

# AlipayHK冀擴服務應用 搶用家吸商戶

## 儲分獎賞增強App營銷 優惠靈活助滲入各行業



企業訪談

今年第二期消費券剛於上週日（16日）派發予合資格市民，既為零售及餐飲市道注入額外約130億元的消費力，亦進一步推動香港發展數字經濟。螞蟻國際業務大中華區總經理李詠詩接受《大公報》專訪時表示，消費券無疑有助電子支付在香港的發展。她提到，旗下AlipayHK推出新的積分獎賞計劃，為用戶提供更多靈活性，並將增加更多應用場景，包括推出增值的服務。

大公報記者 李潔儀

近年市民對電子支付、電子錢包的接受程度有增無減，由數十元的小額購物，至數千元的旅行套票，亦採納電子的方式支付。

「過去數年，消費券頻頻推出，促進電子錢包使用不斷普及，但『天花板』仍然很高（意指發展空間仍很大）。」李詠詩表示，消費券直接刺激AlipayHK應用程式的日均活躍用戶（DAU）流量，雖然在消費券效應過後的流量會有所下降，但今年所見仍能保持一定流量，能承接消費券帶來的紅利。

### 150萬人用Alipay領消費券

李詠詩認為，市民使用電子支付逐漸形成習慣，加上消費券熱潮，帶動用戶使用電子錢包的模式和習慣，尤其是線上增長較線下更快。她透露，新一期消費券，登記以AlipayHK使用消費券的用戶約150萬人。

AlipayHK在2017年正式開通服務，已覆蓋多個應用場景，不過李詠詩認為，在數字化行業上仍需要很多



▲在澳門使用AlipayHK。

### AlipayHK跨境乘車碼覆蓋面

- 深圳地鐵
- 廣州羊城通
- 佛山廣佛通
- 中山通
- 滴滴出行

### AlipayHK身份認證方法

- 1 點擊左上角的目錄欄「身份認證」
- 2 按頁面提示拍攝香港身份證及確認身份證信息
- 3 完成自拍認證

註：開啟跨境支付功能須先進行身份認證

突破，畢竟目前市場上有多種支付工具，純以支付的維度來看，要將電子支付變成主流方式仍有一段長路要走，更多需要在支付層面上帶來增值的價值。

### 定位與日常生活結合的App

李詠詩指出，AlipayHK定位為「Lifestyle super app」，即以支付作為根基，配合服務和場景，由街市買菜到房屋交租，包含各行業、營銷玩法等一條龍的應用程式。她提到，不單是本地的服務，用戶在中國內地、韓國、新加坡、日本等地，也可用上AlipayHK。

AlipayHK原先採用儲印花換優惠的方式，最近改為以積分獎賞用戶。「香港人最習慣玩儲積分，航空公司有、信用卡有，商場也如是。」李詠詩指出，過去兩年留意到消費者認為優惠不足夠，而且在不同的業務發展階段，需要推動不同計劃，以迎合消費者的喜好和習慣，因此推出全新的積分獎賞計劃。

「積分當錢用，消費時可自動扣減積分，好處在於easy earn easy burn（易賺易花）。」李詠詩認為，有別於一天一印花的玩法，最重要的是「用幾多儲幾多」，相信是對消費者最大的優惠，採用積分方法更能融合商戶的利益和動力。



掃一掃 有片睇



### AlipayHK儲積分玩法

分項	細節
基本用戶	每消費1港元，可自動賺取1個積分
綁定信用卡	連結指定信用卡付款，可同時享信用卡積分或回贈
商戶會員	於合作商戶及商場消費，可同時儲相應會員積分

▲螞蟻國際業務大中華區總經理李詠詩。  
大公報記者蔡文豪攝

## 今年目標的士可掃碼付款

### 行業老化

在迅速發展的電子支付世界，覆蓋面越趨全面，螞蟻國際業務大中華區總經理李詠詩表示，旗下AlipayHK已覆蓋香港逾九成的公共交通工具，惟部分公共交通行業仍未接入，包括的士行業，期望在今年內取得突破。

目前，AlipayHK提供的二維碼「易乘碼」（EasyGo），可應用於港鐵及4間專營巴士營運商，包括九巴、城巴、龍運巴士、新大嶼山巴士，同時，在指定綠色專線小巴及渡海小輪路線亦適用，並正陸續推行至電車。

「最難洽商的是的士行業，AlipayHK

努力中，希望今年有突破。」李詠詩認為，雖然市場對電子支付的認受性越來越高，但的士行業仍然較難切入。

運輸署資料顯示，現時本港有18163輛的士，司機大部分屬於自僱人士，面對行業老化及收入不穩的前提下，司機未必接受電子支付帶來的方便。

除了香港的公共交通工具，為方便用戶到訪內地，AlipayHK已開通深圳地鐵和4個內地城市的公交通車，包括深圳、廣州、中山及佛山。李詠詩提到，畢竟不同城市、不同交通工具是由不同承辦商負責，甚至採用不同的二維碼，



▲AlipayHK已接入深圳公共巴士。因此需時逐個城市洽商推進，冀打通更多內地重點城市。

## 省成本增效率 電子支付為大趨勢

### 新聞分析

李潔儀

電子支付的發展方興未艾，各營運商各出奇招，搶佔市場，配合特區政府積極發展數字經濟發展的策略，行業前景廣闊。特區政府推出多期的電子消費券，大大增加了電子支付的認受性。

根據Worldpay《2023年全球支付報告》預測，到2026年，電子錢包在電商支付市場佔比將增長至37%，取代佔比34%的信用卡，成為全球最主要的網

上支付方式。

事實上，不單是網上消費應用到電子錢包，線下實體店亦加速接納電子支付工具，以迎合市場的趨勢。正如財政司司長陳茂波所言，隨着電子支付的快速發展，現在可說是加速企業數字化轉型的黃金時機，以助其降低成本、提升效率及增加收入。

目前，大部分零售商店已接入電子支付工具，方便消費者支付，便利商家結賬。不過，仍然有部分商家拒絕使用

電子支付，例如習慣收現鈔的小商販、街市攤檔、的士出租車等，推動各行各業數碼化轉型還要各方努力。

與內地市場相比，香港在發展電子支付確實遲起步，即使落後一步，也不代表沒有後來趕上的機會。消費券已令大眾習慣電子消費模式，未來電子錢包的使用將有增無減，作為國際金融中心的香港，只要能持續推進電子支付領域的應用和普及程度，就能早一步邁向無紙化社會。

## 小米擬增印度門店 爭奪手機市場

【大公報訊】小米（01810）印度公司總裁Muralikrishnan B.接受外電訪問時表示，連續多年大舉押注電子商務之後，該公司將專注於提升印度零售店的銷售。小米計劃擴大印度門店數量，目前為1.8萬家，並加大與手機銷售商合作，提供其他產品，如小米電視或安全攝像頭，冀挑戰三星，重奪當地智能手機銷售首位。

### 目標兩年增兩倍銷售員

Muralikrishnan B.表示，小米的線下市場地位遠低於線上，在線下市場，其他競爭對手做得相當好，他們擁有更大的市場份額。除擴大門店數量外，他指，公司的目標是到2024年

底，銷售員人數將較2023年年初增加兩倍，達到1.2萬人。

市場研究機構Counterpoint Research的數據顯示，今年小米在印度的銷售額中僅有34%來自零售店，其餘都來自線上銷售。線上銷售一直以來都是小米的主要銷售渠道。相比之下，三星57%的銷售額都來自實體店。

數月前，小米在印度市場的手機一哥地位被三星取代，三星擁有更多的高端手機產品組合，現在這種機型比較流行。這家韓國巨頭在印度擁有20%的市場份額，而一直專注於經濟型手機的小米只佔16%。

小米在印度市場另一大挑戰，是

當局去年指控公司透過特許權使用費向外國實體非法匯款，並凍結其6.73億美元銀行資產，小米否認存在不當行為。Muralikrishnan B.回應指，有信心公司的立場獲知悉和驗證。

### ToB業務副總裁傳跳槽愛奇藝

內地媒體引述內部消息人士報道，小米ToB（平台對商業用戶）業務副總裁白鵬近期已離開小米，加入愛奇藝旗下VR公司「夢想綻放」，出任CEO一職。

愛奇藝「夢想綻放」原CEO熊文已離開崗位。伴隨白鵬的空降入職，據悉「夢想綻放」亦出現一系列調整。該公司接下來會將發展重心從ToC（平台對消費者）端VR一體機調回ToB。

### 騰訊音樂葉卓東辭任

此外，騰訊音樂（01698）公布，由於個人原因，葉卓東已辭任公司首席戰略官及其他相關職務，自2023年8月31日起生效。葉卓東將協助公司完成其工作職責的順利過渡。公告指，葉卓東的辭任並非因與公司的任何糾紛或分歧所致。

葉卓東在新聞稿稱，未來會在海外花更多時間陪伴家人，但無論身在何處，始終對TME團隊以及公司作為中國在線音樂與音頻娛樂領航者的巨大潛力充滿信心。

## 先正達發A股 中東基金洽投資

【大公報訊】農業巨頭先正達集團（Syngenta Group）上月已通過在上海主板上市，外電報道，中東主權基金正洽商成為其基石投資者。

外電引述消息人士表示，先正達的顧問已與阿布扎比投資局（ADIA）、沙特的公共投資基金（PIF）等主權基金，正與擔任先正達上市顧問的投行磋商成為先正達基石投資者。

報道並指，規模達2800億美元的阿聯酋阿布扎比主權財富基金Mubadala正擴大在中國業務及尋找投資目標。

作為農業巨頭，數據顯示，2021年先正達在全球植保行業排名第一、種子行業排名第三、在數字農業領域處於領先地位。先正達原於今年3月29日科創板IPO上會。5月從科創板轉戰賽道到上交所主板上市。從5月19日，上交所開始受理先正達的主板上市申請，至

6月16日IPO上會，順利過會，先正達僅用了28天。先正達是次募資規模為650億元人民幣（約708億港元），順利上市後，將成為2010年農業銀行之後A股最大IPO。

外電引述中東的學者指出，中東國家從經濟活動上，顯示出外交政策出現轉變，轉為尋求與中國建立更密切關係，淡化與美國關係。



▲先正達2021年在全球植保行業排名第一、種子行業排名第三。

## 攜程發布AI大模型「攜程問道」

【大公報訊】攜程集團（09961）發布首個旅遊行業垂直大模型「攜程問道」，該項目篩選200億高質量非結構性旅遊數據，結合現有實時數據進行自研垂直模型的訓練。

當用戶提出想法，「攜程問道」

即可從地域、主題特色等方面，推薦旅行目的地、酒店、景點、行程規劃和即時優惠；在用戶需求相對明確時，提供智能查詢結果，即用戶可用文字和語音以自然語言長句形式進行條件複雜的機票和酒店產品查詢。



▲小米目標是到明年底，印度銷售員人數將較今年初增加兩倍，達到一萬二千人。