

把手機變成錢包

(譯註：pocket change 指小錢或口袋裡的銅板零錢)

將智慧型手機變身為錢包的競賽方興未艾

03-11

日本人稱之為 *osaifu keitai* (手機錢包) (譯註：*osaifu* 指錢包，而 *keitai* 指攜帶，意指行動裝置的可攜性，最早為 NTT DoCoMo 公司所推出的電子錢包機制，能透過手機來操作)。幾乎無論你去到哪裡，買任何東西，只要將手機刷一下，它就會自動登入電子支出報告。常在麥當勞吃東西？用手機輕觸一下付款，你的全方位記帳卡／收據記錄器／酬賓方案 (譯註：*loyalty* 指常客的忠誠度，亦即針對常客消費所提供的額外好康方案) 可能立即就會提供九折優惠。如今如果你想要享受這些好處，就得到日本去。不過，經過多年的討論後，無線通訊業者、銀行、新創公司和手機製造商現正積極致力於將美國人的手機變身為行動錢包，目標是在與信用卡每年零售消費額三兆二千億美元相關的手續費上搶著分一杯羹，並將一兆二千億美元的現金與支票支出轉變成電子交易。

信用卡的新紀元

過去五年多來，威士卡及萬事達卡已經將近場通訊 (簡稱 NFC) (譯註：或稱近距離無線通訊、近端通訊) 晶片應用於感應式付款的信用卡及密鑰卡上。現在他們也欣然接納手機付款了。

「消費者已經使用手機進行線上付款。」萬事達卡全球創新長喬許·裴瑞茲說，他指的是下載歌曲及軟體。「我們的目標是讓消費者在實體世界裡也能自在地做同樣的事情。」諾基亞已經宣布將在其 2011 年所有智慧型手機內置入 NFC 晶片，有效地迫使蘋果公司、動態研究 (譯註：加拿大公司，為黑莓機製造商) 及其他對手跟進。

「……需求正在成長，」諾基亞行動金融服務主管傑哈·羅門表示：「全面履行安裝才能推動這項科技。」分析師預估 NFC 在未來三至五年間會變得無所不在，讓無線通訊業者在決定行動錢包的未來時，有了新籌碼 (譯註：*leverage* 原為槓桿作用，此指可資利用的優勢或影響力，引申為籌碼)。

03-12

的確，美國電話電報公司、Sprint、T-Mobile 及 Verizon (譯註：均為行動電訊業者) 據報正在研究一項共同付款的計畫。

「業者不但普及實體裝置，『擁有』數百萬名顧客，」付帳顧問公司 PSP 的菲利普·J·費利爾說：「也了解如何執行規模龐大的付款作業，包括立帳、收帳及管理帳戶。」

購物付款到達新境界

行動錢包的潛力掀起令人興奮的巨大熱潮，除了通訊業者與信用卡網絡之外，現在連銀行、科技巨擘及新創企業都急於在這個深具潛力的新興生態系統裡搶占一席之地。PayPal (譯註：提供網路交易支付平台的公司) 已經讓使用者可透過簡訊付款，該公司行動平台暨新創事業部門副總裁奧薩瑪·貝迪爾預見到一種服務，可以儲存儲值卡 (譯註：或稱禮物卡，因可被當成禮物轉送他人使用而得名)，並在消費者接近特約商店時加以提醒。今年剛過的這個 (譯註：2010 年) 夏天，行動新創公司 Loopt 推出 Loopt Star 方案，這是針對星巴克、Gap 之類的品牌提供的超級數位優惠卡。美國銀行 (譯註：U.S. Bank，或譯美國合眾銀行) 正和 Infosys 公司 (譯註：印度軟體科技巨擘) 合作讓一種基礎的銀行應用程式更上一層樓：正開發一種以所在位置為基礎的顧客服務，這種服務非常聰明 (有可能令人毛骨悚然)，甚至可以當購物者在護髮產品走道上瀏覽時，提供洗髮精折扣。美國銀行創新長多明尼克·范圖若表示，隨著 NFC 技術的激增普及，「我們將能以甚至更佳的服務來開創商機。」

eBay 公司預期美國消費者今年會使用該公司的智慧型手機應用程式購買價值大約十五億美元的

商品。那麼，只要再躍進一小步，消費者就可以使用同一隻手機在住處附近購物中心的 **Target** 商店（譯註：美國連鎖折扣店）付款了。「從顧客的角度來看，」金融服務顧問公司莫卡特斯的合夥人羅伯·黑吉茲說：「問題在於銀行業要什麼時候才趕得上我們？」