

移动支付换挡 支付宝微信支付博弈三大战场

本报记者 李晖 北京报道

一年过半,复盘半年业务得失与校准下阶段的重点战略成为行业主基调。对于移动支付市场,虽告别了过往几年场景流量的厮杀,但平静之下亦有暗潮。

近期,支付宝和微信支付密集向外释出支付业务的战略重点和思考,《中国经营报》记者采访发现:双

流量模式换挡

记者采访了解到,目前在国内主要城市,几乎已经没有双巨头某一方未渗透场景。对于双方“忠粉”外的C端,从工具属性看,使用任何一方具有较强随机性。这个时候,价值就反映在对B端的服务和影响。

“微信活跃用户还能增长多少?”这是市场和腾讯内部都关心的一个问题。

按照腾讯2019年一季报数据显示,微信月活用户达到了11亿,同比增长6.9%,QQ月活跃账户数达到8.23亿。以13.9亿的中国人人口基数看,红利所剩无几。“大家在焦虑我们往哪里走,还能再翻多少?不可能再增长100%了,不然超过中国人口了。”腾讯公司微信事业群副总裁耿志军在近期接受媒体采访时表示。

连锁快餐乡村基的营销总监余雪松告诉记者:“以餐饮商家为例,在线下会员到店已经不是目的,重点是会员的二次触达或者与外卖服务的结合,如果服务能在闭环内打通,就更有商业价值。”

一直以来,支付宝和微信支付各有所长。如果从交易笔数看,以“小额高频”为特点的微信支付仍占据较明显优势。根据财付通与支付宝官方披露的2018年度风险事件及客户投诉处理等情况折合的日交易笔数显示,财付通超过12亿笔,支付宝约5.4亿笔。但从市场占有率看,艾瑞2019年Q1数据显示,支付宝和财付通(含微信支付)分别为53.8%和39.9%。结合这两组数据,可以看出二者交易类型和额度特点差异。而这种差异一度也带来了谁更有商业价值的讨论。

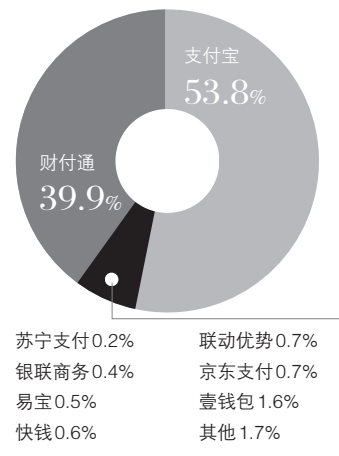
这种讨论的背后,显示出为B端提供更多价值越来越被双方所看重。记者采访了解到,目前在国内主要城市,几乎已经没有双巨头某一方未渗透场景。对于双方“忠粉”外的

市场在哪里? 行业换挡期是市场变数多发生期,也是破局的窗口期——对于微信支付,“高频”的C端优势在互联网时代是否仍是万能的?如何在对手更熟悉的B端服务中尽快确立行业影响?而对于“多维”的支付宝而言,在对手转而发力B端时,如何持续找到下沉的突破口,并保持住商业侧能力优势?

市场在哪里? 行业换挡期是市场变数多发生期,也是破局的窗口期——对于微信支付,“高频”的C端优势在互联网时代是否仍是万能的?如何在对手更熟悉的B端服务中尽快确立行业影响?而对于“多维”的支付宝而言,在对手转而发力B端时,如何持续找到下沉的突破口,并保持住商业侧能力优势?

市场在哪里? 行业换挡期是市场变数多发生期,也是破局的窗口期——对于微信支付,“高频”的C端优势在互联网时代是否仍是万能的?如何在对手更熟悉的B端服务中尽快确立行业影响?而对于“多维”的支付宝而言,在对手转而发力B端时,如何持续找到下沉的突破口,并保持住商业侧能力优势?

2019Q1中国第三方移动支付交易规模市场份额



注:支付宝和财付通(含微信支付)已经占据了中国移动支付市场93.7%的份额。

数据来源:艾瑞咨询

场需求时,会发现很多线下的商家思考的已不再是单纯的流量问题。

“比如商业场景,一些大卖场生意不好做,但我们调查发现它的流量并不少,缺少的是了解这些流量并促使其复购。比如出行领域,支付宝和微信没有去下沉市场的时候,公场景刷卡支付也很方便,流量其实一直存在,只是没有被更好的运营。”支付宝IoT(物联网,Internet of Things缩写为IoT)事业部总经理钟臻在接受记者采访时表示。

连锁快餐乡村基的营销总监余雪松告诉记者:“以餐饮商家为例,在线下会员到店已经不是目的,重点是会员的二次触达或者与外卖服务的结合,如果服务能在闭环内打通,就更有商业价值。”

一直以来,支付宝和微信支付各有所长。如果从交易笔数看,以“小额高频”为特点的微信支付仍占据较明显优势。根据财付通与支付宝官方披露的2018年度风险事件及客户投诉处理等情况折合的日交易笔数显示,财付通超过12亿笔,支付宝约5.4亿笔。但从市场占有率看,艾瑞2019年Q1数据显示,支付宝和财付通(含微信支付)分别为53.8%和39.9%。结合这两组数据,可以看出二者交易类型和额度特点差异。而这种差异一度也带来了谁更有商业价值的讨论。

这种讨论的背后,显示出为B端提供更多价值越来越被双方所看重。记者采访了解到,目前在国内主要城市,几乎已经没有双巨头某一方未渗透场景。对于双方“忠粉”外的

C端,从工具属性看,使用任何一方具有较强随机性。这个时候,价值就反映在对B端的服务和影响。

对于支付宝而言,电商系的基因和阿里系经济体的闭环优势在服务商家的手段上更具协同性。在钟臻看来,当下的移动支付开始从浅层次流量交换变成帮助商家更好了解客户,提升生意效率和转化能力,通过B去渗透C,线上线下的界限也在模糊。

而自腾讯提出产业互联网转型战略以来,微信支付也开始有意识的强化B端价值,并专门将商业支付的增长情况重点传播。微信支付方面在接受记者采访时表示:拥有如此海量的用户,要想更好发展,必须平衡用户体验和各行业企业的生产效率,这是业务的核心。今年我们通过工具箱的开放能力,对“智慧36行”行业生态进行深耕,做垂直的解决方案。

博弈三大战场

“如果从单纯用户数来看,大家都接近了天花板,但走向细分的商业领域,天花板远远没达到,目前出行领域覆盖了300多个城市,如果以县级单位计算的话,中国有2000多个城市,还有巨大增量空间,关键是你为B端带去什么,它是否愿意选择你。”

趋势是明确的,那么该如何从何处破局?

钟臻对移动支付下阶段重点的趋势判断是,OMO(Online-Merge-Offline,线上与线下融合),信用支付以及刷脸支付IoT为代表的技术创新。这也是目前支付宝以及阿里生态的长项。

而微信支付公布的年中战略则包括针对免押及先享后付的支付分、刷脸支付、出行、亲属卡等。双方交集颇多。

在上述上海支付人士看来,究其原因,刷脸支付、出行、信用支付一个代表IoT支付形态的未来,一个代表最后一个小额低频场景,一个则关乎商业信用的开发。如果说后移动支付时代还有哪些创新和变数,则可能在这三个战场。

从刷脸支付来看,技术变革一直是影响支付行业格局的重要变量,对新兴支付方式的卡位除了能带来弯道超车的机会,更关乎未来行业标准的确立,因而双巨头均无法缺席。在今年4月支付宝推出刷脸设备二代“蜻蜓”后,据悉微信刷脸支付产品“青蛙Pro”也将在8月推出。

但是在如何看待刷脸支付和资源投入上,双方还存在一定差别。

有聚合支付服务商人士向记者证实:支付宝在刷脸支付上的推广态度更为积极,而微信支付更多作为一种战略防御。据其透露,目前支付宝蜻蜓的投放量大约20万台左右,包括其衍生产品现在通过三个工厂在不停量产。对此,微信支付方面向记者透露:刷脸设备“青蛙”目前市场投放数千台量级,但这一数据不包括微信支付开放生态当中的85款硬件设备。

对于刷脸支付的坚持,在钟臻看来,不仅因为其代表了一种新技术发展方向,顺应了“支付脱媒”的趋势,更在于优化了商

业效率和运营体系联动,成为商户数字化转型的重要途径。据其透露,一些线下商家50%以上的会员扩展是来自刷脸支付。

而微信支付同样在会员体系上做文章。其今年以来也上线了“刷脸即会员”的功能,将公众号、卡包和小程序会员与刷脸设备打通,在逻辑上其更偏重产品工具特点。微信支付应用副总经理郭润增此前接受媒体采访时曾表示,当一个服务没法自发增长的时候,就不会花大力硬推。一个好用的工具应该是用完即走的,能解决痛点但不增加负担。

不过,刷脸支付作为新兴手段的不确定性来自于技术创新方对风险把控能力和监管政策弹性。目前监管在这一领域倾向推动商业银行和银联研究发展,但并未一刀切。据支付宝方面透露,其也在与央行保持密切沟通,希望将自身技术储备和探索让监管有更深了解。

据前述聚合支付人士透露:微信支付近期就在针对刷脸支付设备招标TEE(在连接设备中提供一个安全区域,确保敏感数据在隔离环境中存储的保护软件)供应商提高其安全性阿里则拥有自己的TEE。

刷脸之外,另一个战场则是信用支付。蚂蚁金服的芝麻分上线超过四年后,目前终于等到微信“支付分”正式入场。

事实上,由于征信的敏感性和监管因素,腾讯系的“分”产品一直未能找到入场机会。而在此过程中,通过芝麻信用分和花呗支付,蚂蚁金服享受到了信用体系和商业结合的红利。

据记者了解,目前“微信支付分”的主要功能同样聚焦在信用免押和先享后付,但渗透场景还比较有限。如果从分的准确性看,数据除了用户自己的身份信息之外,更多源自微信支付的

历史支付数据,更多领域的数据接入仍有缺失,因此其商业化的前景目前还有待明确。对此,微信支付方面回应认为:支付分不是为了做而做,也不会去对比谁做的早,而是通过对用户需求的洞察和生态发展的必要性,在最合规的大环境下,利用数据为用户推出最适合的产品。“我们不太希望当用户没有找到使用场景时看到这个分数。”

在钟臻看来,免押金和先享后付本质上都是提高C端体验和改善B端效率。而当信用和支付结合起来时,信用消费可能出现创新点打开商业空间。

在新赛道之外,场景的争夺也并未彻底完结。以私家车出行领域为例,一方面ETC的政策变化使得双寡头此前主推的“车牌付”受到影响,二者亦转向帮助银行发行ETC进行拓客引流。而在公共出行领域,近期,腾讯和支付宝先后公布了最新的乘车码用户数。官方数据显示,截至目前,腾讯乘车码用户破1亿,覆盖全国120多个城市,支付宝乘车码用户破2亿,覆盖国内200多个城市。此外微信支付的数据显示:交通行业微信支付笔数连年增长率超100%,每月使用微信支付的车主超过1.3亿。据知情人称:腾讯FIT内部一度对支付宝乘车码用户数据有所怀疑。

对于缺乏社交流量优势的工具如何走向下沉市场和增量市场,支付宝公共出行事业部总经理格言认为:其破局关键在于没有把出行当作一个流量生意,而是把交通运营方作为B端来服务。“如果从单纯用户数大家都接近了天花板,但走向细分的商业领域,天花板远远没达到,如果以县级单位计算的话,中国有2000多个城市,还有巨大增量空间,关键是你为B端带去什么,它是否愿意选择你。”

收取高额服务费和保证金 厚本金融助贷惹争议

本报记者 郭建航 北京报道

银行等持牌机构与第三方贷款公司合作放款,虽然放款利率在合规范围内,但合作方额外收取高额服务费、大额保证金后,令借款人综合成本超过36%红线的情况时有发生。近日,厚本金融资产合作方上海厚冠信息咨询有限公司(以下简称“厚冠咨询”)对外放款的产品,借款合同显示为某城商行放款,出现下款后马上收取保证金,借款人被业务员个人收取服务费等情况。

据《中国经营报》记者调查了解,自2017年底,互联网金融风险专项整治,P2P网贷风险专项整治工作领导小组办公室正式下发《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》,明确统筹协调,开展对网络小额贷款清理整顿工作后,金融科技公司纷纷转型助贷,与持牌的金融机构合作,虽然放款利率控制在24%之内,但在24%的借款利率之外,提前收取的服务费、高额服务费仍是业内潜规则。

由于放款资金来自于持牌的金融机构,借款人逾期则被记录在央行征信系统。那么,在借款人缴纳高额的保证金以及各项服务费,累计综合借款成本超过36%后,不被法律保护部分的利息逾期被纳入征信范围该由谁买单?

借款合同13万到手7万?

借款人方先生通过厚本金融门店,获得在某城商行的借款,然而在借款的同时被扣除保证金并缴纳服务费。根据方先生在微博公布的借款相关信息,其在厚本金融门店借款9万元,最终签订的合同显示借款134900元,到账后28秒,就被扣除保证金44868.10元;同时还单独转给业务人员18303元;最终方先生实际获得借款71728.9元。方先生公布的信息显示,共办理24期分期,每期还款为6101.41元;账单总合计需还款为天价助贷服务费

记者看到在21聚投诉平台上,截至2019年8月,厚本金融的投诉搜索约为876条,厚钱包投诉搜索约为143条,其中多个投诉内容都涉及到厚本金融放款时服务费的收取不合理等情况。

公开信息显示,厚本金融运营主体为上海厚本金融信息服务有限公司,注册资金3060万元。上线于2015年3月,厚本金融平台提供的资产主要为个人信贷,平均标的金额在8万元左右,目前提供智能投保厚优选,以及由中华财险承保

信用保证保险模式

据了解,在方先生的通过厚冠咨询获得某城商行借款过程中,还出现了保证保险的身影。

据了解,最近几年随着消费金融的兴起,信用保证保险不断参与到消费信贷领域,一些起步较早的保险公司都在这一领域扩展较快,根据平安集团2018年财报数据,保证保险(包括个人和企业贷款保证

146433.84元。对于提前收取的服务费问题,厚本金融方面对记者表示,“服务行业都是采用先收款再提供服务的模式,作为金融服务机构,也是在协助客户获得贷款后,再收取服务费,所以会在下款后扣除服务费。”对于服务费的收取标准,对方表示,“服务费是按照比例收取的,如分期24个月,则收取24个月的服务费。”对于单独转给业务人员服务费问题,厚本金融方面表示,“客户

的厚保宝。官网信息显示,借款项目是由厚冠咨询等战略合作伙伴开发的信用借款项目。厚冠咨询成立于2014年12月,为线上平台厚本金融的资产方,主要依托线下门店,以及线上借款APP厚钱包为渠道,对外进行放款。

厚钱包APP显示,放款额度在8万元左右,可进行12-36期分期,月利率0.072%,目前提供的借款产品包括公积金快速贷、社保贷等。公积金贷要求申请人年龄在18-50

岁之间,公积金当前缴存在正常,累计缴纳12个月以上。厚本金融方面对记者表示,收取的服务费都是在合同中进行明确列出。据记者了解,助贷公司在协助借款人获得金融机构的贷款后,下款后一次性收取服务费是业内潜规则。

需要交纳的服务费,在合同中都有标明。至于单独转给业务人员的情况,公司对此事并不知情。”

根据借款人展示的信息显示,在下款后28秒被扣掉的服务费部分,同样也需支付利息。

“提前收取的服务费,借款合同中约定是借款金额在134900元,提前收取的是24个月分期的服务费。”厚本金融方面表示,收取的服务费综合成本是在国家规定的范围内。但是对于为什么会收取接近45000元的服务费,对方表示,该数额还需核对。

据记者了解,厚冠咨询线下门店在高峰期曾有超百家线下门店,但目前在进行业务收缩中。

虽然没有公开的数据显示厚冠咨询的放款规模有多大,但是根据资金端厚本金融的官网信息显示,截至2019年8月,厚本金融平台累计成交约127亿元。此外,根据借款人公布的信息显示,该借款产品显示为与某城商行签订借款合同,放款资金来自于该城商行。

对于此情况,该城商行方面表示,“我行对于厚本金融如何向客

户收取保证金及其他相关费用并不知情,我行也没有替厚本金融做过任何费用代扣。”

对于放款利率超出36%但仍进入征信系统是否合理,银行方面表示,“我行对客户的贷款年利率为8%,客户如果每月未按时偿还期供的贷款本息,我行依照人民银行相关规定将会对该部分金额上征信,其他机构对客户征收的费用,不在征信处理范围内。”

有借款人表示,“我要借10万,但是最后合同上敲定13万,3万是服务费。”并表示,“与助贷机构的合同上,都写着乙方(助贷机构)帮甲方(借款人)评估额度,协助操作,协助放款什么的,可是他们都没做啊,还要收这服务费?”

上述助贷从业者表示,对于服务费收取分两种形式,按照借款额度扣除,如借款10万元,服务费11个点,就是一次性收取1.1万元;另一种方式是按照分期的期限扣除,更类似分期手续费。

“银行业金融机构与第三方机构合作开展贷款业务的,不得将授信审查、风险控制等核心业务外包。”“助贷”业务应当回归本源,银行业金融机构不得接受无担保资质的第三方机构提供增信服务以及兜底承诺等变相增信服务,应要求并保证第三方合作机构不得向借款人收取息费。”

“关于规范整顿“现金贷”业务的通知》显示,“银行业金融机构不得以任何形式为无放贷业务资质的机构提供资金发放贷款,不得与无放贷业务资质的机构共同出资

业务的开展,在《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》中,提到银行“应要求并保证第三方合作机构不得向借款人收取息费”。

《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》显示,“银行业金融机构不得以任何形式为无放贷业务资质的机构提供资金发放贷款,不得与无放贷业务资质的机构共同出资