



移动商务系列丛书

- 中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会推荐
- 中国信息经济学会电子商务专业委员会推荐

移动商务支付

王军选 主 编
王庆鹏 秦成德 副主编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

移动商务系列丛书

中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会推荐

中国信息经济学会电子商务专业委员会推荐

移动商务支付

主 编 王军选

副主编 王庆鹏 秦成德



对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

移动商务支付 / 王军选主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2012
(移动商务系列丛书)
ISBN 978-7-5663-0446-9

I. ①移… II. ①王… III. ①移动通信 - 通信技术 - 应用 - 支付方式 - 研究 - 中国 IV. ①F832.6 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 199374 号

© 2012 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

移动商务支付

王军选 主编

责任编辑: 王文君 张姗姗

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010 - 64492338 发行部电话: 010 - 64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 16.5 印张 382 千字

2012 年 11 月北京第 1 版 2012 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0446-9

印数: 0 001 - 4 000 册 定价: 30.00 元

移动商务系列丛书编委会成员名单

主 任	宋 玲				
副 主 任	张润彤	秦成德	王汝林	汤兵勇	
	李 岩	杨培芳	徐祖哲	陆春阳	
秘 书 长	秦成德				
副秘书长	张一星				
委 员	陈 静	王军选	毛永毅	石明卫	陈高伟
	唐 彬	张 晗	吴明宪	王庆鹏	戴 宏
	王小宁	张润彤	刘千桂	赵坤鹏	张海波

总 序

移动商务是电子商务发展中最有活力的领域，是现代服务业和社会信息化的重要组成部分。移动商务是适应 21 世纪人类工作、生活模式和企业运作需求的新型通信和商务模式。随着网络和终端技术的发展，电子商务的影响力使得移动商务的兴起是必然的。移动商务，是指利用手机、掌上电脑等移动通信设备终端，通过移动通信的无线网络与互联网的有机结合进行的电子商务活动。它是对传统电子商务的整合与发展，是电子商务发展的最新形态。移动电子商务在具体产业领域的应用有其鲜明的实践特点，既是移动通信的增值业务，也是传统电子商务的延伸和发展，又属于电子服务的内容，是构筑我国现代服务业的基础。移动商务具有许多传统电子商务所不具备的特有属性，即位置相关性、紧急性、随时随地的访问。当移动商务能充分体现出以上三类特性时，移动商务服务才更能体现出它特有的价值。移动商务可以使人们在必须移动工作时更加方便，而便捷性就是移动商务的价值所在。由于无线网络具有的广阔覆盖范围和便携的手持设备，我们几乎可以随时随地为移动用户提供移动服务。移动商务不仅在技术特性方面有别于电子商务，在服务特性方面也和电子商务有重要的区别，这主要体现在用户群、交易、移动性、位置特性和时间等方面。我国移动手机用户已超过 8 亿，具有巨大的潜在市场。由于移动性，移动商务领域产生了许多传统电子商务所无法实现的服务内容。

随着信息技术的发展和互联网的日益普及，我国移动商务出现了良好的发展势头，对促进生产、流通和消费产生了巨大的作用。移动商务的快速发展给中国带来了巨大的机会，但是，与发达国家相比，我国移动商务仍处在起步阶段，还存在着应用范围不广、水平不高、政策环境亟待完善等问题，特别是在移动商务的教育和科研方面相对滞后。这就需要我们借鉴国外的理论研究成果和经验，同时又注重中国的现实问题，并进行总结、分析、归纳，用以指导移动商务的发展。

鉴于移动商务研究对于我国电子商务和现代服务业的发展具有重要意义，中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会与对外经济贸易大学出版社合作，在移动商务应用的基础上策划了一套移动商务系列丛书，以适应电子商务发展的需要。这套丛书跟踪国际、国内移动商务发展的动态和趋势，从各个角度对移动商务进行了更深入和更广泛的探索和研究，力争为移动商务的进一步发展和应用、移动商务人才培养等实际工作提供坚实的基础，并为国家现代服务业发展战略中的移动商务应用研究作出贡献。

虽然移动商务课程在我国普通高等教育本科电子商务专业中只是一门选修课，但是最近教育部考试中心已批准了移动商务技术、移动商务管理两个自学考试本科专业，以培养适应现代社会需要的复合型人才。我国移动商务的建设和发展既需要移动商务技术人才，更需要推动移动商务产业发展的规划、组织、决策、管理、集成和实施的人才，

因此移动商务学科的建设必须要得到经济学、管理学和法学等学科的合力支持。

科学性、前瞻性、实用性、综合性、开放性应该是移动商务系列丛书的五大特点。我们与相关高校从事移动商务教学的专家、学者联合组织了本套丛书的编写，为急需移动商务相关知识的学生提供了一整套体系完整、层次清晰、数据准确、通俗易懂的移动商务教材，同时出版了一批符合国家移动商务发展方向和有利于提高国民信息技术应用能力、造就信息化人才队伍的丛书。

本系列教材突出了理论联系实际、基础推动创新的特色，对基本概念、基本知识、基本理论进行了准确的表述，把抽象的理论与生动的实践有机地结合起来，使读者在理论与实践的交融中对移动商务有了全面和深入的理解和掌握。

自移动商务系列教材编写工作启动以来，我们得到了教育部电子商务专业教学指导委员会和中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会的众多领导、专家、学者的关心和支持，在此，向他们表示衷心的感谢！鉴于时间、知识和能力的局限，书中可能会存在各种问题，恳请各位专家、学者以及全体读者不吝赐教，使我们能不断地改进。

高等学校《移动商务系列丛书》编委会
中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会

2011年10月12日

前 言

随着移动互联网的发展以及手机用户数量的不断增加,移动支付这种新型的支付方式正在流行开来。它也被人们称作移动商务中的新亮点。移动支付与传统的支付方式相比,可以给用户带来更新奇、更好玩的体验。移动支付的便捷性可以满足人们在任何时候进行消费的需求。在移动运营商加入后,移动支付在未来也能为他们带来直接的经济效益、品牌效益等。因此可以说手机支付拥有极大的可挖掘潜力。移动商务成为信息化时代最具发展潜力的业态,年复合增长率达到40.7%。产业的发展引发大量的人才需求。中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会为了培养移动商务专业人才和推动移动商务的发展,着手组织国内本领域专家和专业教师编写《移动商务系列》丛书。

2010年4月中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会成立,开始对我国移动商务发展的产业布局、产业规划、产业政策、产业技术创新、重大技术成果产业化等开展战略研究,并对移动商务发展情况进行跟踪研究,适时提出对策建议;同时认为组织出版一套《移动商务系列》丛书是适时的。

2011年3月,中国信息经济学会组织申报移动商务管理专业,教育部考试中心于2012年4月批准了电子商务(移动商务管理方向)的自学考试专业。早在2009年初,中国电子商务协会移动商务专家筹备组即组织全国多所高校的老师和有关专家参加编写《移动商务系列》丛书共十本,包括《移动支付服务》课程在内的多种教材写作大纲。我们受对外经贸大学出版社的委托,着手《移动支付服务》的撰写工作,图为电子商务专业学生提供一本理论深入、内容充实、材料新颖、范围宽广、叙述简洁、条理清晰,适合教学的移动商务支付方面的教材。我们对《移动支付服务》的体系进行了重新构筑,形成了符合电子商务专业教学要求的理论体系。本教材是作者在教学层次上采纳并吸取了众多一线教师多年来在移动商务和移动支付方面教学理论成果和教学实践经验的结晶。

本书将《移动支付服务》分为12章,其中第1章是移动支付概述;第2章介绍远程移动支付技术WAP;第3章介绍现场移动支付技术NFC;第4章介绍移动支付系统与平台;第5章是移动支付产业价值链;第6章移动支付商业模式和第7章移动支付技术模式,构成移动支付的主体部分,即整个移动支付服务过程所涉及的主要问题。第8章介绍移动支付与电子银行;第9章移动支付服务市场分析;第10章阐述移动支付安全;第11章关注移动支付服务创新;第12章讨论移动支付的立法与监管。我们认为,上述内容足以涵盖《移动支付服务》的各个方面,形成了一个完整的体系。本书不但适合电子商务专业及移动商务方向、经济管理、信息技术、信息管理、移动通信等专业本科生或研究生使用,也可供从事移动商务管理实务或科学研究的人员如工程师、经济师、教师等一切对此有兴趣的人阅读。

本书的编写工作由国内多所院校的移动通信与电子商务专业教师完成,参与的院校教师是西安邮电大学王军选博士,副教授、秦成德教授、卫晨、徐曼君、陈静等老师,深圳大学王庆鹏老师,西安邮电大学的张燕燕高工、研究生刘正昊、罗丹、黎杰、燕红丽、王勇、赵永峰以及王梁磊为本书的完成做了一定的贡献。本书写作的分工(按各章先后为序)是:第1、2、3、6章由王军选副教授编写;第5、12章由秦成德编写;第4章由卫晨编写;第7、8、11章由王庆鹏编写;第9、10两章由陈静编写;秦成德对全书审阅还对第1、4、7、10、11各章进行了补充修改工作,全书由王军选和秦成德统稿。

在本书的撰写过程中,得到教育部电子商务专业教学指导委员会的关心,也得到中国电子商务协会领导、移动商务专家咨询委员会的支持,并受到中国信息经济学会及电子商务专业委员会的热情关怀。对外经贸大学出版社的领导,编辑李晨光、王宁等给予了大力帮助,本书写作过程中,参考了许多中外有关研究者的文献和著作,在此一并致谢。移动支付服务是一个日新月异的领域,许多问题尚在发展和探讨之中,观点的不同,体系的差异,在所难免。本书不当之处,恳请专家及读者批评指正。

目 录

第1章 移动支付服务概述	(1)
内容提要	(1)
1.1 移动支付的概念	(1)
1.2 移动支付的特点	(2)
1.3 移动支付的类型	(3)
1.4 移动支付的前景	(4)
1.4.1 移动支付的现状	(4)
本章小结	(13)
本章习题	(13)
第2章 远程移动支付技术	(15)
内容提要	(15)
2.1 远程移动支付的技术基础	(15)
2.1.1 移动通信技术	(15)
2.1.2 SMS 技术	(30)
2.1.3 IVR 技术	(30)
2.1.4 WAP 技术	(31)
2.2 远距离移动支付的技术方案	(32)
2.3 远距离移动支付的技术案例	(35)
本章小结	(40)
本章习题	(40)
第3章 近距离移动支付技术	(41)
内容提要	(41)
3.1 近距离移动支付技术基础	(41)
3.1.1 射频识别 RFID 技术基础	(41)
3.1.2 NFC 技术	(53)
3.1.3 红外通信技术	(60)
3.1.4 蓝牙技术	(61)
3.2 近距离移动支付技术方案	(65)
3.2.1 NFC 手机方案	(65)
3.2.2 双界面 SIM 卡方案	(67)
3.2.3 eNFC 方案	(69)
3.2.4 过渡方案	(69)

3.3 近距离移动支付技术案例 (71)

本章小结 (73)

本章习题 (73)

第4章 移动支付系统与平台 (75)

内容提要 (75)

4.1 移动支付系统 (75)

4.1.1 移动支付系统的概念 (75)

4.1.2 移动支付系统结构类型 (77)

4.2 移动支付平台 (81)

4.2.1 移动支付平台的概念 (81)

4.2.2 移动支付平台的目标 (81)

4.2.3 移动支付平台的主要实现技术 (81)

4.2.4 移动支付平台的功能及特点 (86)

4.3 移动支付的终端 (87)

4.3.1 移动支付终端的概念 (87)

4.3.2 移动支付终端的分类 (87)

4.4 智能手机 (88)

4.4.1 智能手机的内涵 (88)

4.4.2 智能手机的基本配置与特点 (89)

4.4.3 智能手机的操作系统 (89)

4.4.4 智能手机品牌 (92)

4.4.5 智能手机的功能 (92)

4.4.6 智能手机的发展趋势 (93)

本章小结 (94)

本章习题 (94)

第5章 移动支付产业价值链 (95)

内容提要 (95)

5.1 移动支付产业价值链的概念与特点 (95)

5.1.1 移动支付产业价值链的概念 (95)

5.1.2 移动支付产业价值链的特点 (96)

5.1.3 产业链的理论基础 (97)

5.1.4 我国移动支付服务的特点 (98)

5.2 我国移动支付产业链的构成与主体 (98)

5.2.1 我国移动支付产业链的构成 (98)

5.2.2 移动支付产业链的分析 (100)

5.2.3 我国移动支付产业链主体分析 (101)

5.3 移动支付产业价值链的发展 (105)

5.3.1 移动支付链在欧美的发展 (106)

5.3.2 移动产业链在日本的发展	(106)
5.3.3 移动产业链在韩国的发展	(107)
5.3.4 移动产业链在中国的发展	(107)
5.4 移动支付产业链的问题与态势	(109)
5.4.1 我国移动支付产业链的问题	(109)
5.4.2 移动支付产业链主体的竞争	(110)
5.4.3 移动支付市场的协同	(112)
本章小结	(113)
本章习题	(113)
第6章 移动支付服务商业模式	(115)
内容提要	(115)
6.1 移动支付商业模式概述	(115)
6.1.1 商业模式的定义及特征	(115)
6.1.2 移动支付商业模式	(116)
6.2 移动运营商主导商业模式	(121)
6.2.1 移动运营商的参与模式	(121)
6.2.2 运营商主导商业模式的特点	(124)
6.2.3 运营商开展移动支付业务的条件分析	(125)
6.2.4 运营商主导商业模式案例分析	(126)
6.3 银行主导的商业模式	(127)
6.3.1 移动银行	(128)
6.3.2 银行主导商业模式的特点	(129)
6.3.3 基于银行主导商业模式的应用概述	(130)
6.3.4 银行开展移动支付业务的条件分析	(130)
6.3.5 银行为主导商业模式案例分析	(131)
6.4 移动与银行合作商业模式	(132)
6.4.1 移动与银行合作商业模式概述	(132)
6.4.2 移动与银行合作商业模式特点	(133)
6.5 第三方主导支付商业模式	(134)
6.5.1 第三方主导支付商业模式特点	(134)
6.5.2 第三方主导支付商业应用	(136)
6.5.3 第三方开展移动支付的条件分析	(136)
6.5.4 第三方为主导商业模式案例分析	(137)
本章小结	(138)
本章习题	(138)
第7章 移动支付服务的技术模式	(139)
内容提要	(139)
7.1 移动支付技术模式概述	(139)

移动商务支付

- 7.2 SMS 移动支付技术模式 (140)
- 7.3 WAP 移动支付技术模式 (142)
- 7.4 i - mode 移动支付技术模式 (144)
- 7.5 其他移动支付技术模式 (144)
 - 7.5.1 USSD 支付 (144)
 - 7.5.2 K - Java (146)
 - 7.5.3 BREW 支付 (147)
 - 7.5.4 RFID 和 NFC (148)
 - 7.5.5 我国移动支付技术方案 (148)
 - 7.5.6 中国银联的移动支付 (150)
- 本章小结 (153)
- 本章习题 (153)
- 第 8 章 移动支付与电子银行** (155)
 - 内容提要 (155)
 - 8.1 电子银行与电子支付特点 (156)
 - 8.1.1 电子银行及其特点 (156)
 - 8.1.2 电子支付及其特点 (157)
 - 8.2 移动银行与移动支付 (160)
 - 8.3 网络银行 (163)
 - 8.3.1 网络银行的概念和特征 (163)
 - 8.3.2 网络银行兴起的原因 (165)
 - 8.3.3 网络银行的两种发展模式 (166)
 - 8.3.4 网络银行服务种类 (167)
 - 8.4 移动支付工具 (169)
 - 8.4.1 移动终端 (170)
 - 8.4.2 移动支付门户 (171)
 - 8.5 移动支付方式 (171)
 - 本章小结 (172)
 - 本章习题 (172)
- 第 9 章 移动支付服务市场分析** (173)
 - 内容提要 (173)
 - 9.1 移动支付市场发展现状分析 (173)
 - 9.1.1 国外移动支付市场发展现状 (173)
 - 9.1.2 国内移动支付市场发展现状 (177)
 - 9.2 移动支付服务市场结构 (180)
 - 9.2.1 管制政策 (181)
 - 9.2.2 国外银行业移动支付市场发展现状及规模 (181)
 - 9.2.3 国内银行业移动支付市场发展现状及规模 (183)

9.3 移动支付服务消费者心理分析及解决途径	(186)
9.3.1 消费心理剖析	(186)
9.3.2 制约移动支付市场发展的消费心理障碍分析	(186)
9.3.3 消除消费者心理障碍的解决途径	(188)
9.4 移动支付服务的市场营销	(189)
9.4.1 营销和商务模式决定移动支付的未来	(189)
9.4.2 营销建议	(190)
本章小结	(192)
本章习题	(192)
第10章 移动支付的安全	(193)
内容提要	(193)
10.1 移动支付安全的问题	(193)
10.2 移动支付安全技术与标准	(194)
10.3 移动支付安全认证与管理	(197)
10.4 移动支付的风险	(199)
10.4.1 移动支付的基本风险	(199)
10.4.2 移动支付的操作风险	(200)
10.4.3 移动支付的法律风险	(201)
10.4.4 移动支付的其他风险	(202)
10.5 移动支付风险的防范	(204)
10.5.1 移动支付风险管理步骤	(204)
10.5.2 移动支付风险防范的技术措施	(205)
10.5.3 加强移动支付立法建设	(207)
10.5.4 移动支付风险的综合控制	(207)
10.6 移动支付信用体系的构建	(208)
10.6.1 我国移动支付需要规范发展	(208)
10.6.2 移动支付发展的环境因素	(210)
本章小结	(211)
本章习题	(212)
第11章 移动支付服务的创新	(213)
内容提要	(213)
11.1 移动支付服务创新概述	(213)
11.1.1 服务创新	(213)
11.1.2 移动支付服务创新	(214)
11.2 日本 NTT DoCoMo 移动支付模式	(215)
11.3 英国 Vodafone 移动支付模式	(217)
11.4 移动支付服务创新方式	(220)
11.4.1 移动支付服务创新的现状	(220)

移动商务支付

- 11.4.2 运营商的移动支付服务创新 (221)
- 11.4.3 移动支付服务创新策略 (222)
- 11.5 移动支付服务创新前景 (223)
- 本章小结 (225)
- 本章习题 (225)
- 第12章 移动支付立法与监管 (227)
 - 内容提要 (227)
 - 12.1 移动支付法律概述 (227)
 - 12.1.1 移动支付立法的必要性 (227)
 - 12.1.2 移动支付面临的法律问题 (228)
 - 12.1.3 电子支付的立法要求 (229)
 - 12.2 第三方支付市场准入制度 (230)
 - 12.2.1 第三方支付服务规范出台背景 (230)
 - 12.2.2 第三方支付服务规范的意义 (231)
 - 12.3 移动支付交易法律制度 (231)
 - 12.3.1 移动支付合同的法律问题 (232)
 - 12.3.2 移动支付的身份认证 (233)
 - 12.4 移动支付法律制度的构建 (233)
 - 12.4.1 移动支付需要立法创新 (233)
 - 12.4.2 我国移动支付发展的法制化 (234)
 - 12.5 电子金融监管概述 (235)
 - 12.5.1 电子金融监管的环境 (235)
 - 12.5.2 电子金融监管的基本要求 (237)
 - 12.5.3 电子金融监管的内容 (238)
 - 12.5.4 电子支付安全的监管 (239)
 - 12.5.5 非金融机构支付服务的监管 (241)
 - 12.5.6 我国电子支付监管的任务 (242)
 - 本章小结 (243)
 - 本章习题 (243)
- 参考文献 (244)

移动支付服务概述

● 内容提要

本章对移动支付的概念进行了简要的介绍，同时分析了移动支付的特点。在此基础上，给出了移动支付的不同分类，并分析了主要区别。最后，介绍了移动支付的发展前景。

移动支付（Mobile Payment）也称为手机支付，是移动用户使用其手机终端等设备对所消费的商品或服务进行账务支付的一种服务方式。移动支付是满足消费者多元化支付需求与高新技术发展的产物，它自身具有显著的优越性。试想一下，发一条短信就能支付账单，用手机也能像刷银行卡一样在自动售货机前购买饮料或在车站、机场购买火车票、飞机票，乘公交或地铁用手机当公交卡，水电费直接从手机账户扣除等，这些都是手机支付带给我们的全新生活体验。手机支付可以称为移动通信技术与信息安全技术相结合的产物。手机支付业务让手机终端代替了钱包，能够让玩家随时随地进行支付。简单、快捷是它最主要的特点。在传统支付方式一成不变的前提下，用户急需一种创新的支付方式来改变生活。手机支付这种全新的消费模式和方式满足了用户这种多样化、创新化的需求。进入 2010 年后，手机支付市场的主要竞争者如运营商、银行、第三方支付公司相继涉足，为手机支付行业带来了崭新的契机。

1.1 移动支付的概念

随着互联网的快速发展，电子商务也在全球顺势而起，这种新的商业模式给人们的生活产生巨大的影响。另一方面，移动通信的发展也非常迅速，从第一代模拟移动通信到第二代以 GSM（Gloable System for Mobile Communication）为代表的数字移动通信，再到第三代以 CDMA 为代表的移动通信用了不到 20 年的时间。移动用户的数量也迅速增加，目前仅中国的移动用户数就超过了 7 亿。移动用户也不再仅仅满足于语音业务，人们将目光更多地放到以股票、小额支付、信息浏览等为主的数据业务上。随着互联网和移动通信技术、电子商务业务的进一步结合，移动支付也具有良好的发展基

础，并且已经迎来了发展的黄金时机。

近年来，电子商务领域的发展过程变化多端。随着移动互联网的发展以及手机用户数量的不断增加，手机支付这种新型的支付方式正在流行开来。手机支付与传统的支付方式相比，可以给用户带来更新奇、更好玩的体验。此外，手机支付的便捷性可以满足人们在任何时候进行消费的需求。在移动运营商加入后，手机支付在未来也能为他们带来直接的经济效益和品牌效益。因此，可以说手机支付具有极大的挖掘潜力。

移动支付没有一个统一的定义，不同的组织对移动支付有不同的定义。移动支付论坛认为，移动支付是指交易双方为了某种货物或者业务，借助移动通信设备，通过移动通信网络实现的商业交易，移动支付所使用的移动终端可以是手机、移动 PC、PDA 等。中国人民银行 2005 年发布的《电子支付指引（第一号）》给出的定义为：移动支付是指单位、个人以下简称用户直接或授权他人通过移动通讯终端或设备，如手机、掌上电脑、笔记本电脑等，发出支付指令，实现货币支付与资金转移的行为。

根据上面的定义，移动支付业务也被称为手机支付，是一项跨行业的综合服务，是电子货币与移动通信业务相结合的产物。移动支付业务不仅丰富了银行服务内涵，使人们随时随地享受银行服务，同时还是移动运营商提高每用户平均收入（Average Revenue Per User, ARPU）值的一种增值业务。因此，移动支付是指交易双方为了某种货物或者服务，以移动终端设备为载体，通过移动通信网络实现的商业交易。移动支付所使用的移动终端可以是手机、PDA、移动 PC 等设备。

1.2 移动支付的特点

移动支付的本质是移动通信的信息流与资金流之间的转换过程。在此过程中，涉及的各方，包括消费者、移动通信运营商、相关银行、商家以及相应的认证机构等多个角色之间会发生关联，从而形成一个新的价值链。

在这个价值链中，不同的角色关心的重点不同，消费者最关心的是支付的安全性以及便利性，甚至包括支付的隐私权是否能够得到保障等问题；移动通信运营商关心的问题主要在于系统的标准化程度、交互功能、增值业务种类以及收益模式；金融机构关心整个支付系统的完整性、风险性以及可靠性；商家则希望支付过程具有透明性、便利性，因为这样会吸引更多的用户，同时，他们也能够及时获得支付。总体而言，移动支付业务的出现是一个新的价值链的形成过程，它为消费者和商家以及银行带来了巨大的便利和利益，同时它也对支付业务的提供者产生了巨大的压力，因为移动支付要求这些机构必须提供强有力的安全保证，并且要求系统具有交互式职能。

综上所述，我们可以明显的看到移动支付具有下面几个明显的特点：

（1）支付便利。和目前已有的其他支付方式相比，移动支付具有较大的便利性。由于和移动通信相结合，移动支付可以随时随地地进行。

（2）安全性高。可以借鉴目前移动通信网络系统的鉴权、认证体系以及交互式操作，极大地提高了支付的安全性和可靠性。

（3）成本低。相对于其他支付手段，移动支付的成本较低，容易大规模推广。

- (4) 具有巨大的潜在市场。目前移动用户的数量巨大，他们都是移动支付的潜在客户，因此移动支付具有广阔的发展前景。
- (5) 资源整合。移动支付最大的优势在于它将银行的信用、商家的营销能力和消费者的利益最大限度地整合起来。

1.3 移动支付的类型

移动支付存在着多种形式，不同形式的实现方式也不尽相同。目前比较传统的分类方式是基于移动支付论坛提出的分类方式，既可以按照支付价值的大小分类，也可以按交易所处的地理位置划分，还可以根据业务种类的不同进行划分，见表 1-1。

表 1-1 移动支付分类

分类的类型	分类	定 义	区别要点	区 别
支付金额	小额支付	单笔金额在 10 美元以下	安全等级	可以使用移动通信网络基于 SIM 卡的鉴权机制进行鉴权
	大额支付	单笔金额在 10 美元（包括 10 美元）以上		需要通过可靠的金融机构进行鉴权和交易
支付方式	接触式支付	直接利用手机在线进行远程的购物或服务	双方交易所处的位置	远程交易
	非接触式支付	在面对面的购买货物或服务中使用移动网络，也可以不通过移动网络		面对面的交易，可以发生在人与人之间，也可以发生在人与机器之间
业务种类	卡类业务	电话卡、游戏卡等的购买	业务应用领域	付费卡服务
	宽带业务	流媒体、网游等服务的支付		宽带服务
	移动增值业务	移动下载、移动音乐、彩铃等移动增值业务		移动增值领域的服务
	其他应用	彩票、旅游、保险等其他扩展业务		行业应用

根据基于支付金额可将移动支付类型划分为小额支付和大额支付。其中，小额支付是指交易额少于 10 美元，通常是指购买移动内容业务或其他小额的业务，例如手机游戏、手机视频下载、交停车费等；大额支付是指交易金额较大（大于等于 10 美元）的支付行为，例如在线购物或者近距离支付。小额支付与大额支付之间最大的区别在于两者要求的安全级别不同，使用的技术手段也不同。对于大额支付，一般需要通过可靠的金融机构来进行交易验证；小额支付的重点在于使用快捷、运作成本低，因此使用移动