

中国移动金融服务展望系列

搭建移动支付生态系统
推动金融业渠道创新



前言

近年来，随着互联网企业向移动互联网业务模式的推进，App Store 带动的移动应用商店的快速普及和发展，NFC 等近场支付技术的应用，以及消费者对安全便捷的移动支付的需求增加，使得移动支付在全球范围内快速成长并获得各方广泛关注。

在中国，伴随着电子商务的快速发展和金融信息化水平的不断提高，移动支付作为一种便捷可靠的支付方式，已成为新兴的最具发展潜力的业务。移动支付涉及了银行和银联等金融机构、通信运营商、第三方支付机构、商家、芯片及设备制造商等行业。移动支付在为顾客提供增值服务的同时，也丰富了银行、信用卡商、

通信运营商及商家的业务模式。然而，发展一个充满活力的并汇集各行业，能为消费者提供便利快捷的移动支付服务的移动支付生态系统，是不容易在短期内做到的。各方如何才能有效开展产业合作，换言之，如何搭建一个跨部门、跨行业的协作共赢机制，这将是中国移动支付产业所要解决的首要问题。



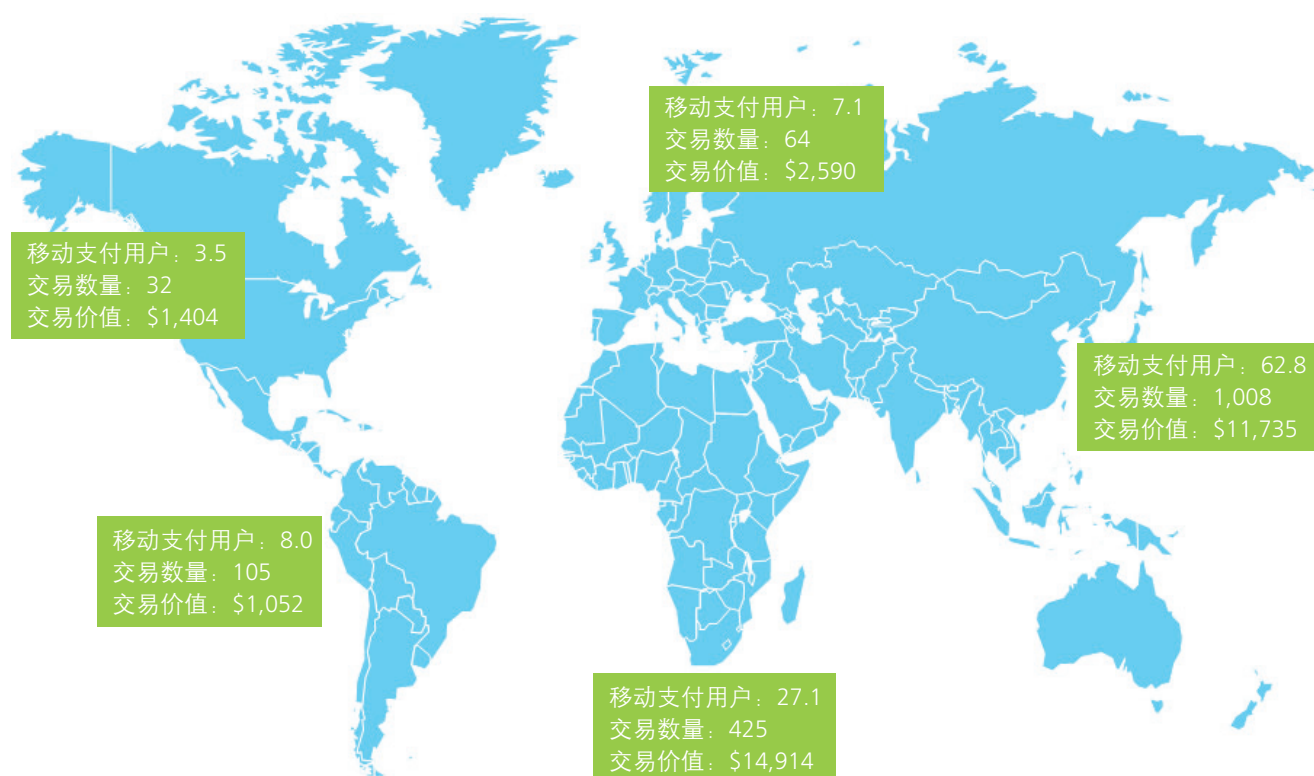
移动支付在全球范围内快速成长，但普及程度仍然较低

首先我们认识到，了解当前的全球移动支付的发展和各地区移动支付的现状，并结合中国实际，借鉴其发展过程中的成功经验，将有助于中国更好的发展移动支付产业。

一、未来几年，全球移动支付呈增长态势

随着智能手机的普及和其他相关基础设施的完善，移动支付在全球范围内已经进入高速增长期。根据德勤研究和相关的数据显示，2010 年全球的移动支付用户总数达到 1.085 亿；亚太地区的用户规模最大，从 2009 年的 4187.5 万增加至 6282.8 万，发达地区的用户规模都较小（见图 1）。从全球范围来看，亚太、拉美地区国家等发展中国家的移动支付市场规模明显大于发达国家的规模，移动支付的增长契机主要存在于发展中国家的市场。

图1 2010年全球移动支付的用户、交易数量和价值总览
2010年全球移动支付的用户(百万)、交易数量(百万)和价值(百万美元)



资料来源：Gartner “移动支付展望 2007-2012”；emarketer.com

未来几年全球移动支付总额和用户数量都有较大幅度的增长。快速增长的移动支付用户数量使移动支付在全球范围逐渐成为一个不可忽视的大市场。据市场研究公司 Gartner 的预计，到 2011 年年底，全球移动支付总额将达到 861 亿美元，同比 2010 年的 489 亿美元增长 75.9%¹，并且预计到 2015 年全球的移动支付总交易额将超过 4,260 亿美元（见图 2）。在全球的移动支付业务中，转账业务占到了 60%，预计到 2015 年将持续增长保持占比 51% 左右，并将成为最流行的移动支付支付方式。在过去的三年中，购物支付是增长最快的移动支付业务，年复合增长率达到了 200%；预计在接下来的 4 年里，购物支付并同订票业务将继续保持增长最快的势头（见图 3）。市场规模的增长源自用户数量的提高。预计全球移动支付用户数量将从 2008 年的 3290 万户提高到 2011 年的 1.3 亿户，复合增长率为 58%。2013 年具有手机钱包功能的手机拥有量将从目前的 5000 万部增长至 7 亿部。由此可见，全球移动支付市场在用户量和交易金额上都呈现增长态势，并且交易金额的增长速度超过用户数量的增长速度，这表明人们对于移动支付方式的依赖程度逐步加深。

图2 全球移动支付交易额按地区分类

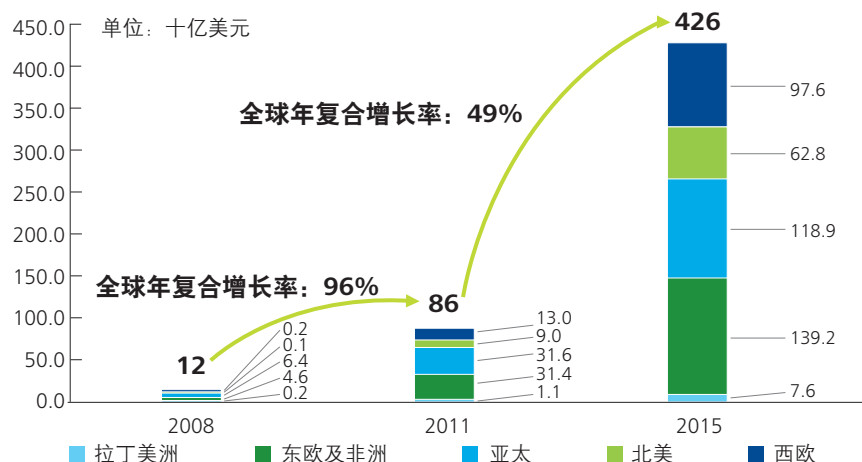
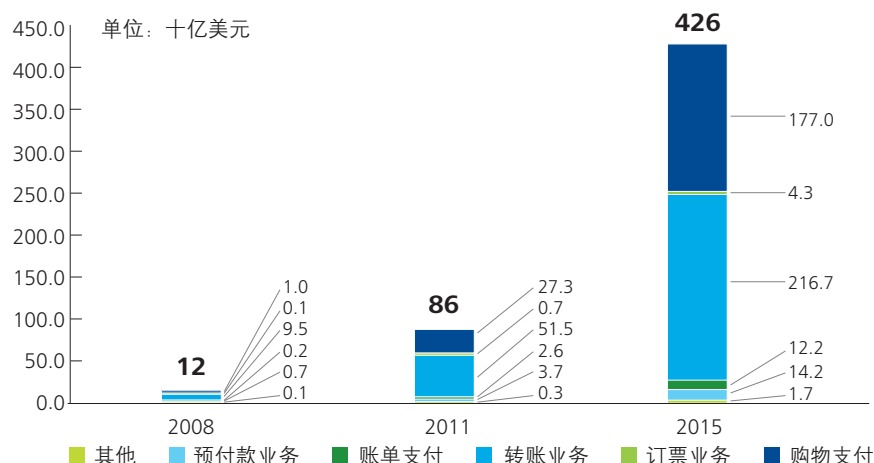


图3 全球移动支付交易额按应用分类



资料来源：Gartner：世界移动支付预测报告 2008-2015，2011

¹ Garner: 2011年全球移动支付额将达861亿美元。和讯科技，2011.7.22
http://news.ccidnet.com/art/11093/20110831/2676329_1.html

二、不同国家和地区的移动支付普及存在差异

全球不同国家和地区移动支付业务的发展水平及普及程度仍然存在差异性，各国根据自身的情况选择了不同的技术实现方式和商业模式。在移动支付的使用和普及，尤其是移动支付的交易数量和增值服务等方面，北美要明显落后于西欧、东欧、非洲、亚太和拉丁美洲。在全球层面上，技术和系统安全性，监管方面的不确定性，以及消费者的使用和普及的缓慢是发展移动支付的急需解决的问题和挑战。

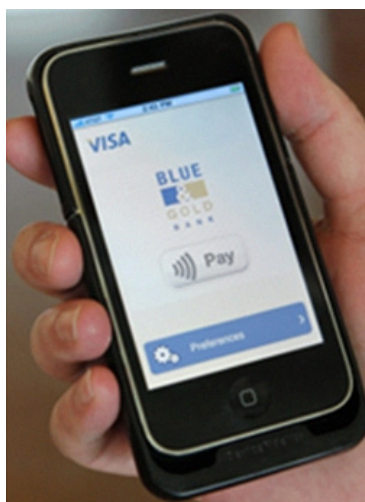
日本是全球移动支付普及率较高的国家，远远超过美国和欧洲，已具有较成熟的商业模式。日本市场上 50% 的手机用户，即大约 6000 万用户都使用手机支付功能²。日本的移动支付主要由运营商利用其在产业链中的优势地位，采用注资金融机构的方式主导产业链发展，承担商家终端设备成本，确定移动支付分成模式，同时也注重整合终端设备提供商的资源发展智能终端设备。这种注资方式促使银行的参与积极性较高。

韩国的移动支付也较成熟，已形成一定的规模。目前 70% 的电子支付由手机支付完成，手机支付用户占移动用户总数的 60%³。韩国的移动支付发展主要采用的是运营商和银行联合主导、多方合作的模式，同时第三方支付机构也给予了强大推动力。韩国采用的移动支付技术与日本的 NFC 技术不同，使用的是红外近距离非接触技术，业务应用程序可以存储在 USIM 卡上，与 FeliCa 技术兼容。韩国推广移动支付比较快速的其中一主要原因是政府对移动支付业务的高度重视和支持。政府出台了一系列政策为移动支付业务的发展创造了良好条件⁴。

欧洲的移动支付主要采用多国运营商联合运营模式，银行仅作为合作者不参与运营活动。智能手机的普及和欧盟的积极推动也成为了带动移动支付发展的有利因素。截至 2011 年 3 月，

英国、法国、西班牙、德国、意大利五个国家共有 2000 万手机用户，其中 8.5% 的手机用户通过手机进行移动支付，使用智能手机来支付的用户占到整个移动支付用户的比例为 70%⁵。欧盟监管机构可能会考虑为移动支付立法，以推动欧洲移动支付的发展。

美国的远程支付上发展较快，主要以移动应用下载和移动电子商务等 WAP 支付为主，这源于以 App Store 为代表的移动应用商店的流行。但在近场支付上，由于美国信用卡使用相当普及，人们对移动支付仍需要时间去习惯，因此美国的近场支付发展缓慢。但移动支付市场总规模还是较大的，且近年来电信运营商、互联网公司、手机制造商和第三方支付机构也在积极推动近场支付的发展。



² 中国人民银行研究局金融市场处处长虞力致辞，中国通信网，2011.11.30
<http://www.c114.net/topic/3210/a657527.html>

³ 曹亮，运营商强攻移动支付最终标准明年上半年出台，通信产业报，2011.11.30
<http://roll.sohu.com/20111130/n327394219.shtml>

⁴ 借鉴日韩：为我国移动支付业务支招，中国信息产业网-人民邮电报，2010.09.07
http://10086.cn/focus/communication/tech/201009/t20100925_21870.htm

⁵ ComScore数据，欧洲：智能手机中移动支付用户增长40%，中国通信网，2011.05.28
<http://www.c114.net/news/17/a604947.html>

表1 主要地区移动支付发展实例 —— 日本、韩国、欧洲、美国

国家 / 地区	主导方	移动支付业务举例、现状及近年动态
日本	NTT DoCoMo	NTT DoCoMo 先后注资拥有两家信用卡公司的股份——三井住友信用卡公司和瑞穗金融集团的关联企业 UCcard 公司。
		推出的手机支付业务以 SONY 的 Felica 平台为基础，包括： <ul style="list-style-type: none"> “Osaifu-Keitai” 手机钱包业务：预存现金 ID 借记卡业务（与三井住友银行合推）：与借记卡绑定 DCMX 信用卡业务：与信用卡绑定
韩国	SK Telecom	移动支付品牌 MONETA：提供信用卡、手机银行、证券服务、交通服务、在线购物等。
	SK Telecom, KDDI, 软银	SK Telecom、日本 KDDI 和软银 2010 年 7 月达成协议，联合开发标准化 NFC 移动支付服务，允许韩国和日本的移动电话用户在两个国家的任何地方用手机结算支付。
	KTF	移动支付品牌 K-merce：类似 MONETA，应用范围广泛。
欧洲	Orange, 巴克莱银行	2011 年 5 月 20 日，利用搭载 Quick Tap 功能的 NFC 手机，可以在英国超过 5 万家商店进行低于 15 英镑的小额支付。
	Vodafone, Telefonica O2, Everything Everywhere	2011 年 6 月 19 日，表示计划在年底成立一家合资公司以发展移动支付市场，该合资公司将开发一款基于 NFC 近场通信技术的“手机钱包”产品，并建立一个中央广告商门户以提供折扣服务。
	法国电网，巴黎银行	2011 年 7 月表示将共同开发手机移动银行业务，实现用户对本人账户的远程控制和支付。
	Visa, 法国第二大银行 GroupeBPCE	2011 年 6 月宣布在法国尼斯市推出基于 microSD 和 NFC 移动支付试运行活动。
	法国移动支付公司 Buyster（由 Atos Origin、Orange、SFR 和 Bouygues Telecom 共同组建）	2011 年 9 月中旬推出了在线支付系统并全力打造一个适合移动电子商务的支付平台，将银行卡与手机号码绑定，用户通过手机号码进行支付。
美国	Google	2011 年 9 月，谷歌推出“Google Wallet”，用户可通过 NFC 功能绑定信用卡直接刷手机消费。
	AT&T, Verizon, T-Mobile	联合出资组建的提供移动支付服务的合资公司 ISIS，探索 NFC 技术的应用模式。VISA 最近也加入了这个组织，其未来动向值得关注。
	美国银行，Visa	对安装在各家商店中的无需现金或信用卡的智能手机支付系统进行测试，这是两大公司为创造智能手机型“电子钱包”进行的尝试。
	Visa	联合了 14 家银行和金融机构来运营，在不同的智能手机平台上都推出了客户端，而且不依赖于 NFC 芯片。
	美国运通	推出 Serve 预付费电子钱包服务，通过虚拟账户实现消费者与商家的交易和用户间的转载。
	移动支付公司 Square	通过外链信用卡读卡设备完成手机终端的线下付费，日前 Square 日处理交易额达 1100 万美元，且获得 VISA 投资。

资料来源：德勤研究；各公司官方网站；相关媒体报道

快速演变的中国移动支付生态系统

一、中国移动支付发展迅速，正处于规模的探索阶段

随着中国手机用户、尤其是智能手机用户的快速增长，资本的涌入和政策上的支持，预计在未来几年中国的移动支付产业局面将会更加清晰，并获得快速发展。

手机终端方面，中国智能手机用户数量正逐年增加，并已经形成较大规模。截止到2011年10月底，中国手机用户达9.64亿，3G用户数超过1.1亿⁶。根据美国市场研究公司Strategy Analytics的最新报告，中国2011年第三季度智能手机出货量达到2390万部，中国超越美国成为了全球第一大智能手机市场⁷。智能手机和3G用户数的逐渐增加也给移动互联网的发展带来了契机。2011年第三季度，中国移动互联网市场规模达到217.7亿，截止2011年第三季度，中国移动互联网累计市场规模达610亿元，规模接近2010年全年的市场规模，环比增长7%⁸。

目前，中国移动支付的发展时间还比较短，主要限于规模的探索期。近两年，移动支付的发展受到各行业普遍的关注。据工信部电信研究院预测，2011年移动支付用户有望同比增长139%，用户总量突破8000万人。中国电子商务研究中心的数据也显示，到2013年，中国移动支付市场规模将超过1500亿元⁹。据估计，未来三年我国移动支付市场规模将达到200多亿元，将催生3亿部以上有金融业务处理能力的移动终端¹⁰。各个行业积极地加入提供移动支付服务的行列，尤其是通信运营商和银联的参与，推动了整个移动支付产业的加速发展。

与此同时，中国也在政策方面积极推动移动支付产业的发展。政府对移动支付的定位主要体现在：促进经济增长，方便百姓的生活，打破行业壁垒，形成开放式的行业协作模式，带动金融信息战略产业的发展¹¹。例如，2011年，央行通过两轮第三方支付机构牌照发放，共有40家企业获得支付业务许可证。另外，包括银联、运营商、银行、生产企业在内的“移动支付产业联盟”已经成立；在运营商、移动支付提供商的意见基础上，工信部、人民银行正在研制近场通信标准等。

二、中国移动支付服务尚处于发展的初级阶段

移动支付是通过使用移动设备和移动通信网络来实现资金流在支付方与受付方之间的转移的一种方式，例如，通过B2B电子商务、G2C电子政务、P2P“个人对个人”的电子金融业务等渠道来实现移动支付。并且这种支付方式正在扩展到与金融服务行业比邻的其它领域，如健康保健移动支付、薪酬移动支付、教育费用移动支付、电子政务、福利的分配、以及灾害预警和赔付等。移动支付按照支付地点的远近可分为远程支付和近场支付，两种支付方式采用的技术实现方式不同。

远程支付主要是基于移动互联网的在线支付方式，账户信息存储于支付服务商后台系统，实现方式分为短信、彩信、WAP、IVR、手机客户端等。远程支付根据不同应用又可分为个人对个人的支付（P2P）和移动电子商务。对于P2P的移动支付业务，允许用户通过移动终端，从银行账户、预付费虚拟账户或信用卡中进行资金的转移。而移动购物允许消费者或商家在移动终端上，通过基于移动通信网络，通过短

⁶ 李明，我国移动支付产业初具规模标准亟待统一，2011.11.29
<http://www.c114.net/news/550/a657242.html>

⁷ 智能手机销量称霸全球中国成移动互联战略要地，2011.11.30
<http://finance.jrj.com.cn/tech/2011/11/30204211688710.shtml>

⁸ 易观数据，2011Q3国内移动互联网市场规模218亿元，2011.11.21
http://www.eguan.cn/data/yiguanshujia_119954.html

⁹ 国内移动支付两种标准目前仍将并存，2011.11.21
http://www.cnwnews.com/html/tech/cn_tx/gntx/20111121/385737.html

¹⁰ 工信部：移动支付主推SIM卡与全终端方案，网易科技报道，2011.11.29
<http://tech.163.com/11/1129/15/7K1N150M000915BE.html>

¹¹ 工信部：移动支付是手机多用途化的必然趋势，和讯科技，2011.11.29
<http://www.ctiforum.com/news/2011news/11/news11468.htm>

信、Web 网页、应用软件等完成的网上购物交易。远程支付可以实现用户随时随地的支付需求。近场支付结合了货币电子化与移动通信，通过红外、NFC 等技术来实现支付的方式，在支付时通过手机与 POS 机等终端设备的感应，瞬间完成支付。对于近场支付，更多的应用是解决小额支付，并替代现金交易的服务，不仅降低了交易成本，同时还提升了商业的效率。

中国目前的移动支付服务中，近场支付和基于银行账户的远程支付尚处发展的初级阶段，基于非银行账户的远程支付仍是中国移动支付市

场的主流服务。基于 SIM 卡的支付解决方案和非 SIM 卡的 NFC 支付解决方案还在尝试阶段。同时，对于远程支付和近场支付的需求越来越大。中国的远程支付同电子商务和移动电子商务的发展在未来可以互为驱动力¹²。随着目前移动互联网应用的发展，除了早期的一些工具类的应用，以及娱乐类的应用之外，一些大型的互联网厂商和电子商务厂商已经开始把它们的产品从互联网端朝着移动互联网端进行相应的迁移。并且这些运营商和厂商对移动远程支付的需求是非常迫切的（见表 2）。

表 2 中国移动远程支付的发展实例

远程支付		
时间	参与方	内容
2011.8	银联，京东商城	中国银联手机支付加载了京东商城手机客户端，这标志着中国银联手机支付的应用领域从便民缴费扩展至购物消费。银联手机支付的用户只需将绑定了银行卡的银联 SD 卡置入手机即可享受一站式远程支付服务，包括公共事业缴费、信用卡还款、余额查询以及京东商城在线购物等。
2011.7	支付宝	支付宝推出手机支付产品——条码支付（Barcode Pay）：相当于用远程支付模拟近场支付。消费者和商家之间只需通过扫描条码，便可完成支付，不再需要出示任何银行卡。而商家也只需要一台上网的电脑和一只由支付宝免费提供的扫描枪或一部智能手机，即可完成交易。
2011.6	银联，银行	银联于 2011 年 6 月联合相关各方推出“银联互联网手机支付”业务。用户通过手机客户端，注册并关联银行卡，享受“银联手机支付平台”所支持的各项业务。

资料来源：各公司网站，及相关媒体报道

¹² 张萌：移动支付开创金融领域的跨界服务，和讯科技，2011.11.29
<http://www.c114.net/topic/3210/a657386.html>

移动支付不仅可以实现依托于移动互联网的在线的远程支付，还可以通过线下刷卡的方式，来实现近场的支付。对于传统的支付方式，如比较普及的银行卡或信用卡支付方式，用户对其已经形成了比较强的使用习惯。如果利用手机能为用户提供更多的支付功能和便利，例如，电子优惠券、电子客票、会员卡等丰富的服务，那么近场支付将会成为继信用卡之后的又一普及的基础服务（见表3）。由于近场支付所涉及的产业环节较多，在技术上仍需要改进和提高，因此移动近场支付的普及还比较低。对于移动支付的运营商来讲，想要盈利还需要一段时间¹³。

表3 中国移动近场支付的发展实例

近场支付		
时间	参与方	内容
2011.10	中国移动，浦发银行	中国移动和浦发银行在湖南推出了符合金融 IC 卡标准的联名卡，外挂于手机终端，可在银联终端上实现手机支付。
2010.9	银联，中国工商银行	“牡丹联通信用卡”：中国联通与中国工商银行联合推出的手机信用卡支付业务，这是国内首张“手机 SIM 卡 + PBOC2.0 贷记卡”的手机信用卡，通过 NFC 实现支付。
2011.11	中国电信，工商银行	中国电信厦门分公司与厦门工商银行正式启动“天翼牡丹手机 UIM 卡”支付业务：绑定标准牡丹贷记卡和天翼 RFID-UIM 手机卡，可在银联特约商户 POS 机上通过刷手机的方式进行小额 1000 以下小额支付。厦门已投放 6000 余台支持天翼牡丹手机支付业务的 POS 机，年内将达到 7000 台 ¹⁴ 。
2010	银联，各银行	“手付通”：银联“手付通”大规模试点，已经有 70 万台 POS 机改造成了非接式。在不到 3 个月的时间，中国银行、工商银行、建设银行、交通银行以及招商银行相继在手付通商城开通手机支付业务。
2011.9	建设银行，HTC，天语	建设银行与 HTC、天语等手机品牌合作开发移动支付工具，并于 2011 年 9 月正式推出该移动支付业务。手机中装有建行金融卡功能的 SD 卡和与非接式 POS 机对接的感应装置。
2010.6	中国联通，交通银行，银联	交通银行 2010 年 6 月与中国联通和中国银联在上海推出以手机 SIM 卡实现银行支付功能的太平洋联通联名 IC 借记卡，成为国内发行的首张 SWP SIM 卡。
2011.6.1	国民技术，中国移动，深圳通，中国工商银行	深圳市“手机深圳通”：该项目由国民技术、中国移动深圳分公司、深圳通有限公司和中国工商银行深圳分行共同推出的手机多应用增值服务。采用国民技术公司 2.4G 的 RF-SIM 卡移动支付解决方案，范围覆盖深圳市地铁、公交大巴、中小巴，以及部分出租车和小额消费场所如便利店超市等，市民需要更换一张 2.4G RFID-SIM/SD 卡。
2010.3	中国电信	“翼支付”：用户开通中国电信翼支付账户并储值后，即可在中国电信联盟商家和合作商户使用该账户通过网站、短信、语音等方式进行远程支付，办理翼支付卡（RFID-UIM 卡）后还可通过手机刷 POS 机方式进行现场支付。

资料来源：各公司网站，及相关媒体报道

¹³ 应用内支付为未来移动远程支付主流，和讯科技，2011.11.29
<http://tech.hexun.com/2011-11-29/135805241.html>

¹⁴ 杜宇飞，移动支付即将进入“刷手机”时代，2011.11.21
<http://roll.sohu.com/20111121/n326278839.shtml>

中国的移动支付生态系统仍处于不发达阶段

移动支付可以给消费者带来很大的方便，给移动运营商带来新的增长途径，可以拓展金融机构的支付渠道并且给商家带来更多的忠实客户。目前，中国的移动支付生态系统仍然处于多个模式共存的分散状态，移动支付产业涉及移动运营商、金融机构、手机制造商、芯片制造商、第三方支付机构、商家等多个环节，并且移动支付市场参与者在价值链中的利益出发点不同，现有的优势和挑战也各不相同。

一、协作共赢商业模式的缺失是移动支付所面临的挑战

目前在中国的移动支付市场上，有三大主要参与方：以运营商为代表的运营商集团、以银联为代表的金融机构以及第三方支付机构。在移动支付模式上出现了运营商和银联等部门各自主导的状态。通信运营商、第三方支付机构和银联各有优势，前两者都拥有庞大的营业网点和终端客户，后者在于拥有完善、成熟的资金清算系统。多方合作和竞争仍然存在，如何建立符合各方利益的共赢机制和商业模式是目前中国移动支付发展首要解决的问题¹⁵。

在移动运营商和手机制造商固有的价值链中，金融机构必须认识到他们所发挥的作用。事实证明在某种程度上，移动支付服务主要参与者还是金融机构。毕竟，消费者的大部分需求是在于银行能够提供支持他们在管理其财务状况、并进行货币交易的移动支付系统。对于金融机构来说，开展移动支付业务的最大障碍是开发移动支付业务的应用和基础配套设施。银行与高科技公司不同，银行没有很高的用于创新研究和发展的预算，也不愿承担过高的风险。然而，银行认识到移动支付必然会成为其核心支付业务的一部分，并且是现有的支付渠道的重要补充和收入来源。事实证明，银行作为金融机构在信用建设和资金结算方面具有其他企业不可比拟的优势，随着近年来信用卡发卡量

的提升，用户越来越倾向非现金的便捷安全的支付方式，也为银行进一步推广移动支付建立了良好的用户基础。与运营商相比，银行对终端的控制力度较弱，而移动支付产业尤其需要终端建设投入较大，而目前银行没有这方面的实践经验。

对于中国银联来说，银联产业整合能力比较强，而且具有比较强的金融结算的优势。移动支付需要整合运营商、手机厂商、商家等产业链条上众多环节，从何种渠道切入占领终端是银联所面临的挑战。对于银联来说，个人用于支付的账户最终与何种载体捆绑将一定程度决定了移动支付链条中的核心¹⁶。例如，中国银联联合包括工商银行、农业银行、建设银行、交通银行在内的18家全国和区域性商业银行，以及三大移动运营商和部分手机制造商已共同成立了“移动支付产业联盟”。

由于通信运营商在中国市场上长期处于强势地位，拥有广泛的用户基础并且对用户的把控能力比较强，在合作上不愿意提供更多地利益分成，在商业模式上欠灵活。对于大多数运营商来说，由于他们提供了交易端口和主要的安全保障，因此他们在移动支付产业链中不仅仅想以提供通信管道来获取通信费用，而是希望能够在整个产业中担当更重要的角色，例如资金的管理和交易费用的分成等。各参与方都不愿

¹⁵ 银联移动支付全国撒网收入还是靠手续费分成，南方都市报，2011.11.28
<http://www.afinance.cn/bank/yhxxw/201111/400551.html>

¹⁶ 银联移动支付布局全国盈利模式为手续费分成，中国新闻周刊，2011.11.28
<http://tech.hexun.com/2011-11-28/135761851.html>

在价值链中的同其他利益相关方或合作伙伴来分享收入。然而，在价值链中，移动网络运营商和金融机构之间存在着依赖关系，在一定程度上需要共享利益和收入。例如，移动支付产业中核心环节的两个参与者银联和移动运营商都希望市场中占有核心地位，然而双方又很难绕开彼此各成体系¹⁷。

对于第三方支付机构来说，由于它不具有运营商的通信网络优势，也不具有银联在金融结算方面的优势。所以目前企业数量十分有限，市场经营模式相对单一，产品线同质化程度高，竞争主要集中在客户关系、用户规模以及费用等方面。真正经营移动支付业务的企业则更少，开发出相应的产品并无较大门槛，但能够形成有效地用户规模是对于第三方支付机构最大的考验。目前除了支付宝和财付通依托账户支付模式的用户基础涉足移动支付市场外，其他的厂商在该领域并未大力推进¹⁸。

二、缺乏统一的行业标准，对整个移动支付系统造成一定的滞后影响

要确保移动支付的环境的良性发展，就必须保证整个移动支付系统的高效、可靠、可用性。中国移动支付生态系统所面临的另一个问题就是没有统一的国家标准和行业标准。存在移动支付解决方案繁多，如手机终端和卡技术，应用管理技术，POS终端的技术等，因此，标准比较难制定，有待于统一。

目前，国内使用的近场支付方案包括基于

13.56MHz的NFC方案和SIMpass方案，以及基于2.45GHz的RF-SIM卡方案。其中，基于13.56MHz的NFC方案，是全球手机移动支付领域的事实性标准；SIMpass方案由国内厂商主导；而基于2.45GHz的RFID-SIM方案由中国移动主导，其信号识别距离最远可达10米左右。中国移动是2.45GHz标准的主导方，但也积极向13.56MHz标准靠拢；中国电信将13.56MHz标准作为主要发展方向，同时也支持2.45GHz标准的应用；中国联通已开展了基于13.56MHz标准的NFC和SIMpass两种技术方案的试点，也应用了基于2.45GHz标准的方案，但以SIMpass技术为主¹⁹。截至目前，中国人民银行尚未最终确定移动支付的近场和远场支付标准，13.56MHz与2.45GHz两种近场支付标准仍将并存。

正由于移动支付标准的不确定性，产业链上的公司在发展移动支付时必然受限，不敢绝对放开。可用于移动支付的芯片、卡、手机终端的供应商就比较少，从而导致POS机、卡片以及手机终端的成本较高，对移动支付业务的成本就形成了一定的障碍。另外，由于标准不统一，受理机具就难以共用共享，消费者希望便捷支付的愿望也难以实现²⁰。因此，即使在近场支付标准统一之后，移动支付仍面临端口和终端的标准、安全标准等多种技术标准统一的问题，这些技术标准不统一，不仅增加相关设备之间互联互通的成本，还使得处于产业链上的相关厂商不敢大规模投资，从而制约整个移动支付产业的发展。

¹⁷ 移动支付：联盟法则下的角逐，人民日报电报
<https://www.bestpay.com.cn/news/newsDetail.html?newId=12>

¹⁸ “中国移动支付市场年度综合报告2010”，易观国际，2010

¹⁹ 叶曜坤，移动支付产业前景尚不明朗，人民日报电报，2011.11.18
<http://www.e800.com.cn/articles/2011/1118/498911.shtml>

²⁰ 古晓宇，移动支付产业受累标准不统一，京华时报，2011.11.30
<http://www.c114.net/news/552/a657401.html>

三、移动支付的系统安全性是长期存在的问题

对于移动支付的发展，安全和信用体系是一个关键环节。无线环境的不安全、信用体系的不健全、金融交易的复杂是长期存在的问题²¹。

支付安全仍然是业界关注的焦点。作为支付应用，账户的安全性是最首要的要素，也是用户选择是否使用的主要门槛。除了应用本身的安全性指标外，用户对安全性的认知也是市场发展急需解决的问题²²。目前开展的近场支付还是以小额支付和微支付为主，大额支付还没有实质性的进展，这在另一方面体现了用户对移动支付安全性的认知还不够。另外，小额支付与大额支付在操作层面上也应区别对待。小额支付强调便捷性和易用性，复杂的操作流程不利于小额支付的普及，以往的移动支付方式大多数步骤繁琐、操作复杂，难以被用户接受²³；而大额支付对安全性的要求则更高，如何保证用户账户安全，达到银行级别的安全标准，是各方不可忽视的重要问题。

智能手机具有的便捷性、存储信息量大的特点，但同时也面临着被入侵和控制的风险，对用户经济造成直接的损失，并且进一步衍生出欺诈、敲诈等社会问题。2011年以来，移动互联网安全形势日趋严峻。360安全中心发布的《2011年上半年中国手机安全报告》显示，上半年国内新增手机木马和恶意软件2559个，感染手机用户数高达1324万。另据艾瑞咨询2011年7月调查，智能手机用户中，有近六成表示在使用手机银行、移动支付时最担心手机安全，

39.7%的用户认为手机安全中财产安全保护比个人隐私更重要。安全包括很多环节，比如存储安全、传输安全、认证安全等。从目前来看，造成移动支付安全问题的两大因素为加密和及时性问题，和缺乏身份识别²⁴。这就需提高移动支付的安全性，包括数据传送的完整性、客户个人信息帐户实名资料的不可泄露性，以及手机遗失之后相关资料不可盗用性²⁵。

综上所述，中国的移动支付生态系统仍然具有一定的局限性和区域封闭性，缺乏共同协作共赢的商业模式、行业标准不统一、系统的安全性不够以及用户和市场体验不足，这都将成为在中国建立良性移动支付生态系统的主要障碍。



²¹ 运营商强攻移动支付最终标准明年上半年出台，通信产业报，2011.11.30
http://www.cwww.net.cn/opera/html/2011/11/30/20111130942571423_2.htm

²² 易观数据：2011年国内移动支付市场规模将达52.4亿元，易观网，2011.9.14
<http://eguan.cn/cache/1985/113990.html>

²³ 移动支付大战一触即发，解放日报，2011.11.19
<http://www.chinapnr.com/news/detail/373.html>

²⁴ 陈明星，2011年移动支付用户或达2.2亿安全瓶颈尚待攻克，通信信息报，2011.9.22
<http://wireless.iresearch.cn/16/20110922/150985.shtml>

²⁵ 陈静，第三方支付对于移动支付有重要作用，和讯科技，2011.11.29
<http://tech.hexun.com.tw/2011-11-29/135790161.html>

搭建良性移动支付生态系统， 促进金融渠道创新

一、创建开放式的联合同盟是搭建生态系统最可行的途径

开放的、互利的商业模式的缺乏，导致在中国搭建一个良性的移动支付生态系统的工作进展缓慢。根据德勤的调查研究发现，创建一个由金融机构、运营商、商家等各方参与的**开放式联合同盟**，似乎是搭建移动支付生态系统的最可行的途径。

我们认为组建开放式联合同盟首先需要搭建一个由各方共享的统一平台，这不仅可以促进价值链中各参与方的利益，同时也可以避免并消除在移动支付业务中的主要障碍。我们应当看到，各主要参与方都看好移动支付业务的发展，并且都希望移动支付发展过程中充当主导的角色。根据德勤的观察，各参与方之所以没能建立起开放共赢的合作模式，是因为以下四个障碍：对消费者的认知有限；对市场需求的了解不够；在一个分散的平台上竞争；以及各参与方之间的利益分享协议的缺失。如果各参与方能够就收入和利益上的分歧达成一致，制定一个共同的技术平台，切实地深入了解消费者和市场的需求，那么就很容易搭建一个开放式的移动支付生态系统。

开放式的联合同盟将起到加强产业上下游的协作和跨行业的协调，并充分实现移动支付功能的作用，并且能够达到产业共赢。在开放式的联合同盟环境下，移动服务运营商、金融机构、商家、手机制造商、芯片制造商、应用程序供应商和其他有关的参与商，汇聚在一个标准化的共享平台上，共同来提供组合的移动金融服务。同时，我们建议，在各参与方中间，将由一个信誉度很高的第三方来协调联合同盟各方的需求和主要业务，包括平台技术和联盟管理的商业模式运作，起到了一个举足轻重的作用（见图4）。

由第三方管理机构来主导并协调的开放式的联合同盟，与那些因互补而相互依赖的联盟不同，

图 4 开放式的联合同盟框架



资料来源：德勤研究，2011；
“近场移动支付业务方案”，智能卡联盟

其优势在于第三方管理机构可以同金融机构和移动运营商一起来制定并实施统一的移动支付经营战略，并共同地承担风险和市场回报。为了避免相关利益者或竞争对手来利用联合联盟，最理想的是，该第三方管理机构既不是金融机构，也不是移动服务运营商。并且，第三方管理者的管理协调能力及信誉是吸引金融机构和移动服务运营商来加入联盟的主要凝聚力。在这里，根据中国的实际情况，我们建议潜在的第三方管理者由中国的金融监管机构来担当并由其委托第三方管理机构来执行。

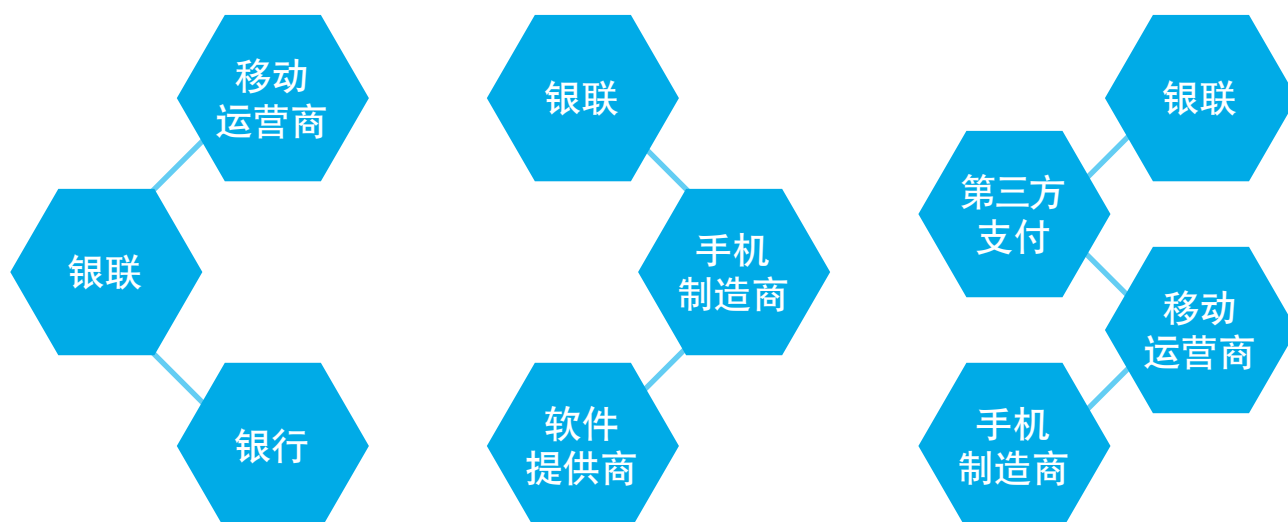
目前，在中国还没有类似的开放式移动支付联合同盟。搭建一个荟集各方的平台是复杂而艰巨的任务。并且在短期内实现可能还是有一定的困难。我们预计在中国的移动支付生态系统极有可能将以一个 DNA 链的方式发展。合作模式将趋向于多元化的、一对一和“集群”的伙伴关系。比如说移动运营商和金融机构的合作，银行和银联的合作，以及电信运营商和银联、第三方支付机构及手机制造商的合作等等（见图 5）。各种集群伙伴关系通过“在实践中相互学习”的方式，来就有争议的问题和分歧达成一致，从而推动整个移动支付产业的进步，而最终实现整个产业联盟的协调发展。

从长远来看，一个开放的联合同盟最有可能产生网络效应，形成和谐的合作伙伴关系并为用户提供高价值的移动支付服务。这就需要建设一个标准化的平台，不仅允许不同行业的参与，而且可以降低协调成本。开放式的移动支付联

盟可以在一个单一的平台上整合各种支付应用程序，并拥有多种移动支付的种类。消费者可以从多样的应用选项中，挑选符合自己需求的移动支付服务。因此，一个标准化的平台不仅可以为消费者提供满足他们的移动设备，而且可以提供应用程序上的自由选择的服务组合。例如，用户可以在同一时间拥有 P2P 汇款的功能，USSD（非结构化补充服务数据）用于远程购买电影票，和在零售店支付款项的 NFC 功能。

此外，开放式的移动支付联合同盟可以为每个参与者提供更为长远的经济利益。例如，运营商可以与银行和银行卡组织协商，使其放弃目前对商家收取费用的模式，从而消除推出移动支付的最大障碍。在开放的移动支付生态系统中，移动运营商可以从开发移动广告和其它的客户服务创新产品中获得新的收入。对于各参与方来说，参加开放式的移动支付联盟具有着较为深远的战略意义。

图 5 移动支付生态系统中的 DNA 链



资料来源：德勤研究，2011

二、移动支付标准的快速启动将有利于整个产业链的整合

中国监管机构已于今年启动了移动支付行业标准的制定工作。制定的标准主要包括：制定移动支付标准体系；制定移动支付的技术规范，包括手机终端的技术规范、智能卡、非接触式射频接口的规范、机卡接口的 SWP 协议等。目前标准的制定工作，设备方案已经初步完成，主要分为三个方面：

- 1) 直接和通信网联相关联的通信行业标准；
- 2) 涉及银行监管的相应标准并以金融标准形式组织制定和发布；
- 3) 涉及银行和通信，并有交叉的标准，由两方直接参与共同组织参与制定工作

另外，最终 SIM 卡方案和中移动主推的 NFC 全终端方案将被写入标准，这将有利于移动支付产业链整合和移动支付业务的推进²⁶。

三、采用多种手段，在终端账户、业务交易等环节采用强健的安全机制

移动支付系统的安全是移动支付发展的根基，同时也是在开展移动支付初期就需要认真考虑的问题。首先，应加强在反移动支付欺诈领域的策略并开发相应的风险模型，在电子支付中和在移动设备上控制风险。例如，移动支付不能够仅仅通过一个用户名和密码就实现支付。其次，移动支付也要在移动设备上入手，需要切实去监控很多不同方面的因素，并且把这些因素都放到风险引擎里，进行风险引擎的分析，从而达到检查和分辨支付的交易行为是否是欺诈的行为的目的。通过这些有效的措施来把移动支付的安全性和便捷性很好的结合起来²⁷。

²⁶ 代晓慧：移动支付主推SIM卡和NFC全终端方案，C114中国通信网，2011.11.29
<http://finance.jrj.com.cn/tech/2011/11/29114911673762.shtml>

²⁷ RSA首席技术官：有兴趣开发移动支付安全市场，CNET中国，2011.11
http://news.rfidworld.com.cn/2011_11/fce5a9555b5e8e64.html

结束语

移动支付是中国发展金融渠道创新的重点。通过移动支付，可以带动移动金融服务产业上下游的发展，推动商业模式和金融渠道的自主创新，进而达到整个产业链价值的提升。

移动支付的发展需要产业链的通力合作，需要一个漫长的时间来进行资源的整合和市场的酝酿。中国拥有巨大的通信市场和搭建开放式移动支付生态系统所应具备的潜力和条件，搭建开放式的移动支付生态系统势在必行。这需要众多行业的参与和通力合作，并赋予移动支付更多的内涵、价值和应用，从而为用户提供更为便捷、快速和高价值的服务。产业各方应秉承开放合作、互利互惠的原则，实现资源共享，降低产品和服务成本，同时增加移动支付的服务功能和用户体验，共同推动中国移动支付产业的快速发展。



案例 1

谷歌：创新的手机钱包支付模式²⁸

谷歌在移动互联网领域布局已久，从最初的互联网向电子商务、社交网络、移动通信和移动支付等各个领域拓展。在移动支付方面，2010年谷歌收购了加拿大移动支付创业企业 Zetawire；在 Android 2.3 操作系统中新增了 NFC 功能。2011年5月，谷歌还展示了一种近场通信粘贴式芯片产品，该芯片固定在 Android 手机上就可支持谷歌钱包服务。2011年9月谷歌与花旗、万事达、Visa 等合作正式推出手机钱包（GoogleWallet）NFC 移动支付业务。谷歌钱包服务在银行卡方面支持万事达卡、Visa、Discover、美国运通卡和谷歌预付费卡，其中谷歌预付卡（Google Prepaid Card）是一张由万事达与 Money Network 支持的虚拟信用卡。但手机硬件方面，谷歌钱包暂时仅支持 Sprint 的 Nexus S 手机。谷歌表示，未来所有 Android 手机将内置 NFC 芯片，支持 Wallet 功能。

移动支付领域，开放共赢才是关键。在移动支付生态系统中，全球的常见商业模式是由移动运营商和银行主导，现能有谷歌这样一家互联网公司来主导推动某一移动支付业务发展，有着其特殊性。谷歌除与银行卡组织 Visa、万事达、Discover、美国运通等合作外，也在积极寻找发卡银行、支付网络、POS 系统、半导体公司、手持设备制造商、移动运营商、商家等全产业链的合作。作为一家互联网公司，如果谷歌能在移动支付上取得成功，则意味着其业务范围从线上拓展到线下。当前谷歌钱包最大的问题是支持的商户还不够广泛，其大规模的普及还有待于运营商、手持设备制造商等都能

接受该技术，并安装相关设备。今年10月，谷歌与多家知名大品牌 Guess, Jamba Juice 和 OfficeMax 等合作推出折扣券，例如手机钱包中的 Wallet SingleTap 新特性将实现购物支付，兑现礼券和积累购物积分²⁹。

手机钱包预计到2012年将会大热³⁰。未来谷歌的 NFC 支付系统可利用其现有的广告优势，提供无缝营销广告的机会：通过特殊产品吸引顾客，然后提供一个从促销到电子优惠券的流畅交易过程，最后完成购买和支付。借此收获大量支付处理相关的收入和更多广告收入³¹。不过这都是未来的畅想，目前如何让更多的消费者接受这种新型的支付模式，并建立共赢开放的商业模式才是关键。



²⁸ 谷歌染指手机支付商务应用成移动互联网新战场，中国通信快讯，2011.9.28

²⁹ 谷歌电子钱包与多家大品牌合作推出折扣券，赛迪网，2011.10.19
<http://it.sohu.com/20111019/n322644091.shtml>

³⁰ 分析师称移动钱包用户将增加至5.94亿人，威锋网，2011.11.29
<http://tech.163.com/11/1129/09/7K152570000915BE.html>

³¹ Google钱包：大手笔还是另一个Buzz，2011.05.31
<http://www.36kr.com/p/25902.html>

案例 2

银联：开放式的移动支付商业模式³²

在移动支付发展的浪潮中，银联在移动支付产业还未形成成熟格局之前就积极进行筹备以抢占先机。银联从 2002 年推出第一代短信模式移动支付起，开展了一系列发展移动支付的举措，并于 2010 年与商业银行、移动运营商、智能卡厂商、手机厂商、芯片厂商、检测机构等 70 多家单位成立了银联移动支付产业联盟。

目前银联移动支付的解决方案繁多，例如互联网手机支付、贴膜卡模式手机支付、智能金融 SD 卡、银联在线手机版等。无卡支付方式涵盖了各项银行卡的业务和功能，将银行卡的面对面支付拓展到远程支付领域。在整个移动支付业务的研发、推广和运营中，银联建立了移动支付开放、灵活的商业模式，有效地协调了各方的利益，与银行、运营商、第三方支付机构、芯片制造商等建立了良好的合作伙伴关系。其中贴膜卡模式手机支付主要与钱袋网合作，由钱袋网负责贴膜的申请和发放，用户可绑定银联标识银行卡，采用短信方式完成支付；智能 SD 卡产品主要由第三方机构参与联合业务运营，参与合作方主要有瀚银科技、联合支付、卫士通、中联信通等，用户使用嵌有金融智能芯片的 SD 卡，绑定银行卡，下载银联手机支付客户端，即可实现远程支付功能；双界面电信卡由中国银联与商业银行及运营商联合开展也有少量第三方机构参与其中的远程支付业务，参与的合作方主要有：电信、联通、银达润和。用户需要在运营商处申请一张双界面卡以更换自己原有的 SIM 卡；另外银联还与联通、电信等运营商和银行合作，推广连接了银行卡应用的运营商定制手机。

诸如此类的基于移动支付的合作很多，推出的支付业务也较繁杂，但大多数业务并未向全国推广，仅在某个或某几个省运营或试点，形不成全国统一性的标准，这必然为用户选择业务上造成不便。另外，银联推出的诸多移动支付业务以远程支付为主，近场支付很少，还处于起步阶段。不过，随着银联主导的 13.56MHz 近场支付标准确定为“国标”，银行开始计划在全球推进统一标准版本的移动支付方案，打造移动支付基础服务平台，为银行搭建更完善的转接清算网络³³。相比运营商和第三方支付机构，银联有着完善成熟的资金清算系统，但缺乏对终端的控制。未来如何推进近场支付的成果还将拭目以待。



³² 银联徐燕军：移动服务驱动移动支付发展，和讯科技，2011.11.29。
<http://tech.hexun.com/2011-11-29/135795864.html>

³³ 王晶晶，银联的大野心：无卡支付只是为移动支付铺垫，南方都市报，2011.06.15
<http://w010w.com.cn/htm/DScenter/zhifu/2011/0615/144513.html>

案例 3

中国移动：全面合作开展手机支付业务

中国移动的移动支付战略，不仅仅是让消费者通过移动的网络来享有银行所提供的金融服务，而是想真正介入到移动支付的核心。中国移动2010年3月以400亿资金入股浦发银行，成为中国第一家拥有银行股份的电信运营商³⁴。2011年7月，中国移动酝酿许久的手机支付公司“中移电子商务有限公司”挂牌，并正在申请支付牌照，此前中国移动与中国银联的合资公司——联动优势——已获得牌照。2011年8月，上海移动与浦发银行上海分行正式签署战略合作协议，全面合作开展手机支付业务，包括网上银行、远程手机支付、手机钱包等相关支付领域。双方共同推出了具备手机支付功能的联名卡，该联名卡不但具有借记卡的功能，而且如果卡主是中国移动手机用户，还能通过手机附带的外挂式手机卡，在具备“银联QuickPass”的机具终端上进行小额消费³⁵。

中国移动推出的移动支付业务既包括了远程支付，也包括了近场支付。用户开通手机支付业务后，即拥有一个手机支付账户，可通过该账户进行远程购物（如互联网购物，缴纳话费、水费、电费、燃气费及有线电视费等），另外更换一张手机钱包（支持RFID功能的专用SIM卡），还可在中国移动专用POS机上进行现场支付。该手机支付方式属于一种预付费支付方式，用户可通过现金、网银、充值卡等多种方式为手机支付账户充值。中国移动在技术选择上也做出了调整，由2.4G RF-SIM模式逐渐转为银联主导的13.56MHz模式。这主要由于13.56MHz较为成熟，在POS终端上应该更加广泛。

运营商在移动支付业务中，其实是有很大优势的。他们可以提供更丰富的产品功能，既可以做小额支付，也可以做大额支付。对于支付时的资金来源上也有更多选择，既可以选择通过手机话费，也可以选择和银联或银行合作的银行卡或信用卡。另外，运营商对手机终端的控制力较强。目前，智能手机的推行还主要靠运营商来补贴，一旦开始推进移动支付业务，庞大的潜在用户群、遍布的服务网和与手机制造商的关系都将成为其制胜优势。但运营商在提供移动支付金融业务时的信用度显然不如银行，而且一旦大规模发展，运营所拥有的庞大的沉淀资金又与国家的金融政策发生抵触。另外，在POS机端，银行也占有主要优势。因此，运营商和银行间应被定位为竞合关系。概括而言，在近场支付中，运营商可能占据主导优势；在远程支付的大额交易中，运营商又必须和银联合作，才能保障交易的安全性和合法性³⁶。

³⁴ 中国移动兼容并蓄布局手机支付，通信世界周刊，2010.4.26
<http://www.cwww.net.cn/manufacture/html/2010/4/26/20104261533362706.htm>

³⁵ 中移动与浦发银行全面业务合作包括手机支付，新浪科技，2011.8.22
<http://tech.sina.com.cn/t/2011-08-22/01225959123.shtml>

³⁶ 翁佳焰，运营商与银行争夺手机支付主导权，通信信息报，2010.04.09
<http://tech.qq.com/a/20100409/000382.htm>

作者介绍



王鹏程

德勤中国 • 金融服务行业联席领导合伙人
电话: +86 10 8520 7123
邮箱: wangpc@deloitte.com.cn



李军

德勤中国 • 金融服务业卓越中心高级经理
电话: +86 10 8520 7031
邮箱: ricli@deloitte.com.cn

鸣谢

德勤中国金融服务业卓越中心实习研究员杨淼亦参加本研究的框架设计, 资料收集, 数据分析及报告撰写工作, 在此对她的贡献表示感谢。

同时, 本白皮书在撰写和发布的过程中得到了公司同仁的大力支持和通力合作, 在此特别感谢以下人员:

Brian Shniderman

德勤美国 • 管理咨询公司移动支付行业主管合伙人

马敏

德勤中国 • 金融服务行业项目管理高级经理

Sahil Parmar

德勤美国 • 管理咨询公司移动支付行业技术战略经理

黄伟

德勤中国洞察力与研究中心助理经理

联系人

如对白皮书内容有任何问题或希望与德勤有更深入交流，敬请联系

李军

电话: +86 10 8520 7031

手机: +86 186 1112 1022

邮箱: ricli@deloitte.com.cn

马敏

电话: +86 10 8520 7046

邮箱: jema@deloitte.com.cn

德勤金融服务行业

德勤全球金融服务行业 (Deloitte Global Financial Services Industry, 简称 GFSI) 是德勤从事金融行业服务的专业人士组成的全球性网络。这一网络设立于 1994 年, 是德勤第一个也是最大的全球行业专门化团队。作为全球最大的私营审计及咨询专业服务机构, 德勤长期致力于服务世界级领先金融机构。受益于服务我们的客户所积累的知识和经验, 我们得以发展金融行业的最佳实务和行业认可的领先理念, 并通过 GFSI 网络与全球同事分享。

德勤金融服务行业拥有银行、证券、保险及投资管理领域知名的专家, 同时集合了审计、风险管理、税务、财务咨询、管理咨询等方面的专业人士, 组成高效服务网络, 为客户提供跨境、跨职能部门、跨行业的专业服务。

德勤中国金融服务行业

德勤中国金融服务行业 (Deloitte China GFSI) 是德勤全球金融服务行业的重要组成部分。我们充分运用全球资源, 同时根植本地, 为中国领先的金融企业提供量身定做的解决方案。德勤中国金融服务行业拥有一支在业界出类拔萃的专业服务团队。至 2011 年 6 月, 德勤中国金融服务行业团队已拥有超过 1000 名专业人士, 其中包括 80 余位专注于金融行业的合伙人, 为中国大陆和香港的金融机构提供审计、税务、企业风险管理、企业管理咨询和财务咨询等全方位的专业服务。

我们的专家团队由资深财务和会计专家、管理咨询专家、风险管理专家、银行、保险及投资行业专家、变革管理专家、税务专家、并购专家及各类技术专家等组成。部分合伙人来自于金融业界的资深人士, 他们了解国际国内金融市场, 熟悉各类金融企业的战略和运作, 在各自专精领域拥有丰富的实践经验。我们拥有金融行业各领域的精深服务能力, 在中国金融服务市场的地位日臻卓越。

德勤中国联系方式

北京

德勤华永会计师事务所有限公司
北京分所
中国北京市东长安街1号
东方广场东方经贸城德勤大楼8层
邮政编码: 100738
电话: + 86 (10) 8520 7788
传真: + 86 (10) 8518 1218

重庆

德勤咨询(重庆)有限公司
中国重庆市渝中区青年路38号
重庆国贸中心13楼10-12单元
邮政编码: 400010
电话: +86 23 6310 6206
传真: +86 23 6310 6170

大连

德勤华永会计师事务所有限公司
大连分所
中国大连市中山路147号
森茂大厦1503室
邮政编码: 116011
电话: + 86 (411) 8371 2888
传真: + 86 (411) 8360 3297

广州

德勤华永会计师事务所有限公司
广州分所
中国广州市天河路208号
粤海天河城大厦26楼
邮政编码: 510620
电话: + 86 (20) 8396 9228
传真: + 86 (20) 3888 0119 / 0121

杭州

德勤商务咨询(杭州)有限公司
中国杭州市教工路18号
欧美中心企业国际A区605室
邮政编码: 310013
电话: + 86 (571) 2811 1900
传真: + 86 (571) 2811 1904

哈尔滨

德勤管理咨询(上海)有限公司
哈尔滨分公司
哈尔滨市南岗区长江路368号
开发区管理大厦1618室
邮政编码: 150090

香港

德勤·关黄陈方会计师行
香港金钟道88号
太古广场一期35楼
电话: + (852) 2852 1600
传真: + (852) 2541 1911

济南

德勤咨询(上海)有限公司
济南办事处
中国济南市泺源大街150号
济南中信广场A座十层1018单元
邮政编码: 250011
电话: +86 (531) 8518 1058
传真: +86 (531) 8518 1068

澳门

德勤·关黄陈方会计师行
澳门殷皇子大马路43-53A号
澳门广场19楼H-N座
电话: + (853) 2871 2998
传真: + (853) 2871 3033

南京

德勤华永会计师事务所有限公司
南京分所
中国南京市汉中路89号
金鹰国际商城11层
邮政编码: 210029
电话: + 86 (25) 5790 8880
传真: + 86 (25) 8691 8776

上海

德勤华永会计师事务所有限公司
中国上海市延安东路222号
外滩中心30楼
邮政编码: 200002
电话: + 86 (21) 6141 8888
传真: + 86 (21) 6335 0003

深圳

德勤华永会计师事务所有限公司
深圳分所
中国深圳市深南东路5001号
华润大厦13楼
邮政编码: 518010
电话: + 86 (755) 8246 3255
传真: + 86 (755) 8246 3186

苏州

德勤商务咨询(上海)有限公司
苏州分公司
中国苏州市工业园区苏惠路88号
环球财富广场1幢23楼
邮政编码: 215021
电话: + 86 (512) 6289 1238
传真: + 86 (512) 6762 3338 / 6762 3318

天津

德勤华永会计师事务所有限公司
天津分所
中国天津市和平区南京路189号
津汇广场写字楼30层
邮政编码: 300051
电话: + 86 (22) 2320 6688
传真: + 86 (22) 2320 6699

武汉

德勤咨询(上海)有限公司
武汉办事处
中国武汉市建设大道568号
新世界国贸大厦38层02号
邮政编码: 430022
电话: +86 (27) 8526 6618
传真: +86 (27) 8526 7032

厦门

德勤咨询(上海)有限公司
厦门办事处
中国厦门市思明区鹭江道8号
国际银行大厦26楼E单元
邮政编码: 361001
电话: +86 (592) 2107 298
传真: +86 (592) 2107 259

Deloitte (“德勤”) 泛指德勤有限公司 (一家根据英国法律组成的私人担保有限公司, 以下称“德勤有限公司”), 以及其一家或多家成员所。每一个成员所均为具有独立法律地位的法律实体。请参阅 www.deloitte.com/cn/about 中有关德勤有限公司及其成员所法律结构的详细描述。

德勤为各行各业的上市及非上市客户提供审计、税务、企业管理咨询及财务咨询服务。德勤成员所网络遍及全球逾 150 个国家, 凭借其世界一流和高质量专业服务, 为客户提供应对最复杂业务挑战所需的深入见解。德勤约 182,000 名专业人士致力于追求卓越, 树立典范。

在中国, 我们通过德勤·关黄陈方会计师行和德勤华永会计师事务所有限公司, 以及其下属机构和关联机构提供服务。德勤·关黄陈方会计师行及德勤华永会计师事务所有限公司共同为德勤有限公司的成员所。

德勤中国是中国大陆及港澳地区居领导地位的专业服务机构之一, 共拥有近 10,000 名员工分布于包括北京、重庆、大连、广州、杭州、哈尔滨、香港、济南、澳门、南京、上海、深圳、苏州、天津、武汉和厦门在内的 16 个城市。

早在 1917 年, 我们于上海成立了办事处。我们以全球网络为支持, 为国内企业、跨国公司以及高成长的企业提供全面的审计、税务、企业管理咨询和财务咨询服务。

我们在中国拥有丰富的经验, 并一直为中国会计准则、税制以及本土专业会计师的发展作出重大的贡献。在香港, 我们更为大约三分之一在香港联合交易所上市的公司提供服务。

本文件中所含数据乃一般性信息, 故此, 并不构成任何德勤有限公司、其成员所或相关机构 (统称为“德勤网络”) 提供任何专业建议或服务。在做出任何可能影响自身财务或业务的决策或采取任何相关行动前, 请咨询合资格的专业顾问。任何德勤网络内的机构不对任何方因使用本文件而导致的任何损失承担责任。