

## 二、中國大陸行動支付市場概況簡析

中正大學傳播學系暨電訊傳播研究所羅世宏教授主稿

- 大陸第三方支付市場蓬勃發展，陸方採取「扶大限小」措施，陸續建置管理機制，使非金融機構提供第三方支付業務成為特許事業。
- 近期大陸發佈「非銀行支付機構網絡支付業務管理辦法（徵求意見稿）」，企建立非金融機構支付服務市場准入標準及監管機制，勢將影響大陸支付產業市場發展，行動支付業者數量或將萎縮。
- 大陸第三方支付業者涉入互聯網金融產業，與傳統金融機構之間的利益衝突將持續升高，且監管機制尚未健全，網貸平臺控管問題頻傳，提高引發金融危機之風險。

### （一）中國大陸行動支付業務的興起與管制歷程

中國大陸由非金融機構提供的支付服務，最早緣起於 2003 年阿里巴巴集團推出「支付寶」，主要是為解決電子商務所涉及的信用問題，確保買賣雙方在信用卡尚不發達時的交易契約得以順利履行：買家先把錢付給支付寶，等賣家出貨，支付寶再將錢轉交賣家。這樣的「第三方支付」業務，隨著電子商務市場升溫而迅速起飛。

此後數年間，中國大陸的第三方支付業務，處在低度管制狀態。企業只須在大陸工商局註冊，即可投入經營第三方支付市場，類似支付寶的第三方支付服務如雨後春筍般出現，大大小小的公司一度多達數百家。

為將蓬勃發展的第三方支付納入管理，大陸官方採取「扶大限小」的政策方向，將規模較小的第三方支付公司逐出市場，最終由中國人民銀行（中國大陸的中央銀行，以下簡稱「大陸央行」）在 2010 年 6 月 14 日制定「非金融機構支付服務管理辦法」，並於當年度 9 月 1 日起施行，該法使非金融機構提供的第三方支付業務成為特許事業。2011 年 5 月 26 日，中國人民銀行公佈首批獲得支付業務許可證的 27 家企業名單，「支付寶」等第三方支付民營企業獲得許可證。

截至 2015 年 12 月 15 日，大陸央行總共發出 270 張支付業務許可證（其中有 2 張許可證已被註銷），並已實質上處於暫停發放新證的凍結階段。此外，首批獲得許可證的業者將於 2016 年 5 月到期，而其中獲准經營預付卡支付業務的 13 家企業，其牌照也將於 2016 年 8 月底到期。可以預料的是，這些擁有支付業務許可證的非金融機構在「續證」時，將面臨比以往更嚴格的審核程序，而中國大陸的支付業務市場也將由越來越少的業者分食。

在此同時，大陸不斷強化對支付產業的監管力度。大陸央行等十部委在 2015 年 7 月公佈「關於促進互聯網金融健康發展的指導意見」，同一期間大陸央行另發佈「非銀行支付機構網絡支付業務管理辦法（徵求意見稿）」，企建立統一的非金融機構支付服務市場准入制度，以及嚴格的監督管理機制。這些愈趨嚴格的監管措施，勢必影響中國大陸支付產業市場的未來發展。

## （二）中國大陸行動支付市場發展概況

截至 2013 年底，中國大陸電子商務的交易規模已超過 10 兆人民幣，其中網路零售市場交易規模達 1.88 兆人民幣，行動電子商務市場交易規模達 2,300 多億人民幣，但已可預見的是後者的交易規模勢將越來越大。其中，最知名的行動支付服務包括：阿里巴巴的「支付寶」和「支付寶錢包」、騰訊的「財付通」和「微信支付」、百度的「百付寶」和「百度錢包」、蘇寧的「易付寶」以及京東的「網銀錢包」等。其中，支付寶已超過 PayPal，自 2013 年起躍升全球最大的行動支付公司。

無庸置疑的是，中國大陸行動支付市場已隨著行動互聯網（mobile Internet）的發展而益顯其重要性。民眾透過行動支付的手段，使用各種共享經濟模式下的創新服務（例如通過 app 的行動叫車服務），也已經成為中國大陸越來越普遍的現象。在此同時，食衣住行育樂等各項日常生活需求，使用行動支付越來越方便，甚至完全不需用到現金的景象，也已經逐漸成為中國大陸一線城市生活的現實。

中國大陸的行動支付市場，目前為止是兩強鼎立，一是阿里巴巴的「支付寶」，一是「微信支付」，兩者共同佔據近 9 成市佔率。2016

年 2 月 18 日起，蘋果公司正式在中國大陸推出 Apple Pay 行動支付服務，並將與中國大陸銀聯最新推出的「雲閃付」合作。Apple Pay 的優勢是不需在有網路的環境下使用，而是基於 NFC 支付技術，而且被認為具有較高的安全性。

在 Apple Pay 正式進軍中國大陸之前，中國大陸猴年春節才剛結束一場「紅包大戰」，亦體現中國大陸行動支付市場競爭白熱化。

在這場紅包大戰中，網路三巨頭「BAT」（百度、阿里巴巴、騰訊等公司英文拼音縮寫）不惜砸下超過人民幣 20 億元重資，向大陸手機用戶送禮，為的是爭奪行動支付市場的市佔率。數據顯示，除夕當天，「微信紅包」全球參與人數達 4.2 億，「微信紅包」收發總量達 80.8 億個。截至大年初六，「微信紅包」春節假期總收發次數達 321 億次，5.16 億人參與，較去（2015）年春節 6 天收發的 32.7 億次，增長近 10 倍；騰訊 QQ 紅包，除夕當日參與人數達 3.08 億人次，紅包收發總量達 42 億個。阿里巴巴集團的「支付寶」在除夕當日推出的「咻一咻」互動次數達 1,808 億次，另外還有與央視春節晚會節目合作的「集五福」活動，共有 79 萬多用戶，合計獲得總額達 2.15 億的現金獎金，平均每位用戶分得 271.66 元。截至大年初一中午 12 時，百度錢包開福袋次數達 112 億次，其中現金獎金達人民幣 3 億元。

而大陸民眾透過微信發紅包更已漸成「全民運動」。2016 年 2 月 13 日，微信公佈資料顯示，猴（2016）年春節期間（除夕到初五）的微信紅包總收發次數達 321 億個，相較於羊（2015）年春節 6 天收發 32.7 億個，增長幅度達 10 倍之多。

### **（三）中國大陸行動支付市場發展的後續影響**

如前所述，中國大陸行動支付市場發展速度驚人，滲透率高，並已成為官方試圖朝「互聯網+」新經濟型態轉型發展的重要基礎。同樣的，蓬勃發展的行動支付市場，也為中國大陸在金融科技和創新的領域打造有利的發展條件。

不過，隨著行動支付市場逐漸形成寡佔格局，行動支付服務商向用戶收取費用的情況可能將越來越普遍，從而可能影響民眾的使用意願。比方說，微信在 2016 年 2 月 15 日公告「關於轉帳收費調整為提

現收費的公告」，自 3 月 1 日起，「微信支付」對轉帳功能停止收取手續費，但對提現功能開始收取手續費（同身份證帳戶一生只享有 1,000 元人民幣免費提現額度上限），手續費按提現金額的 0.1% 收取，每筆至少收取 0.1 元人民幣。微信表示收手續費並非為了營利，而是為「用於支付銀行收取的手續費」。騰訊董事會主席馬化騰亦公開表示，「微信支付」自 3 月起收取手續費的決定，乃迫於成本壓力所為，因為銀行自騰訊收取的手續費每月已達 3 億元人民幣。

同樣的，蓬勃發展中的行動支付業務也不無隱憂和風險，特別是當這些第三方支付業者涉入互聯網金融產業後，雖可打破傳統金融業的壟斷格局，但其與傳統金融機構之間的利益衝突也可能持續升高。另外，互聯網金融在監管尚未健全的情況下，也可能隱含金融風險，例如 2013 年開始，大陸的 P2P 網路借貸服務陸續發生風險控管問題，至 2014 年 7 月已有 136 家網貸平台倒閉。

鑑於大陸行動支付業務的快速發展，臺灣在過去幾年來也試圖急起直追，或許可以從中國大陸的發展過程吸取寶貴經驗，加強與大陸的行動支付業者展開互惠合作，並且從中預防可能隨著行動支付發展而衍生的金融隱患和風險。