

支付宝钱包作为独立产品已从幕后到前台,意欲独当一面

# 支付宝走出“温室”的危与机

编者按:前有银联固守线下市场,后有微信支付步步紧逼……一直坐拥最大互联网支付市场份额的支付宝正遭遇十面埋伏,已满10岁的支付宝想要独当一面并不容易。

11月13日,支付宝做出一个里程碑式的决定——支付宝的手机应用软件“支付宝钱包”将作为独立产品发展。

支付宝正将全力进军线下移动支付的决心付诸实施,支付宝高管樊治铭一语道出支付宝人的危机感——不创新的公司,是没有未来的。支付宝从后端到前台,恐怕还要越过不少沟沟坎坎。

证券时报记者 蔡恺  
见习记者 曾炎鑫

正在等地铁的吕薇不停翻阅着手机微信,很多等地铁的人和她有着同样的刷微信习惯。而在他们前方的地铁隧道里闪烁的灯箱广告是关于支付宝的——“支付宝钱包,会赚钱的钱包……”余额宝累计收益率是活期存款的近14倍。”

微信和支付宝钱包这两款手机应用在不知不觉间,迅速而强势地占据了人们的碎片时间。随之上演的,是支付宝和微信在移动支付市场的火热争夺战。为赢得未来支付市场的霸主地位,一直处在淘宝“温室”里的支付宝正完成从后台走向前端的部署,自信的支付宝真能胜券在握吗?

## 威胁无“微”不至

在日前召开的支付宝公司媒体见面会上,支付宝国内事业群总裁、支付宝钱包负责人樊治铭以一个小调查作为开场白,在座的装了我们支付宝钱包的请举个手……看来用户还是没有微信多,这也是我们下一步努力的方向。”

如同这些功能不知不觉间渗透到民众生活一样,在移动支付领域,微信已成为支付宝抢占高地的头号对手,对支付宝构成无“微”不至的威胁,二者间的竞争已成犄角之势。

从用户活跃度来看,微信具有一定优势。腾讯的三季度财报显示,微信合并月活跃账户数是2.72亿,但有统计数据 displays, 微信总账户数早已超过6亿;而支付宝提供的数据显示,2013年二季度支付宝手机支付活跃账户数为4460万,而支付宝钱包账户数已接近1亿,支付宝的总注册账户数则超过8亿。

从移动支付市场份额来看,支付宝暂时领先。艾瑞咨询三季度数据显示,移动互联网支付交易规模环比增长接近2倍至2747.9亿元,支付宝的市场份额是78.4%,尽管微信支付的数据未知,但支付宝的绝对领先是可以肯定的。

业内普遍认为,从双方数据来分析,假如能将微信用户转化成微信支付用户,加以支付场景的培养,微信支付市场份额赶超支付宝移动支付将指日可待,仅仅这一预期足以令支付宝寝食难安,这种威胁正步步紧逼。

一方面,如果单从支付功能看,微信支付与支付宝钱包相差无几,支付宝钱包的领先之处在于其购买余额宝的功能,但支付宝引以为傲的这一优势正面临尚失之虞——有消息称,类似余额宝的基金理财产品将于11月下旬登陆微信。

另一方面,微信具有很强的社交属性,具有比支付宝钱包高的用户黏度,而且绑定银行卡更方便,支付流程更加便捷,一旦应用场景培育成功,用户增加的速度可能一如微信的快速流行。

更令支付宝担心的是微信在线上 and 线下拓展商户的凌厉攻势。微

信支付相关负责人日前表示,微信支付自今年8月上线以来,与各行业商户的对接正有条不紊地进行。

今年8月才正式上线的微信支付在商户拓展的速度不容小视。先是麦当劳接入微信支付,然后腾讯旗下电商易迅网、高朋团购网接入。有意思的是,在众多餐饮、零售领域,与以往填写表格成为会员不同,如今“非微信不会员”,通过刷微信成为商户会员的方式比比皆是。

在“双11”购物节前不久,当当网的个人电脑(PC)端和移动端接入微信支付,号称有7500万移动用户的大众点评随之接入,线下商户方面接入的则有连锁百货品牌天虹商场。据悉,“双11”当日易迅的“微信卖场”下单量接近8万单,易迅全站下单总量的13%。

在微信支付咄咄逼人的攻势面前,支付宝毫不示弱,“双11”翌日即宣布,“双11”支付宝手机支付4518万笔,占支付宝总支付笔数的24%,支付笔数是去年5倍。支付宝高管樊治铭13日还在阿里巴巴的社交软件“来往”上高调表示,预计最快在明年6月前,支付宝在手机上的支付量就能超越PC端。

更出乎市场意料的是,樊治铭当天还宣布:支付宝钱包将作为独立品牌发展,以满足用户对于新支付的需求,并迎接线下的更大市场,具体策略包括:派出大规模的营销团队,将主要餐饮、零售行业商户接入支付宝钱包;从11月中旬开始,在全国启动大规模线下品牌推广,提高产品知名度。

## 黄金10年已过

支付宝钱包将独立发展在业界引起不小轰动,在不少业内人士看来,这意味着支付宝将从后台走向前端,尝试迈出淘宝的温室,到竞争更加激烈的线下市场与微信支付、银联还有银行等强大对手抢食。支付宝向其诞生至今的“黄金10年”挥手作别了。

2003年10月,支付宝诞生于马云创办的淘宝网与美国电子商务龙头eBay对抗的滚滚硝烟之中。当时的支付宝以一种创新的担保支付模式,解决了商户和消费者之间的信用不对等问题,这在一定程度上帮助当时孱弱的淘宝网在2年内打败了强大的eBay。

彼时,支付宝尚未挟“余额宝”之风头,只是一个默默发挥担保和支付功能的后台应用,其盈利主要来自于交易手续费、以及存放在银行的备付金利息。随后,吆喝着“你敢用,我敢赔”的口号,支付宝从2005年开始强化安全支付形象,并开发出支付宝红包、24小时全天支付等新功能,用户数和交易额直线上升。2005年,腾讯的财付通才刚刚成立。一如马云当时的那句“我就是拿着望远镜也找不到对手”的名言所述那般,当时的支付宝在互联网支付市场上所向披靡。

随着网络购物进入爆发期,支

付宝步入高速增长期。2009年,支付宝在用户数突破2亿后,于同年9月23日日交易额突破10亿元,次年12月,支付宝又与银行联合推出信用卡快捷支付,广受用户欢迎。但此举绕开了银联直连银行,为日后支付宝与银联的矛盾埋下伏笔。

2011年5月26日,支付宝获得央行颁发的首张《支付业务许可证》,其业务终于有了名分。2012年,支付宝获得基金支付第三方支付牌照,业务范围扩大,同年还推出首个“个人网络年度账单”,令其“大数据”的商业潜力崭露头角。2013年,余额宝上线,18天时间用户突破了250万。紧接着,支付宝母公司阿里商务向证监会申请控股天弘基金。

然而,线上互联网支付市场正呈现群雄逐鹿的局面,京东、易迅、苏宁等电商巨头也步步紧逼,支付宝依靠淘宝和天猫的交易量并非长久之计,何况还要防备财付通、微信支付、银联在线等强力对手。安享了黄金10年的支付宝亟需拓展其他业务。

## 猛攻线下市场

记者了解到,近期支付宝拓展业务的方向之一,是借助支付宝钱包打入线下市场,主打离线交易“O2O”概念。

这一次,支付宝钱包推出手机支付产品条码支付,手机既是收银机又是钱包,是其首次通过在线支付技术进入线下市场。次年3月,支付宝又推出了电商物流POS支付方案,并投入5亿元推动POS机业务,然而今年8月,迫于银联规范线下POS市场的压力,支付宝被迫停止POS业务,渗透线下的宏伟计划忽然“卡壳”。

这一次,支付宝钱包挟“当面付”功能再次征战线下市场。据了解,“当面付”利用超声波进行数据传输支付,商户端需安装某种接收设备。支付宝还在近月开发出离线的声波支付功能,以应用在地铁等无网络信号的环境。

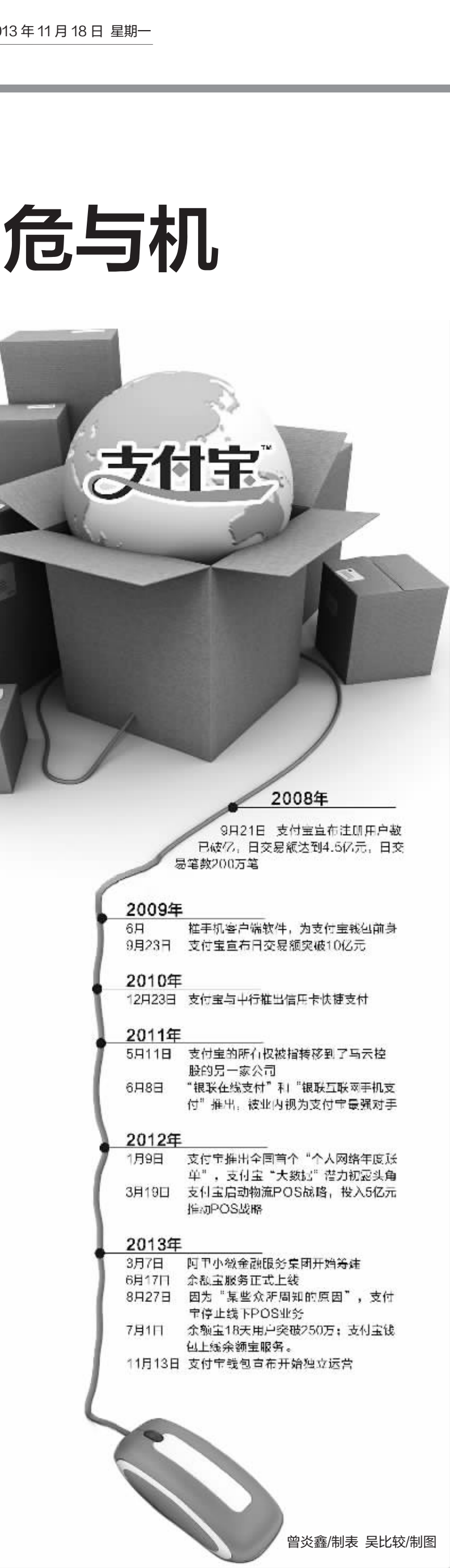
不过,即使用户能接受“当面付”,但缺少应用场景也是一个巴掌拍不响。为此,支付宝首先“搞定”了自动售货机,而这仅需要运营商配合进行设备改造。据悉,支付宝已与多家售货机运营商合作,今年内能接受“当面付”的售货机将覆盖一线城市50%以上的地铁售货机。银泰百货、银乐迪、出租车、电影院、便利店等商家将陆续开通支付宝钱包支付。

樊治铭表示,支付宝有信心能在商家中普及“当面付”,因为商户接受“当面付”的成本很低,有很强竞争力,而且消费者的选择权更高。

## 转型个人财富管理

未来支付宝的另一个发展方向,是个人财富管理中心,以支付宝消灭实体钱包。

资深支付产业专家王辉对记者



表示,支付宝发展的最关键时点是余额宝的推出,它使得支付宝超越了单纯的第三方支付,变成类似银行卡的电子账户系统,个人资金从此留在支付宝体系内;同时支付宝开放平台给各类商家、用户的多种需求都能在支付宝钱包这个手机应用上得到满足,再通过支付功能,实现交易闭环。

无心插柳的是,余额宝的出现间接提高了支付宝钱包的用户活跃度。据樊治铭透露,大多数余额宝用户几乎每天起床后,都会打开支付宝钱包查看收益。

实际上,支付宝更大的野心在于“管住”用户的钱。樊治铭明确表示,支付宝钱包定位于未来的个人财富管理,目标是替代手上的实体钱包,花钱(支付)只是支付宝钱包的一个功能,此外还能省钱,更能赚钱(通过余额宝投资),这才是支付宝钱包的核心价值。”

因此,支付宝钱包已类似或甚至超越了银行卡:除了支付外,还能存钱(支付宝余额充值)、投资理财,一旦支付宝的信用支付功能推出,则又增加了信用卡透支消费的功能。甚至有专家猜想,未来有可能公司财务和员工面对面摇一摇手机,工资就直接

打到了后者的支付宝账户上。

在互联网金融正火的今天,接近1亿用户的支付宝钱包无疑带来各种想象。宏源证券研究所副所长、新兴产业首席分析师易欢欢分析称,支付宝钱包这类互联网金融产品的迅速流行背后有三个必然因素:首先,智能手机普及和网速提高使得用户的生活迅速移动互联网化,用户时刻保持在线,逐渐使得支付、投资等资金流通行将被移动互联网化;其次,“屌丝”阶层不受传统金融机构待见,低门槛的互联网理财满足了他们投资增值的需求;最后,第三方支付打通了银行、基金理财等账户,操作便捷,无需排队办理业务,客户体验好。

支付专家王辉则表示,未来银行存款也不一定保本了,银行甚至可能破产,这将迫使更多老百姓主动理财、多渠道投资,那些容易接受新生事物的年轻人将成为互联网金融的粉丝。

支付宝方面也承认,“失学生是支付宝强大的后援团”。目前,在北京、上海、广州、苏州4个城市的20所高校已能使用支付宝钱包为“校园一卡通”充值。这个策略似曾相识,当年的招商银行敢于吃螃蟹,向没有收入来源的大学生发行信用卡,如今招行已成为信用卡市场份额最高的银行之一。

■ 克观银行 | Luo Keguan's Column |

## 银行怎样秒杀余额宝

证券时报记者 罗克关

6月17日正式上线的余额宝,不足5个月时间余额已突破千亿元。这不仅将基金的江湖格局搅得一塌糊涂,也让银行坐得很不安稳。因为余额宝为类似活期存款的资金提供了5%左右的年化收益,而银行的活期存款充其量也就0.385%的年化收益,银行存款对支付宝账户余额最后一点收益优势被完全抹平。这也难怪余额宝规模增长迅猛,因为市场上根本就没有竞争对手。

但从技术上讲,余额宝的模式并非不可复制。事实上,余额宝是依托支付宝这一基本支付账户而衍生的理财产品,它的规模一定程度上取决于支付宝的备付金规模。形象地讲,如果把支付宝视作一家储蓄银行,备付金就是沉淀的日均活期存款,而余额宝则是为这些资金提供了一个出路。当然,余额宝对支付宝的备付金规模也会有拉动作用,这就像好的理财产品对银行存款增长有贡献一样。

当然,由于支付宝还不是银行,所以除天弘基金之外,在余额宝案例上真正偷着乐的应该是隐身幕后的托管银行。想一想,5个月时间从无到有囤积1000多亿元的托管资金,这样的吸储效率要开多少网点才能达到?从金融角度,这才是余额宝为业界创造的最大价值所在。

不过银行很快就意识到了这个问题。事实上,上个月华南就有一家股份制银行携手基金公司,悄然推出了与“余额宝”功能完全一样的理财产品,其选择的基金公司更是一家传统大牌。而据笔者观察,银行对这一产品最大的兴趣在于存款。原因很简单:余额宝用5%左右的收益,不到半年时间帮托管银行吸收了千亿资金,银行要是自己干会怎样?竞争对手显然是没有抵抗能力的。

让基金公司感到两眼放光的是,支付宝的备付金余额显然无法与一家中型银行的活期存款相提并论。仅以招商银行为例,该行今年三季度末2.68万亿元存款中,接近50%是活期存款。也就是说,招行可供基金现金理财挖掘的资金池,怎么说都是万亿级别以上的规模。要是银行真敢给活期存款对接5个点以上的年化收益产品,同时还维持活期账户的支付便利性,秒杀余额宝自然不在话下。

另外,作为基本支付账户,支付宝相对银行而言最大的短板在于线下支付应用的欠缺。支付宝还不能进入银联网络,不能支持刷卡消费,这是所有银行借记卡的江湖。支付宝的出现,是传统银行与线上支付划江而治格局形成的标志,但近年来各自越界的做法已经越来越多。银行普遍开始探索的是,怎样才能在网络时代打通基本结算账户和线上支付账户之间的鸿沟?并在此基础上成为持卡人真正意义上的主办银行——不仅提供支付结算服务,还要打通自身制造商客户与零售客户之间的鸿沟,成为后起的电商巨亨。

这并非没有可能。余额宝成功的关键,只是在线上打破了活期存款利率并不市场化的现状,并充分利用了其用户数量众多而且易于鼓动的特点。笔者相信,使用支付宝的客户,同样也在使用银行网银。只要银行能够意识到自身效率提升的巨大空间,更多打破存款利率市场化欠缺僵局的产品还会不断问世。

从余额宝来说,下一步的看点已经不在电商,而是银行怎样和基金公司勾兑。不经意间,存款端利率市场化的大幕已经从活期存款徐徐拉起。

## 武汉建设多层次资本市场百家企业“四板”融资

15家来自湖北的中小企业15日在武汉股权交易托管中心挂牌交易。至此,该中心共有100家挂牌企业,已通过“四板”市场成交股权1.06亿股,总金额2.97亿元,成为武汉建设多层次资本市场中的最大亮点。

武汉股权托管交易中心是首批通过验收的区域性股权托管交易市场,主要挂牌非上市、非公共、具有较高成长性企业,是继新三板之后中小企业的又一融资渠道,业内称之为“四板”。武汉决定以此为重点,建设多层次资本市场,打造中部地区唯一主板、中小板、创业板、新三板和“四板”市场全覆盖的城市。

截至目前,武汉“四板”市场共托管登记企业299家;股权挂牌交易企业100家,总市值197.68亿元;为托管的非挂牌企业转让股本5.69亿股,总金额9.15亿元;完成股权质押融资52.91亿元,受到湖北省内众多中小企业的追捧”。

武汉股权托管交易中心董事长龚波表示,力争今年托管企业达到500家,挂牌达到150家,完成各类融资超过100亿元。同时,中心将继续打造集股权、债券转让和融资服务并富有创新活力的地方资本市场,成为沪深交易所和“新三板”上市前的“预科班”。

(据新华社电)