

『羊城通』能『通』往哪些支付领域？



一、羊城通简介

日前，全国各大中城市的公交网络都已拥有一套比较完善的电子支付系统，在这一系统消费需求日渐饱和的情况下，各地的公交“通”经营者都希望能够进入其他的消费支付领域。广州的羊城通早已在公交车、地铁、过江渡轮、出租车等交通领域中站稳脚跟，还初步尝试在部分麦当劳店、200电话卡、校园饭堂设立支付网络。在广州，已有300多万人拥有羊城通卡，在公交领域的支付需求已经没有太大的空间。在这种情况下，羊城通公司提出了“公交通”、“电信通”、“商务通”的“三通”发展战略，试图拓展其消费支付领域。

从一张普通的交通卡向其他的消费支付领域延伸，这在香港和日本都是有成功的先例。香港的“八达通”在市面流通已超过1千1百万张，每天处理的交易金额超过7百万美元，即每年22亿美元（合港币172亿）。八达通除覆盖全港多种公共交通工具外，还与296间服务供应商进行合作，其应用范围已包括停车场、快餐店、饼

◇ 林升栋
伍秋萍
庞翠钰
李春霞

林升栋，广州中山大学管理学院市场学系讲师，在职攻读心理学博士学位。本文关于羊城通、八达通的资料均来自其企业网站。

店、便利店、超级市场、个人护理商店、自动售卖机、公众电话亭、影印机、戏院以及学校及预定康乐设施等。

基于香港八达通的成功经验及地域文化上的相似性，广州羊城通公司也提出了“一卡通”的新理念，试图囊括中低消费领域，具体包括以下项目：

1. 政府、学校、企事业单位、社团管理项目：

员工卡、门禁系统、考勤系统、网络管理功能、保安巡更系统等单位内部管理项目。

2. 社区、住宅小区管理项目：

内部门禁系统、停车场收费系统、会所消费系统、社区巴士消费功能、保安巡更管理、网络功能、互联互通功能等内部管理项目。

3. 会员积分管理项目：

互联互通功能、专卖店（会所）消费系统、会员积分管理功能。

4. 公共设施：

各城市公共交通行业、路桥隧道、体育馆、文化宫、医院、停车场、路边咪表、公用电话、公用厕所、自助机等政府投资建设管理设施项目。

5. 商业小额消费项目：

报刊、邮资、商场、便利店、超市、快餐、自动售货机、书店、车辆加油等市场商业领域项目。

6. 服务行业小额消费项目：

彩票销售点、公园、旅游景点、电影院。

二、问题提出

然而，羊城通能够实现其“四通八达”的愿望吗？初步的消费者访谈表明，即使在中低消费领域，人们也存在“分类”管理费用支出的行为，比如家庭电费、煤气费、水费、电话费，往往是一卡（折）一费，账目对应清楚，便于查询。这样，使用“一卡通”的便利性与支出管理的明晰性之间就存在着矛盾。羊城通能“通”往哪些支付领域？哪些领域比较容易为消费者所接受，而哪些领域比较难以接受，其背后的心理障碍又是什么呢？了解这些问题，有助于羊城通公司确定进入项目领域的先后顺序，并针对消费者的心理障碍制订出有效的营销策略。

三、研究程序与结果

本研究的调查样本为40人（广州市民），男女各占一半，年龄分布从20~55岁，职业分布有银行职员、个体户、销售人员、商品检验师、打字员、教师、学生等。

本研究借鉴了Q分类技术，先按照消费领域（衣、食、用、住、行、玩）和消费金额（高、中、低）两个维度分成52种常见的消费情境：

A类、衣

- A11 到高级时装专卖店（皮尔卡丹）
- A12 到高级服饰专卖店（法国名牌）
- A13 名牌皮包（Chanel）
- A21 职业时装（Free Bird, U2, G2000）
- A22 运动名牌消费（Nike, Addidas, Puma）
- A23 品牌提包（Mickey, Teenmix）
- A24 名牌鞋子（Nike, Addidas）
- A31 大众品牌（Baleno, S&K）
- A32 普通小包

B类、食

- B11 到高级酒店进餐（白天鹅宾馆）
- B12 到中档酒楼进餐
- B21 到大排档吃饭
- B22 到咖啡厅消费
- B31 到快餐店就餐（麦当劳）
- B32 到茶餐厅进餐
- B33 路边小吃（章鱼小丸子）
- B34 到糖水店喝糖水

C类、用（假想在某大型超市中）

- C11 购买电视机、VCD等电器
- C12 手机
- C13 购买空调
- C21 购买耳机等小件器件
- C22 沐浴露，洗发水
- C31 纸巾等用品
- C32 蔬菜，水果，面条等食物
- C33 小食品（饼干、巧克力等）

D类、住

- D11 高级宾馆（四星，五星，比如白天鹅宾馆）

- D21 中档旅馆（三星、二星）
 D31 招待所或青年旅馆
 D41 每月或季度租房缴费
 D51 每月或季度缴纳物业管理费
 D61 缴纳水电费
 D62 缴纳煤气费
 D63 缴纳电话费
 D64 缴纳电视费
 D65 缴纳网络费

E类、行

- E1 乘坐飞机
 E2 乘坐火车
 E3 机场高速、路桥隧道收费、高速公路收费
 E4 长期停车场的租用
 E5 车辆加油
 E6 打的（坐计程车）
 E7 临时停车场费用
 E71 乘坐地铁
 E72 乘坐公共汽车
 E73 坐轮渡（非游览，交通而已）

F类、玩

- F1 演唱会票（100元以上）
 F21 唱K
 F22 蹦的
 F23 夜总会
 F3 公园门票（10元~40元）
 F4 电影票（10~40元）
 F5 游戏厅

这些消费情境分类除用类跟食类稍有交叉外，基本上没有什么交叉。用类的食品是买回家消费，而食类主要是在外面消费。为了让被试能够区分出高、中、低额消费，有些消费项目还特别加注，这样不会让被试无所适从。

接着我们又将常用支付手段分为4种：银行卡（以牡丹卡为例进行功能介绍）、羊城通、现金、其他。调查步骤如下：

步骤一：请被试根据他的实际行为选择，“您觉得对于卡片上的购买物品或者情境，您最可能使用的支付方式是以下哪一种？（这里有4种支付方式：银行卡、羊城通、现金、其他）”

（主试出示4张卡片，并分别做介绍，卡片上同时附有其功能）



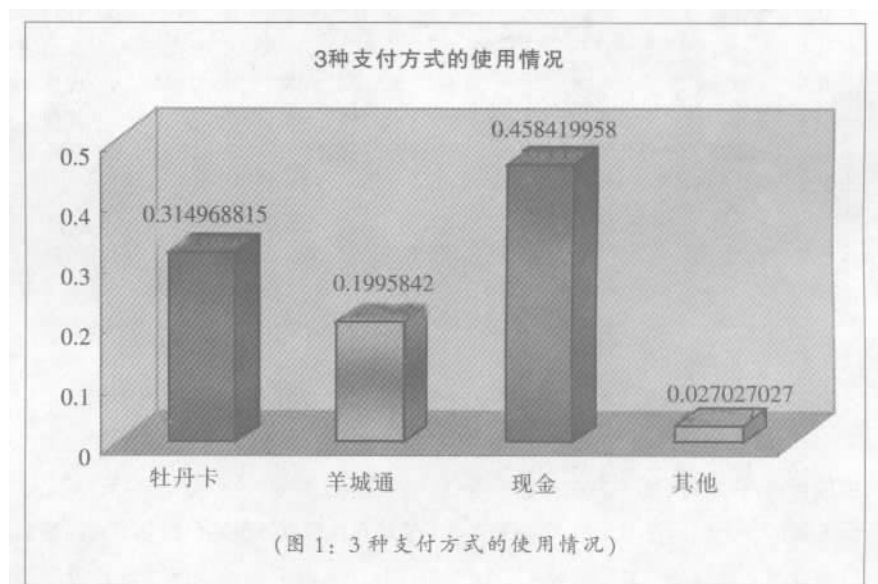
“如果您明白的话，请开始。每张卡只能归入一类。如果对于某种消费行为您有多种支付方式，请选择您最常用的或者是最可能用的。中途如果有不明白的地方，可以随时询问主试。”

步骤二：对放入“羊城通”的一叠卡片进行排序，分别代表“对于该消费项目第一倾向使用羊城通，第二倾向，第三倾向……”

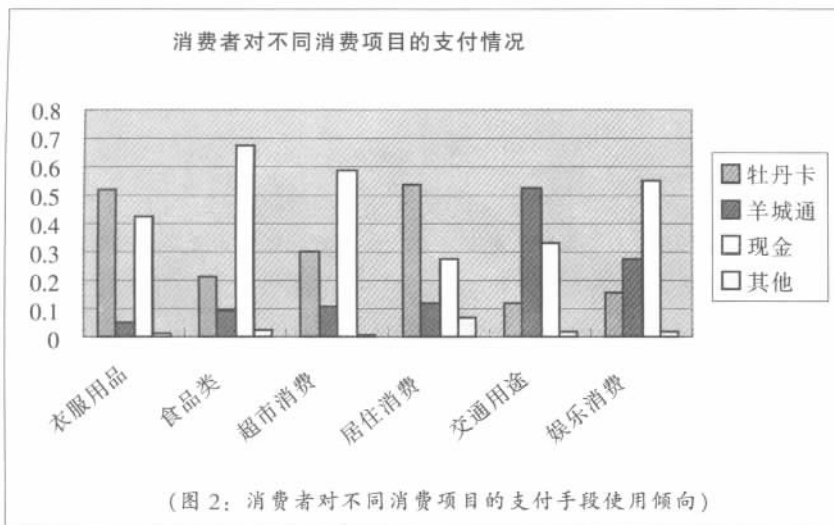
步骤三：对于放入“羊城通”的卡片中排在前3位的项目，问被试“对于这3个项目，为什么你会最倾向于使用羊城通而不是银行卡或现金呢？”；同时对置于“银行卡”和“现金”的项目，询问“为什么这些项目，你不选择羊城通，而选择银行卡和现金呢？”

步骤四：“被试一些基本资料的调查，包括年龄，月收入等”

研究结果显示，在这4种支付方式中，人们最愿意使用现金来支付（45.8%），其次是银行卡（以牡丹卡作示范，占31.5%），再次为羊城通（约占20%），其他方式所占的比重则微不足道。（见下图1）



至于衣、食、用、住、行、玩 6 大类，对于食品类（吃）、超市消费（用）、娱乐消费（玩），人们更倾向于使用现金；对于衣服用品、居住消费，人们则比较倾向于使用银行卡（如牡丹卡）；在交通用途方面，人们对羊城通更为青睐。（见下图 2）



至于消费金额高低是否会影响人们所采用的支付手段，结果显示：对于高消费项目，人们更倾向于使用银行卡；而中低消费项目，人们更愿意使用现金和羊城通。（见下图 3）

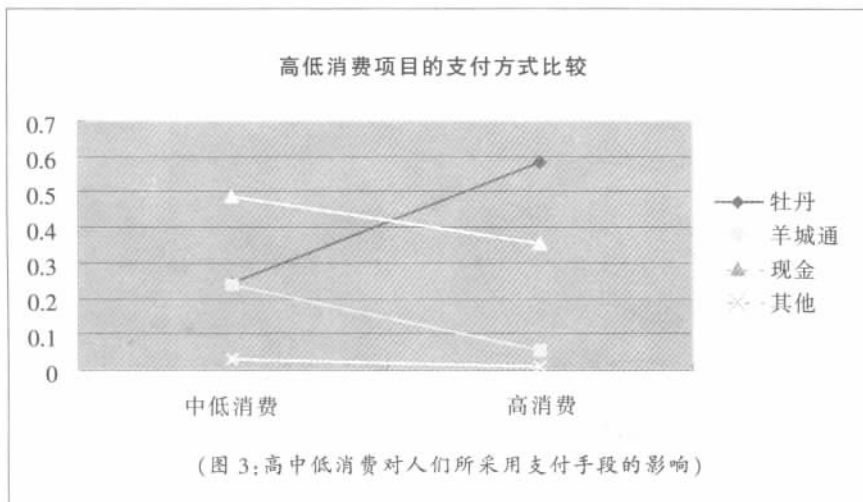


图 2 的数据显示，羊城通无疑以其便利的优势占据了“交通市场”，然而，本研究所关注是除交通类以外的项目是否具有市场潜力的问题，在衣、食、用、住、玩 5 类中，人们对在“玩”类消费中使用羊城通有较高的接受度。在具体的消费情境中，C31、C33、F3、F4

和 F5 相对于其他消费项目，有更多的人倾向使用羊城通。这 5 个项目分别是：

- C33 小食品（饼干、巧克力等）
- C31 纸巾等用品
- F3 公园门票（10 元~40 元）
- F4 电影票（10~40 元）
- F5 游戏厅

步骤三的开放式问题结果则显示，虽然羊城通有使用方便、无需找零、避免假钞等优点，但在向其他支付领域扩展时也有以下障碍：

1. 在小额消费领域，人们习惯于使用现金，还没有用羊城通消费的习惯；
2. 从银行卡转账到羊城通会很麻烦，不如直接用银行卡；
3. 用银行卡消费有积分，

- 而且比较“正规”；
- 4. 不记名，不能挂失，没有保障，不能存入较多钱；
- 5. 不安全，无账可查；
- 6. 不敢用，没有签名不知道自己钱花在哪里。

四、总结

由此我们可以做出以下结论与建议：羊城通适合中低消费，先往娱乐、超市消费领域发展最易得到消费者的认可；从羊城通产品本身而言，应当改变以往不记名、不挂失的方式，为使用者提供更多的保障；通过广告教育培养大众使用羊城通消费的习惯；采用类似“积分”的促销方式鼓励

消费者多使用。本研究的缺陷：一是样本的问题，数量较少，影响了结果的可推广性；二是对那些消费项目的分类有部分交叉之处，这主要是因为现实的消费情境确实有很多，有时难以用一个标准决然分开，而且还有些情境未能包括进来。◆