

# 支付行业的变革

## 本期内容

社交媒体和移动技术

亚洲地区支付业发展  
的影响

新兴发展趋势和机遇



## 社交媒体和移动技术的影响

社交媒体和移动技术的高速发展，令支付流程成为了所有行业的关注焦点。毕马威密切关注这个领域的最新动态，以及这种发展趋势为支付行业带来的影响。

就社交媒体而言，消费者目前远远领先于不少企业。在B2C市场中，许多品牌因缺少社交媒体技术，而无法有效重塑客户服务的成本结构。

至于移动技术领域，许多机构正在转向移动银行业务和采购服务时，当中很少机构为移动支付方式所带来的改变做好准备。

毕马威《善用社交媒体，缔造源源商机》(Going Social) 调查报告（全球有4,000多人参与调查）显示，超过30%的受访企业代表正在使用社交媒体，并有意在他们的业务中更多使用社交媒体，以推动创新发展。约25%的受访企业代表也即将采用社交媒体策略，还有15%的受访企业代表争取在未来12个月内使

用社交媒体。毕马威《海纳百川的品位生活》(The Converged Lifestyle) 调查报告（9,600多人参与调查，其中55%的受访者来自亚洲）显示，52%的受访者曾在过去六个月中使用移动银行服务（包括移动支付）。

**社交媒体和移动科技等领域的发展，正对支付行业产生深远的连锁反应。**

如果从支付行业的角度来看社交媒体的发展和移动技术的应用，我们可以发现这个生态系统面临着一系列的挑战。仅从表面分析，商家正不得不需要妥善管理额外的社交媒体和移动经销渠道，承付方和交易处理商需要面对日益增长的交易量（每笔交易的价值可能较低，从而影响它们的成本结构），而信用卡公司和发卡银行则必须确保客户对服务质量的接受程度及交易安全水平都能在这个新的环境中得到维护。虽然如此，企业所面对的这些挑战，同时也为一些有能力为市场开发解决方案的公司提供了巨大商机。

管理额外的社交媒体和移动经销渠道，承付方和交易处理商需要面对日益增长的交易量（每笔交易的价值可能较低，从而影响它们的成本结构），而信用卡公司和发卡银行则必须确保客户对服务质量的接受程度及交易安全水平都能在这个新的环境中得到维护。虽然如此，企业所面对的这些挑战，同时也为一些有能力为市场开发解决方案的公司提供了巨大商机。

# 亚洲地区支付业发展的影响

随着整个支付行业的科技不断进步，业界必须谨慎应对亚洲区交易量（B2C和B2B市场）的巨额增长。美国尼尔森报告（Nilson Report）最近指出，2010年全球以普通购物卡支付的交易量中，亚洲所占的份额由26%增加至31%。再进一步说，预计到2015年，亚洲的份额将占全球交易量的48%，其交易额相当于约10,492万亿美元。若以量化分析，则意味着截至2015年结束时，亚洲的购买支付交易量预计比美国多一倍（估计为5,527万亿美元）。

然而这方面的启示并不仅扩延至B2C支付业务。B2B市场同样需要有足够的基础设施以支持资金的流动。因此，我们也看到跨国及区域银行正在为提高交易银行服务的能力而进行巨额投资，以支持企业客户。

中国最终将会成为这种增长趋势的主要动力，中国的领导层已经注意到有必要进一步发展支付业的基础设施，以支持大规模交易的市场需求。中国人民银行

行长周小川曾表示：

“我国支付体系建设的跨越式发展，各业务系统的安全、高效运行，有力地促进了经济社会发展。”

展望未来，银行、电信公司和付款方案公司需要继续紧密合作，以促进中国支付业的预期增长和基础设施的发展。这种合作的成功例子，是中国移动公司投资上海浦东发展银行，并达成开展移动支付业务合作的合资方案。虽然这次合作只处于初期阶段，但全世界都在拭目以待这个平台是否能够提供所需的基础设施数，以实现移动技术为支付行业所提供的发展机遇。

作为毕马威致力于推动支付产业发展的一部分，将会定期编制《季度动态报告》探讨行业的最新形势。如果阁下希望继续收到这些最新资讯，或对本文内容有任何查询，请联系：



客户和创新合伙人  
egidio.zarrella@kpmg.com  
+852 2847 5197



经理  
harry.hughes@kpmg.com  
+852 2826 7261

## 新兴发展趋势和机遇

纵观整个支付行业的生态系统，目前并没有任何一个企业集团能够单独推动这个转型的进程。

移动运营商很可能是进军这个领域最积极的一方，因为他们期望以巨大的客户网络为驱动，推动收入增加。

但是，它们需要与银行、信用卡公司和应用服务供应商紧密合作，以实现这种策略所带来的效益。另一方面，银行和交易处理公司需要评估它们为B2C和B2B市场带来的价值，否则将冒沦为商品化的服务供应商的风险。此外，大型商家也会继续期望以

增值服务维系他们的客户网络，同时保持较低成本的交易结构。为此，他们将会继续研究与某些供应商合作所带来的效益。

鉴于上述形势，监管机构正在密切关注市场发展的趋势，并努力确保企业已设立适当的基础设施数，保护消费者的需要。而那些积极准备进行投资并鼓励创新的企业，将能在这个变革的时代获得成功。

银行和交易处理公司  
需要评估它们为B2C和  
B2B市场带来的价值