

刷脸宣传广告达到了一个平衡节点

产品名称	刷脸宣传广告达到了一个平衡节点
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

产品详情

这种景象与此前巨头布局移动支付、扫码支付的道理相同，都是为了提前一步布局新零售业态，取得重要话语权。在相关人士看来，新零售大势所趋的前提下，任何巨头都不想错失“刷脸”先机，都希望全面深入地参与到线下零售行业的数字化转型中，这股浪潮或将愈演愈烈。

市场交锋

据记者了解，目前国内提供刷脸支付服务的主体包括商业银行、非银行支付机构、银行卡清算机构等。主要模式分为，以商业银行、支付宝和财付通为代表的封闭应用模式，和以银联“云闪付”为代表的联网通用模式。

相关数据显示，支付市场中，微信与支付宝占据着全国高达90%的市场份额。

回溯2015年春节，微信支付用10.1亿次的春晚收发量，刷新了国民对于移动支付的印象，也正式拉开了与支付宝两强争霸的序幕。此后，不可避免的市场争夺愈发激烈，从结果来看，受益于强大的社交体系加持，微信成功从支付宝手中夺得大块蛋糕，两者体量达到了一个平衡节点，相持不下。

在当前的线下支付环境中，二维码支付俨然是主流，微信支付无疑是其中佼佼者。支付宝为扭转局面，似乎有意避开腾讯的锋芒，着眼于以支付方式为变革导向，致力向线下开辟新的战场。

2018年12月，支付宝率先推出轻量级刷脸支付终端，开始在大规模商用领域跑马圈地。然而微信支付紧随其后，于次年3月正式推出其刷脸支付设备。此后不久，两家又先后推出了更新版的支付设备，产品对标之下，火药味十足，也再次搅乱了支付行业短暂的平静。

更新产品的快速迭代只是序章，补贴大战和线下铺设才是主要战场。有店主告诉记者，商家和支付企业不仅是合作关系，当商家推荐、鼓励用户刷脸支付到一定数量之后，还能获得额外的补贴。

2019年4月，支付宝方面曾表示未来3年将投入30亿补贴刷脸支付，到了9月初，又将计划改为“补贴无上限”。微信方面显然也不打算将刷脸支付的未来拱手相让，宣布在2020年3月31日之前，针对刷脸支付设备将提供每台高1540元的补贴。

高额补贴下，产业各方都不再犹豫，全力投入争夺市场，刷脸支付元年正式开启。但风口来袭，谁也不敢保证稳居梯队，况且市场上从不缺乏后来者。

2019年10月，中国银联宣告正式入局。虽起步晚,但其推广之初就联合了包括六大银行在内的60余家机构,更在此后与微信支付的刷脸支付终端完成聚合，推出旗下刷脸支付设备。

通过内嵌两套账号体系，银联刷脸付与微信支付可由用户自主选择，即一张脸在同一个设备刷两个“钱包”。很显然，强风之下银联与微信联袂出场，对于未来刷脸支付市场的走向是一个明显的信号，此前泾渭分明的终端壁垒被悄然打破。

考验重重

刷脸支付无疑能带来支付链条和交易场景的改变，在零售、餐饮、医疗、交通等领域的应用广阔，进而满足了人们的新兴消费需求，其未来发展将着实可观。但是，尽管很多商家都换上了人脸识别的设备，而在实际应用的过程中，刷脸支付却遭遇冷落，似乎想颠覆二维码支付，成为主流，该模式还有待市场验证。

“一开始很少有顾客愿意尝试刷脸支付，现在因为有立减优惠活动，所以使用率稍微高一些了。”某便利店收银员李洋告诉记者，用户不想使用刷脸支付是因为有一些顾虑，即便是立减优惠，他们还是更习惯使用扫码付款。