

二维码支付的优势与劣势

产品名称	二维码支付的优势与劣势
公司名称	北京豪付网络科技有限公司
价格	10.00/个
规格参数	
公司地址	北京市怀柔区北房镇幸福西街1号301室（注册地址）
联系电话	17161533333 17161533333

产品详情

1.第三方移动支付定义

第三方移动支付是指交易双方通过手机、平板电脑等移动终端，利用移动通信网络和无线通信技术，由独立于移动通讯运营商与银行以外的第三方支付平台支持的支付服务，完成资金转移及支付的行为。

2.二维码支付定义

如今，二维码支付已成为移动支付的重要组成部分，并由第三方支付机构主导。商家将商品价格与账户等交易信息制作成二维码，顾客在移动设备上用相应的扫码软件扫描二维码，迅速识别其中商品信息及支付信息，此时顾客便可以在网络环境下完成移动支付。

二维码支付在助力第三方移动支付中的远程支付方面有着举足轻重的作用。远程支付即通过发送支付指令（如网银等）或借助支付工具（如汇款）进行的支付方式，这意味着用户不需要通过刷卡或NFC“闪付”的近距离支付方式进行消费。

二维码支付的概况

1.发展现状

在因支付安全问题被叫停两年后，2016年8月，中国支付清算协会下发《条码支付业务规范》，这意味着二维码支付正逐步实现标准化。尽管在此期间，微信和支付宝两大第三方支付平台并未真正停止二维码支付服务，且用户需求始终未断绝，但政策放开后，二维码支付将得到更广泛的推广，大有不可挡之势。

（1）手机网上支付用户数据

中国互联网络信息中心于2017年1月22日发布的《中国互联网络发展状况统计调查》的报告显示，截至去

年底，我国手机网上支付用户规模已迅速增长至4.69亿，比例高达67.5%，年增长率为31.2%；有50.3%的网民在线下实体店购物时使用手机支付结算。

（2）第三方移动支付数据

据中国人民银行在2017年3月20日发布的2016年支付业务统计数据显示，第三方支付机构在2016年累计发生移动支付业务257.10亿笔，金额157.55万亿元，同比分别增长85.82%和45.59%，保持了强势增速；二维码支付消费额已超过12万亿元。蚂蚁金服旗下的支付宝和腾讯旗下的财付通平台（含微信支付）共控制着移动支付市场89%的份额。

（3）两大巨头—支付宝与微信的对比

就国内移动支付市场份额来看，目前支付宝仍以51.8%的移动支付份额位列，但和微信的差距从2016年第二季度开始明显缩小。

支付宝是以支付为核心业务的一款工具性金融软件，注册用户数量超6亿，月活跃用户2.95亿，在2014年其市场份额高达80%，后续又围绕支付业务推出了一系列其他金融服务，如蚂蚁金服，为用户提供一站式多元化使用体验，从相当程度上使日常生活更省时便捷，而这正是微信所不擅长的。然而其为了增加用户黏性向社交领域的拓展却并不顺利，集福、社交游戏等措施均未达到持久的吸引效果。

微信作为一款社交软件，日均登录的活跃用户超7.68亿，月活跃支付账户估计已超5亿。2015年春节，微信靠绑定了2亿张银行卡，而达到这一成绩花了支付宝8年。微信凭借其庞大的社交用户规模为支付业务打下了稳固的基础，其营造的支付场景更贴近人际交往和面对面转账，用户使用黏性上有明显的优势。2016年3月起提现手续费的收取措施导致其虚拟账户间转账交易频次及交易规模大幅上升，更多人倾向使用微信钱包余额进行支付，但同时也使得一批需大金额转账提现的用户转向使用支付宝。

就支付方式来说，二者均以二维码扫码支付为核心模式，使用半依托于银行卡的软件账户，在转账、还款、和生活缴费等场景中，通过识别商家提供的包含商品信息的二维码进行交易支付，也可通过被商家近程扫描包含自己账户信息的二维码来支付。这里的半依托，是指在一定小额度的支付与转账范围内，只要虚拟个人账户中余额满足需求，即使不绑定银行卡也可进行交易。

2.优势与机会

（1）手机上网用户规模大

据工信部发布的2016年8月份通信业经济运行情况显示，使用手机上网的用户数再创历史新高，总数达到10.04亿户；月度户均移动互联网中手机上网流量占比近九成。说明第三方支付的移动端发展已有了可靠的基础，即可能使用的潜在客户基数大，利于二维码支付端的推广。

（2）支付便捷快速，支付成本低廉

支付体验的速成方便是二维码支付用户的直接体验之一。它改变了传统的现金与刷卡支付模式，人们只需要使用随身携带的手机等移动网络设备进行扫码，而无需找零签字。这种模式直接在用户、商家及第三方平台之间建成资金划转关系，用户节省了时间与交通成本、繁杂的手续费；而商家与多个银行账户间的结算交易流程得到精简；二维码支付采用POS机和扫描枪的简单升级方案，商户无需大规模改造现有软硬件，加之金融机构本身的客户资源与商家循利加入的效应形成了一种规模经济，使个体用户承担的成本很低。

（3）用户黏性强

二维码支付的便捷性对用户会产生一种黏性，即当用户在第三方平台绑定了自己的银行卡或者创建了自

己的虚拟支付账户与理财账户，余额交易的连续性与金融产品盈利性推动使用的持续。其次，社交功能在用户中形成群体效应，更加利于推广与增强黏性。

（4）银联推行加码二维码

自2016年下半年，多家银行开始推出二维码支付产品，年末银联推出“二维码支付标准”，支付直接基于实体银联卡而不涉及虚拟账户，大大减少资金沉淀带来的巨大风险。从市场内部讲，这在长期会改变支付宝及微信支付的竞争格局，有助于形成多方多元化二维码支付竞争形势；对大环境而言，银联以安全支付为底线的进驻无疑助力二维码支付模式在线下交易中更快速渗透，真正推动“无现金”生活方式的形成。

3.劣势与威胁

（1）支付软件转换及确认问题

首先，用户在扫码支付时，商家可能提供支付宝或微信端账户二维码中的一个，用户需要在不同平台之间进行切换；其次，在确认支付后，虚拟钱包将消费信息实时反馈，用户必须点入对话框确认，这种软件之间的切换以及支付信息确认给支付本身增添了麻烦。

（2）支付安全隐患

我国二维码开发和市场应用比较晚，底层核心技术缺失，存在较大的知识产权风险和信息安全隐患。有关安全标准在刚出台的现阶段还无法迅速得以实施应用。曾经出现的植入恶意木马等资金风险还有待规整；用户在支付时缺乏正确判断资金去向的依据、篡改支付命令等问题给二维码支付带来安全隐患。

（3）法律规制和行业标准不完善

在业务规范颁布的初期，在解决过去问题的基础上，更多细则需要在二维码支付越发被广泛接受的当下结合实际问题来不断进行完善与健全。

（4）其他支付手段的威胁

Apple Pay在2016年正式入驻中国市场，它使用NFC技术，相当于将实体银行卡虚拟入用户手机，支付时只需靠近终端器，利用指纹按压主键完成支付，即Apple Pay不会涉及自有资金的管理和清算，不会参与买卖双方交易的任何环节，信息安全也有保障。国内IOS系统用户数量庞大，所以这一新鲜登陆的支付手段定会给原有运营商带来不小冲击。

三、二维码支付的发展前景

国内第三方支付业务和技术创新还有很大空间，第三方机构在沉淀资金上应加强风险管理，监管机构应保障消费者权益，同时和自律组织加强对消费者与商家的教育。二维码支付的应用推动了线上线下支付的融合，深化了支付对商业生活场景的渗透，增强了支付手段的灵活性和多样性，它将在统一标准监管下全面发展。