

Apple Pay 入华的三个难题

国内移动支付市场群雄逐鹿。支付宝、微信的扫码支付大行其道，银联力推的闪付也开始反攻，但苹果公司去年推出的 Apple Pay(苹果支付)却一直徘徊在中国市场的大门外，始终不得其法。事实上，苹果支付为了打开中国市场，曾与商业银行、银联、阿里巴巴旗下支付宝等多方进行谈判合作，但截至目前，苹果支付入华最有可能的引路人“银联”还未谈妥。而且，苹果支付进入中国时所需要的设备改造成本颇高，核心技术 NFC 在中国陷入水土不服的境地。在业内人士看来，苹果支付进入中国困难重重，即便得以成真，也会面临着“不得不开、来也白来”的尴尬境地。

难题一：绕不开的银行与银联

苹果支付自成立一年多来，一直声称要进驻中国，但迟迟未有确切消息。在分析人士看来，苹果支付作为外资公司独立进驻中国支付市场并不现实，目前最可行的是通过与国内商业银行以及银联合作。不过，在业内人士看来，苹果公司与商业银行以及银联在利润分成方面一直未能谈拢，成为苹果支付迟迟未能进驻中国的一大原因。

去年 9 月，苹果公司发布移动支付工具——苹果支付。据悉，苹果支付采用的是近场通信技术(NFC)，用户只需事先将信用卡或借记卡信息存入手机账户中，就可用苹果手机与商店里的支付终端进行免接触支付，手机会通过指纹识别传感器确认用户身份，目前 iPhone 6、iPhone 6S 以及 Apple Watch 支持这项支付服务。

苹果公司也号称，利用苹果支付技术，用户可直接将交易数据加密传给银行，进而直接向商家支付，省去第三方支付的中转环节，将极大减少泄密风险。目前来看，苹果支付在去年 10 月便已在美国正式上线，今年开始进入英国、加拿大和澳大利亚市场。

由于苹果在中国手机市场的市场份额占据比重较大，苹果支付进驻中国的时间也

一直很受关注。苹果 CEO 库克也曾多次表示，中国正在成为最重要的市场，苹果支付进入中国是苹果公司的首要任务。

根据苹果公司三季报显示，三季度营收为 515.01 亿美元，比去年同期增长 22%；净利润为 111.24 亿美元，比去年同期的 84.67 亿美元增长 31%。其中，大中华区营收达到 125.18 亿美元，比去年同期的 62.92 亿美元增长 99%。

不过，苹果支付要想在中国移动支付市场立足，需要迈过的第一道坎则是与国内商业银行以及银联打通合作。

“苹果支付不向商家提供信用卡卡号，也不存储任何的银行卡信息，也就是说，苹果是完全的第三方，只是提供一整套技术实现了结算信息传输，结算环节还是商家、用户、银行之间的事情。所以，必须要与银行以及银联进行合作。”一位支付行业业内人士说道。

实际上，在苹果支付成立之后，也陆续传来了各类进军中国的消息，包括苹果与银联谈判、在 8 家银行测试、与阿里巴巴谈判并希望借支付宝入华、在上海自贸区注册公司等。但距离苹果支付成立已经长达一年时间，苹果支付仍未进入中国市场。一位知情人士也向记者透露，苹果公司一直比较强势，因为和商业银行及银联利润分成的问题，一直没有谈拢，这也是苹果支付这么长时间仍未进驻中国市场的一个重要原因，目前市场可能出现转机。

据外媒报道，苹果已经与国内四大银行签订合作协议，并与银联达成了初步合作协议，将于明年 2 月正式入华。记者求证相关商业银行，均未得到回应。银联的相关负责人也向记者表示，目前和苹果公司的合作没有最新进展，如果有最新消息会及时公布。

“对于银联来说，他们也想借助苹果支付大力推广移动支付市场”，上述支付人士称。他表示，银联接纳苹果支付能获得的收益比自己独立建立一个移动支付体系要高，这也是银联愿意与苹果合作的一个原因。

难题二：高企的设备成本

虽然苹果手机在中国的市场份额比例排名靠前，但对于苹果支付来说，他们要想进驻中国，也面临着推广用户量以及铺设具有 NFC 芯片的 POS 机等难题。

近年来，移动支付在国内发展飞速。央行最新发布的数据显示，今年三季度移动支付业务 45.42 亿笔，金额 18.17 万亿元，同比分别增长 253.69% 和 194.86%。而支付宝和微信支付已经抢占了手机支付方式大部分市场。在中央财经大学中国银行业研究中心主任郭田勇看来，支付行业是对外开放的，引进苹果支付进来，对国内整体支付水平的提高有帮助。不过，苹果支付要想和国内支付巨头支付宝、微信支付抗衡，仍有很长的路要走。苹果公司曾依靠手机价格门槛锁定高收入阶层成功登陆中国市场，苹果手机独具的 iOS 系统成为苹果手机夺得中国用户芳心的制胜法宝，这个法宝却不利于苹果支付的推广。

易观国际高级分析师马韬向记者表示，虽然中国是苹果最大的市场，但和中国所有手机用户相比，苹果手机用户只占一部分。因此，苹果支付的规模和用户量不会太大，而且，用户习惯需要苹果公司自行去培养，现在支付宝、微信支付是主流的支付方式，他们会给很多的商家和用户补贴，但苹果支付可能不会采取这种补贴方式。

更为重要的是，苹果支付要想进军中国，必须在现有的 POS 机上增加一个功能芯片才能支持支付，这也意味着商家需要为此更新刷卡机或者多准备一个新的 POS 机，铺设的成本并不小。“对于商户的推广，苹果公司可能会借助银联和银行铺设。但商户会不会愿意推，更多依据于苹果支付用户数量的多少、流量的多少。目前看，支付宝和微信有更大优势，一些不太用支付宝、微信支付的商户，很大可能会选择直接用银行卡支付。因此，苹果支付要想在中国移动支付市场立足，前期面临的问题还很多。”马韬表示。

难题三：NFC 太独怎么破

除了和商业银行合作以及本身用户限制外，苹果公司要想进军内地市场，本身 NFC 推广也很重要。

“要想成功进军中国市场，如何推广 NFC 技术，也是摆在苹果支付面前必须迈过的一道坎。”零壹财经研究总监李耀东向记者说道。他表示，苹果支付属于 NFC 支付的一种形式，但 NFC 支付一直以来存在两大问题：首先，NFC 支付在操作便捷程度上不如国内第三方支付，其次，纵观全球，NFC 支付推广并不是很成功，虽然 NFC 芯片技术已经成熟，但该技术依旧未能虏获用户的芳心。

马韬表示，在中国移动支付中，远程支付用得更多，NFC 支付目前用的比例很小，怎么去推广 NFC 支付，也是摆在苹果支付面前的一大难题。

据悉，虽然 NFC 支付在国内已发展近十年，但由于受各种因素的制约，发展一直不温不火。近年来，国内一直在推广 NFC 技术，包括部分手机可以凭借 NFC 技术在北京地铁与公交刷卡进站乘车，推广多年以来，普及效果仍一般。

“运营商在手机 NFC 技术上的探索已有多多年，受限于技术、政策、商业模式等原因，尤其是标准模糊不定，发展非常缓慢。”一位支付行业分析人士称。

更为重要的是，在中国和其他大多数国家，NFC 的生态环境一直没有建立起来，人们更多的只是把它当做手机上一个无足轻重的小玩意，很少有人注意到 NFC 的真正作用。

但因为它有更高的安全性，NFC 技术依旧受到了银联、运营商、第三方支付等机构的重视。如果银联和苹果支付一起推广 NFC 技术，会不会擦出不一样的火花？李耀东表示，银联一直对 NFC 技术很重视，如果和苹果支付一起推 NFC 技术，说不定会有意料不到的火花出现。

(摘自《北京商报》)

阅读数码通讯信息

感受时尚智能生活

欢迎刊登IT/通讯广告

咨询电话:0394-8599377 13839451901 13592220023