移動支付

移動支付在今天的中國大陸已經司空見慣，不論是在超市、商場、車站，甚至在傳統市場的攤販，只要拿起手機都可以付帳，出門根本不必帶現金，號稱無現金社會，方便得很。可是往前追溯，也不過十多年前，約在2004年移動支付的方案已經出現在日本和韓國，日本的NTT Docomo推出了基於芯片、韓國的STK、KTF、LGT則主推基於紅外線技術的移動支付業務。

2006年中國銀聯也推出基於金融IC卡芯片的移動支付方案，由於沒有大規模推廣，受理也不完善所以並不普遍。2011年5月，支付寶公司獲得央行發給的第三方支付執照後放棄了以短信、語音、客戶端軟件等方式的業務，研究推出基於手機掃拍二維碼的支付方案，次年夏天在打車的小額、高頻場合開始普及，之後，微信支付的二維碼支付也進入了打車市場。由於不涉及硬件改造，產業參與方也少，再加上阿里巴巴和騰訊的補貼大，市場迅速打開和擴散。

 2014年3月大陸央行下發文件要求全面評估線下條碼支付、虛擬信用卡的合規性和安全性；再加上中金公司評估指出，二維碼等支付本質上是用線上方式來做線下收單業務，且對銀聯的利益損害極大，引起了各方關注。7月，支付寶低調重啟，8月微信也重啟，不過，此前的主動型二維碼支付轉變為被動的二維碼支付。即從原來的客戶掃商家的二維碼，變為由客戶生成二維碼再由商家掃描讀取，使安全性有了很大的提升。因此，監管單位就採默許的態度沒有再干預。解開了束縛，二家支付巨頭隨即開戰圈地。

 2014年的「雙12」支付寶聯合約2萬家線下門店推出打5折活動大力推廣，成效令人大為驚奇，二維碼支付「來勢汹汹」。之後，NFC支付、Apple Pay、Samsong Pay、Mi Pay、Huawei Pay 紛紛進入市場，中國銀聯也聯合40多家銀行推出二維碼產品，引發了由卡組織、發卡機構、商家和收單機構的「四方模式」和支付寶、微信直連銀行的「二維模式」競爭，在充滿活力的競爭環境下，使移動支付在中國的發展遠超全世界任何地區。

 現在在中國的大城市，幾乎人人都使用智能手機來支付購買的一切東西。現金支付反成了次要選擇，而且還仍在持續減少中。以中國14億人口，高速發展的經濟，約有八、九成的消費者選擇移動支付作為其主要的支付方式，朝向無現金社會前進，中國無疑成了引領全球移動支付的先導者。

 目前中國的數字支付總量在2021年已達260多「兆」人民幣，支付寶與微信支付二大巨頭約占93%的市場份額，其餘的就只能爭搶7%，是一個二超的局面，預計未來也還會有不小的成長空間。總體來說，由於移動支付已高度融入人民生活，官方未來的移動支付政策將會朝向審慎監管和市場接受之間去找平衡，尤其是加強稅網、打擊洗錢、防止詐騙……等方面，以促進正向的發展。

 另一方面，隨著指紋、刷臉、虹膜、聲音、指靜脈……等生物識別技術的成熟，「密碼」識別已經快要過時了，而區塊鏈、虛擬現實、物聯網等非支付技術也在尋求跨境匯款、線上購物、支付流程自動化……等切口切入支付行業，再過十年會不會今天的主角反而成為歷史，移動支付的未來誰屬，還真的是很難說啊！