

从2014年春节微信红包出现，到支付宝2016春晚反击战，似乎中国大陆的第三方移动支付市场一直处于支付宝与财付通的明争暗斗中。然后近一年来变化也并没有多大。根据一些分析机构长期数据来看，大体就是“天下支付共一石，阿里独占八斗，腾讯得一斗，拉卡拉与众共分一斗”。

然而这个局势目前看来或许并不稳定。被第三方支付压制、占比不足一成的银联仍在谋求转机。

2015年12月18日，中国银联和苹果公司宣布合作，将在中国推出Apple Pay。在新闻稿中，银联满怀喜悦地声称这是一种“这是一种让移动支付焕然一新的简单、安全、私密的支付方式”。而在业内人士看来，这将是银联反击第三方支付商的关键一战。

抢滩支付 苹果只为占市场

苹果推出Apple Pay的目的是什么呢？

根据Apple Pay的使用功能来看，它只是一款纯粹的虚拟钱包，里面装着你的电子银行卡。你可以用手机来代替信用卡，用TouchID来代替签名。在使用过程中，苹果不能通过Apple Pay获得任何消费信息和个人信息。苹果CEO库克承诺：“苹果不知道你买了什么，你在哪买的，以及你花了多少钱。”而这种保护隐私的态度被视为Apple Pay在同类产品中最大的竞争力之一。

苹果无法通过Apple Pay为自己获得有效的用户信息，也就无法如同Google Pay一样通过精准营销来赚钱。但是结合苹果一向的收入构成来看，2015年，除去iPhone、Mac和iPad之外的服务收入和其他产品收入只占了全部的13%，所以通过获取用户信息攫取利润暂时并不是它的重点。

根据目前的信息来看，苹果只提供了支付环节中的一环——手机支付芯片。除此之外，无论是支付环节产业链上，包括POS机、发卡行、收单机构等，还是在支付场景上对商户的把控等，苹果都不占据任何优势。因此，苹果在支付方面也只是一个终端，所负责的只有用户体验和安全保障。Apple Pay的目的只有一个，就是完善iPhone系列手机的功能系统、增强用户粘性。

中国消费者本来就有多种移动支付选择，无论Apple Pay推广效果如何、使用体验如何，这只是一种新增的选项而已。苹果的期待值不高，或许收获的喜悦反而更大。

。

## 借苹果之手 银联亟需翻身仗

支付宝原是为了解决淘宝网为了解决网络交易安全而设立的第三方支付担保机构。随着中国电子商务的飞速发展，支付宝也以一日千里的速度发展壮大。根据易观智库的数据，截止到2015年第3季度，中国第三方移动支付市场交易规模达43914亿元人民币，其中，支付宝就占据了71.51%的市场份额。

按照相关人士的分析，之所以支付宝能够在线下攻城略地，除了其本身的线上支付属性拓展到线下带来的大量用户资源，其便捷高效的付款方式和良好的用户体验，以及较低的抽成，才是获得从商户到消费者一致青睐的关键。

含着金钥匙出生的银联，虽然一开始风光无限，但是随着支付市场的开放，慢慢被“支付宝”们挤落下风。易观智库数据显示今年第3季度，中国银联旗下的第三方支付“银联商务”在移动支付市场份额只有0.49%。

另据相关报告，截止到2015年12月，国内在网活跃移动智能设备数量达到8.99亿，其中，苹果设备与安卓设备比例为3：7。庞大的基数暗示着Apple Pay在中国拥有着巨大的可能性。对于想要在线下支付上有所作为的银联来说，苹果是其不得不加以笼络的合作伙伴。

接入Apple Pay的另外一重好处是，由于苹果手机在技术标准上的一致性，银联的接收终端在技术设计上会减少很多麻烦，制造成本也会相应降低。

事实上，支付宝和微信这两年来不断培育的用户移动支付的意识，也成为了银联进军线下的一大助力。

## 铺路搭桥NFC 支付宝坐收渔利？

NFC虽然听起来高大上，但实际上它和我们的日常生活息息相关。大学时代用的食堂饭卡、坐公交车刷的城市交通卡以及进入住宅楼需要的门禁卡，全都使用了近场支付技术。

NFC的技术早已成熟，多年前就可以落地。但是由于近场支付涉及的产业链环节包括从手机运营商、手机生产商、芯片厂商、银行、银联、银行卡受理终端等多方，想要主导整个产业链几乎是不可能完成的任务。早在2010年，中国移动和银联就NFC标准进行了一番明争暗斗来争夺行业主导权。表面上看来，银联13.56MHz同国际接轨的移动支付标准赢得了胜利。

支付宝对于NFC也并非全无野心，这从去年6月与NFC手机厂商合作上可见一斑。

支付宝钱包通过与NFC手机厂商合作，将手机变成公交一卡通，可实现公交、地铁、出租车等各类出行方式。

由于银联曾经提出“非金融机构线下银联卡交易业务迁移，统一上送银联转接”的要求，支付宝在线下支付上必然要另寻蹊径。现在支付宝主要采用扫码支付、声波支付等技术手段，但是如果NFC终端铺设完成，省下了一大笔建设费用的支付宝也会寻求如同“公交一卡通”的方式绕开银联享受基础设施的红利拓展线下支付版图，更何况这些基础设施并非全由银联投资建成。

艾瑞咨询分析师张超认为：“银联和苹果支付提供的都是背后的硬件的搭建，相当于实在荒地上修路。这条路银联可以走，别人也可以走。如果他们走得慢，支付宝和微信，以这两家公司的开发能力，直接做一款NFC支付的产品是很容易的事情。”

Apple Pay与银联的合作，势必会在中国的第三方支付市场上搅动风云。但是最终鹿死谁手，还是要看谁最能满足用户的需求。即使苹果支付在演示中看来快捷高效，但是线下使用中涉及到终端、场景等多方因素，实际效果尚有待考量。“理论上讲，NFC更先进能带来更先进的用户体验，包括安全性的保证、使用流畅程度和便捷程度都会给支付方式带来一定的提升，但对用户的吸引力，还是同最终的支付形态有关系。”张超如是表示。

??