

稍加留意我们就会发现，在中国，无论是大城市的商场店铺，还是小县城的街头小吃，移动支付慢慢地占据了我们生活的世界，也有越来越多的人逐渐适应并享受着移动支付带来的便捷。



这场革命另一股推动力来自二维码。在银行卡系统中，客户不需要网络，商户提供终端和链接，然后客户使用支付工具完成支付。与过去的条形码类似，二维码支持商家在手机未联网的情况下访问支付系统，因为交易只需要连接一方。此功能超越了先前由商家负责提供链接的银行卡系统。

商家只需要将二维码打印在纸上，消费者就可以利用智能手机扫描二维码进行交易。二维码降低了商家成本，特别是在通信不便的情况下，它甚至允许没有智能手机但有二维码的人进行个人对个人的交易。

支付宝和微信支付两个平台上的用户数量和用户增长率都非常可观。这两个支付平台已是中国最大的支付系统，也是世界上最大的支付系统。



支付宝和微信支付的支付规模

微信支付和支付宝的资金使用方式不同，这种差异很大程度上源于两个平台开发的初衷不一样。微信支付基于社交媒体平台，并且涉及大量个人对个人的支付。支付宝则植根于电商平台，更有可能获得商业资金或将资金用于商业目的。

微信支付在2014年农历新年前后首次被推出，以红包的形式为个人转账提供便利。红包的盛行为许多用户的微信账户提供了初始资金。

二维码对于商家来说成本低廉、使用方便，加上红包为庞大的用户群提供了初始资金，微信创建新支付平台的路径十分明确。随着客户消费金额的累积，资金从消费者流向商家，商家拥有足够资金后可以将资金用于商业活动付费和个人使用。

支付宝的起源则不同。互联网商务需要一个与信用卡和借记卡相结合的电子支付系统。正是因为中国缺乏这样的系统，阿里巴巴才有了开发支付宝的动机，继而淘宝才能借此腾飞。

在推出银联不久时，客户还不算多，支付市场是相对开放的。阿里巴巴鼓励商家在平台上使用支付宝付款。首先，任何一方的交易均不会被收取平台费用；其次，买

卖双方在数字交易平台上能获得潜在优惠；最后，整个交易过程十分便捷，这些优势会带来信用卡/借记卡所不具备的巨大经济利益。

在历史上，银行业一直包含了支付业务，因为银行拥有与这些服务最适配的技术、网络、客户信息和资金结构。

中国的移动支付革命正在打破这种适配性，社交媒体、电商平台以及二维码等技术的出现进一步激发了支付市场的活力。

中国在支付领域的技术飞跃使央行数字货币(central bank digital currencies, CBDC)的出现水到渠成。虽然大多数货币本质上是数字化的，如借记卡、信用卡、电子银行，但通常是个人账户之间进行交易，即他们花掉的是他们存在商业银行的钱，而不是中国人民银行的钱。

通常情况下，中国人民银行唯一的零售负债是现金，CBDC通过创建一种数字化的货币改变了这一点，即这是中国人民银行的负债，而不是商业银行的负债。

自2020年以来，中国人民银行已在中国多个城市进行了数字人民币试点。这一数字支付工具(digital currency electronic payment, DCEP)的试验放在任何国家都是第一次，更不用说是中国这一世界上最大的经济体之一了。在新冠肺炎疫情蔓延的背景下，这些数字人民币的试点除了能刺激消费，还为其正式发行奠定基础。

深圳是规模最大的试点，2020年10月，政府在深圳发放了1000万元的数字货币。近200万人报名参加了此次抽奖活动，其中5万人获得了200元的奖金。每位获奖者都下载了一个“数字钱包”，并在3389家参与商户中使用了数字货币，这些商户包括餐厅、加油站和超市。消费者和商户对二维码和数字钱包都非常熟悉，此次试点获得了极大的成功。

二维码和数字钱包的创新力可以通过多种渠道挖掘。在深圳进行的大规模试点表明了中国通过支付宝和微信支付获得的技术领先地位，表达了中国继续创新的愿望，也说明了中国全面推广CBDC的可能性。CBDC将成为新的赋能手段，可用于政府直接向公民支付、消费者无摩擦支付和转账系统，以及一系列新的金融工具和货币政策杠杆。中国已经做好充分准备通过支付系统创新来实现CBDC价值的最大化。

## 02

### 为什么美国居民不太可能放弃银行卡？

第一个自然的问题是: 中国的支付系统能否在美国被大规模使用，就像美国的银行卡系统在全球广泛使用一样？

答案很可能是否定的，且原因有很多。但是，鉴于美国长期以来银行业和商业在法律上的割裂，中国这种削弱银行中介职能的支付系统具有一定的优势，且影响深远。

美国目前接受微信支付和支付宝付款，主要面向中国的企业和游客，同时也面向在两国工作和生活，并长期使用这两种支付方式的跨国人员。

在纽约、洛杉矶和旧金山等地，中国支付系统接受度更高，在拉斯维加斯和奥兰多等中国游客多的地区也是如此。越来越多面向中国游客的跨国公司可能会将这些新的支付形式添加到现有的平台上。

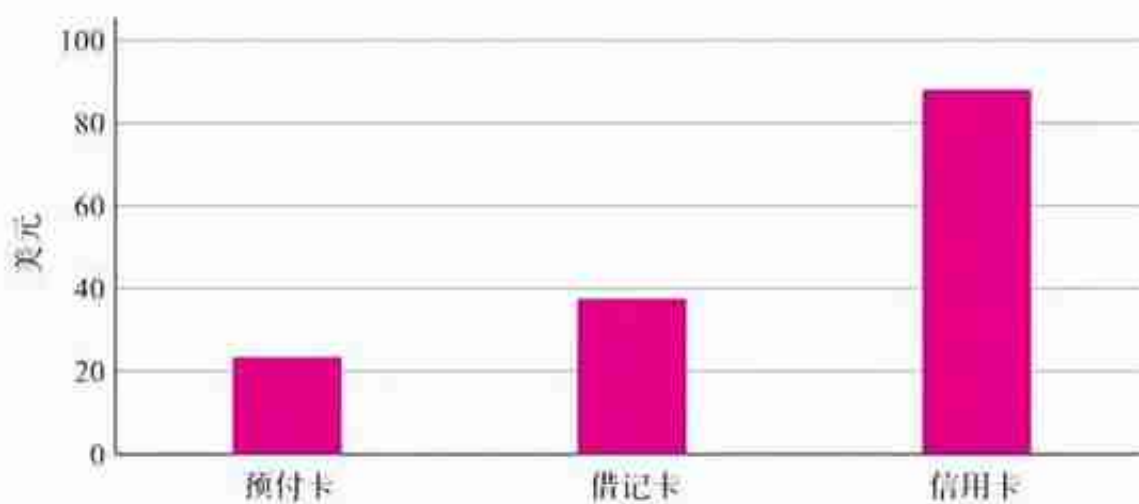


## 美国人经常使用的社交网络和电商平台

如果注定要失去高端消费者，那么如何争取中低收入消费者呢？即使平台没有整合多种功能的优势，实时结算这一功能的价值依然存在。美国的借记卡无法透支，消费者每年要为此支付350亿美元的费用，支持超前消费的预付卡应运而生。

在美国，支付方式与收入高度相关。不断扩大的收入差距意味着更多的人开始寻求其他支付方式。预付卡的爆炸式增长也是得益于这一群体的需求，而富裕的美国人 和政策制定者基本上没有注意到这一点。

预付卡与信用卡、借记卡形式类似，自20世纪90年代起就发展迅速。2018年，预付卡交易近140亿笔。相比之下，借记卡交易接近700亿次，信用卡交易超过400亿次。



## 预付卡、借记卡与信用卡的平均交易价值

预付卡能在美国蓬勃发展，部分原因在于它与信用卡、借记卡的支付方式相同。这意味着商家不需要添加新账户，现有的支付平台愿意且能够将预付款项集成到系统中。

如果微信支付或支付宝将获得的资金留在这个生态系统中，那么要想在这个领域展开与竞争对手的角逐，它们将面临来自商家的一些阻力。如果处理交易和将资金转回银行系统的综合成本高于现有系统，商家使用微信支付和支付宝的动力将进一步减弱。但考虑到微信支付和支付宝费用可能更低，类似于预付卡的刷卡费用和转移资金的成本更低，那么商家也许会改变选择。

微信支付和支付宝都已开始接受国际信用卡为数字钱包转账，很多人认为这是在寻求国际用户群的扩张，但事实并非如此。与借记卡不同，国际信用卡的推出针对的是高收入群体，而美国居民对国际消费不太感兴趣。它确实符合针对国际旅客的目标，但此举似乎更多是面向居住在海外的中国公民和经常到访中国的国际游客，而不是为了扩大国际市场，这是合乎逻辑的。

## 03

### 中国支付系统的全球化

如果说美国的信用卡系统在发达国家和发展中国家的非现金零售支付中占据了主导地位，那么中国模式的支付系统会在国外取代它吗？

在发达国家，答案很可能是否定的。

中国模式的支付系统会拥有一席之地，但要在发达国家完全取代现有的美国信用卡系统几乎是不可能的。在发展中国家，这一答案并不明确，要取决于中国企业采取的战略行动。

我们先来分析发达国家，英国、日本、韩国、新加坡和其他高度发达的经济体仍然使用以银行为中心的支付系统。

虽然银行卡(包括实体卡和电子卡)的使用方式各不相同，但它们都具有与美国信用卡系统相同的结构：银行在两端发送和接收资金，中间有不同的支付处理系统。这些国家的零售商不太可能集中向中国的零售体系转型，其原因与微信支付和支付宝难以在美国推广类似。



韩国友利银行WOORI BANK(0000)，韩国第二大全国性商业银行和唯一的国有银行。

伙伴关系的建立并不限于发达地区。微信支付与南非标准银行(Standard Bank)合作，允许客户在南非的自动取款机上提取微信钱包内一定数额的现金。支付宝和微信支付已在全球多个国家被接受为付款方式。

中国现阶段的支付系统以非银行支付平台和二维码为基本框架，与西方以银行和银行卡为基础的模式形成了鲜明对比。

如果没有意外，中国很可能会持续使用这种支付系统。为中国零售客户服务的企业可能不得不使用中国的支付系统，西方金融机构与支付宝和微信支付之间可能会建立起合作关系。交易成本和摩擦可能会继续存在，这将对外国公司接纳中国支付系统形成阻力。

此外，  
这些发展将影  
响中国支付系统的边际渗透

率，总体结果似乎很清楚：中国的支付系统将被整合到全球支付系统中。

美国的支付系统供应商，无论是银行还是非银行机构，都可以从中国支付系统的演变中吸取经验并加以应用。采用智能手机扫描二维码和基于传感器的支付系统，相比现有的基于磁卡、芯片或特殊设备的系统具有显著优势。无论通过银行系统还是非银行系统处理交易，这些优势都将存在。

急于降低手续费的商家可能会使用其中一些系统作为替代，并尝试诱导美国消费者使用成本更低的支付方式。如果高成本支付方式增多，那么这种做法的利润空间将会扩大。然而，采用新支付技术的固定成本和消费者习惯的强大惯性仍然是巨大的障碍，毕竟与其他国家相比，美国人接受短信的速度比接受打电话要慢得多。