

沒有現金出門也能吃喝玩樂無障礙？隨着移動支付技術日臻成熟，支付寶、微信等第三方支付平台已經快速滲透到內地人生活的各種場景中，把錢包「放進」手機，隨時掃一掃，無現金生活大踏步地向普通人走來。

■香港文匯報記者 馬琳 北京報道



不知從何時起，周金輝已經習慣了不帶錢包出門的生活。「我這人總是丟三落四，忘帶錢包出門是常有的事，最尷尬的一次是打車，上車後發現沒錢付車費，要同事下樓來解救我。現在好了，就算身無分文，只要帶着手機可以各種掃碼支付，再也不敢忘帶錢包的窘迫了。」

小市民：移動支付最簡單

時下「掃碼付款」已經成為內地最熱門的付款方式，無論是商場或是早餐攤，還是就醫或者交水電費，只要你能想到的支付場景，都能看到移動支付的身影。而以往結賬時收銀員脫口而出的「現金還是刷卡」的詢問，已經悄然變成了「微信還是支付寶」。

周金輝告訴香港文匯報記者，與傳統的現金或者刷卡消費相比，移動支付只需要一部手機就可以搞定



■內地女生周金輝指，移動支付比以刷卡付款程序簡單不少。
香港文匯報記者馬琳 攝

手機支付比例逾五成

由於電子支付為商家和消費者都帶來了諸多方便和好處，移動支付近年迅速在內地普及起來。

中國互聯網絡信息中心發佈的《中國互聯網發展狀況統計調查報告》顯示，截至2016年12月，中國線下實體店購物時使用手機結算的比例已達50.3%。即使在四五線城市，這一比例也分別達到43.5%和38%。

研究機構艾瑞諮詢估計，2016年中國第三方支付移動支付的規模達38萬億元（約5.5萬億美元），而研究機構福雷斯的數據顯示2016年美國移動支付規模為1,120億美元，以此估算

中國移動支付規模已接近美國的50倍。

Analysys易觀智庫發佈的監測報告稱，今年一季度中國第三方支付移動支付市場交易規模達18.8萬億元，其中支付寶和財付通（微信支付+QQ錢包）的市場份額分別為53.70%和39.51%。

支付寶微信交易將超發卡商

風險投資公司GSR Ventures總經理理查德接受媒體採訪時指，數據顯示，螞蟻金服（支付寶）和騰訊微信的交易額在未來一年將超過VISA和萬事達等信用卡公司全球交易的總額。

收銀員：不用擔心假銀紙

在北京一家服裝店裡，收銀員張小姐告訴香港文匯報記者，「現在移動支付的比例大概能佔到80%。其實我們很支持顧客用手機付款，少了很多麻煩，不用擔心找錯錢、收到假幣，晚上盤點的時候看一下入賬記錄就一目了然。」她說，如今付現金的顧客越來越少了，大部分人都會使用移動支付，還有一部分人會刷卡結賬。

小商舖：節省刷卡設備成本

對於一些小商舖來說，移動支付還為他們節省了不少成本。一家美甲店的店主周小姐說，微信或者支付寶支持商家和消費者之間通過簡單可打印的二維碼交易，省去了申請交易設備的繁瑣程序和購買設備的成本。「通過銀行申請一台POS，非常麻煩而且購買設備要1,600元(人民幣，下同)，顧客刷卡消費店家還要付0.6%的手續費；通過微信或者支付寶平台，我們就沒有這些成本。」

不過，自去年3月起，用戶將微信和支付寶賬戶中的餘額提取到銀行卡中需1%手續費。「其實對於我們這種小店，不一定非要把賬戶中的錢全部提現，平時消費掉或者還信用卡等都是免費的。」周小姐說。

無現金生活趨流行

內地移動支付火爆



■移動支付盛行，內地許多人上街時，只帶少量現金傍身。 資料圖片



各支付方式便捷性比較

方式	支付條件	便捷性	成本
微信or支付寶	攜帶手機	方便，低門檻，掃碼即可完成	消費有獎勵金；提現有1%手續費。
儲蓄卡or信用卡	攜帶卡片	一般方便，商家需要購買刷卡設備，消費者輸入密碼、簽字等	消費一般無獎勵，交易環節多，有一定時間成本。
現金	攜帶現金	不方便，需事先準備足夠現金	有丟失、找錯錢或者假幣風險。

製表：記者 馬琳

40%人銀包少於100元

近日，由騰訊研究院、中國人民大學重陽金融研究院、知名調研機構益普索聯合發佈的《2017智慧生活指數報告》顯示，內地有40%的人出門帶現金少於100元(人民幣，下同)；超70%的人稱只能用現金支付時才會使用現金，100元現金可以使用超過一星期；84%的人表示不帶現金、只帶手機出門可以很「淡定」。而認為不帶現金肯定不行的人只有4%。

這組數據讓人看到移動支付給生活帶來的改變：人們出門不帶現金或不用現金，並非意味着不花錢，而是選擇了移動支付

這一新的結算方式。

目前，內地多個城市今年開始推進「無現金城市」建設，年內將逐步實現購物、交通、醫療、教育、社保等多個民生領域的無現金化。《2017智慧生活指數報告》指出，低門檻、自助化、普及化的移動支付，讓便捷、高效進一步滲透到各行各業的毛細血管。

此外，以支付寶為代表的移動支付還成為了「一帶一路」沿線20個國家青年評選出的他們心目中的中國「新四大發明」之一。

「靠臉吃飯」成為可能

支付寶「人臉支付」本月初率先在杭州肯德基KPRO餐廳商用試點，不用手機，消費者刷臉即可完成支付。這是刷臉支付在全球範圍內的首次商用試點。目前，包括支付寶、京東、蘇寧、招商銀行等互聯網公司和銀行一直都在嘗試刷臉支付，未來以刷臉為代表的生物識別技術或將成為移動支付的新時尚。

誤識率低於十萬分之一

螞蟻金服方面表示，支付寶的刷臉支付，是在肯德基KPRO的點餐機上配備3D紅外深度攝像頭，然後在進行人臉識別

前，通過軟硬件結合的方法進行活體檢測。現有的刷臉支付技術，誤識率低於十萬分之一，能有效避免各種人臉偽造帶來的身份冒用情況。

業內人士分析認為，刷臉支付的商用意味着人機交互進入到一個新的階段：用戶與機器的交互手段從最早的電腦，到後來的智慧手機，如今可以脫離設備的束縛，靠人本身就能完成。

不過，支付環節的應用對識別技術的準確率、響應時間和安全性都提出了極高要求，刷臉支付從目前的商用試點到最終普及還有一段路要走。

德勤：中國影業墮「成長的煩惱」

香港文匯報訊 去年的中國電影就像龐然大物，龐大的觀影人數和票房撐起其看似豐滿且結實的外表，然而，因為產業實力薄弱，讓中國電影市場內部宛如泡沫般不堪一擊。德勤最新發佈的《2017中國電影產業白皮書》指出，2016年是中國電影充滿矛盾的一年，中國電影正經歷「成長的煩惱」。一方面，規模幾乎高達世界第一，線下票房達457億元人民幣，居全球第二位，且觀影人次達13.7億，居全球首位；但另一方面，2016年票房增速陡降至個位數，市場寒意陡升。

籲增合拍片彌補技術不足

如今，電影市場已由過去「排片即看」的賣方市場轉變為以消費者為主導的買方市場，電影消費正從「有影可觀」轉向「優良體驗」的品質化需求升級。德勤中國傳媒行業領導合夥人侯珀表示，受惠於近年國家政策的鼓勵和高額資本投入，中國電影製作熱情高漲。在消費升級的帶動下，製作競爭將從「量的競爭」轉型為「質的競爭」，從而推動中國電影產業走向新的轉捩點。

觀眾對優質觀影體驗的需求越來越高，使內地電影製作的專業度不斷提升，「高成

本、大製作」的影片比例逐漸上漲。目前，中國已湧現出鼎DP、Base FX等可媲美國際一流數碼後期和特效的企業。然而，尚有很多細分環節的專業度不足乃至缺失，導致國產電影在品質及完片方面均面臨很大風險，影響中國電影產業的進一步發展。

為了彌補中國電影製作技術的不足，報告建議業界應將國產片推向國際，瞄準國際電影市場並開展全球合作模式。白皮書顯示，在對電影的超高投資(單片投資超過1.5億元人民幣)中，合拍片佔比近八成。合拍片顯示出「高投資高收益」的精品製作模式，為中外創造「雙贏機會」。中國合作方不僅通過「高收益」取得更高的票房收入，更從合作中向外方夥伴學習先進的製作經驗、技術和專案營運理念。

隨着互聯網經濟的深層次介入，2017年第一季度，中國線上購票比例高達82%，線上出票已成為主流趨勢。與此同時，電影票房的高低也離不開電影行銷公司的力量。隨着每年電影產量迅速增長及競爭加劇，片方對整合行銷傳播的需求越來越多，同時也對電影宣傳方暨行銷方的專業度提出更高要求。

IP永遠是泛娛樂產業之路的立足之本。

2016年電影產業增速首次放緩，製片公司尋求以IP本身的「粉絲」基礎快速賺取票房收入，卻忽視了電影的故事性，最終，市場以「虛胖」回擊電影行業。

觀眾要求提升 重視故事

好的電影IP其本質應是呈現富內涵的內容，回歸故事本身的同時借助互聯網平台的資料和技術優勢，從製作到宣傳，滿足不同觀眾的口味。

當外國的電影產業正通過先進的技術蓬勃發展，中國的電影業也開啟了智慧技術的新大門，利用科技推動電影產業的發展。通過引入廣告技術(Ad-Tech)、大數據(Big Data)、人工智能(AI)等新型科技，提高電影製作的效率，同時能進行準確的市場定位，找準對應的消費者群體。

中國的電影之路還很漫長。如果中國電影市場不想再做「虛弱的胖子」，而是電影業「真正的巨人」，首先要找回製作電影的初衷，保持着「講故事」的心境。侯珀認為，當滿足不同觀眾口味的好故事遇上不斷提升的精湛技術，再加上好的行銷策略，中國電影行業定能壯大，票房自然亦會步步高升。

京信通信推ScanViS拓物聯網

香港文匯報訊 京信通信(2342)日前在美國三藩市舉行的美國世界移動大會(MWCA)2017中宣佈，推出電腦視覺人工智能(AI)解決方案系列——ScanViS，專為零售商、酒店營運商和企業設計，以協助他們把握物聯網(IoT)和智慧城市發展帶來的機遇。

辨析顧客資訊助推廣

京信通信在MWCA發表了ScanViS電腦視覺解決方案系列，擁有三項專門化的功能，既可獨立應用，也可結合成為更多元化的解決方案。三項應用分別為：ScanViS Analyze、ScanViS Display及ScanViS ID。

商戶可透過ScanViS Analyze的強大能力，搜集受眾數據，ScanViS可以擷取即時數據來記錄受眾的性別、年齡、表情、停留時間、顧客流量及人數，讓商戶以新的角度來深入了解其營運；對於站在攝影鏡頭前的用戶，ScanViS Display能夠根據其性別、年齡、面部表情、停留時間和當時的時間之特定組合來展示有針對性的廣告或推廣信息；

ScanViS ID則能夠為應用程式檢驗個人的身份，用於存取控制、簽到和重要人物(VIP)識別，該解決方案經過進階訓練的算法，能夠以99.5%的準確率來識別數據庫中的人士。

奠定智慧城市技術基礎

京信通信執行董事兼高級副總裁及京信通信國際總裁楊沛榮表示，智慧城市已經成為了全球政府最關注的重要議題，京信通信已準備好推出最創新及先進的解決方案，不僅為下一代電信的建設滿足各種真正需要，同時為建設智慧城市奠定穩健的技術基礎，以及把握物聯網帶來的嶄新商機。

AI將處理85%顧客互動

根據Research and Markets早前發表的報告，預料全球AI市場的價值將於2020年前達到160.6億美元。而Gartner的業界分析師亦對AI在零售業界的豐富商機感到樂觀，預料在2020年前，這個行業內的85%顧客互動將會由AI處理。