



热门文章

用多元线性

何加强会计

国外汇储备

间借贷利率

国衍生金融

章

章

品市场竞争

业银行走混

国存款保险

国创业板市

华夏并购案

120+ renowned advisors reveal what to buy and what to sell

Meet face-to-face with top investment experts

Acquire a global market perspective

Discover profitable investment insights...



insights... investment biography discover

[2008年11月]手机支付模式与市场价值分析

【字体: 大 中 小】

作者: [张奎] 来源: [本站] 浏览:

手机支付是一项横跨金融行业和移动通信行业的电子支付应用,是电子货币与移动通信技术产物,具有区别于POS刷卡支付的业务模式、技术模式和商务模式,显示出独特的商业价值...

一、手机支付概述

(一) 业务模式

手机支付业务模式可以归纳为四种:第一种是移动运营商独立开展的手机话费代扣支付模式是银行卡账户支付模式,第三种是移动运营商联合行业卡公司开展的基于行业卡支付模式...

目前,这四种业务模式在国内均已商用。2002年5月,中国移动开始在浙江、上海、广东、进行手机话费代扣模式的小额支付试点。2003年开始,中国银联联合中国移动在长沙开展基于银行卡支付模式的试点,随后向全国其他地区逐步推广,并于2004年成立了合资公司联动优势手机支付业务...

(二) 技术模式

目前全球已经开展的手机支付技术实现模式主要有SMS短信和IVR语音技术的第一代手机支付 BREW客户端和WAP基于2.5G和3G通信技术的第二代手机支付,移动互联网+非接触(NFC) IC第三代手机支付。

2002年Visa与韩国SK电信公司合作推出手机支付服务,并于2007年初联合诺基亚公司向全球支付系统,包括NFC IC卡支付和移动互联网远程支付服务,更是致力于推动跨产业的技术合作相关组织(包括:Mobile Payment Forum、the NFC Forum、Global Platform与EMVCo.)共同标准。在韩国和日本,手机正在成为主流支付设备,在银行业和移动通信商的大力推动下,触IC卡的手机支付应用已经被产业链各方广泛接受,并形成了相当大的用户规模和市场规模...

中国银联正在联合产业链各方大力推广SMS和IVR第一代手机支付,在部分地区开展了客户端二代手机支付试点应用,并积极开展非接触IC卡的第三代手机支付试商用试验。SMS和IVR模式手机支付通过短信和拨打电话即可完成缴费充值等业务,具有使用便捷性、交易成本低点,在手机话费缴纳充值业务上具有天然优势,得到了快速发展。客户端和WAP模式的手机支付持手机种类的限制以及技术模式对手机用户有一定要求,需3G通信技术支持才能大范围开展C卡模式的第三代手机支付仍处于试商用阶段,还需要产业链各方从业务链各个方面共同推进。

(三) 商业模式

不同的业务模式和技术模式组合,衍生出手机支付独特的商业模式和应用领域。目前典型的有四种:第一种是移动运营商寡占模式,业务模式为手机话费代扣的小额支付模式;第二种是运营商联合商业银行开展基于银行卡账户支付模式;第三种模式是以中国银联、联动优势、支付宝的第三方支付平台模式;第四种模式是移动运营商联合公交卡公司等行业卡公司模式...

目前,在短信和IVR模式的第一代手机支付领域,以中国银联和联动优势为代表的第三方支付已初步形成市场规模,成为目前占主导地位的商业模式。但是在非接触IC卡模式的手机支付领域,中国银联与中国移动在竞争中共同探索,具体商业模式还未真正形成,但可以判断,在目前中国各行业间混业经营壁垒重重的情况下,以中国银联为代表的第三方支付服务商与移动运营商共同主导产业链形成的竞合商业模式应该是现实的选择,也是未来占主导地位的商业模式。为此,中国银联要加强与中国移动等移动运营商的战略合作,以减弱移动运营商直接与商业银行合作主导产业链的冲动。

二、手机支付市场价值

手机支付业务具有随时、随地、随身的便捷性,同时具有降低社会交易成本的优越性,是电子支付技术不断发展的产物。其技术模式和业务模式的独特性,决定了在部分支付应用领域,手机支付具有很大的市场竞争力。现阶段,手机支付并非传统支付方式的替代者,而是传统支付方式的一种有益补充。传统支付方式做不到或做不好的部分领域正式手机支付可以大显身手、展示价值的地方。这里以中国银联开展的手机支付作为案例分析。

经过近五年的探索发展、市场拓展和业务推动,中国银联的第一代手机支付已经广泛开展了手机话费缴纳充值、移动运营商资金归集、公共事业缴费、行政事业费缴纳以及数字化产品销售的小额支付等支付应用。手机话费缴纳充值业务是最初设计的一项基础业务,其他业务可以认为是增值业务。话费缴纳充值和资金归集业务已经初步形成市场规模,并显示出显著的市场价值。而受到技术模式限制,其他业务应用诸如公共事业缴费、行政事业费缴纳、保费缴纳、信用卡还款和福彩投注等业务规模还相对较小(图3)。

截至2008年8月末,手机支付业务延伸到国内23个地区,手机支付定制用户数达到1323万户。1~8月份,累计实现手机支付清算交易笔数和交易金额分别为6,135万笔和145.40亿元。

(一) 对银联卡持卡人的市场价值

120+ renowned advisors reveal what to buy and what to sell

Meet face-to-face with top investment experts

Acquire a global market perspective

Discover profitable investment insights...



insights... investment biography discover

目前中国银联的手机支付业务已经为1.323万银联卡持卡人提供了随时、随地、随身的个人金融支付服务。提供的支付服务主要有手机话费缴纳充值、公共事业缴费、信用卡还款、购买数字点卡、福彩投注、交通罚款缴纳、税费缴纳等多种个人金融支付业务。这些服务节省了持卡人的支付交易成本，节省了宝贵的时间，带来了便捷支付体验。

(二) 对移动运营商的市场价值

2008年1~8月，中国银联的手机支付业务为移动运营商提供了5697万笔和26.12亿元的手机用户直充缴费服务，提供了396万笔和118.78亿元的资金归集服务。银联的手机支付业务为中国移动和中国联通等移动运营商提供了高效的电子缴费渠道，改善了手机用户充值缴费难的问题，提升了其用户黏性和忠诚度。特别是资金归集业务为移动运营商解决了营业款回流不畅，降低了资金在途时间、资金管理成本、假钞风险和道德风险，提升了资金时间价值。

(三) 对商业银行的市场价值

通过手机支付，中国银联每月为商业银行的1323万持卡人提供安全、便捷的个人支付服务，丰富了银行卡支付功能，提升了银行卡的活跃率，并为商业银行带来可观的手续费收入。

(四) 对行业客户的市场价值

通过手机支付，我们为上海、福建、云南、安徽、海南、大连等地区水电煤公共事业单位提供缴费服务，为十多家信用卡中心提供信用卡还款服务，为大连和云南地区保险公司提供保费续缴服务，为上海、深圳、山东、河南、湖南、海南、吉林等地区提供福彩投注服务。这些服务，丰富了行业客户的电子缴费渠道，改善了其用户的使用体验。

(五) 对银联的经济价值、品牌价值

手机支付业务丰富了公司的业务品种，增加了跨行转接交易量，丰富了银联收入来源，经济价值较为可观。作为手机支付行业的探索者和推动者，中国银联已经确立了手机支付行业的主导地位。手机支付业务的全国推广，塑造了银联积极开展便民金融支付服务的良好社会形象，丰富了银联品牌中创新、进取的内涵，提升了银联品牌价值。

三、影响手机支付市场价值的因素分析

目前中国银联主推的手机支付主要是短信和IVR模式第一代手机支付，受技术模式和业务模式约束，手机话费缴纳充值业务和移动运营商资金归集业务是主要业务应用，也是最有市场价值的业务应用。通过对近五年各地手机支付业务发展的影响因素分析，可以发现影响手机支付市场价值的因素主要是业务门槛、便捷性、安全性、市场营销力度以及对成员银行和移动运营商公关能力。前三个因素与技术模式选择、业务流程设计紧密相关，后两个因素与市场推广能力紧密相关。

(一) 各地手机支付横向比较分析

在短信和IVR模式手机支付中，业务流程主要包括业务定制流程和交易流程，定制方式有POS刷卡绑定、柜面刷卡绑定和IVR语音绑定三种模式，交易方式主要是短信和IVR。业务定制是用户开通业务的主要门槛，对比三种定制方式可以明显看出IVR绑定是门槛最低、简单易行、成本最低的一种方式，而POS绑定和柜面绑定门槛较高。短信和IVR交易方式比较各有优缺点，短信模式具有代码不易记忆、业务密码留存手机中存在风险等问题，IVR费用成本稍高，但IVR更适合于一般手机支付用户。所以第一代手机支付的最优模式可以认为是IVR定制+IVR/短信交易模式。

根据各地手机支付技术模式、业务流程设计、市场推广力度与用户数，可以将这些地区归纳为三类：江苏、浙江为代表的第 一 类 地 区 ， 业 务 门 槛 低 、 业 务 流 程 简 单 、 用 户 使 用 便 捷 ， 市 场 推 广 力 度 大 、 移 动 运 营 商 合 作 愿 望 强 、 成 员 机 构 开 通 数 量 较 多 ， 用 户 规 模 和 业 务 规 模 初 步 形 成 ；

以海南、上海为代表的第 二 类 地 区 ， 业 务 流 程 友 好 度 一 般 ， 移 动 运 营 商 合 作 愿 望 一 般 ， 用 户 规 模 和 业 务 规 模 较 小 ；

以深圳、厦门为代表的第 三 类 地 区 ， 业 务 流 程 友 好 度 一 般 ， 当 地 缴 费 渠 道 已 经 比 较 丰 富 ， 移 动 运 营 商 基 本 无 合 作 愿 望 ， 用 户 规 模 和 业 务 规 模 小 。

通过归纳比较分析，我们发现浙江和江苏地区“IVR定制+IVR/短信”模式手机支付的使用便捷性、用户友好度和市场拓展能力的综合能力强于其他分公司，这是其用户规模和业务规模位于前列的主要因素。

(二) 典型案例分析——江苏地区手机支付

江苏地区是从2005年开始启动手机支付业务，一直到2006年底业务发展都比较缓慢，但是2007年以来业务快速发展，目前手机支付用户数已经突破286万户（图4），在各地区中排名第一，单月缴费充值笔数和金额分别为162万笔和8137万元，在各地区中均排名第二。

纵观江苏地区手机支付发展历程，可以发现下面三项因素推动了手机支付业务快速发展：

1. 采用IVR定制和交易，推动银行开通无磁交易，降低业务门槛，用户使用简单便捷。江苏地区从2005年年底启动手机支付业务，采用无磁有密+IVR语音技术模式，主要开展面向移动运营商的手机话费缴纳充值业务。这种模式业务门槛低、使用简单易懂，能很快为普通手机用户接受和使用。

2. 成员银行和移动运营商合作愿望强。截至2008年8月份只有江苏银行和深发展没有上线无磁有密手机支付，其他40多家成员银行均已加入当地手机支付。可见成员银行的合作愿望比较强，本质来说是分公司推动成员银行开通无磁有密手机支付的市场能力强。成员银行开通情况是，2005年底有3家、2006年底有10家、2007年底近40家。这与江苏地区手机支付用户数增长趋势图基本吻合。

由于江苏地区IVR平台是移动运营商的平台，移动运营商将此缴费渠道作为自己的渠道，因此拓展业务的积极性非常高，并且愿意拿出实际营销资源来促销，这也是业务快速发展的一个重要原因。从这个角度上来看，中国银联在与移动运营商的合作中，没有必要单独垄断产业链主要环节，而要设计合理商业模式强化与移动运营商行业合作联盟，共同推动产业发展。

3. 有效市场营销活动加速业务发展。新兴支付方式市场推广初期的市场营销是非常重要的，特别是第一代手机支付业务需要先定制才能使用，通过吸引力的市场营销活动来吸纳用户定制是业务成功推广的关键。而手机支付业务定制渠道主要还是来自移动运营商的各种渠道，所以联合移动运营商开展大规模的话费奖励营销活动是目前最有效的营销活动。

江苏地区自开展手机支付以来，不定期推出话费奖励营销活动，非常有效地扩大了用户规模和业务规模。2007年初开展了“首次充100送10”活动；2007年7月1日~12月31日开展了“充100送20”活动，当年实现用户规模突破100万户；2008年2月~5月在苏州地区开展“首次充100送10”活动；2008年7月15日~8月15日，开展“充50送3”、“充100送6”活动。这些活动中，移动运营商累计贡献的营销资源超过800万元。

四、结论

1. 第一代手机支付最优模式可以认为是IVR定制+IVR/短信交易模式；

2. 面向用户使用体验的技术模式、业务流程是影响第一代手机支付市场价值体现的核心因素，有效的市场推广是快速形成用户规模和市场规模的关键因素；

3. 电子支付服务的最大价值在于其便捷、安全和低成本，以及随时、随地、随身，便捷性是一项支付服务的市场竞争力的核心因素。因此业务规划和产品设计应着重考虑到用户使用便捷性，尽可能地为用户使用体验出发。

4. 手机支付细分行业的产业链长于传统POS刷卡支付细分行业，产业链核心主导方应是中国银联和移动运营商，形成竞争中寻求合作、合作中展开竞争的你有我、我中有你的竞合关系，立足优势互补实现合作共赢，共同推动产业发展。

（作者单位：中国银联，系武汉大学经济管理学院经济学博士）

正在读取...



笔名:



评论:

▲
▼

[评论将在5分钟内被审核, 请耐心等待]

【注】 发表评论必需遵守以下条例:

- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

Copyright ©2007-2008 时代金融



EliteArticle System Version 3.00 Beta2

当前风格: 经典风格

云南省昆明市正义路69号金融大厦