

『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）



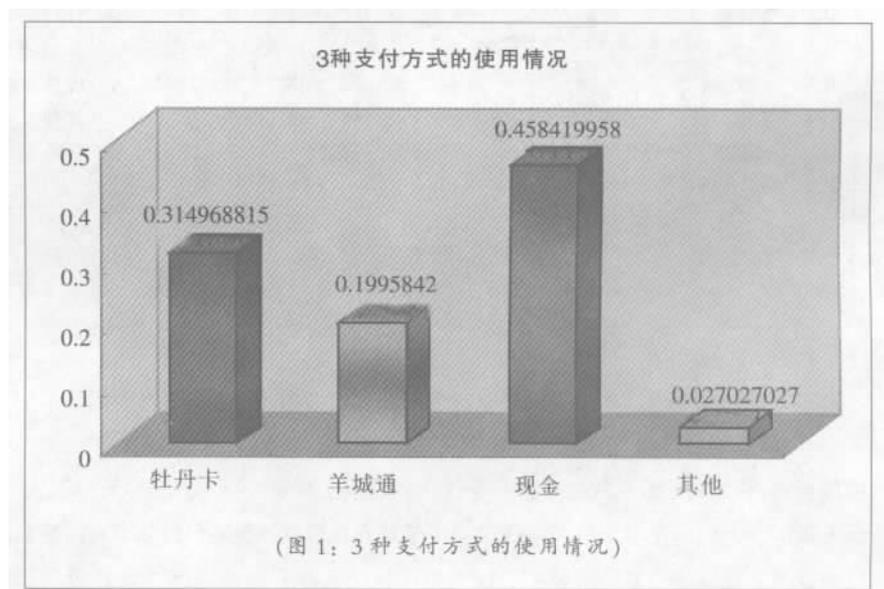
“如果您明白的话，请开始。每张卡只能归入一类。如果对于某种消费行为您有多种支付方式，请选择您最常用的或者是最可能用的。中途如果有不明白的地方，可以随时询问主试。”

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……”

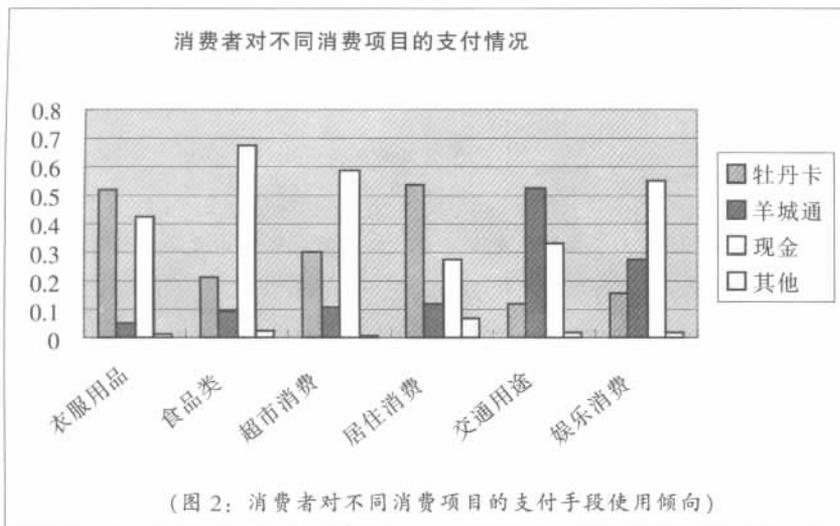
步骤三：对于放入“羊城通”的卡片中排在前3位的项目，问被试“对于这3个项目，为什么你会最倾向于使用羊城通而不是银行卡或现金呢？”；同时对置于“银行卡”和“现金”的项目，询问“为什么这些项目，你不选择羊城通，而选择银行卡和现金呢？”

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）

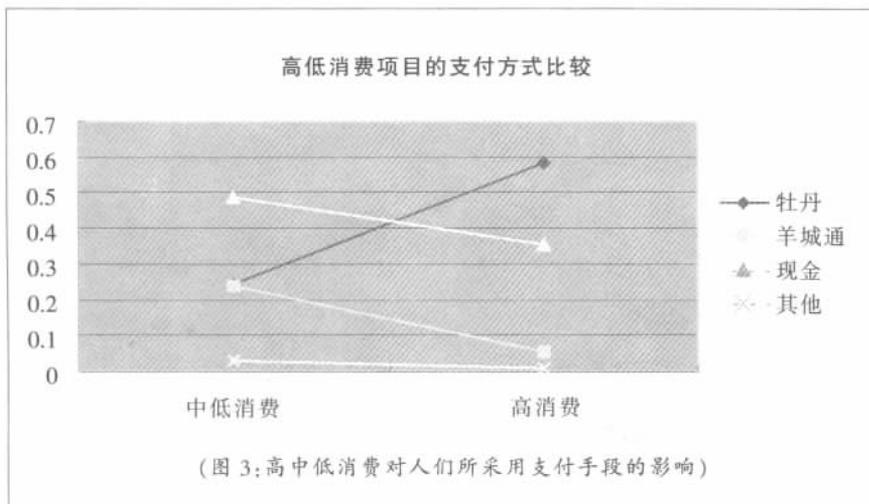


至于衣、食、用、住、行、玩 6 大类，对于食品类（吃）、超市消费（用）、娱乐消费（玩），人们更倾向于使用现金；对于衣服用品、居住消费，人们则比较倾向于使用银行卡（如牡丹卡）；在交通用途方面，人们对羊城通更为青睐。（见下图 2）



(图 2: 消费者对不同消费项目的支付手段使用倾向)

至于消费金额高低是否会影响到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 3: 高中低消费对人们所采用支付手段的影响)

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。◆