在银联、银行等多方盟友的助阵之下，Apple Pay终于登陆中国市场，高调开展移动支付业务。但昨日Apple Pay的首秀并不完美，绑卡环节的长时间拥堵令使用者体验不佳，许多消费场景也不支持。在第三方支付红包大战、补贴成风的现状下，缺乏本土运营优势的Apple Pay想要成功分得一杯羹，恐怕不那么简单。

绑卡：长达4小时遭吐槽

“拿出你想绑定的银行卡，扫描一下就可以迅速绑定了。当然你也可以手动输入。然后银行会推送一个短信确认密码，把密码填入确认就算正式激活了这张银行卡。”上述绑卡过程看似轻松快捷，但在实际使用中，短则一两个小时、长达四个小时的绑卡过程，引得众多用户吐槽，而此前Apple Pay宣传绑卡一般几分钟就可以搞定。

市民李女士从2月18日上午11时许就开始尝试绑卡，但Wallet不能绑银行卡，按照教程，她将手机地区调整到美国。而在绑卡时，问题就更多了，先是某国有大行的借记卡不能识别，随后她又换了一张某股份制银行的信用卡，终于能够识别。在验证卡片信息时，手机多次出现了“未能连接到Apple Pay”、“无法添加卡”等失败提示，多次尝试后终于通过了这一关。在获取卡片验证方式这一环节上，李女士等待了将近40分钟，仍没有进展，无奈之下李女士只能取消操作，重新进行验证。在后续的操作中，她又遇到了无法发送验证码的困难，多番尝试才最终绑卡成功，历时两个小时。

北京商报记者2月18日上午10时开始用招行信用卡绑定苹果支付，经过几个小时的尝试，直到下午1时仍未绑定成功，页面一直显示发送认证信息失败。之后，记者换用民生银行借记卡，在多次尝试之后才绑定成功。

对于诸多用户出现绑卡难问题，苹果客服方面表示，用户可先查看设备，如果这些都没问题，则可能是系统尚未推送。由于昨日系统刚刚开通，申请用户过多，也会出现“卡”的问题。对此，苹果采取了分批推送方式。

不过，一些业内人士也道出了对于苹果系统的担心，苹果与银联的结合属于内外结合，但是苹果的服务器在境外，处理起来难免会出现系统处理慢的问题。而一位银行人士表示，一方面是苹果系统承载能力的问题，另一方面可能与绑卡银行也有关系。

体验：线下商户需铺开

虽然绑卡过程较为艰难，但在支付环节上，苹果支付线下体验还是较为便捷。北京

商报记者昨日下午分别在肯德基、7-11便利店以及星巴克体验了Apple Pay，并在肯德基以及7-11便利店门口看到了苹果支付的标识。

在肯德基点完餐后，记者使用了苹果支付，将手机贴近带有闪付功能的银联POS机上，当手机贴到POS机上时，手机屏幕自动点亮，通过指纹验证以及输入银行卡密码便完成了支付，整个支付过程不到一分钟，与刷卡体验相当。

不过在不同的商铺，收银员对于Apple Pay态度并不同。在肯德基，当记者提出要用苹果支付时，肯德基的收银员则询问是否可以用支付宝进行支付。不过7-11便利店以及星巴克的收银员对于苹果支付并没有抵触。星巴克的收银员告诉记者，虽然是第一天上线，但使用苹果支付的人并不少。另外，在打印的小票上没有显示银行卡的实际卡号，显示的是新生成的虚拟卡号。

在线上支付方面，昨日中午，记者通过Apple Pay在美团进行支付时，在完成指纹验证、密码输入后，网络稳定等待付款的时间却相对慢一些。此外，在线上线下的体验过程中记者发现，目前支持Apple Pay的商户较为有限，线上线下商户亟待拓展。

竞争：水土不服待解决

第一天上线的“水土不服”可能只是技术、系统问题，但不少市场人士认为，Apple Pay在进入中国以后可能面临水土不服的尴尬。

Apple Pay在美国本土和英国市场均已正式上线，但表现平平。据Trustev的调研数据，只有两成拥有匹配设备的用户使用过Apple Pay。在这些用户中，不到六成的用户在一周时间仅仅使用一次，而15%的用户在过去一周从未使用过。另一份数据则显示，2015年2月到9月，在匹配设备的用户中，Apple Pay的使用用户数从11%增长为14%，只增加了3个百分点。

钱方好近CEO李英豪认为，即使Apple Pay想要在中国市场发展，还有几个难题需要克服，比如从高额低频转向低额高频，以及降低商户进驻的技术门槛等。更重要的是，Apple Pay进入中国不仅要适应本土市场的竞争，更要适应推广、补贴的方式。

据了解，目前支持Apple Pay的实体商户和线上商户多是大商户。在国内庞大的支付市场，Apple Pay的使用范围依然有限。同时，相比支付宝和微信支付，银联此前铺设的NFC设备多是大商户，目前中小长尾商户覆盖率较低，而低频高效的消费更多地集中于中小商户。

记者注意到，在Apple Pay布局的线上线下商户，移动支付行业的另两大巨头支付宝和微信支付早已有所布局。“商户能不能接受苹果支付的费率和机器改造铺设成本尚待观察，即使能接受，线下商户对移动支付的需求不再局限于收银这个单一功能，他们更需要提供营销的支持，比如用户的行为消费习惯和地理位置等大数据，这些都是需要解决的问题。”一位支付行业人士直言。

值得一提的是，目前Apple Pay只支持6和6S这两代机型，用户份额较小。在昨日的调查中，不少用户担心Apple Pay的安全问题，担心自己的银行卡数据遭遇泄露，虽然苹果表示Apple Pay完全基于银联系统，个人的信息交易信息不会存储到苹果服务器。

未来：难现三足鼎立格局

在Apple Pay背后，真正起支付关键作用的是带有银联标志的银行卡。支付宝、微信等第三方支付机构是虚拟了账户，客户的资金存在这个虚拟账户中再进行消费、支付等功能。而Apple Pay是虚拟银行卡，客户资金还在自己的卡里，支付时完全基于银联系统，交易流程也是从商户到银行。

在支付宝与微信的步步紧逼下，拥有高端用户群体的苹果成为了银联和银行对抗第三方支付机构的武器。那么，Apple Pay能否改变国内移动支付的格局？在分析人士看来，Apple Pay在支付体验上的领先未必能占据绝对优势，移动支付拼的还是地推能力和补贴力度。从线下商户来看，Apple Pay的使用需要POS终端，终端的覆盖度将会影响推广。

除了线下市场，Apple Pay也与多家第三方支付公司进行了合作，开拓线上支付场景，首批合作机构包括连连支付、首信易支付和易宝。连连支付副总裁曾毅介绍，苹果、银联、银行、第三方支付公司的分工分别是：苹果只提供支付技术，银联和银行提供支付接口和渠道，第三方支付公司提供商户的接入。线上商户的接入不是跟苹果直接对接，而是跟第三方支付公司对接。

对于未来移动支付市场的格局，易观智库金融行业研究中心高级研究总监马韬表示，Apple Pay入华，短期内不会对中国移动支付的竞争格局造成较大影响，支付宝和微信的优势仍然难以撼动。数据显示，去年四季度，支付宝及财付通分别占据了72.72%和14.61%的移动支付市场份额。而由于硬件设备的限制，Apple Pay的用户量级与前两者存在着差距；其次，在场景的丰富程度上不如前两者丰富，且受理终端的铺设也是一个问题；再次，在对于商户的服务、费率和用户的补贴上也没有优势。

微智全景公司CEO李岩表示，支付发生的前提是交易，因此通过运营拉动交易，才

能让用户了解、习惯相应的支付方法。从之前的打车大战、红包大战，到现在的补贴大战，都是支付运营商强力运营的结果，同时也是支付公司之间争夺的主要手段。

值得关注的是，对苹果本身来说，由于缺少后续的理财、贷款、转账等场景，Apple Pay的功能只有支付，其利润主要来自手续费收入，因此盈利空间需要看未来市场规模的发展情况。