

华为旗下支付牌照机构更名为“花瓣支付”——

重量级企业布局支付市场

本报记者 汪文正

近日，中国人民银行更新非银行支付机构重大事项变更许可信息，同意华为旗下的深圳市讯联智付网络有限公司（以下简称“讯联智付”）变更公司名称为“花瓣支付（深圳）有限公司”（以下简称“花瓣支付”）。业内人士分析，这是继获得支付

牌照后，华为布局支付市场的重要一步。

目前，花瓣支付支持的华为支付已吸引滴滴出行、美团外卖等首批入驻。华为支付使用体验如何？重量级“玩家”的加入将对支付市场产生什么影响？

手机厂商纷纷瞄准支付市场

华为旗下支付牌照机构讯联智付的更名，是华为进军支付市场的重要一步。据了解，讯联智付成立于2013年6月，并于次年取得支付牌照。华为则于2021年3月收购讯联智付100%股份，从而获得支付牌照。

华为方面解释了此次讯联智付更名的几点考虑：“首先是加快构建鸿蒙生态的基础设施，因为华为支付面向全场景多终端；其次，新升级的‘负一屏’未来会全面支持华为支付，这是推进鸿蒙元服务的重要一步。”

业内人士分析，更名还有适应监管新规的考虑。2021年初，中国人民银行发布《非银行支付机构条例（征求意见稿）》规定，支付机构的名称中应当标明“支付”字样。

旗下支付牌照机构更名了，相关业务进展如何？记者了解到，花瓣支付公司支持的华为支付，是鸿蒙生态中的全场景支付服务，首批已有滴滴出行、美团外卖、同程机票酒店火车票、猫眼电影、58同城等人入驻。

值得注意的是，华为并非布局支付市场的唯一国内手机厂商，小米在该领域动作也很快。2016年，经中国人民银行批准，支付机构捷付睿通股份有限公司就引入小米作为战略合作伙伴和主要出资人，围绕小米互联网应用场景进行支付业务战略布局。而消费者对苹果手机的支付也不陌生。

手机厂商为何纷纷进军支付市场？浙江大学国际联合商学院研究员盘和林认为，这是由于智能手机和支付场景具有强相关性，支付工具能够为应用生态提供重要的加分项，有理由看好支付牌照对华为生态布局的增益效果。

星图金融研究院研究员黄大智分析，手机厂商布局支付市场，有开展资金流、信息流等相关业务的合规性考量，这能够利用私域流量打造入口，节省外接第三方支付机构的合作成本。“第三方支付是一个需要强验证的账户行为。只有支付机构持牌，才能处理资金与信息的流转。因此，支付牌照对于华为的生态构建起到了重要的链接作用。”黄大智说。

记者注意到，华为支付所在的华为钱包APP，在生态构建方面已有较好应用。例如，在钱包APP钥匙功能中，用户可将门禁卡、车钥匙、门锁钥匙、酒店房卡、箱包钥匙等放入电子钱包，该生态下的产品包括了问界M5新能源汽车、华为智能门锁等，客观上起到了为华为支付引流的作用。

不过，自建支付体系并非对所有手机厂商都“划算”。一方面，获取支付牌照、运行维护支付业务意味着较高的成本；另一方面，只有华为、小米等出货量较大的厂商，才有可能利用数量优势获取充足的客户流量。

使用体验与主流支付平台相近

华为支付的使用体验如何？记者使用华为手机钱包APP开通了华为支付。

首先，记者将华为支付功能与银行借记卡绑定。该过程与目前支付市场上的主流平台相似，都需填写个人信息并进行身份验证。开立该卡在商业银行发送的通知短信显示，该行讯联智付成功签订了快捷支付协议。

华为支付目前支持哪些功能？记者体验后发现，华为支付为用户提供余额支付、银行卡支付、红包、充值、提现等服务，同主流支付平台相近。

横向比，华为支付具有一些独特优势。提现免费是一大亮点，用户从华为支付账户余额中提现至储蓄卡不需支付手续费。此外，华为支付充值、支付也和主流平台同样便捷，用户可将储蓄卡中的资金快速充值至账户余额，并通过账户余额或直接绑定银行卡向商家付款。

看付款功能，该APP可绑定银行借记卡、市政公交一卡通等进行消费。其中，华为支付支持手机内应用商店、华为音乐、游戏中心、华为阅读等多个消费场景。

看收款功能，该APP支持手机POS功能，实现手机闪付、刷卡、扫码等多种支付方式，商户可在认证、下载银联安全控件后通过NFC（近场通信）功能实现信用卡收款。同时，华为手机POS还能实现流水查询、实时对账、灵活结算等功能。

借款方面，相关功能与目前主流支付平台的借



▲目前已有多家手机厂商布局支付市场。图为消费者在上海南京路步行街线下门店体验新品手机。

►华为支付的特点在于依托手机本身，可以直接以手机为工具开展支付。图为华为全球旗舰店内展示的Mate X5。

王 初 摄（人民视觉）



呗、微粒贷等借贷产品区别不大。理财方面，该APP可申购基金、投保保险，保险产品包括健康险、财产险等，也可购买基金，申购折扣力度同部分主流支付平台基金板块相同。

不过，记者注意到，与微信、支付宝等支付平台相比，华为钱包尚不具备水、电、气、暖等缴费功能，也未推出类似支付宝“余额宝”和腾讯理财通“余额宝”的余额增值产品。

用户评价怎样？使用华为手机10年的“花粉”赵涵认为，华为支付的起点足够高，“从华为自营的‘莫塞尔商城’等细节来看，这套生态越来越成熟了。”也有人持观望态度，“从我的使用体验来看，消费场景还不够丰富。投资理财功能也是用户看重的，这块的收益还不够吸引我。”北京市民张云轩坦言，在一段时间内，自己和家人使用的主要支付工具仍将是微信支付、支付宝等。多位受访消费者也表示，实现支付方式“切换”的前提应当是华为提供了某种创新性应用，让人觉得不可替代或者特别方便实惠。

将基于鸿蒙操作系统探索更多场景

目前，微信支付和支付宝占据了国内支付市场超九成市场份额，不仅提供支付功能，还涵盖电子商务、社交媒体、出行等多个领域，用户几乎可以在其中任何一个平台上实现衣食住行等各个领域的支付。此前，京东支付、美团支付、滴滴支付等品牌虽然也在市场推广方面下足功夫，但从用户使用来讲，仍局限于支付品牌自身生态中。

在功能相近的情况下，新“玩家”进军支付市场，会撼动传统玩家的支配地位吗？

“华为支付与支付宝、微信支付之间并非竞争关系，它们仍是华为的合作伙伴。随着鸿蒙操作系统

的推出，华为支付将构建鸿蒙生态的基础设施，面向手机、智慧屏、平板、电脑、汽车，多终端覆盖。未来，华为支付将基于鸿蒙操作系统探索更多场景。”华为终端云服务支付事业群总裁马传勇说。他表示，扩大市场份额不是华为支付的目的，“我们本质上不是跟其他支付做对抗。支付引擎是华为给全球开发者提供的‘五大根服务’之一，华为支付是鸿蒙生态能力与商业闭环的核心组成之一，必须走这条路。”

据分析，华为支付的特点在于依托手机本身，可以直接以手机为工具开展支付，而不是像支付宝、微信、美团等依托于某项应用。数据显示，华为全球终端链接数超过10亿，手机存量用户突破7.3亿，其中蕴含的支付业务发展前景显而易见。“华为钱包月活用户已达1亿。以华为钱包为入口，华为支付发展速度非常快。”马传勇说。从这个意义上讲，尽管都是非银行支付，但华为支付与目前的主流支付又属于两条不同的赛道，各有各的发展方向。

目前来看，华为支付的优势还在于它有望改变居民支付习惯。相比主流支付平台，使用华为支付付款时不必启动相关APP“扫一扫”：基于华为智能硬件和鸿蒙生态，华为推出了“不打开APP就支付”等创新应用。华为还为支付业务打造其他场景入口，包括智能手表和车机支付等。

业内人士认为，华为后续还需注意多方面问题，要看到并不是手机自带支付就自然吸引用户。企业还应为平台建设相应的交易场景，培育用户习惯，重视用户体验，不断推出创新型功能，从而吸引用户使用。

“华为支付最后能‘长’到多大，在多长时间里要占多少份额，华为没有制定具体的商业目标。但随着用户体验升级，设备不断增多，新场景不断覆盖，相信在未来的支付场景和日常生活中，华为支付会成为真正用起来工具，至少是其中之一。”马传勇说。

吕梁山护工、扬州三把刀、四川自贡“彩灯工匠”……劳务品牌已经成为不少地区就业市场上的特色招牌，其中一些品牌传承数百年，近年来日益成为助推发展、改善民生的综合载体。记者近日从人力资源和社会保障部获悉，经过多年实践，全国劳务品牌数量已近2000个。

劳务品牌背后，有着大量鲜活的故事。比如，河南平舆防水工劳务品牌带动就业25万人，仅向北京就输出1.2万人，人均年收入达8万元左右，比建筑业农民工年均收入高出约1万元；甘肃兰州拉面师创办拉面店10万家，满足了街头巷尾消费者的需求，也托起一个个家庭的生计；贵州正安吉他工匠劳务品牌，吸引返乡人员创办吉他生产及配套企业98家，创造岗位10万个，综合产值约百亿元，已成为全球最大的吉他制造基地。

从供给端看，建设劳务品牌是促进高质量充分就业的有效途径。业内人士认为，劳务本身就是就业的代名词，劳务品牌意味着就业容量大，从业人员多，就业更加稳定，收入水平更高，权益更有保障。加强劳务品牌建设，不仅能够创造更多就业机会、拓展就业空间，还能有效提升劳动者技能和收入水平，是高质量充分就业的内在要求。

从需求端来看，建设劳务品牌也是满足民生需求的现实需要。家里要请阿姨看护孩子；新家装修需要装修队；时令到了想吃点地道的美食，市场上选择五花八门，挑哪家？劳务品牌往往更让消费者放心。建设劳务品牌，培养有技能、有诚信的劳动者，提供让群众满意的家政、育儿、养老等各类生活服务，有利于提高生活质量，提升人民群众的获得感、幸福感。

据介绍，当前劳务品牌在分布区域、行业、技能等方面呈现以下显著特点：

区域分布广泛，各省份均有其特色劳务品牌，但主要分布在中西部省份。

行业相对集中，主要在餐饮、家政、手工、建筑、制造、种植养殖等行业，信息传输、软件和信息技术服务以及商务服务等新兴行业也有分布。

技能水平较高。从业人员多数经过职业培训，技能水平普遍高于同行，能够提供较为专业的劳务服务或制作特色产品，还有的品牌制定了行业标准、服务规程。目前，劳务品牌主要由政府部门创建运营，部分由企业、职业院校、培训机构、行业协会等创建运营。

劳务品牌如何做大做强？全国各地均已出台支持政策。吉林省大力开展技能培训，打造“吉林大米农技工”等具有地域特色的劳务品牌；河北、湖北、四川、甘肃等省份及河南鹿邑、贵州正安、云南剑川设立专项资金，对评选认定的劳务品牌给予奖励；陕西认定“西岐名吃”为地理标志品牌；湖北潜江市建立行业组织，制定“潜江龙虾工”行业标准。不少地方认识到，“劳务品牌建设是系统工程、长期工程，需要政府社会同向发力，部门行业相互助力”。

据了解，下一步有关部门和地方将广泛培育劳务品牌，着眼劳务品牌行业特征、区域特色、经营服务模式等，分类打造就业带动类、技能提升类、创业创新类、行业引领类劳务品牌。培育一批劳务品牌龙头企业，组建一批劳务品牌企业联盟，推动劳务品牌做大做强做优。



“六堡茶师”劳务品牌专项赛近日在广西梧州举办，来自全区各地市的119名参赛选手同台竞技。图为参赛选手在现场参加茶叶加工实操技能比拼。

何华文摄（人民视觉）

集中在餐饮、家政、手工等行业，中西部省份更多——

全国劳务品牌数量已近两千个

本报记者 李 婕

大额刷卡、小额扫码、现金兜底

中国持续提升
境外来华人员
支付服务水平

本报北京电（记者吴秋余）近日，中国人民银行召开提升境外来华人员支付服务水平工作动员部署会。会议指出，中国人民银行高度重视支付市场持续健康发展，不断提升境外来华人员支付体验。聚焦境外来华人员支付需求，积极推动开办涉外手机支付业务和境外电子钱包境内使用，持续改善人民币现金使用环境，通过境外银联卡推广、数字人民币业务试点等，丰富

境外来华人员支付服务，并在服务保障重大国际赛事活动和国家区域发展战略过程中积累了好的实践经验。也应看到，在外卡受理环境、移动支付便利度、现金使用等方面仍有待改善，需立足问题导向，持续提升服务水平。

会议要求，各有关单位要全面总结北京冬奥会、成都大运会、杭州亚运会等重大赛事支付服务保障工作经验，按照“大额刷卡、小

额扫码、现金兜底”的工作思路，以丰富支付服务供给、深化支付场景建设为切入点，加快落实各项措施。要增强协同，共同推进改善外卡受理环境、丰富移动支付产品、优化现金服务等重点工作。要统筹做好风险防控与服务优化，全面加强商户和交易真实性管理，保障业务连续性。要加强宣传推广和跟踪调研，持续完善制度、产品和服务。