

前有 Apple Pay 后有“国家队” 移动支付两巨头地位有变数

移动支付战火蔓延

自2016年春节假期,腾讯以香港钱包及WeChat形式将支付业务带到香港,并在同年8月,腾讯获得香港金管局颁发的首批第三方支付牌照,开始为香港用户使用港币提供移动支付服务。同时,支付宝也在香港推出境外版APP“支付宝HK”。

腾讯系产品的崛起被业内称为一场“逆袭”,而这场逆袭在国内的发端,不得不提到2014年的红包大战。2014年,微信支付利用“微信红包”席卷了移动互联网用户,奇袭了支付宝盘踞多年的领地,显示了其巨大的潜力。

根据艾瑞咨询提供的数据显示,截至2017年第一季度,国内移动支付交易市场总额为22.7万亿元,其中支付宝的市场规模达12.26万亿元,占比54%,财付通为9.08万亿元,占比40%。而从增长速度来看,从2015年第一季度到2017年第一季度,支付宝的年均复合增长率为181.85%,而财付通为479.97%。

短短两年内,财付通取得了如此迅猛的增速。然而,对于整个腾讯金融体系的布局来说,故事才刚刚开始。

如今,无论是上游商户还是下游购物者,像达成默契一样进入了新零售时代,消费者在将目光重新拉回到线下实体零售场景的同时,也在寻找更为适配当下交易体系的支付方式。

除了微信支付与支付宝两大巨头以外,Apple Pay、百度钱包、京东钱包,甚至“国家队”的银联,都对移动支付市场虎视眈眈,移动支付领域的胜负,仍然充满了未知数。

“无现金日”是怎样炼成的?

单从消费者的使用体验来看,扫码、确认、付款的支付流程在各大支付工具中并无不同,但如果从扩张的方式来看,以独立APP作为工具的支付宝,与肩负社交属性的微信支付,注定会走上截然不同的发展之路。

相比支付宝从电商开始的移动支付普及之路,微信支付诞生的时期,与微信



高速发展的阶段重合。除了刚才谈到的微信红包外,为了在线下普及移动支付的使用频率,从2015年开始,微信支付便开始大力提倡“无现金日”的概念。

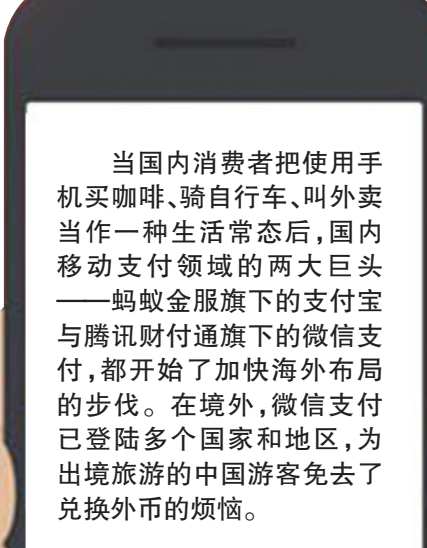
顾名思义,所谓“无现金日”,即消费者可以不携带现金走出家门,在各种场合利用移动支付完成生活所需,这无疑对移动支付的线下普及程度提出了更高要求。为此,微信和支付宝的线下地推团队也在不断拓展线下包括商超、连锁零售行业、便利店、旅游景点、医院、停车场、餐饮在内的门店数量,同时用返现“鼓励金”的营销方式吸引消费者参与。

以微信为例,从2015年首届“无现金日”的15万家门店到2016年合作的70万家门店,微信支付如今已经从大众消费场景,渗透到诸如庙宇在内的小众场所,人们已经越来越习惯只携带一个手机便可出门。

作为支付工具,微信支付在线下日常消费的优势还在于,作为一款拥有9亿月活跃账户的超级APP,微信目前的打开频率让其他竞争者望尘莫及,这也为用户养成了使用习惯;另一方面,用户通过收发红包在账户里沉淀了相当数额的零钱,让绑定银行卡+支付的动作变得更为合理和顺畅。

根据艾瑞咨询发布的《线下商业支付市场调研报告》,2016年全年中国线下商业支付市场交易规模约为4283.2亿元,其中微信支付占比约55%,为2334.4亿元,支付宝及旗下口碑占比约为45%,为1906亿元,其他诸如京东钱包、QQ钱包、百度钱包占比总和不到1%,为42.8亿元。

而除了产品和营销层面的种种举动,



当国内消费者把使用手机买咖啡、骑自行车、叫外卖当作一种生活常态后,国内移动支付领域的两大巨头——蚂蚁金服旗下的支付宝与腾讯财付通旗下的微信支付,都开始了加快海外布局的步伐。在境外,微信支付已登陆多个国家和地区,为出境旅游的中国游客免去了兑换外币的烦恼。

在“无现金日”的背后,腾讯还在积极拥抱现有的金融政策体系。

3月31日起,非银行支付机构网络支付清算平台(下称“网联平台”)启动试运行,首批接入四家商业银行和三家最大的支付机构支付宝、财付通和京东金融旗下的网银在线。试运行期间,将验证网联平台的系统功能、业务规则和风控措施的完整性和有效性。

当天,网联完成的首笔交易,就是由腾讯财付通平台发起的,腾讯财付通也因此成为网联平台上成功完成首笔跨行清算交易的第三方支付公司。

创新与稳健的平衡

在互联网金融领域,政策监管曾经是悬在不少企业头顶的“达摩克利斯之剑”。

以2015年开始沸沸扬扬的P2P热潮为例,随着一纸《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》的正式出台,业内80%以上涉及大额业务的平台均须进行不同程度的调整甚至转型,而曾经在资本界炙手可热的P2P项目一时间也变为烫手山芋。

几乎是在互联网金融呈上扬趋势的同时,2015年9月,腾讯将原有的支付、理



财等业务整合至独立的业务条线,成立支付基础平台与金融应用线(FIT)。这一举动被外界认为是明确金融科技作为腾讯战略业务的表现,而摆在腾讯FIT眼前的,不仅仅是普及微信支付,还在于将范围更广的移动支付、金融应用、甚至是区块链等技术创新

推行出去,实现广义的金融普惠。同时,在互金业务成立伊始,腾讯就明确过对该领域的进军方式。

“腾讯深知金融是一个水很深,而且专业度非常高的行业,基于这样的敬畏,我们希望腾讯的平台可以发挥连接的作用,可以让行业里很多的优秀人才通过腾讯平台服务用户。”腾讯集团总裁刘炽平在2015年9月的腾讯金融合作伙伴高峰论坛中这样表示。

早在今年除夕期间,腾讯就曾推出过一款神秘的“黄金红包”,这款和微信红包有着相似收发方式的红包产品,实际上是腾讯财付通与工商银行合作推出的一项新业务,用户在开通“腾讯微黄金”账户后,可以在平台上便捷地实行黄金交易买卖,也将原本少数人触及的贵金属交易大大降低了门槛。

而在底层架构的金融创新方面,随着AI落地与云计算的应用趋势愈加明朗,在6月22日举行的“腾讯云+”峰会中,腾讯云副总裁、金融云负责人朱立强在现场分享了AI和金融的两个结合方向,一是降低信息提供的成本,包括智能客服、智能理赔、流程银行等;二是对人力无法分析的信息进行深度分析,如智能投

顾、智能审批、智能营销、反欺诈等。

会上,朱立强表示:“AI的本质是将无直接价值的繁杂海量数据,通过机器学习和分析,转化为有直接价值的信息。金融的本质是将无直接价值的资源,通过空间和时间上的重新配置,转化为有直接价值的资源。AI使数据/资源产生价值。”

由于金融领域与国家政策紧密结合,在探索互联网金融产品和服务时,腾讯也聪明地寻求与银行等国有机构的合作。除了刚才提到的“黄金红包、AI+金融”以外,腾讯还在“云+峰会”上公布了向金融企业提供的云平台“腾讯金融云”解决方案,客户包括中国银行、工商银行、华夏银行等在内的200多家银行。

与此同时,腾讯做金融的态度是稳健的,从今年3月份举行的两会媒体沟通会上,马化腾答记者问再次强调了这一态度,“金融方面,腾讯通常用‘稳健’的一个思路去看。因为金融其实最核心的问题是稳定和稳健,就是拼谁的命长,而不是谁在短期内跑得多快”。

其实,这种“稳健”也体现在腾讯FIT事业部每一个细微动作中,该事业部的员工曾给记者举过这样一个例子:为了给身处香港的微信用户带去本地化体验,腾讯在多次法令咨询和市场调研后,才在2016年春节推出香港钱包,并在获得香港金管局颁发的首批第三方支付牌照之后,首次推出提供本地化的香港“利是”以及线上商户购物支付。

为两会提议,构建粤港澳大湾区图、与国有机构合作……作为互联网公司的腾讯,已经开始将决策体系融入更宏观的国家经济版图之中,这一方面让腾讯更具备在“政策”与“创新”之间灵活游走的能力,在成为监管体系下“好孩子”的同时,也从侧面印证了腾讯始终信奉“连接”的价值。

随着移动支付在全球的普及,互联网金融才刚刚掀开它神秘面纱的一角,而在未来,不论是支付宝还是微信支付,在蚕食了绝大多数的C端流量后,垂直行业、企业服务、消费类金融产品……仍有多个细分市场亟待挖掘,“双寡头”格局被颠覆,也许并不遥远。综合

股价超苹果 阿里创新高

据报道,阿里巴巴股价上周三收盘创历史新高,报149.00美元,超过苹果公司在周三收盘时的145.74美元。与此同时,阿里巴巴市值已达到3769亿美元。

2016年12月30日,即2016年的最后一个交易日,阿里股票的收盘价仅为87.81美元,而目前为149美元,这意味着,今年以来阿里巴巴股价已大涨65%,过去一年来的涨幅更是高达77%。

阿里巴巴的营收也在同步增长。在最近公布的2017财年第四季度(第一自然季),阿里巴巴营收同比增长60%,调整后每股盈利增长83%,自由现金流大增116%。换句话说,该公司仍在像创业公司一样高速增长。

据悉,阿里巴巴绝大部分的营收都来自于中国市场,国际营收在今年仅占10%,略高于2016年的8%。预计其国际业务将在未来数年高速增长,因为阿里巴巴在其第四财季财报中表示,该公司“正在为国际业务的长期增长奠定基础”。综合

Uber再碰壁 从6国“撤退”

据报道,Uber与俄罗斯打车服务巨头Yandex.Taxi昨日宣布,双方将合并并在俄罗斯、亚美尼亚、阿塞拜疆、白俄罗斯、格鲁吉亚和哈萨克斯坦的打车业务。

双方还将成立一家合资公司,Uber将向合资公司注资2.25亿美元,占股36.6%;Yandex将注资1亿美元,占股59.3%,而剩余4.1%则由员工持股。

这笔交易会在今年的第四季度完成,公司估值将在37.2亿美元左右。作为合作的一部分,Uber还将把在上述6国的UberEATS外卖服务转让给合资公司。

合资公司将由Yandex.Taxi首席执行官担任CEO,Yandex将拥有4个董事会席位,而Uber则拥有3个。

彭博社在报道中称,Yandex预计一年完成订单约2.85亿个,总收入约为10亿美元;Uber在俄罗斯业务预计完成订单约1.34亿个,总收入约为5.66亿美元,双方业务合并后,每月将能处理3500万个订单。

Uber表示,在俄罗斯与Yandex.Taxi争夺市场令其过去三年亏损了约1.7亿美元。Yandex.Taxi在俄罗斯运营的时间比Uber登陆该国早三年,并展示出降低服务价格以吸引用户的强烈意愿。综合

聚美优品三年市值缩9成 陈欧拿什么为自己代言?

“创业的路上少不了质疑和嘲笑”,这是陈欧当年“为自己代言”广告中的话语,而如今的陈欧的确面临着无数的质疑。

质疑首先来自于聚美惨不忍睹的股价。10日,聚美优品股价收报2.02美元。这样的价格意味着聚美从市值最高时的57.8亿美元,下滑到目前的2.98亿美元。三年多时间,大约54亿美元市值就此蒸发。

●新三年旧三年

每一个时代都有自己争夺的热点、风口,2010年的风口是团购,陈欧抓住了这次风口上线了团美网(聚美优品)。随后,聚美成功转型,一举从混乱的团购市场脱身,摇身成为自建渠道、仓储和物流的B2C电商。

紧接着,陈欧那支广告“为自己代言”亮相,并爆红网络,一时间“陈欧体”成了各方竞相模仿的标准,陈欧本人也随之爆红,同时为聚美优品带来了极高的曝光率。

这三年多时间,聚美和陈欧风顺

●创始人不和纷纷离职

如今,面对一片衰败景象,股东们也开始四散离去。

聚美优品的几位联合创始人包括陈欧、戴雨森、刘辉,以及首席战略官高孟、首席财务官郑云生均毕业于美国斯坦福大学,是要好的校友。但是一年前(2016年4月),联席CFO高孟、郑云生同时离职。随后,今年也传出戴雨森已离职的消息……

不仅是一起打拼的兄弟们,连资本方

其次,近日聚美优品内部的高管离职问题也被曝光。有消息称聚美优品联合创始人戴雨森和高级副总裁刘惠璞已于今年年初离职。而根据工商信息显示,聚美优品的法人于4月24日由戴雨森变更为陈欧,戴雨森的聚美执行董事、经理职位也由陈欧接替。随后,高级副总裁刘惠璞在朋友圈回应称自己并未离职。

对此,聚美优品方面表示:戴雨森目前确实在看一些聚美上下游的产业,“属

于内部孵化的那种”,并没有离职。同时,陈欧、戴雨森、刘惠璞三人也在微博互动,以此来证明戴、刘仍“身在曹营”。

尽管聚美进行了“辟谣”,但是,如今公司仍深陷不断亏损的泥潭是不争的事实。与不断下跌的业绩跟股价相比,更为严重的情况来自老板陈欧——目前依旧没有拿出有力的举措来拯救颓势,而是将大部分精力都放到了主业之外的副业中。

不过,这位纽交所历史上最年轻的上市公司CEO没有想到,这个最高股价竟然是聚美优品最后的辉煌。同样是三年后的今天,聚美优品市值疯狂缩水近90%,股价仅剩2美元。

暴跌为何来得如此突然,如此势不可挡,外界有过很多的分析。然而面对颓势,陈欧的做法令人扼腕。

陈欧先是在去年2月份提出私有化,但由于其提出的7美元私有化价格,与当初IPO时的发行价22美元相差甚远,使得陈欧遭到股东们的不满和

作为公司CEO,陈欧在面对这一系列困境时并没有选择将工作重心放到主业方面,而是试图通过多元化的发展来挽救下滑中的聚美。

在不到两年的时间里,聚美分别选择了建立聚美影视、自主研发空气净化器、投资无人机、共享充电宝等一系列项目。不过,尽管每一次阵仗都很大,但是到目前为止这些项目均没有获得成功。

陈欧的当务之急,应该是担起一个企业家的责任,为投资人和股民负责,设法挽救电商主业的颓势,而不是拿着投资人的钱去做他认为“靠谱”的事。

面对目前的两美元股价,这些举措恐怕只能是令其更加见底。



●“网红”老板难开“网红店”

现在,拥有高达4500万微博粉丝,被网友戏称为最前排吃瓜群众的陈欧,绝对可以称得上企业家里面的头号网红。而陈欧本人似乎也享受这种身份,微博上卖货成了其最常用的促销手段,尽管陈欧的微博下面依旧能看到有用户抱怨在聚

美买到假货……

如今的聚美优品在网红老板的包装下越来越像一个网红店。忙于开疆拓土的陈欧似乎已经忘记了他的主业,面对没有最低只有更低的股价,似乎越来越难以见到有效的作为。