

网金融的创新,将会衍生出更多产品
近来红包大赛和打车大战吸引了众人眼球,随着互联

马年移动支付,会否「七十二变」?

春节前一档《爸爸去哪儿》,火了“吃饭睡觉打豆豆”;春节里千万发微信红包,火了“吃饭睡觉抢红包”。互联网本不缺奇迹,但能让数万人在春节里从早抢到晚,这才称得上“疯狂”。中国电子商务研究中心主任、互联网金融研究员曹磊说,“微信红包”是移动端互联网金融产品的成功代表;马云说,微信红包是腾讯的“偷袭珍珠港”。而除了抢红包,打车软件大战带来的补贴也让打

族“喜闻乐见”。有人说打车软件之争,是“二马”的“偏向虎山行”,目前看来由于补贴“打折”,“小马哥”(马化腾)暂时又比“老马哥”(马云)差了“人情分”。马年春节,红包大赛和打车大战无疑成就了最应景和最热门的移动支付情景。业内人士指出,今年还会有更多大鳄入场,移动支付谁胜谁负,还得“骑‘马’看唱本——走着瞧!”

网上红包大PK “老马”吃亏输了“战地”

■ 专家 仅凭春节一役判微信完胜还为时过早,目前微信和支付宝在几个关键指标上各有优劣

“恭喜发财,红包拿来”——伴随微信5.2版带来的“抢红包”新游戏,这个往年得到大年三十才开始的年俗,今年提前火了!到了小年夜,甚至因为全国玩家热情过度,微信出现了近1个小时的“肠梗阻”。这种真花销、能提现的新式“移动红包”,借着春节的喜悦劲儿从同事圈、朋友圈,进一步渗透到家人圈、亲戚圈、老同学圈,成为马年拜年的“新式武器”。

微信目前用户量过6亿。而来自腾讯官方公布的统计显示:从除夕到初八,就有超过800万的用户参与了微信“抢红包”,有超过4000万个红包被领取,平均每人抢了4-5个红包,平均每个红包在10元内。在“抢红包”最凶的除夕夜,最多时1分钟有2.5万个红包被领取。从地域上看,微信“抢红包”席卷了全国34个省份,尤其京沪穗等一线城市玩得最凶。从热点时段看,每天晚上10点抢红包的人最多,其次是下午4点,极度玩家的热情会一直“燃烧”到

凌晨3点才消停,抢到“红包”上万元的大有人在。

实际上,马年春节能玩“红包”的不可不止是微信。早在1月14日,360搜索就开始派发“新年红包”,号称狂送3亿元“红包”一直持续到第二天,只要登录360搜索任意关键词就能免费领,“红包”里不乏苹果套装、豪华游、乐视TV、现金、1万台360随身WiFi等各色大奖小奖。而和微信红包更是“顶牛”的支付宝“新年讨红包”,则从1月24日一上线就鼓励用户“发红包”或“讨彩头”,春节期间也有数百万用户用支付宝钱包发放了总计2亿元的新年红包,除夕“巅峰日”一天就超过5500万元;而且相比微信红包上1分钱的红包也要抢,支付宝的红包平均金额超过50元,最大的更是达到19万元之巨。但为什么从营销回报率看,最后还是微信红包占了先?

对此,有人套用了电影《阿甘正传》里的一句经典台词来形容:“(微信)红包就像

打车软件大PK “小马”失算跑了粉丝

■ 专家 如果两个竞争对手在没有达成默契的情况下互拆墙脚,只会侵蚀整个行业的发展

如果说,在马年春节的红包大战上,“老马哥”算是逊色于“小马哥”;那么在如今竞争同样胶着的打车软件大战上,现在看来似乎“姜还是老的辣”。上周日,由腾讯投资的“嘀嘀打车”结束了微信支付返现10元的优惠,目前第二阶段的优惠补贴降为5元;对此,其竞争对手“快的打车”和支付宝则立马高调坚称:“我们乘客每单奖励10元的政策不变”。

“你用‘快的’还是‘嘀嘀’?”今年元旦后出现的打车软件大战可谓争锋相对,这让部分打车族甚至出现了选择困难症。1月10日,“嘀嘀打车”植入微信,表示用微信支付的乘客,每一笔车费减免10元,且额外补贴10元给司机;同时,提供10000

个免单机会。而10天后,“快的打车”就来“拷贝不走样”应战,推出同样针对乘客、司机的双向补贴政策;同时,提供10001个免单机会。事隔一天,又把给司机的补贴提高到了15元。

靠“烧钱”送“补”,春节过后两大打车软件秀出的成绩单如下:“嘀嘀打车”用户突破4000万,较活动前增长了一倍;日均订单为183万单。而“快的”方面发布的数据则是:从补贴活动上线以来,“快的打车”全国日均订单量已达到128万,单日最高订单量突破162万,其中使用支付宝钱包付车费的日订单数最高突破60万。

如果再要算投入和产出比。为此腾讯甩出的补贴分24次共4亿元,阿里直接升

未来“移付”大PK “万马”奔腾需更规范

■ 专家 互联网金融创新必须以金融消费者为中心,既要满足用户需求,又不能损害消费者权益

移动支付,只关乎红包和打车吗?事实上,如今只要有合适的线下场景刺激,就会激发用户的移动购买和支付冲动。在北京,今天起微信和王府井百货将一起玩转“情人节”,三天内顾客只要去店里扫描活动二维码,再用微信付1分钱即可拿奖。而在上海,今天在徐汇南滨江的购物“乐活地”正大乐城里,一场名为“Hello Kitty 3D世界风”的主题展也在“黏”住情侣的脚步,中国娃娃版、埃及法老版、英伦哨兵版、印第安琼斯版……众多足有1.5米高的“Hello Kitty”大家族成员“穿越”在3D时光长廊里,在吸引“秀爱族”们甜蜜合影的同时,还可立马刷二维码当场网购。上海商业信息中心首席研究员齐晓斋指出,移动互联网时代的到来,会进一步刺激传统零售行业的产业升级;而传统零售业布局的成熟度和多样性,也会刺激网购族的线下移动支付。

此外,伴随中国从去年底进入4G时代,更快的网络条件也将让移动支付变得“能分分钟搞定”。巴士在线此前刚在沪过了自己的10周岁生日,据巴士在线CEO王献蜀透露:巴士在线正计划投10亿元建设中国最大的在公交场景下的移动应用平台,到今年底这种公交车上的“My WiFi”,将把15万台公交车变成15万个移动的WiFi热点,

一盒巧克力,你永远都不知道拆开它里面会是多少”。中国社会科学院信息化研究中心秘书长姜奇平认为,微信红包和其他互联网红包的路数不同,前者之所以能引发如此“病毒式”传播,在于凸显了微信朋友圈的社交优势,好比小朋友爱玩的“抢凳子”游戏。在几分几角几元钱的相互讨要和分发中,乐子和口彩是“燃点”,其结果就是让微信旗下的支付平台——财付通一夜激生千百万移动支付新客户。

有金融业内人士测算,短短一个春节,通过微信红包实现成功绑定的银行卡增量至少在30%左右,这些绑定借记卡的微信用户将顺势成为微信理财的潜在客户。同时,微信红包遭疯抢也使得新晋为互联网金融“吸金大户”的腾讯在二级市场上迎来市值高峰,在蛇年最后一个交易日,腾讯市值成功突破1万亿港元大关,成为全球第七大科技公司。

不过,DCCI互联网数据中心主任胡延平认为,仅凭春节一役判微信完胜还为时过早,目前微信和支付宝在几个关键指标上各有优劣,国内移动支付市场的争夺战仍有悬念。

级的补贴则是5亿元。有人将此比作“军备竞赛”,两大互联网巨头谁也不甘示弱,结果,就是让其他打车App在一月之间几乎是“无还手之力”,基本形成了打车软件市场的“双寡头”时代。由此,不仅推动大批用户绑定微信和银行卡,或者手机端的支付宝钱包,还大大培育了普通用户的移动支付习惯,甚至是“的哥”们的收款习惯。

不过,打车软件这样的“军备竞赛”发展到现在,已经显示出用户忠诚度并不高,基本谁给的优惠大、谁能叫到车,用户就往哪里跑。对此,除了乘客和司机都有吐槽不方便、不公平外,康宏中国首席经济学家杨晨也给出了批评:互联网金融这个行业目前还没形成清晰的运营盈利模式,行业竞争方面也没有制定出相关规则。如果两个竞争对手在没有达成默契的情况下互拆墙脚,只会侵蚀整个行业的发展。

方便公交车上也能轻松“移动购”。能随时缴费、能抢过年红包、能拉优惠“差头”、能付饭钱、能走过路过看到就网购……作为更加方便的支付模式,移动支付跟餐饮业、商业、金融业等更多的产业产生了交集,现已逐步接管起传统信用卡支付。有数据显示:2013年全球移动支付规模达到1.45万亿美元,同比增长了45%;而据央行最新披露的2013年三季度支付体系运行总体情况显示:移动支付业务共完成业务4.98亿笔、金额2.9万亿元,同比分别增长300.97%和490.20%。东兴证券认为,未来三年将是国内移动支付市场高速增长阶段,年均复合增速将超过50%。

从行业投入热度看,目前除阿里和腾讯已经在移动支付上大刀阔斧外,同样拿到虚拟运营商牌照和第三方支付牌照的苏宁、京东等电商大佬也在加紧谋篇布局,甚至连盛大网络等游戏公司也开始高调推出了自己的移动支付产品——盛大Youni(有你)。不过,就在移动支付行业开始准备“野蛮生长”之际,业内已经开始对移动支付带来的各种问题和风险有所担忧。比如:“微信红包”的“含金量”是否会让个人银行账户、身份信息面临泄露危机?红包不提现那么沉淀资金怎么办……

中央财经大学法学院教授、金融法研究所所长黄震指出:“从根本上来说,互联网金融创新必须以金融消费者为中心,既要创造性地满足用户需求,又不能损害消费者权益;既要提供更加快捷高效的服务,又要切实保障安全和防范风险。”移动支付,看来未来还需“规矩”做得更细更严。本报记者 胡晓晶

