

移动金融大时代

——我国移动金融发展现状及建议

■柳青扬

一、移动金融业务发展现状

在国内移动金融领域,金融机构、银行卡组织、通信运营商、互联网企业、第三方支付机构、移动终端及芯片商竞相进入。根据支付方式及运营主体的不同,将移动金融服务主要分为三类:一是商业银行推出的手机银行产品,包括智能终端APP、微信银行等,作为一种结合了渠道电子化与移动通信的创新服务,不仅可以让服务不受时空限制,而且丰富了银行服务的内涵,让服务更加便利、安全和高效;二是银行卡组织推出的手机支付产品,是为银行卡持卡人提供的,通过手机对银行卡账户进行操作以完成近场和远程支付交易的一种新型支付服务,如银联NFC手机支付等;三是基于第三方支付账户的金融服务,例如支付宝、财付通等。移动金融服务应用包括银行账户服务、手机远程支付、手机近场支付、便民缴费、手机购物、手机理财等,在行业发展上呈现以下三个特点。

(一)支付账户和账户媒介呈现多样化的特点

在产品形态分析,无论是手机银行、移动支付还是第三方手机支付,在支付账户上包括银行卡账户、虚拟账户、预付费账户、第三方支付账户等,在账户媒介上,包括SD卡、NFC-SIM卡、全手机终端、贴膜卡、二维码、图像识别、声纹、手机客户端等,形式多样,各有特色。商业银行、卡组织和第三方支付公司都在不断推出新型的移动金融产品,例如银联NFC手机支付、招商微信银行、余额宝、声波支付和二维码支付等。金融与移动互联网的跨界资源整合,赋予了金融产品更强的生命力,既能优化产品和服务模式,又满足了客户和市场的需求。

(二)账户之争的成败将决定行业发展的主导权

用户账户将是未来市场竞争的主战场,谁的账户用户规模大,谁的账户服务功能多,谁能为用户带来最佳的体验和收益,谁就将最终赢得市场的青睐。银行卡是商业银行提供给个人客户的账户服务产品,用户在支付过程中既可以使用银行卡账户进行远程支付,也可以在闪付(QuickPass)POS终端上体验近场支付。同时,第三方支付公司也在大力推广第三方支付账户和扩大使用范围,从传统互联网电子商务向移动电子商务扩展,并已渗透到实体商户。

(三)线上线下应用场景融合发展成为趋势

随着互联网向移动电子商务发展,移动金融在线上线下商户服务模式上逐渐融合。金融机构面向实体商户推出的手机收银产品,同时在手机银行中增加商旅服务、商城服务等,尝试为线下实体商户提供电子商务服务。中国银联推出“银联钱包”、手机信用卡还款、便民缴费、余额查询、转账、商旅等服务,启动首届“银联62儿童消费节”,实现线上线下商户协同营销。第三方支付公司也不再局限于线上电子商务支付场景,开始向线下实体商户提供手机收银服务,包括打车服务、便利店手机二维码收银等,并且开展声势浩大的补贴营销活动。



BAT等互联网巨头为什么相继进入移动金融市场?是搅局者还是创新者?万达与百度、腾讯的“联姻”是否会激起新一轮的跨界融合,银行业大佬工行正在构建E-ICBC,招行、中信、浦发等也都在悄然布局移动金融,中国银联跨界联合中国移动推出NFC手机支付,是被动接受挑战还是主动寻找机遇,一个波澜壮阔的移动金融大时代正悄然来临……

当“贵族”金融遇到“草根”移动互联网后,移动金融就如同化学反应,正在迅速改变着金融业的服务方式、行业间的市场区隔和普通老百姓的生活习惯。现在,去银行排队的人越来越少了,越来越多的人选择了手机银行和网上银行;出门带现金的人越来越少了,越来越多的人选择了银行卡、手机支付、支付宝等,大家已逐步习惯了随时随地的移动金融服务,享受着刷卡、闪付、O2O等带来的便捷支付方式。

移动互联网时代的到来,不仅改变了传统生活方式,也正在改变着金融业的服务模式。那么究竟如何定义移动金融?迄今为止,似乎还没有严格的定义,笔者暂且理解为:移动金融是金融行业与移动互联网相结合的产物,是基于智能移动终端、互联网、大数据、云计算、无线通信等创新技术的新型金融产品和服务,具备移动化、低成本、便捷性、实时性等特点。

二、移动金融产业发展存在的问题

近些年,为推进行业发展,政府出台了《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》、《国家发展改革委办公厅中国人民银行办公厅关于组织开展移动电子商务金融科技服务创新试点工作的通知》等相关文件,为移动金融发展奠定了一定的政策基础,但仍存在一些亟待解决的问题。

(一)监管政策缺失,制约业务发展

我国移动金融行业起步并不晚,但是由于各行业各自为阵,也因为跨行业、参与主体多、产业链长、技术方案多样等原因,阻碍了移动金融的发展。在移动金融发展过程中,既涉及到通信运营商和金融机构之间不同标准的互联互通问题,又涉及运营商之间用户使用移动金融服务的标准统一问题,移动金融主导权、互联互通标准、国家金融安全、第三方支付账户风险监控等问题是否得到妥善解决,将制

约产业的健康发展。与欧美、日韩等国家相比,国内在移动金融方面的法律法规尚不完善,且属于部门行政规章,法律效力不强,尤其是对于第三方支付的行业监管和规范滞后。

(二)行业壁垒严重,资源共享困难

移动金融提高了服务的适应性、实时性和便捷性,大大拓展了传统金融服务的行业应用范围,但是实际情况是行业壁垒情况严重,公共社会资源得不到整合,无法发挥移动金融的优势。金融机构控制着金融服务资源,公共交通、医疗卫生、大专院校、公共事业(水、电、燃气等)等行业单位控制自身应用资源,移动运营商掌握着移动通信用户和移动终端资源,各方资源无法有效对接和共享,形成产业链上各自为政的现象。金融机构难以拓展移动金融的行业应用及商圈,也无法向客户提供全方位的金融服务,行业单位的受理环境无法实现共享通用,难以为社会大众提供低成本的、广泛的、跨行业的公共服务。

(三)产品使用门槛较高,用户体验欠佳

目前,产业各方推出的移动金融产品,使用门槛相对较高,业务申请、开通手续及烦琐的设置就会让用户望而却步,特别是一些人对新技术、新产品、新服务不是很了解,让他们去下载并安装手机客户端程序,携带身份证及由银行客户端程序生成的数字证书序号一起去银行柜台办理手续,还要进行相应的数字证书导入、硬件安装等,这些使用门槛造成了产品的推广普及难度较大。



三、移动金融产业发展的策略建议

(一)出台相关政策,促进产业发展

移动金融产业链的稳定形态正在逐步显现,而目前的移动金融市场也出现一些跨行业的业务合作、产品融合、资源整合的积极信号。产业发展的当务之急是破解产业发展难题,实现产业链各主体之间的合作共赢。因此,国家应该明确管理部门,制定相应扶持政策和产业监管政策,鼓励更多的参与主体进入移动金融产业发展,同时要保障产业的有序竞争与健康发展。

(二)建立统一标准,确保安全运营

移动金融产业涉及用户的资金安全,各参与主体在衡量安全与便捷的过程中需特别强调安全因素。因此,建立统一、安全的技术标准势在必行。一是要通过全行业的努力确定“安全、高效、实用”移动金融标准,这将极大的增强移动支付的安全性和稳定性,对带动产业升级更具有重要的意义;二是移动智能终端、智能卡、手机客户端、技术平台要充分保证用户支付过程中输入、处理和储存的安全,通过指定机构的检测认证,达到金融级安全水平;三是严格按照监管法规开展业务,促进合规经营、控制业务风险,保障用户权益。

(三)加快行业合作,实现资源共享

移动金融行业将会是一个市场化竞争充分的市场,行业合作,资源共享将会是产业发展的主流。在未来很长的一段时间内,产业各方将立足自身优势,联合合作方寻求合作机会。例如,中国银联在移动支付领域做出了积极探索,2013年建立了开放式的TSM平台,并与多家银行、运营商系统对接,实现了密钥管理、身份认证、空中发卡、跨行清算、商圈共享及行业接入等重要功能,为下一步移动金融的快速发展打下了扎实基础。产业各方可以借助银联平台进行市场拓展,通过共享平台资源,实现相互促进,不要把主要精力放在高成本的系统开发与运营上,有效节约社会资源,提高移动金融的高效推进。

(四)加大宣传推广,强化用户培育

移动金融市场的快速发展离不开用户对移动金融的认可,根据相关调研数据,仍有较大比例的用户对移动金融表示怀疑。因此,移动金融各参与主体在开展业务时,应联合起来开展营销宣传,加强对用户的培育与引导,培养用户的使用习惯;另一方面,在各级政府行政服务窗口、商业银行、公共交通、医疗卫生、主要商业区及人流量聚集区设立移动金融体验区,提高用户的接受程度和认知度。

(五)创新商业模式,维护各方利益

移动金融产业尚处于发展初级阶段,需要大量的前期投入,合理的商业模式与盈利模式将成为产业可持续发展的关键。法国电信运营商Orange在移动支付领域的盈利模式值得借鉴,他们在与商业银行合作开展卡类业务的过程中,免费向商户、用户提供支付服务,以此赢得大量的商户和用户资源,转而向商业银行收取一定的发卡费用。当然国内移动金融产业链的主要投入主体金融机构、通信运营商、银行卡组织及终端厂商等可以创新商业模式,探索免费推广服务+交易费用分成的模式,主要通过移动金融良好的用户体验、丰富的服务内容、时尚的社交平台以及金融级别的安全机制,提高用户的使用频次,实现多方投入、多方分润、共同参与、共同发展。