

# CSF 이슈분석



2017-44

「비즈니스」

## 애플페이가 중국에서 어려운 이유

주요 이슈

서봉교 교수

동덕여자대학교 중국학과

### 주요내용

- (이슈) 애플페이(apple pay)가 중국에 진출한 이후 1년이 지났지만, 당초 예상과 달리 초라한 성적을 거두고 있음.
- (원인1) 애플페이를 이용하기 위해서는 아이폰 모델이나 매장의 단말기 등의 하드웨어를 업그레이드 해야 하는 불편함이 있음.
- (원인2) 중국 소비자들은 이미 QR코드를 사용한 간편한 모바일 지급결제 시스템에 익숙해져 있음.
- (원인3) 알리페이와 텐센트 웨이신즈푸는 이미 다양한 영업과 결합되어 강력한 생활금융 서비스플랫폼으로 자리 잡고 있음.
- (시사점) 애플페이가 중국시장 진출에 어려움을 겪고 있는 것은 향후 삼성페이가 중국시장에 진출할 경우에도 많은 시사점을 제공할 수 있음.

## 1. 이슈 현황

### ■ 애플페이(apple pay)가 중국에 진출한 이후 1년이 지났지만, 당초 예상과 달리 초라한 성적을 거두고 있음.

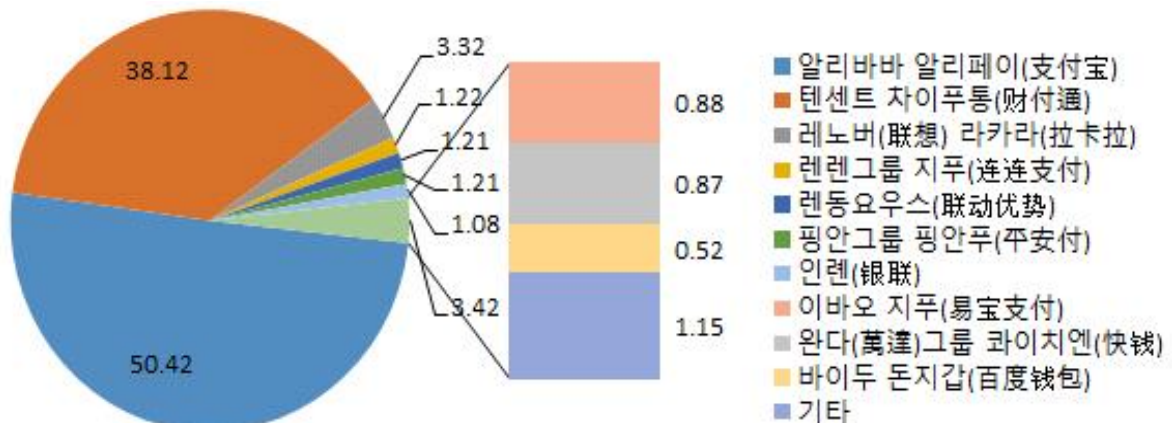
□ 애플은 2015년 2월 18일, 아이폰을 이용한 지급결제 시스템 애플페이 서비스를 중국에서도 시작하였음.

- 애플페이는 애플사가 제공하는 모바일 지급결제 및 전자지갑 서비스로, 2014년 10월 미국에서 서비스를 시작한 이후 이미 전 세계 10여 개국 이상에서 서비스를 제공하고 있음.
- 애플페이는 중국내 애플사의 아이폰 사용자들이 애플페이를 사용할 것으로 예상하여, 단기간 내에 중국내 3대 지급결제 수단으로 부상할 것으로 전망하였음.
- 애플페이는 2014년 10월 서비스를 시작한지 2년 만에, 미국 내에서는 모바일 지급결제 시장 점유율이 40% 가까이 되는 1위의 지급결제 수단으로 부상하였음.

□ 하지만 중국내 서비스 개시 1년이 경과한 현재 애플페이는 중국내 스마트폰 지급결제 시장에서의 점유율이 1%에 불과한 상황임.

- 2016년 3/4분기 기준으로 중국 스마트폰 지급결제 시장의 50.42%를 알리페이(支付宝)가 차지하고 있고, 38.12%를 웨이신(微信支付)이 차지하고 있음.
- 반면 애플페이와 연동되어 있는 인렌(銀聯)의 시장점유율은 1.08%에 불과함.

그림1. 중국 모바일 지급결제 시장점유율(%)



자료 : 易观 database

## 2. 원인과 분석

### ■ (원인 1) 애플페이를 이용하기 위해서는 아이폰 모델이나 매장의 단말기 등의 하드웨어를 업그레이드해야 하는 불편함이 있음.

- 애플페이는 근거리이동통신(NFC) 방식의 모바일 지급결제 시스템으로 애플사의 아이폰을 매장의 단말기(POS)에 접속하는 방식으로 결제됨.
  - 근거리이동통신(NFC: Near Field Communication) 방식은 10cm 이하 근거리에서 무선 통신 데이터를 주고받는 방식으로 데이터 보안기술 측면에서 가장 뛰어난 모바일 지급결제 시스템이라고 평가
- 하지만 애플페이를 이용하기 위해서는 이 기능을 탑재한 아이폰의 최신 모델이 필요하고, 매장에서 기존 단말기(POS: Point of Sales)를 NFC 기능을 갖춘 새로운 단말기로 교체하거나 소프트웨어를 업그레이드해야하는 불편함이 있음.
  - 매장의 POS 단말기의 교체비용은 일반적으로 가맹점이 부담하고 있기 때문에 중국 내에서는 대형 매장이나 일부 특수 매장을 제외하고는 POS 단말기 교체가 빠른 속도로 이루어지고 있지는 않은 상황임.

### ■ (원인 2) 또한 중국 소비자들은 이미 QR코드를 사용한 모바일 지급결제 시스템에 익숙해져 있기 때문에 애플페이의 장점을 인식하지 못함.

- 현재 중국 모바일 지급결제 시스템을 양분하고 있는 알리바바의 알리페이(支付宝)와 텐센트의 웨이신즈푸(财付通)는 모두 QR코드 기반의 모바일 지급결제 시스템으로 스마트폰 기기의 제약이나 단말기(POS)의 업그레이드가 필요하지 않음.
  - 간단하게 비교하자면 이들은 애플페이처럼 스마트폰 하드웨어 기반이 아니라 소프트웨어 앱(App)을 기반으로 서비스를 제공하고 있는 것임.
- 더구나 텐센트의 웨이신즈푸는 POS 단말기조차 필요 없이 SNS 기반의 QR코드를 이용한 간단한 계좌이체 방식으로 모바일 지급결제가 이루어지고 있기 때문에 길거리 노점상에서도 현금 없이 간단한 금융거래가 가능하도록 만들었음.
  - 이에 따라 텐센트의 모바일 지급결제 시장 점유율은 2015년 4/4분기 17.4%에 비해 2016년 3/4분기 시장점유율이 38.12%로 급상승하고 있음.

- (원인 3) 애플페이는 인롄(銀聯)과 연결하여 은행카드와 연동하고 있기 때문에 다양한 서비스제공에 제약이 있는 반면 알리페이와 웨이신즈푸는 이미 생활서비스 금융플랫폼으로 급부상하였음.

- 알리페이와 웨이신즈푸는 이미 우버택시 앱과 연계되는 등 알리바바와 텐센트의 다양한 사업 영역과 밀접하게 결합
  - 더구나 알리바바와 텐센트가 이미 온라인 전문은행을 보유하고 있기 때문에 향후 더욱 다양한 금융서비스 제공이 가능할 것임.
  - 반면 애플페이는 은행카드와 연동된 단순한 지급결제 서비스에 국한되어 있기 때문에 중국 소비자들의 높아진 기대를 충족하기 어려운 상황임.

### 3. 전망과 시사점

- 애플페이가 중국시장 진출에 어려움을 겪고 있는 것은 향후 삼성페이가 중국시장에 진출할 경우에도 많은 시사점을 제공할 수 있음.

- 삼성페이 역시 애플페이와 마찬가지로 삼성의 갤럭시 스마트폰 기반의 근거리이동통신(NFC) 모바일결제 방식을 채택하고 있음.
  - 기존 갤럭시 스마트폰 사용자들이 삼성페이를 이용할 것이라는 기대는 중국 모바일 지급결제 시장의 현실에서는 어려운 기대임.
- 중국 알리바바의 알리페이나 텐센트의 웨이신즈푸 등이 기존사업 영역 또는 새로운 생활서비스 영역과 결합되어 강력한 생활금융 플랫폼으로 성장하고 있는 현상을 면밀히 연구하고 이러한 변화가 금융 산업 전반에 미치는 영향에 대비하여야 함.
  - 이는 기존 은행 중심의 금융시스템과는 다른 형태의 금융서비스가 향후 금융 산업에서 중요한 성장 원동력이 된다는 것을 의미하기 때문임. CSF

#### 출처

“Apple Pay入华一周年，这次苹果被中国支付军团咬了一大口”，2017年02月22日，  
<http://tech.sina.com.cn/mobile/n/n/2017-02-22/doc-ifyarccf5342953.shtml>  
2016年第3季度中国第三方支付移动支付市场交易规模分析，易观，2017-01-06，  
<http://www.askci.com/news/hlw/20170106/17492186713.shtml>

💡 CSF의 사전 동의 없이, 상업 상 또는 다른 목적으로 본 이슈분석의 내용을 전재하거나 제 3자에게 배포하는 것을 금합니다. 본 이슈분석에 대한 저작권 책임은 저자 본인에게 있으며 KIEP 및 CSF의 공식적인 입장을 대변하고 있지 않습니다.