

“微支付”的时代是否已经到来？

——微支付的社交网站

宠物社区(Pet Society)是 Facebook 上最流行的社交游戏之一，用户在里面可以花 1 美元购买一顶数字帽子，来装扮自己的虚拟宠物。这 1 美元或许只是笔小钱，但宠物社区这种推销单价 1 美元数字饰品的生意，却因每月 1000 万的活跃用户而红火起来。

越来越多的互联网用户愿意在宠物社区和其它数以千计的网络游戏中，支付小额费用来购买这些虚拟商品。社交游戏开发商 Serious Business 副总裁查尔斯·哈德森(Charles Hudson)表示，网络游戏的全球市场价值合计超过 20 亿美元。

几个行业认识到“微支付”(Micropayment)可成为一种利润丰厚的业务支撑模式，网络游戏业是其中之一。

如今，新一代网上商店正在销售供 iPhone 和黑莓(BlackBerry)等智能手机使用的应用软件。苹果(Apple)应用软件商店(App Store)的软件下载次数逾 10 亿次，其中大部分软件是免费的，但也有许多软件单价在 1 至 10 美元之间。

用户之所以愿为通信和应用软件支付小额费用，是因为它们提高了生产力或提供了娱乐。

网络游戏也是如此，用户愿意花些零钱来获得游戏体验，这就像玩街机一样。支付业咨询公司 Glenbrook Partners 的管理合伙人斯科特·洛夫特尼斯(Scott Loftesness)表示，就网络游戏而言，“你主要是与上瘾打交道”。

游戏玩家如此沉迷于游戏体验，以致“他们对[付费]的抵抗力有所下降”。另一方面，尽管人们似乎乐于为娱乐付费，但许多人却认为“资讯应该免费”。这就是为什么即使在游戏公司和数字内容供应商大赚特赚的时候，网络出版商仍难以说服读者付费阅读每条新闻报道。洛夫特尼斯说：“我依然不愿意为阅读新闻报道付费。我对新闻并未上瘾，而且我可以在其它地方看新闻。”

为了服务此类在“微交易”(Microtransaction)中生意兴隆的企业，新一代公司如雨后春笋般涌现，它们提供支付系统，并力图利用这一新兴市场获利。这些新的支付系统把重点放在让用户更方便地进行大批量小额支付的流畅体验上，而非放在需要用户为每笔交易输入帐单信息的信用卡网上购物上。

一家名为 Spare Change 的公司允许人们使用信用卡购买点数，这些点数可用来兑换数家社交网络的数百种应用软件。举例来说，用户可花 10 美元购买 500 个点，然后可用这些点去玩游戏或购买虚拟商品。Spare Change 成立仅 15 个月，目前正朝着年内处理 3000 万美元交易的目标挺进。

前几代的“微支付”处理公司都宣告破产。上世纪 90 年代，FirstVirtual、CyberCash 和 DigiCash 等公司都进行过为互联网小额大批量交易提供便利的尝试，但都以失败告终。

二十一世纪初，BitPass 和 Peppercoin 再次进行了尝试，但未能发展起来。许多这类公司的支付系统都运转良好，但没一家处理到足以维持生计的支付量。过去，数字内容市场根本未大到足以支撑支付处理商生存环境的地步。Serious Business 的哈德森表示：“微交易的用例从未像其所基于的技术一样出色。”

谷歌(Google)首席执行官埃里克·施密特(Eric Schmidt)上月呼吁，报纸应为自己的网站采取一种“微支付”模式。他表示，向每篇文章的在线阅读收取小额费用，或许能帮助出版商逃过广告收入骤减的劫难。施密特的呼吁重申了沃尔特·艾萨克森(Walter Isaacson)近期在《时代》杂志(Time)上撰文提出的观点。艾萨克森写道：“我们需要某种像数字硬币或快易通(E-ZPass)数字钱包那样的东西。”应该建立“一种界面极为简单的‘一键式’支付系统，让读者产生购买报纸的冲动。”美国数家免费提供内容的出版商已暗示，它们或许会启动内容收费。一家由数名媒体业高管创建的新公司——新闻在线(Journalism Online)——将推出一个电子商务平台，新闻网站可使用这个平台来对每篇文章收费。不过，即使“微支付”在社交网站与网络游戏上发展起来，历史经验仍表明，这一模式在报纸上或许

不会运转得那么顺利。人们希望网络新闻免费，同时新闻能迅速在网络上传播。