



互联网+行业应用丛书

# 移动支付实战攻略

——指尖上的移动互联网商业革命

» 卖家版 «

曹一兵 主编

互联网+时代，移动互联网时代，移动支付 —— 大势所趋  
大众创业、万众创新，创新创业，移动支付 —— 必不可少



互联网+化学工业出版社=互联网化学反应



化学工业出版社



互联网+行业应用丛书

# 移动支付实战攻略

## ——指尖上的移动互联网商业革命

### » 卖家版 «

曹一兵 主 编  
沈千里 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

“互联网+”时代、“移动互联”时代，指尖上的移动互联网商业革命就在移动支付。

**实战：**《移动支付实战攻略（卖家版）》从企业（卖家）角度出发，立足移动电子商务关键环节移动支付，通过中国银联、商业银行、通信运营商、第三方支付平台等移动支付提供商进行全视角实战分析。

**攻略：**如何选择移动支付？如何使用移动支付？实际案例在哪里？移动支付安全需要注意什么？《移动支付实战攻略（卖家版）》揭晓答案。

**对象：**《移动支付实战攻略（卖家版）》适合于大中小型企业的电子商务管理层、经营层、技术层，以及从事电子商务研究的高校教师和科研人员作为随身必备手册。

### 图书在版编目（CIP）数据

移动支付实战攻略——指尖上的移动互联网商业革命  
（卖家版）/ 曹一兵主编. —北京：化学工业出版社，  
2015.6

（互联网+行业应用丛书）

ISBN 978-7-122-23653-1

I. ①移… II. ①曹… III. ①移动通信-通信技术-  
应用-支付方式-中国 IV. ①F832.2-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 075164 号

---

责任编辑：宋湘玲

装帧设计：王晓宇

责任校对：徐贞珍

---

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）

印 装：北京云浩印刷有限责任公司

710mm×1000mm 1/16 印张 8 字数 138 千字 2015 年 7 月北京第 1 版第 1 次印刷

---

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

---

定 价：29.80 元

版权所有 违者必究

# 《互联网+行业应用丛书》

## 编审委员会名单

主 任：王汝霖（中国电子商务协会专家委员会）

副主任：汤兵勇（东华大学，中国移动商务应用联盟）

张润彤（北京交通大学）

委 员（以汉语拼音为序）：

曹一兵（中国联通黑龙江省分公司）

陈曙光（海峡电子商务产业基地）

宫文浩（SAP 公司中国华东区总部）

姜青山（中国科学院深圳先进技术研究院）

李 岩（北京亿美软通科技有限公司）

邱道勇（深圳深山老林网络营销机构）

叶蜀君（北京交通大学）

裔 勇（上海现代商务促进中心）

袁旭东（中国联通云数据有限公司）

# 《移动支付实战攻略》编写人员名单

主 编：曹一兵

副主编：沈千里

编写人员：（以姓氏笔画为序）

马明辉 尹 丽 孙 哲 闫天石

吕 亮 杨少博 陈立江 张 磊

沈千里 单 英 赵岱超 高 莹

曹一兵 鞠昆仑



## 前言

Foreword

在《移动支付实战攻略》即将成稿的2014年10月，期盼已久的苹果公司标配NFC功能的iphone 6智能手机发布了，尤其是体现乔布斯基基因的苹果支付 Apple pay 重磅推出，简单到手指按着指纹传感器、靠近销售终端（POS），就能完成支付，根本不需要打开手机支付 App 客户端。这个好消息给编写组成员平添了许多激情与动力，Apple pay 也完善了业界移动支付另一种重要的模式，即手机终端设备提供商主导的移动支付，这给即将到来的移动支付浪潮，起到了推波助澜的作用；也侧面说明了《移动支付实战攻略》选题与出版时机，是恰到好处、恰逢其时。

2014年“双十一”网购节凌晨，“剁手族”废寝忘食血拼的时刻，阿里巴巴公司杭州西溪园区监控大厅不断传出振奋人心的数字：38分钟交易额突破百亿，而去年破百亿用时5小时49分钟，更让人振奋的是手机等移动终端的交易额近半，达到45.7%，移动支付发展何其迅猛！据悉阿里巴巴近期又启动了淘宝农村计划，随着4G/3G手机信号在行政村以上区域的普及，预计2015年“双十一”农民移动支付将是中国电商发展历程中浓墨重彩的一笔。

移动支付现在已经抛开神秘的面纱，走进寻常百姓家。作为一种工具，已经简单到扫一下POS机、拍一个二维码、按一下手机按钮就能支付，和居家使用电冰箱、电视机的简单程度并无两样。不仅像星巴克、沃尔玛、万事达等国际品牌在用，我们身边的小超市、自动饮料售卖机都能够使用，这说明大企业与小公司在同步享受移动互联网技术的红利。但作为融合了移动互联网、物联网技术，横跨金融、信息通信等行业，贯穿银联、商业银行、通信运营商、手机制造商、操作系统软件商、芯片制造商等复杂产业链条的移动支付，它的发展确是一波三折、群雄争霸。然而目前企业卖家选择哪一

家移动支付服务商？如何比较？如何评价？这些问题对于企业，尤其是对中小企业而言都是难题。

PC 时代的电子商务，在国内发展十分迅猛，网络交易额让全世界为之侧目。这其中原因很多，但不能排除一条，那就是我国原有的商业体系不健全，电子商务“颠覆了”某些不合理，导致在网上确实可以买到便宜的东西。而移动互联网时代的移动支付从全球发展来看目前以亚洲发展得最好，如在韩日等国家出门不带钱包，也能消费已不是稀罕事。这其中也有一个原因是美欧等国家的信用卡发展非常普及、人们使用信用卡感觉也很方便。综上所述，电子商务、移动支付在不同国家发展应该与本国的实际情况相结合，切不可盲目攀比或夜郎自大。从我国的实际情况看，智慧城市、信息消费等国家政策的推出，十八大确定的工业化、信息化、城镇化、农业现代化这“四化”同步发展的基本方针的确立，都要求我国开展电子商务与移动支付要考虑人口红利，形成规模发展，助力国民经济平稳较快发展。那么怎样让广大老百姓都能使用移动支付，如何选择、如何比较，也是一个不小的课题。好在国家相关部门已开始出台相关政策，按照国务院在《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》中指出，将移动金融发展作为促进信息消费扩大内需的重要举措，看来移动支付的春天来了。2014 年 12 月 3 日在《第十届电子银行年会暨中国移动金融发展论坛》上，央行科技司负责人表示，2015 年将成为移动金融普及年，央行 2015 年将力推移动式金融 IC 卡，将金融 IC 卡信息嵌入手机，把手机转变为移动式金融 IC 卡。2015 年总理政府工作报告，从国家层面提出了“互联网+”，未来移动互联网+金融将实实在在改变我们生活的方方面面，尤其是支付方式。

编者正是基于以上考虑，本着让普通老百姓、小微企业及个体经营者都

能通过翻阅《移动支付实战攻略》买家版和卖家版，对移动支付从不了解到有感知，从不会用到有体验，杜绝长篇大论与繁琐说教，力求通过实用性、实战性的图示与说明，起到事半功倍的作用。在编写团队的选择上，也是以实战人员为主、理论人员为辅的原则组成 14 人的团队，他们是（以姓氏笔画为序）：马明辉、尹丽、孙哲、闫天石、吕亮、杨少博、陈立江、张磊、沈千里、单英、赵岱超、高莹、曹一兵、鞠昆仑。成员都是具有实战经验的业内人士，其中有联通沃商店的测试人员、智慧城市建设中电子商务的产品研发推广人员、国家与省市电子商务的专家学者、高等院校的电子商务学术研究者。

《移动支付实战攻略》分“买家版”和“卖家版”两本姊妹图书，分别从消费者买家和企业卖家的移动支付实战、移动支付安全措施的角度入手，选取常用的产品应用与案例进行讲解。“买家版”部分包含吃住行游购娱等场景，虽不能列举全部的应用 App，但读者可以举一反三，因为在移动手机客户端的应用中，简单是一个原则，触类旁通完全是可能的。在“卖家版”部分主要讲解了银联、商业银行、通信运营商、第三方平台为主导的几种体系，列举了微信支付、支付宝、微博支付、百度钱包等消费者关注度较高的支付平台。

在《移动支付实战攻略》的编写过程中，正值黑龙江联通全力推进智慧县域城市工作的冲刺阶段，编写人员一边在现实中实践，一边利用业余时间总结提炼。在实践中智慧县域城市取得了全国信息港论坛的金奖，编写人员在全力做好智慧城市建设工作的同时，付出超过常人的辛勤努力，终于成稿成册，尤其是高莹对于后期的截图审核、修改、校对付出了辛苦的劳动。解宝新、于海滨、王志伟、刘福生、张东辉都对书稿提出了许多好的意见和建议，在此一并感谢。

感谢中国联通黑龙江省分公司副总经理秦伟先生、集团客户事业部总经理

---

刘春成先生，他们全力推进全国领先的智慧县域城市建设工作，并为本书的写作提供了良好的实践基础。

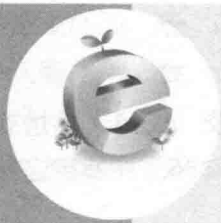
感谢东华大学的汤兵勇教授，全程对于选题、提纲、文稿等方面，都适时给予指导与建议。

还要感谢化学工业出版社连续两次召开评审会议，从选题内容、框架、行文到用词用语都做了具体指导。

由于移动支付发展日新月异，写作中难免存在不足之处，恳请批评指正。

笔 者

2015年5月



# 目录

CONTENTS

## 1 引子：从打车软件大战看移动支付 / 1

- 1.1 移动互联网催生了打车软件 / 1
- 1.2 滴滴与快的的发展历程 / 2
  - 1.2.1 滴滴打车进化历程 / 2
  - 1.2.2 快的打车进化历程 / 3
- 1.3 微信支付与支付宝的短兵相接 / 3
- 1.4 停止补贴后对移动支付的影响 / 4

## ——移动支付服务商选择——

## 2 为什么选银联 / 8

- 2.1 移动支付经历了什么 / 8
- 2.2 为什么选择银联移动支付 / 9
- 2.3 什么是闪付 Quick Pass 与无线 POS / 11
- 2.4 卖家如何申请与使用银联移动支付 / 12
- 2.5 卖家使用银联移动支付常见问题与处理 / 13
- 2.6 银联移动支付案例 / 15

## 3 为什么选商业银行 / 17

- 3.1 商业银行移动支付的由来 / 17
- 3.2 为什么选择商业银行移动支付 / 18
- 3.3 手机+ATM 怎样无卡取现 / 19
- 3.4 商业银行手机银行怎样使用 / 19
  - 3.4.1 工商银行手机银行 / 19
  - 3.4.2 民生银行手机银行 / 22

- 3.4.3 招商银行手机银行 / 27
- 3.4.4 中国银行手机银行 / 32
- 3.5 各商业银行移动支付的比较 / 35
- 3.6 商业银行移动支付案例 / 36

## **4 为什么选第三方支付平台 / 38**

- 4.1 有哪些第三方支付平台 / 38
- 4.2 为什么选择第三方移动支付平台 / 40
- 4.3 传统服务业怎样 O2O 转型 / 41
  - 4.3.1 什么是 O2O / 41
  - 4.3.2 O2O 怎样选产品和模式 / 42
  - 4.3.3 各行业 O2O 模式是什么 / 42
- 4.4 O2O 的核心是什么 / 44
- 4.5 第三方移动支付平台应用案例 / 45

## **5 为什么选通信运营商 / 48**

- 5.1 通信运营商与银联的标准之争 / 48
- 5.2 通信运营商移动支付 / 49
  - 5.2.1 中国联通沃支付 / 49
  - 5.2.2 中国移动和包 / 50
  - 5.2.3 中国电信翼支付 / 51
- 5.3 话费钱包与手机账户 / 51
- 5.4 三家通信运营商的移动支付比较 / 52
- 5.5 通信运营商移动支付应用案例 / 53
- 5.6 NFC 的优势 / 54

## **——移动支付实战应用——**

## **6 卖家如何使用支付宝 / 58**

- 6.1 支付宝商户怎样申请 / 58
- 6.2 如何开通支付宝账户 / 61

6.2.1 怎样开通企业账户 / 61

6.2.2 怎样开通个人账户 / 64

6.3 卖家为什么选择支付宝 / 67

6.4 卖家使用支付宝的应用案例 / 68

## **7 卖家如何使用微信支付 / 70**

7.1 卖家如何开通微信支付功能 / 70

7.2 微信公众平台商户开通微信支付流程 / 72

7.3 微生活与微信支付 / 79

7.4 卖家为什么使用微信支付 / 80

7.5 卖家使用微信支付的应用案例 / 80

## **8 卖家如何使用微博支付 / 83**

8.1 微博支付怎样申请 / 83

8.2 微博支付有什么特点 / 85

8.3 为什么选择微博支付 / 86

8.4 卖家使用微博支付的应用案例 / 87

## **9 卖家如何使用百度钱包 / 90**

9.1 百度钱包怎样申请 / 90

9.2 百度钱包有什么功能特点 / 93

9.3 为什么选择百度钱包 / 94

9.4 卖家使用百度钱包的应用案例 / 95

## **10 卖家如何使用手机刷卡器支付 / 96**

10.1 有哪些主要的手机刷卡器 / 96

10.2 手机刷卡器的使用方法 / 97

10.2.1 拉卡拉适配机型 / 97

10.2.2 如何使用拉卡拉 / 98

10.2.3 具体功能操作 / 98

10.3 为什么选择手机刷卡器 / 99

10.4 卖家使用手机刷卡器的应用案例 / 100

**11 移动支付实战安全攻略 / 102**

11.1 三大主流手机安全软件是什么 / 102

11.2 手机丢失后如何处理 / 108

11.3 如何防范伪基站 / 110

11.4 如何防范钓鱼网站 / 111

11.5 移动支付规避风险的实用小窍门 / 113

11.5.1 移动支付的安全方法 / 114

11.5.2 移动支付防欺诈口诀 / 116

# 1.



## 引子：从打车软件大战看移动支付



### 1.1 移动互联网催生了打车软件

出租车是“城市的名片”，出租车的发展同时也反映着城市的发展。北京从最初的黄色面包车，到夏利、富康、捷达三足鼎立，再到北京现代大统天下，又到混合动力、无障碍出租车的上路，北京的出租车行业已经走过了 20 多个年头。曾经拿着“大哥大”打车的“土豪”场景，被今天拿着智能手机的都市白领所取代。科技的进步以及人们生活水平的提高，出门打车已不再是一件“高大上”的事情，而是进入寻常百姓家。随着移动互联网时代来临，打车模式也被彻底颠覆。打车不再是路边挥手等车来，而是坐家等车上门接。这就是通过手机应用程序进行的移动互联网网络叫车服务的出现。

其实叫车服务早在 1999 年就开始出现了，当时北京出租汽车调度中心，96106 这个出租车叫车电话沿用至今，已经有 15 年的历史了。当时，加入北京调度中心的出租车仅有 1500 辆，每天接到的叫车电话也只有 600 次左右，而在当时全北京拥有

出租车 4.5 万辆，按平均每天有 4 万辆车在街上跑、平均每车拉 20 个活儿计算，每天打车的有 80 万人次。也就是说，每 6000 个打车者中，仅有 3 人通过电话叫车。而现在移动互联网不断完善，智能终端数量快速增加，这样的环境下催生了“滴滴打车（以下简称滴滴）”、“快的打车（以下简称快的）”、“易到用车”等移动互联网打车应用软件。移动应用程序不仅可以通过“滴滴”、“快的”约出租车的时间、地点，还可以通过“滴滴”、“快的”的专车服务，以及“易到用车”等选择车型等进行个性化定制服务。

## 1.2 滴滴与快的发展历程

打车软件自出现以来无论做什么都在浪尖上，即使什么也不做还在风口上。而打车软件自身一直在进化中。

### 1.2.1 滴滴打车进化历程

2012 年 6 月北京小桔科技成立，经过 3 个月的准备与司机端的推广，滴滴打车在 2012 年 9 月正式上线。2012 年 10 月升级至版本 1.1，跟随苹果 iOS 推出新版本，为更完美的支持苹果新操作系统，滴滴还增加了出租车到达的即时信息推送，以及一键重复发送功能，并简化了注册流程。2012 年 12 月滴滴升级了客户端版本至 1.2，开通了预约功能，可以即时预约明天乃至后天的出租车。增加了加价功能，在高峰期或者不好打车时，提供加价方式来提升叫车的成功率。2012 年 12 月滴滴升级客户端版本至 1.3，增加了呼叫等待功能，高峰期可以延长等待时间，可提升 40% 左右的叫车成功率，优化了软件的启动速度。2013 年 2 月升级客户端版本 1.4，增加了预约等待功能。2013 年 6 月升级客户端版本 2.0，全新页面设计，操作更简单明；开启一键叫车，打开软件，即可叫车；增加异地预约功能；新增 3D 地图，让用户在楼宇之间、十字路口、车水马龙中能更加轻松的寻找。

2014 年 1 月滴滴升级客户端版本至 2.6，正式与微信合作，可以用微信支付车费，从此告别找零。合作当天微信支付超过 6000 人次，微信支付进入了火爆阶段。2014 年 1 月 10 日，滴滴打车与微信支付联合推出第一轮活动，乘客用滴滴叫车后使用微信支付立减 10 元车费，支付成功后司机立即获得 10 元奖励。2014 年 5 月，原“滴滴打车”正式更名为“滴滴打车”。

滴滴打车在 2014 年 12 月 9 日宣布 D 轮融资 7 亿美金,而此前融资总计已获得 1.18 亿美元。

## 1.2.2 快的打车进化历程

2012 年 8 月,杭州快智科技有限公司开发出快的打车软件。2013 年 6 月,开通全国 30 个城市。2013 年 7 月,快的打车与去哪儿网、高德地图、百度地图、支付宝形成战略合作伙伴。2013 年 8 月,快的打车接入支付宝,成为当时全国唯一一家可以通过支付宝在线支付全部打车费用的应用程序(App)。2013 年 8 月,在北京召开快的打车 2.0 版本发布会,首创起点精准定位、即时追踪距离、智能推送机制、用户积分等级和 VIP 功能,用户下载量超过一千万,司机数量超过 20 万。2013 年 9 月,快的打车进军香港,成为国内首家进入香港市场的打车 APP。2013 年 11 月,快的打车与支付宝联合推广线下出租车市场,不到一个月的时间里,北京市内支持支付宝付车费的出租车已超过 2 万辆。2014 年 2 月 17 日,支付宝和快的打车宣布,升级补贴方案:使用快的打车并用支付宝扫码支付的乘客每单返现 11 元;司机用 App 应用收款,北京、杭州、合肥三地首单奖励 50 元。2014 年 6 月 11 日,快的打车宣布在全国推广“打车返代金券”活动,乘客每次使用快的打车成功打车并完成在线支付后,都将得到一定金额的快的打车代金券,可以在下次打车支付时直接抵扣车费。最近,快的公司完成 D 轮 6 亿美元融资,而此前也有总计超 2 亿美元的融资。

2015 年,滴滴和快的合并,中国移动出行的快速发展仅仅不到 3 年,但它所呈现的社会价值是移动互联网时代的共享经济特征。显而易见滴滴和快的自出世以来,就面临着与政策、习惯、既有利益的冲突。当滴滴、快的刚步入快车道时,遇到被叫停的险境;当滴滴、快的步入高端定制的专车市场时,遇到“黑车”和出租车罢工的尴尬境地……打车软件一直处于舆论漩涡的中心。无论怎样,打车软件以及其带来的改变已经慢慢渗入我们每一个人的生活中。移动支付的力量改变着生活。

## 1.3 微信支付与支付宝的短兵相接

随着打车软件的进化,随着民众移动支付习惯的逐渐养成,一时间打车 App 市场大战烽烟四起。滴滴打车的促销活动,2014 年 1 月 10 日至 2 月 10 日,乘客结账时如果使用微信支付,可在原车价基础上减免 10 元,司机则获奖励 10 元,计入司机的微信

银行账户中。快的打车的促销活动于 2013 年 12 月发力，如果结账时使用支付宝，则有机会获 5 元现金返还和 200 元额度内的免单。

目前，国内已有约 30 款打车 App，但市场巨头无疑是滴滴打车和快的打车。根据易观国际《2014 年第三季度中国打车 App 市场监测报告》，快的打车和滴滴打车分别以 54.4% 和 44.9% 的比例占据中国打车 App 市场绝对主要份额。滴滴打车和快的打车的大战如此大手笔，其背后的金主自然引发关注。滴滴打车背后的腾讯和快的打车背后的阿里巴巴，是互联网领域的两大巨头。2014 年 1 月 6 日，也就是接入微信支付的同一天，滴滴打车宣布完成 1 亿美元 C 轮融资。与腾讯相比，阿里巴巴的动作显然更快些。2013 年 11 月，快的打车在北京市场接入了支付宝支付。而在此前的 6 月，快的完成了由阿里巴巴带领的 800 万美元 A 轮融资。对于打车软件公司来说，获取资金是起步期的基础。对于“烧钱”，滴滴打车认为，所谓“烧钱”是一种初期营销策略。补贴是短期锦上添花的行为，应该算作营销，短期的“烧钱”是必要的，但资金不是胜负的关键，更重要的是决策和运营。

表面上看，是两个打车软件的大战，但对于出资的腾讯、阿里巴巴来说，“烧钱”背后是资本意志之下的移动支付之争。用户倾向于用微信支付还是支付宝支付，在哪里用哪些支付，都关系着腾讯、阿里巴巴的互联网金融布局。

移动支付只是移动商务的一个工具，而应用是移动支付的支撑，打车应用就是很重要的一环，培养用户行为，增加移动支付用户黏性，争夺移动支付市场份额，这是腾讯、阿里巴巴参与打车大战的重要原因。打车应用在国内尚在探索阶段，用户在这一领域的使用习惯、支付方式尚未定型，谁能抢占移动端口，在下一轮的电子商务以及互联网金融争夺战中，谁就会拔得头筹。微信支付、支付宝钱包不可避免地迎来短兵相接。

在 PC 互联网时代，支付宝占据领先的市场份额。在移动互联网时代，微信支付有了弯道超车的可能。从“手机淘宝关闭微信跳转至淘宝页面的通道”一事可以看出，支付宝与微信支付已经擦枪走火，一切才刚刚开始。对于支付宝和微信支付来说，抢占线下场景和用户习惯先机的时间已经很紧迫，一场线上支付在线下的战役已经到来。

## 1.4 停止补贴后对移动支付的影响

打车软件的烧钱大战逐渐降温，快的打车突然宣布下调补贴，使用快的打车内置支付宝付款，乘客每单减 5 元，每天 2 单。随后，烧钱大战另一主角滴滴打车也再度宣布