

扎克伯格终于取道“微信支付”，但与中国支付环境两重天的美国，这条社交支付的道路好走吗？

撰文 | 王别闹

编辑 | 王别闹

出品 | 热浪财经

早在10月23日美国召开听证会之时，扎克伯格已经显示出了对美国建设更现代化的支付基础设施的渴望，他认为美国的金融体系已经“过时了”。

Facebook Pay的诞生

北京时间11月13日（美国当地12日），扎克伯格宣布了推出支付服务Facebook Pay（脸书支付）的计划。

Facebook Pay目前可用于筹款活动、点对点付款、活动门票、游戏内购买等；允许用户直接从银行帐户或信用卡转帐，支持Visa、PayPal及万事达卡；未来将覆盖公司旗下主要四款社交/通讯应用Facebook，Messenger，Instagram和WhatsApp。

Facebook指出，Facebook Pay与其尚未推出的数字钱包服务Calibra是分开的。后者是公司颇受争议的Libra加密货币项目的一部分；强调该应用将使日常的购物、汇款业务更加便捷，同时确保支付信息的安全。

在此之前，Facebook已经允许用户通过Messenger应用汇款，但在Facebook Pay上线之后，用户将可通过Facebook旗下其他应用汇款。

Facebook尝试支付在2015年就开始了。Facebook网站赚取支付基础设施使用费，用户向提供虚拟数字产品的开发者付费后，开发者向Facebook支付相应费用。Facebook在2017年财报中披露，由于在电脑端玩游戏的用户在减少，这部分收入将持续下滑。除此之外，Facebook在其即时通讯应用工具Messenger中提供免费的移动支付功能。

图：Facebook Pay的群收款功能

根据外媒TechCrunch报道，Messenger提供朋友间“转账支付”功能需要用户绑定Visa或Mastercard借记卡，设置交易密码（或者iPhone的TouchID），转账的收款方也需要绑定银行卡。后又

将
个人

间的转账

和付款功能进一步

扩大，推出了适合群体使用的“群收

款”功能

，能允许选择某个成员或多个群成员完成收款。这和微信中的“转账”、“群收款”功能颇为类似。

这意味着Facebook丰富了Messenger原本单一的汇款功能，之后Facebook用户在聊天中需要转账，如分担聚餐或酒吧的账单、AA打车费等，无需进入别的APP如PayPal或Venmo进行支付，这样能将用户尽可能地留在Messenger平台上。根据彭博社报道，2017年11月份Facebook将Messenger的“转账支付”功能推广至英国，Facebook对支付业务的布局越来越广。

图：Facebook Pay的转账功能

2019年6月18日Facebook推出虚拟加密货币Libra，但很快遭到了来自美国政府和其他国家的抵制。Libra或许永无进展，扎克伯格却不想等待。据《纽约时报》今年1月份报道，Facebook计划WhatsApp、Instagram、Messenger保持独立运营的同时，能在用户数据和功能上有更深入连接。3月，扎克伯格称希望Facebook和Instagram引入WhatsApp已有的点对点加密聊天功能。Facebook Pay的运行基础初见雏形。

Facebook Pay自有优势

据脸书今年二季度财报数据显示，Facebook公司

拥有全球人口数量（75.3亿）
的三分之一的用户流量

。其中，上述四款应用的月活用户27亿，日活用户20亿。中国移动支付巨头之一的微信支付，用户数量大概月活11亿左右，可见Facebook做支付的优势所在。

这一优势进一步加强了Facebook Pay与其他支付方式的竞争能力。在美国支付市场，PayPal、Apple Pay、Google Pay、Square等支付方式起步较早，已经占领了部分市场，Facebook Pay作为后起之秀如果无法开辟新的产品思路无法与之抗衡。

Facebook Pay是与微信支付类似的基于社交网络的支付方式，以海量用户为支撑，打通WhatsApp、Instagram、Messenger这些高流量、高日活的APP，一次性激活四个社交网络的用户。所以尽管Facebook没有苹果、Google的硬软件系统作为支撑，也不像PayPal、Square是独立的支付工具，而是以自己的社交网络作为平台搭载支付功能开辟了一条新的突围之路。

Facebook Pay前路如何？

即便Facebook Pay有海量用户基础，但信任度是软件生死的决定性因素，用户不信任再多的用户也不能带来收益。Facebook Pay就面临着严重信任问题。

首先是国外的移动支付环境不利于移动支付的推广。美日欧等国人民对个人隐私数据、数据安全极为敏感，这导致了他们对移动支付接受程度不高。再加上移动支付离不开国家的金融监管制度和监管政策，政府部门要充分评估新的支付方式可能带来的挑战和冲击，所以在传统支付方式发达的美日欧等国，移动支付发展很慢。

再次Facebook Pay缺乏电商基因。在中国，电商数量群体众多，在网上购物已逐渐成为了常态，这带动了移动支付的兴起并不断推动它发展。例如支付宝的发展是基于淘宝的壮大，微信内也聚合了手机充值、Q币充值、搭载购物小程序等应用场景，而Facebook Pay还需要探索更多应用的可能性。

还有Facebook饱受诟病的隐私问题。2018年3月，Facebook就曝出了信息泄漏丑闻，波及人数高达5000万，扎克伯

格为此经历了10小时的国会听证、一年多的媒体棒杀。品牌咨询机构Interbrand发布的“2019年全球最佳品牌报告”中，Facebook的排名跌出前十。但随后，外媒报道称伊利诺伊州居民对Facebook滥用其面部识别数据的事件进行了集体上诉。今年11月份，外媒再次报道Facebook因涉嫌侵犯用户隐私权被当地部门调查。

如果Facebook不能摆脱被看作是一家有窃取用户隐私嫌疑的广告公司，Facebook Pay的命运应该不会乐观。