，未来几年增长率将超过50%。上万亿快速爆发的大市场，将带来改变格局、改写规则的大机会，也引发各路玩家的争夺和竞赛。

当前，移动支付市场的主要玩家主要有如下的几类：一是以POS机切入的银行服务机构，比如银联商务；二是以

用支付终端硬件切入的第三方支付厂商，比如拉卡拉、汇付天下、钱方等；三是以软件、APP为代表的钱包产品切入的科技企业，比如支付宝、微信；四是以渠道切入的运营商和手机终端企业，比如中国电信的支付服务、三星等手机厂商的NFC支付方案。

从产品形态来看，钱包类APP这样的软件应用以其成本和体验的优势，将成为增长最快的领域，也是各大巨头在移动支付领域争夺的焦点。

### 阿里输不起 腾讯忙争夺

对于中国最大的电子商务企业阿里巴巴，以及旗下占据网络支付霸主地位的支付宝来说，移动支付是一场输不起的战争。PC电子商务的用户已经开始往移动端迁移。尽管移动电子商务并不能完全取代传统PC电商，但在某些应用场景下，移动电子商务的便捷和体验具有PC无法比拟的优势。

如果说用户迁移还是在存量市场方面的争夺，那么新的消费模式和O2O商务应用场景的崛起，则带来了更加海量的新市场，在O2O市场方面，阿里的布局偏弱。腾讯的生活电商集团在线下的布局甚广，而阿里方面，其本身线下布局方面未有大的布局，目前来看，仅有其投资的美团拥有线下大量的布局。

而对于腾讯来说，基于社交平台发展电商和支付一直是其战略方向。但PC时代的无论是易迅拍拍，还是财付通都全面被阿里压制，未获得显著的市场份额。移动时代，微信的崛起为腾讯的电商梦想带来了千载难逢的机会，基于微信商业化，腾讯正在奋力追赶。

而值得注意的是，微信支付的应用模式对支付宝钱包拥有颠覆式的优势。支付宝钱包从本质上来讲，还是对PC版支付宝的延伸，定位在移动支付服务。而微信支付作为嵌入到聊天软件的服务，其最大的颠覆性优势在于：离用户更近，用户使用微信的时间是以小时计算的，而用户打开支付宝钱

包的时间就少的多。在没有明显的差异体验的情况下,谁离用户更近,谁就能成为用户的支付入口。

最近微信支付动作不断,先是引入平安保险的全额赔付,解决用户的安全担忧。再是接入线下商家,接入打车软件,不断地开拓线下市场;支付宝钱包除了相应地接入滴滴打车之外,其自身应对的方式极其有限,可以说是无力应对,无力招架。

### 微博支付是支付宝的马夹和排头兵

阿里是中国互联网企业里最善布局的公司。面对微信支付的节节进攻,阿里再次展示了其布局能力,联合新浪微博展开反击。

1月7日,新浪与支付宝宣布全面打通微博与支付宝账号,联手推出微博支付,今后无论是微博平台上的在线交易还是线下商家的日常消费均可用微博客户端直接付款,新版上线的微博客户端已经内置了支付服务。

新浪高级副总裁、微博事业部总经理王高飞表示,新浪微博用户规模超过5亿,支付宝则是国内最具影响力的支付工具,通过此次合作,双方将进一步强化微

博“浏览一兴趣一下单一支付一分享”的社会化营销闭环优势。

据介绍,用户刷微博时,发现商品后可直接购买,在微博内使用支付宝交易。首次下单时,需完成支付宝账户和密码绑定。第二次,只需要输入支付宝的6位支付密码。

这一使用体验跟微信支付如出一辙。值得注意的是,新浪也是有第三方支付牌照的企业,并且之前也有微支付的服务。此次微博支付的推出,采用的全是支付宝作为支撑。可见,所谓的微博支付,更多反应的是阿里方面的战略需要。或者换一句话说,微博支付就是支付宝的马夹,在移动支付的大战中扮演着反攻微信支付的排头兵的角色。

### 关键点:场景支付和线下资源

移动互联网相对传统PC互联网的最大不同就在于其移动性和丰富的应用场景,而相对应的移动支付,其最大的便利性就在于场景支付。

举个简单的例子,比如目前各类钱包应用所推出的AA收款功能就是场景支付的典型应用。AA收款是朋友在聚餐之后,可以方便的通过扫描二维码的方式来

完成原来凑份子钱的场景。这一方便的功能是典型的用科技的手段来改善现实生活的案例。再比如,购买衣服购物、咖啡美食、甚至是旅游服务,都可以使用二维码或者近场技术来完成。

移动支付最大的杀手级的应用就是这样场景支付,而场景支付的丰富程度将成为移动支付APP竞争的关键点之一。

而在场景支付背后的线下资源,将成为另外一个关键点。即除了产品和技术团队之外,能否拥有一支强有力的线下推广和商务拓展团队,能否跟广泛的线下商户达成更多的合作,争取更多的线下资源将成为移动支付竞争的另外一大关键点。

### 2014年移动支付大战的几点预测

在场景支付方面,微信仍将全面压制支付宝钱包。微信作为目前最流行的移动互联网应用,其社交粘性无人匹敌。而腾讯在微生活电商方面的成绩,在短期内阿里也难以有超越。支付宝钱包推出的公众账号服务,会成为一个很好的便民服务,但不会成为粘性的入口。因而,在2014年的场景支付方面,离用户更近,线下玩法更多的微信会仍然压制支付宝钱包。

阿里会动用联盟力量对微信支付进行围剿。支付宝钱包阻击微信不成,阿里会继续动用同盟的力量。除了此次的微信支付之外,另外一家阿里的投资企业美团或许也会加入这一战场。

支付宝钱包将重推互联网金融功能但会面临更激烈的竞争。随着阿里小微金融集团的建立和持续发展,支付宝钱包将会加入更多有竞争力的互联网金融的功能,但与此同时也将面临诸如平安银行等传统金融机构的冲击,竞争将会更加激烈。

刚刚推出的微博支付对微信的阻击效果如何,还有待后续观察。但可以肯定的是,2014年,中国互联网将迎来一场移动支付大战:阿里和腾讯将展开从线上到线下的全面战争。而普通用户则会享受到更多便利的移动支付服务。

摘自凤凰科技

