

APPLE, BITCOIN, PAYPAL, GOOGLE:
LA FIN DES BANQUES

银行已经是明日黄花？为什么互联网巨头都对支付系统产生了兴趣？

究竟哪一种支付方式将获得最多人的信任？

银行的末日 到了吗

[法] 菲利普·埃兰 (Philippe Herlin) ◎ 著

张薇 ◎ 译



科技革命将打破现有的货币系统规则

各种新形态的支付方式将改变我们和金钱的日常关系

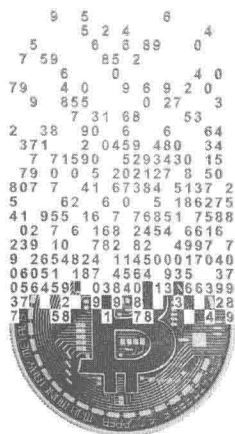
使我们的经济更健全、更有弹性

中信出版集团

银行的末日 到了吗

[法] 菲利普·埃兰 (Philippe Herlin) ◎ 著

张薇 ◎ 译



图书在版编目 (CIP) 数据

银行的末日到了吗 / (法) 菲利普·埃兰著; 张薇

译. -- 北京: 中信出版社, 2017. 8

书名原文: Apple, Bitcoin, PayPal, Google: La

Fin Des Banques?

ISBN 978-7-5086-7148-2

I. ①银… II. ①菲… ②张… III. ①银行理论

IV. ①F830

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 317848 号

Apple, Bitcoin, PayPal, Google: La Fin Des Banques? by Philippe Herlin

© 2015 Groupe Eyrolles, Paris, France

Simplified Chinese edition arranged through The Grayhawk Agency

Simplified Chinese translation copyright © 2017 by CITIC Press Corporation

ALL RIGHTS RESERVED

本书仅限中国大陆地区发行销售

银行的末日到了吗

著 者: [法] 菲利普·埃兰

译 者: 张 薇

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

承 印 者: 北京诚信伟业印刷有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 6 字 数: 150 千字

版 次: 2017 年 8 月第 1 版

印 次: 2017 年 8 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2017-1963

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-7148-2

定 价: 48.00 元

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

引 言

一场银行领域的较量已在悄然酝酿，而各大银行还尚未察觉，那些已然出手布局的参战方可不会完全暴露自己的野心。当前移动支付大行其道，但它会成功吗？利润又从何而来？注意，苹果公司已经在它的新一代 iPhone（苹果手机）中添加了支付功能，这就意味着它很重要吗？为什么互联网领域的巨头们都对支付系统产生了兴趣？只是多样化投资的拓展还是战略性的赌注呢？而补充货币为什么能够发展？比特币^①现象又意味着什么？

比起简单直接地质疑支付问题，如果把所有的疑问联系起来，是否更能够揭示其深层核心和本质？比如，现有银行

^① 比特币，一种网络虚拟货币，可用以购买现实生活物品，但只能在数字化世界中使用，不受地域限制，可在世界任何地方进行兑换。——译者注

模式的限制，大银行的不足与风险以及可预见的替代方式。

作为人们每天都会进行多次的寻常行为，我们把付款归类为次要或边缘化行为或许是错误的。付款领域已经成为新市场参与者的一个演习场地，参与者的规模参差不齐。而且，其他服务领域的金融企业也因此有了新的市场切入点。当然，这些完全都是对于那些新参与者而言的。或许，现在看来移动支付引起了市场的动荡，但它终将为市场带来机遇。

目 录

引 言 /VII

第一章 苹果公司进入支付领域究竟目的何在？

继往开来：NFC 芯片 /003

要不要让银行参与呢？ /006

用智能手机支付，真的吗？ /008

领军企业纷纷入场 /010

银行卡，银行霸权的象征 /012

第二章 现有银行系统的不足

支付方式的费用昂贵 /017

世界上有一半人口没有受惠于银行服务 /022

银行风险：破产和账户截留 /023

货币危机：货币扩张、通胀、外汇管制 /027

第三章 Orange Money 与 M-Pesa：非洲领先于欧洲

没有银行的银行账户 /035

欧洲的布局开始了 /038

第四章 补充货币的优势

我们的货币是国家性货币 /045

补充货币的定义 /046

补充货币实例 /048

补充货币的特点 /051

金融危机的应对 /053

补充货币电子技术的来源 /054

前人的灵感又一次成为现实 /058

亚马逊创造了自己的货币！ /059

第五章 比特币——面向所有人的补充货币

去网络中心化功能 /064

一种受控的、限制性的货币创造 /069

一种单次解决多种问题的发明 /071

比特币的安全性 /076

比特币的价值源自哪里? /078

比特币处于哪个发展阶段? /080

曲折的历史 /082

第六章 货币如何改变我们的生活?

降低交易费用令全球受益 /089

银行服务：一项重要需求 /091

走出“穷人陷阱” /093

促进财富创造 /096

金融危机下的抗打击能力 /099

健康货币的必要性 /103

黄金再次货币化了吗? /104

比特币，大众支付工具? /107

比特币如何重塑经济? /109

货币也可以改革 /114

第七章 未来 10 年的银行业：如今的钢铁工业

支付方式对银行的重要性 /121

- “计划”：养成使用手机的习惯 /123
- 现金支付不会消失，消失的是银行卡！ /125
- 银行网络的负担 /127
- 模型重建 /128
- 法规壁垒不再合法 /130
- 银行已然独木难支！ /132
- 《巴塞尔协议Ⅲ》不再保护银行 /135
- G20 对世界性大银行是否可靠存在疑虑 /137

第八章 战争已经打响了！

- 连锁商场抵制“苹果支付” /143
- 沃尔玛——美国零售业巨头，接受多卡支付 /146
- 在中国，阿里巴巴推翻了一切 /147
- 苹果威胁着贝宝 /148
- 移动运营商也加入战局 /149
- 关于银行卡读卡器的利害关系 /151
- 有一天使用现金会需要额外收费？ /154
- 棋局中的大玩家 /156
- 银行也受到了自身其他服务领域的攻击 /158
- 新技术和新货币的结合 /163

第九章 信任危机：对货币和信息技术的疑虑

100% 安全的支付方式是否存在呢？ /169

银行纸币的出现 /171

金本位制和中央银行 /173

布雷顿森林体系 /174

20 世纪 70 年代的转折点 /176

互联网的到来 /177

结 论 /179

第一章

苹果公司进入支付领域究竟目的何在？

1997 年，随着创始人史蒂夫·乔布斯的回归，苹果公司以惊人的速度又重回飞速发展的轨道。iPod（多媒体播放器）、iPhone、iPad（平板电脑）又重新成为其首席创新计划，也是其首要的利润来源。在资产规模上，它还和埃克森公司（Exxon）争夺全球市值第一的头衔。但究竟为什么苹果公司会想要进入支付领域呢？只是单纯增加一项服务还是在设定极其重要的战略方向呢？

继往开来：NFC 芯片

2014 年 9 月 9 日，苹果发布会在旧金山召开，尽管这次发布会的主打产品是 iPhone 6，但继任史蒂夫·乔布斯首席执行官位置的蒂姆·库克，同样也发表了一项重要声明：苹果公司正式进入支付领域。有了“苹果支付”，新型 iPhone 手

机的用户除了能够在美国一些特定商家（如麦当劳、迪士尼商店、赛百味、丝芙兰等）购买商品，还能在 22 万个装备了非接触式支付终端的商户那里进行交易。正是 NFC（Near Field Communication，近场通信）芯片实现了这项功能，而今后苹果公司位于库比蒂诺的新总部所生产的所有智能手机上都会装备此种芯片。

有了 NFC 芯片，苹果公司就能继往开来了：一部分特定的高等级智能手机早已在 2010 年就装备了这种芯片。然而，这项技术在当时没有得到大众和商家的认可，在找到好的解决方案之前，苹果公司更倾向于按兵不动。NFC 是一项非接触式技术，它能实现在两台至少相距 10 厘米远的独立设备之间进行特定的数据传输。人们可以交换虚拟访问卡，远程操作自己的公交旅程或演出门票，给自己的会员卡增加点数……或在配备同样设备的商家那里付款。鉴于其巨额的财务投入，正是这最后一种用途激发了这些互联网公司的最大兴趣。

在曾经的很长一段时间里，苹果公司都坚决抵制 NFC 芯片，无论多少公司愿意采用统一标准，只要一家公司不愿将自己捆绑在寻找“自主”、特有和非兼容性（Mac/PC，iOS/Android）的解决方案上，统一标准就对它毫无意义。但向 iPhone 用户强制推行预留的特殊标准，其可行性就更小了：

如何说服商家特地为这些人群再装配一套设备呢？最后，苹果公司还是同意了使用 NFC 标准。但按它的方法，还要做一点补充——为了避免账户被盗空，每一笔支付都要有 iPhone (Touch ID) 用户授权生效的电子标记。这是很有见地的一项考量，而且其竞争对手三星公司，同样也在他们生产的智能手机上开始安装阅读标记了。

自始至终，苹果公司通过与主要的支付卡发行商（维萨、万事达、运通卡）和各大银行（美国银行、美国第一资本金融公司、大通银行、花旗银行和富国银行）签字授权的过程掌握着整个支付进程，它们占有了美国信用卡购物交易 83% 的份额。此外，苹果公司保证了它的保密性：在商户中“收银员不再能看到您的名字、银行卡号或您的信用卡安全码，这就降低了潜在骗局发生的可能性”，而其他方面“苹果公司不保留您的购物记录：我们不知道您买了什么，也不知道您买这个商品支付了多少款项”，如果大家不信的话可以向苹果公司咨询。

根据与银行之间的协议，苹果自己授权生效的电子标记有了私密性保证：苹果公司把用于最终实现远程支付的所有机会都放在了手机上。当然，这会产生银行手续费的问题。怎么分配呢？这个信息暂时保密……

要不要让银行参与呢？

然而，苹果公司本可以采取其他方式来实现支付功能。为了激活“苹果支付”，iPhone 6 的用户必须要上传自己的银行卡照片或手动输入卡号、有效日期及信用卡安全码。然而，苹果公司其实已经掌握了这些信息：就在 iTunes^① 里！事实上，苹果产品的每一个新买主，都要在这一平台上输入他们的银行信息以便购买应用软件、音乐产品或书籍。世界上已经有 8 亿多用户进行过这项操作了，而且此数据很快就将超过 10 亿，尤其是有了中国用户的加入。这原本就已经足以使苹果公司允许 iTunes 账户的使用者（无论是个人还是商家）汇寄款项，实现和贝宝（PayPal）^② 一模一样的功能了。

创建于 1998 年的贝宝已经成为“经典”。它的两个用户能够在彼此之间实现付款，可以是网民在网上结算一笔买卖，也可以是个人之间因为某种原因而互相汇款或者是进行其他交易。使用贝宝的前提是要有一个能够充值或者收款的银行账户，但银行的份额被适当缩减了。商家通过贝宝账户收到

① iTunes，一款媒体播放器的应用程序。——译者注

② PayPal，一种网上支付工具。——译者注

钱款后，不一定要把钱转入银行，可以直接用这笔钱进行购物，并同时向银行保密，也完全没有额外的手续费。贝宝并非传统的银行机构（这里不能存入支票，也不可以获取存折，更不能认购金融产品），但它在在线支付领域和银行展开了正面竞争。与其用银行卡结算交易，不如通过贝宝在线结算，对银行而言，这的确是一种损失。

美国贝宝公司已经吸引了法国 15% 和英国 25% 的电子商务业务。它在世界上拥有 2.2 亿客户，其数量高于任何一家银行，法国客户人数更是高达 1000 万，贝宝已经彻底激怒了银行。那么，想象一下，如果苹果公司和它快要超过 10 亿的用户都转向这种支付模式会怎样呢？对于商业网站而言，这个理由已经足够使它们再加一个 iTunes 按钮以获取这些客户的青睐了！而这对银行来说将是一次正式宣战，但苹果公司选择不这么做。

实际上，位于加利福尼亚的苹果公司看得更高、更远。说看得更高，是因为它不想和贝宝一样，局限于网络电商领域，它还想涉足传统商业：要使传统商户配备与 iTunes 兼容的支付终端很困难也很昂贵，而 NFC 芯片的使用是一项通用标准，这使得配备 NFC 芯片的设备被迅速推广使用（即使它尚未风靡）；而说看得更远，是因为它的目标不是在当前与银行竞争，而是让普罗大众养成用苹果智能手机进行支付的习