

移动支付告别“免费午餐”上半场

从“免费”到“收费”是互联网产业发展的普遍规律。对于互联网企业来说,为了增强竞争优势,初期普遍会提供免费模式,但在用户养成习惯后,企业也会逐步推进盈利模式,收回前期的投入成本。对移动支付行业来说,服务是否收取手续费并不影响用户去留,通过提升自身服务质量来守住市场份额,吸引有效客户群体,更有利于互联网企业的持续发展——

近日,支付宝一纸公告引发了消费者广泛关注。支付宝方面表示,从3月26日起,支付宝信用卡还款将开始收费。公告称,2000元以内依然免费,超出2000元的部分,按照0.1%的比例收取服务费。

尽管支付宝方面称,收费的原因主要是“综合经营成本上升较快”,但消费者却免有些担忧。毕竟,来自市场研究机构的最新数据显示,2018年第三季度,我国第三方移动支付交易规模达到43.8万亿元,环比增长11.52%,支付宝与微信的份额合在一起已占总量的92.53%。在此如此巨大的市场中,两大平台又处于绝对统治地位,移动支付的“免费午餐”是否即将吃完?



1. 收费影响能有多大

当下,移动支付普及度越来越高,对信用卡还款这个单一业务收取服务费不是首次出现,支付宝更不是首家收费平台。

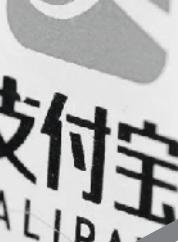
早在2016年,微信和支付宝就先后宣布对提现收费。到了2017年年底,微信又宣布对信用卡每月还款超过5000元的部分收取0.1%的手续费。去年8月份,微信进一步表示,不再设置免费额度,对每笔信用卡还款均收取0.1%的手续费,只有理财通铂金、黄金会员才能享受信用卡还款免费。

如果仅仅就信用卡还款这一项业务来看,“收费”对消费者的影响较为有限。上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼表示,对于消费者来说,有很多渠道可以完成信用卡还款业务,具体方式在于个人选择,且大额还款用户可以选择通过银行网银等渠道免费还款,支付宝的调整对用户影响不大。

在南京工作生活的白领李媛同样表示,其实有很多方法可以“绕开”信用卡还款收费,“我的方法是,设置一个自动还款储蓄账户,银行卡直接转入余额宝里的资金提现并不收费,所以每月从余额宝里提到储蓄账户里让它自动还款,这样就不需要再缴纳额外的手续费了。”李媛说。

此外,部分想要争夺用户的移动支付平台依然提供免费信用卡还款服务,其中包括美团支付、苏宁金融、京东金融、银联云支付等平台。

但是,消费者真正的担忧在于,“收费”范围将会逐步扩大。毕竟,今年1月份微信团队就表示,为了响应央行《关于规范支付创新业务的通知》中关于服务商不得开展不正当竞争的要求,对涉嫌“零费率”的服务商实行整改。此外,支付宝方面也将商家收款的费率重新调回0.6%。“羊毛出在羊身上,如果将来每一笔扫码支付都要收费,那还用不用移动支付买单了?”李媛的话代表着消费者的心声。



2. 不仅仅是“收割红利”

过去大打“免费牌”的第三方支付平台,如今为何改弦更张开始收费了?

成本上涨是主要原因之一。“事实上,支付宝所在的蚂蚁金服在备付金、系统运维、服务器、人力等方面有着较大的日常综合成本负担。而且,免费服务所带来的巨大交易成本和费用并不能降低平台的边际成本,相反会不断提高平台的运营费用。”市场研究机构电子商务研究中心主任曹磊说。

此前,微信团队也在宣布信用卡还款收费时表示,“每一笔还款背后都会产生支付通道手续费,腾讯财付通一直在投入手续费补贴”。在另一方面,“断直连”的推进和备付金集中存管也对支付机构产生了影响。2018年6月份,《关于支付机构客户备付金全部集中交存有关事宜的通知》规定,2019年1月14日实现备付金100%集中交存。

这意味着第三方支付机构无法再靠资金沉淀获取利息收入。市场研究机构易观支付分析师王蓬博表示,过去第三方机构将备付金存在各家银行,因此对银行也相对更有话语权,但随着备付金集中存管,第三方机构与银行谈判时的话语权被削弱,通道成本将会进一步上升。

此外,“收费”也并非仅仅是为了收割流量红利,通过诸如信用卡还款这样的低频服务赚取利润并不是支付平台们的唯一诉求。“由于支付宝旗下的‘花呗’具有虚拟网络信用卡功能,其与实体信用卡其实是竞争关系,通过信用卡还款收费,支付宝显然也希望由此助推‘花呗’进一步扩大市场份额。”曹磊说。

苏宁金融研究院互联网金融中心主任薛洪言同样认为,在宣布收费策略的同时,两大巨头都开通了多个渠道,鼓励用户换取免费特权,“比如,用户每天在支付宝签到,或者使用支付宝交水电费等就可以获得积分兑换免费额度。在微信上,可以通过成为理财通高阶会员、参加‘爱定投’活动等方式,获得免费资格,第三方支付平台也希望通过这些方式来提升用户的黏度。”

3.“免费”之后的“下半场”

无论平台们打什么样的小算盘,“免费”之后的“下半场”已逐渐面目清晰。王蓬博认为,收费是向正常商业逻辑的回归。“之前支付机构提供免费服务,主要是为了吸引用户,以及保持用户黏性和交易规模。但随着用户增长速度下降,行业格局逐步稳定,支付平台们不再需要依靠免费服务来为平台导流。”

从“免费”到“收费”,也是互联网产业发展的普遍规律。曹磊表示,平台也好,产品也罢,互联网行业前期都是依靠免费或是各种形式的“烧钱”补贴政策进行推广,从而吸纳更多的用户群体,但到了后期则会渐渐脱离“免费”模式转向“收费”模式。“回归商业本质,无可厚非。”曹磊说。

李曼同样认为,任何行业都不存在永远的免费模式。对于“互联网+行业”来说,在用户最初接触互联网社交、移动支付等便利的新服务时,企业为了增强竞争优势,普遍会提供免费模式。但是,在用户养成习惯后,企业也会逐步推进盈利模式,收回前期的投资成本。

此前的网约车“大战”就是最明显的例子,虽然长期补贴不符合商业规律,平台们为了吸引客户仍然投入了巨额补贴。但在行业格局稳定、消费者养成网约车习惯后,补贴也就逐步退出了历史舞台。虽然这一做法会让用户权衡去留,但平台也筛选出了最有效的客户群体。”李曼说。

此外,互联网企业也在改变着自己的判断,随着用户为网络音乐、在线视频等互联网服务付费意愿不断提升,互联网企业逐渐认识到免费服务不再是吸引用户、增强竞争优势的唯一手段。对消费者来说,免费固然好,但收费也意味着更高的服务水准。

“对目前的移动支付行业来说,服务是否收取手续费并不影响用户去留,通过提升自身服务质量来守住市场份额,吸引有效客户群体,更有利于互联网企业持续发展。”李曼说。

(据中国经济网)