

第 3 章

第三方支付

本章目标

- 掌握第三方支付的定义、业务范围及模式。
- 掌握第三方支付的发展历程、运作原理及政策环境。
- 了解第三方支付风险及网联模式。
- 了解银行卡收单和预付卡的发行与受理。
- 掌握第三方跨境电子支付的定义与发展现状。
- 掌握第三方跨境电子支付对跨境电子商务发展的影响。
- 掌握第三方跨境电子支付业务模式。

本章简介

随着时代的进步，人类生活方式逐渐发生着改变，这其中的影响因素，包括手机、网络和电子商务以及支付手段。用 E-mail 来进行网上支付；打个电话报上信用卡号就能预订机票；用手机上网交水费、电费、煤气费等。在我们还没有完全适应从纸制货币进化到“塑胶货币”（信用卡）的今天，网络银行、手机钱包等第三方支付工具已经悄然在改变着我们的生活方式，同时也蕴含着巨大的商机。

本章将重点讲解第三方支付的定义、业务范围、模式、发展历程、运作原理及政策环境，银行卡收单和预付卡的发行与受理和第三方跨境电子支付。





@ 3.1 第三方支付概述

3.1.1 第三方支付的定义与分类

1. 第三方支付的定义

关于第三方支付的定义,有狭义和广义之分。狭义上第三方支付是指具备一定实力和信誉保障的非银行独立机构,借助通信、计算机和信息安全技术,采用与商业银行签约的方式,在用户与银行支付结算系统之间建立连接的网络支付模式。

广义上第三方支付是指非金融机构在收付款人之间作为中介机构提供下列部分或全部货币资金转移服务,具体包括网络支付、预付卡的发行与受理、银行卡收单和中国人民银行确定的其他支付服务。

“第三方”是指这些平台本身并不拥有这些资金的所有权,而是起到中转作用。它本身是用来解决不同银行卡的网上银行对接,以及异常交易所产生的信用缺失问题。通过提供线上与线下支付渠道,实现从消费者到商业银行之间的货币支付、资金清算、查询统计等过程。

2. 第三方支付业务范围及相关概念

如图 3.1 所示,第三方支付业务范围主要包括网络支付、银行卡收单以及预付卡的发行与受理。

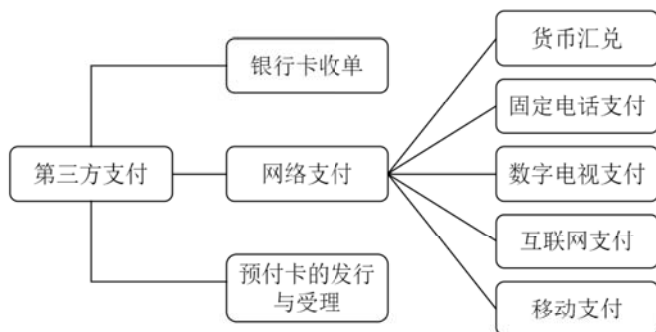


图 3.1 第三方支付业务范围

1) 网络支付

网络支付是指依托公共网络或专用网络在收付款人之间转移货币资金的行为,包括货币汇兑、固定电话支付、数字电视支付、互联网支付和移动支付等。

(1) 货币汇兑是指支付机构通过银行为小额电子商务(货物贸易或服务贸易)交易双方提供跨境互联网支付所涉及的外汇资金集中收付及相关结售汇服务。

(2) 固定电话支付是指通过增加安全加密和刷卡功能,使普通电话机变成多功能、自助式的金融终端,持卡人通过此金融终端进行支付的行为。

(3) 数字电视支付是指将电视和银行支付业务有机地结合起来,使电视用户能通过电

视完成缴费、查询、订购节目等支付行为。

互联网支付和移动支付的内容将在后面小节进行详细介绍。

2) 银行卡收单

银行卡收单业务,是指收单机构与特约商户签订银行卡受理协议,在特约商户按约定受理银行卡并与持卡人达成交易后,为特约商户提供交易资金结算服务的行为。

3) 预付卡的发行与受理

预付卡是指发卡机构以特定载体和形式发行的、可在发卡机构之外购买商品或服务的预付价值。预付卡是以盈利为目的而发行的,采用先付费后消费的支付模式,通常包括磁条、芯片等技术以及卡片等形式。预付卡与银行卡相比,最大的区别是它不与持卡人的银行账户直接关联。

3. 第三方支付分类

1) 一般模式

第三方支付的一般模式是指买家可以在购物网站选择商品,确定购买后生成购物订单,在第三方支付平台中选择付款网上银行,网站会自动转到相关网上银行付款界面,买家选择转账银行卡,第三方支付平台会根据买家提供的支付方式将相关信息传送到商业银行;买家进入商业银行在线支付平台,银行在确认信息后根据订单金额付款,并将付款结果通知第三方支付平台;第三方支付平台将商品订单和支付信息发送给买家,买家在确认信息后,卖家就可以根据订单要求进行发货配送;如果买家确认收货后,第三方支付平台根据预设在线支付交易手续费额度,将扣除手续费的资金转入卖家账号,并与银行完成资金对账等流程。

一般模式的主要特点是在网上商户和银行网关之间增加一个第三方支付网关,由第三方支付网关负责集成不同银行的网银接口,并为网上商户提供统一的支付接口和结算对账等业务服务。在这种模式下,第三方支付机构把所有银行网关(网银、电话银行)集成在一个平台上,商户和消费者只需要使用支付机构的一个平台就可以连接多个银行网关,实现一点接入,为商户和消费者提供多种银行卡互联网支付服务。支付网关模式示意图如图 3.2 所示。

2) 提供担保的模式

为了提升网络在线支付的安全性,传统网上支付平台采用了提供担保的模式,这种模式可以提供信用担保功能。我国业务范围最广的在线支付平台——支付宝就是通过建立信用模式,将买家支付的资金首先转入支付宝提供的第三方账户,在交易成功后,第三方账户再将资金转入卖家账号。目的是保证在买家付款后卖家没有发货的情况下,或者是买家收到的商品存在质量问题时,支付宝将按照货品价值相等的赔付额支付给买家。这种双向担保模式有效降低了支付交易过程中的违约情况,并使买家和卖家双方的利益得到了保障,成为网络电子商务和买家最放心的资金支付形式。

提供担保的模式与一般支付模式的资金支付流程并无差别,仅是在资金支付环节建立第三方支付平台,第三方支付平台不仅可以为用户提供资金交易信用保障,而且可提供在线充值功能,用户可以将资金从网上银行转入第三方支付账户,用户转入的资金成为一种



虚拟货币, 这样用户就可以在网络消费过程中随时提取资金完成在线支付操作, 不再需要进行网上银行转账操作。

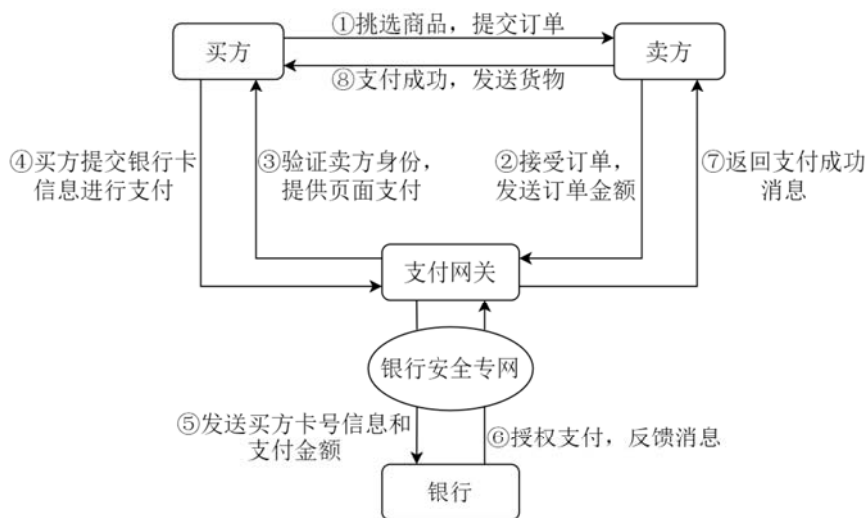


图 3.2 支付网关模式示意图

3) 基于虚拟账户的模式

虚拟账户型支付模式是指第三方支付机构不仅能为商户提供银行支付网关的集成服务, 还能为客户提供一个虚拟账户, 该虚拟账户可与客户的银行账户进行绑定或者对接, 客户可以从银行账户等资金源向虚拟账户中充入资金, 或从虚拟账户向银行账户注入资金。客户在网上的支付交易可在客户的虚拟账户之间完成, 也可在虚拟账户与银行账户之间完成。

虚拟账户型支付模式加快了资金清算速度, 减少了使用银行支付服务的成本。①通过虚拟账户对商户和消费者的银行账号、密码等进行屏蔽, 买家和卖家都不能互知对方的此类信息, 由此减少了用户账户机密信息暴露的机会; ②可为电子商务等交易提供信用担保, 为网上消费者提供了信用保障, 由此解决了中国互联网支付的信用缺失问题。当然, 在具体业务操作过程中, 当虚拟账户资金被真实转移到客户银行账户之前, 资金是汇集在一起存放在第三方支付机构的银行账户中的, 这导致该模式在用户交易资金管理上可能存在一定风险。

在虚拟账户的模式下, 虚拟账户非常重要, 它是所有支付业务流程的基本载体。根据虚拟账户承担的不同功能, 虚拟账户模式又可细分为信用中介型账户模式和直付型账户模式两类。

(1) 信用中介型虚拟账户模式。

在信用中介型账户模式中, 虚拟账户不仅是一个资金流转的载体, 而且还担负着信用中介的职能。这里所谓的信用中介, 是指提供信用中介型支付模式的第三方支付机构将其自身的商业信用注入该支付模式中: 当交易发生时, 先由第三方支付机构暂替买方保存货款, 待买家收到交易商品并确认无误后, 再委托第三方支付机构将货款支付给卖家。支付

宝提供的虚拟账户支付服务就是一种典型的信用中介型支付模式。以电子商务 C2C(消费者与消费者之间产生的电子商务交易)交易场景为例,信用中介型虚拟账户模式交易流程示意图如图 3.3 所示。

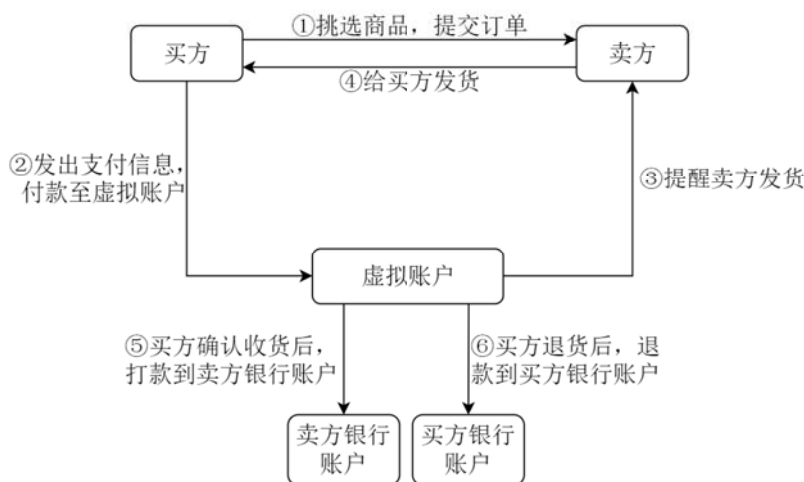


图 3.3 信用中介型虚拟账户模式交易流程示意图

从信用中介型虚拟账户模式的发展来看,该模式有以下两个明显的特点。

第一,具有虚拟账户模式的所有功能,包括基于虚拟账户的资金流转、银行支付网关集成等。

第二,为交易提供了“信用增强功能”:传统的交易信用来自买卖双方的信用,而通过信用中介型虚拟账户模式实现的交易,第三方支付机构在交易中不仅提供了支付功能,而且融入了第三方支付机构的商业信用,这就极大地增强了交易的信用,提高了交易的达成率。

(2) 直付型虚拟账户模式。

如图 3.4 所示,直付型虚拟账户模式交易流程较为简单,支付平台中的虚拟账户只负责资金的暂时存放和转移,不承担信用中介等其他功能。如果要实现直付型虚拟账户支付模式,买卖双方首先在支付平台上设置虚拟账号,并进行各自银行账户与虚拟账户的关联。在交易过程中,支付平台根据支付信息将资金从买家银行账户转移到买家虚拟账户,再从买家虚拟账户转移到卖家虚拟账户,并最终划付给卖家的银行账户,整个交易过程对买卖双方而言,都可通过虚拟账户进行操作并实现。提供直付型虚拟账户模式的第三方支付机构也较为普遍,国外知名的公司有 PayPal,国内则有快钱、盛付通。

3.1.2 第三方支付的发展历程

国外第三方支付产业的起源略早于我国,由于各国制度以及市场条件不同,不同国家与地区第三方支付产业发展存在一定差异。1996 年美国诞生全球首家第三方支付公司,随后雅虎国际转账业务(Yahoo! Pay Direct)、亚马逊支付(Amazon Payments)和贝宝(PayPal)纷



纷成立,其中以 PayPal 为第三方支付机构发展历程最为典型。1998 年成立的 PayPal 公司开始是为了弥补在电子商务领域商业银行不能覆盖个人收单业务领域的不足。总体上,第三方支付市场在国外的的发展可分为两个阶段,第一是随着个人电子商务市场起源、壮大、成熟的阶段;第二是不断向垂直化、外部专业化电子商务网站深入拓展的阶段。

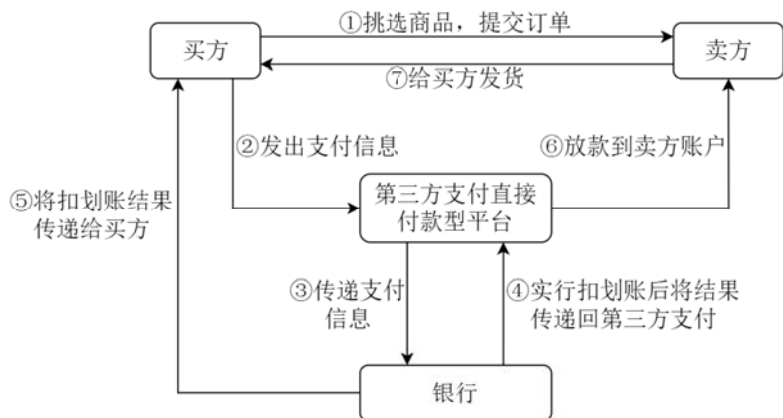


图 3.4 直付型虚拟账户模式交易流程示意图

我国第三方支付行业起源于 1998 年招商银行股份有限公司推出的网上银行业务,正式诞生的标志是首都电子商城的成立,它是首信易支付的前身,由北京市政府、中国人民银行和原国家内贸局等共同发起,是我国第一个正式的网络交易和支付中介的示范性平台。迄今为止,传统的现金支付方式已渐渐隐退,各种在线支付和基于智能终端的远程支付已成为大家日常生活中的主要支付方式。不论是商业银行的网上银行,还是非金融支付服务组织的品类丰富的互联网支付产品,都便利了人们的工作和生活。互联网支付业务也从桌面的浏览器、网页扩展到智能终端(智能手机、PDA 和数字电视等),形式多种多样,便捷的支付服务无处不在。

在我国,第三方支付产业的发展历程大致可以分为以下四个阶段。

1) 第一阶段: 引入期(1998—2001 年)

20 世纪 90 年代中后期信息技术开始飞速发展,国内外银行开始了电子化进程,并开始逐步开拓网上金融服务,金融产品越来越注重业务和信息技术的有效结合。同时,网络购物的兴起使支付问题成为限制其发展的瓶颈,由此互联网支付开始出现。首都电子商城成立后互联网支付进入大规模建设时期,这个阶段的支付服务主要由各家银行组成,由各家网上银行业务与各电子商务网站的支付平台对接。“商业银行网站”是这个时期主要的表现形式,但其仅仅被当作一个信息宣传的渠道,主要的职能是塑造企业新的形象和品牌。“商业银行网站”服务项目单一,只能提供账户查询等简单信息类服务,因此它基本被当作商业银行宣传窗口。同时,有少量的第三方网上支付服务商开始出现并逐步发展,比较著名的有北京首信易支付和上海环迅支付。

2) 第二阶段: 成长期(2002—2004 年)

随着国内互联网用户的不断增加,服务单一的网上银行和不完善的第三方支付平台已

不能满足人们对电子商务和网上支付的需求。国内部分大型商业银行在市场的驱动下开始重视网上银行建设,各类型的电子商务平台迅速成长,与此同时,银行卡组织和第三方支付企业也大批进入网上支付领域,并且在银行、银行卡组织和第三方支付厂商之间出现了广泛的合作。2002年3月中国银联成立,旨在实现银行卡全国范围内的联网通用,推动我国银行卡产业的迅速发展;3个月后,银联电子支付服务有限公司正式成立,从此国内出现了面向全国的统一支付平台。随着电子商务交易额的迅速增长,淘宝网在2004年适时推出支付宝,并创造性地采用了信用担保机制,解决了电子商务网上支付最为关键的问题,即买卖双方互不信任的问题,从而使第三方支付的作用得到用户的认同,商业银行自此越来越重视网上银行业务的发展,借助网上银行成本低廉的优势,加速扩展网上银行客户,同时随着科技的大力发展,将大量传统银行业务搬到网上银行,使网上银行的功能更加健全,大力推广其网上银行支付产品。此时,第三方支付公司顺势而起,第三方支付业务从此进入了爆炸式发展阶段,电子商务业务量也突飞猛进,以cBay易趣、阿里巴巴、淘宝网、当当网等为代表的具有较大交易规模的电子商务产业初步形成。

3) 第三阶段:快速发展期(2005—2009年)

快速发展期初期整个第三方支付行业面临着《支付清算组织管理办法》的出台,但随着互联网支付用户规模的壮大,整个互联网市场的发展势头依然强劲,互联网支付市场也实现了快速增长。2005年中国网民首次突破1亿,2008年中国以2.53亿网民跃居世界第一,互联网覆盖范围广阔,用户规模剧增,同时互联网支付用户也随之增加。支付宝的推出解决了电子商务网上支付的关键问题,因此第三方支付市场规模迅速扩张,推动了整个互联网支付行业的快速发展。2009年4月,中国人民银行颁布《中国人民银行公告〔2009〕第7号》,要求从事支付清算业务的非金融机构必须在7月31日前进行登记,这表明互联网支付市场的发展即将进入调整期。为满足用户的多样支付需求,网上支付平台在各应用领域积极拓展,为用户提供了更加全面、便捷的生活服务,用户满意度也随之上升。这一时期银行最大的转变是真正以客户为中心,因需而变,网上银行业务不断创新,盈利能力增强。此时,市场的主要参与者——银行、第三方支付服务商和商户在加强相互合作的同时,也不断拓展了各自在产业链中的位置。

4) 第四阶段:调整期(2010年至2020年)

2010年是第三方支付发展的一道分水岭,中国人民银行制定并出台了《非金融机构支付服务管理办法》;从2011年5月18日到2020年12月31日,我国仍未到期或仍未被注销牌照数量有354张,按照业务类型细分为预付卡发行与受理147张,预付卡受理6张,互联网支付108张,移动电话支付48张,数字电视支付5张,固定电话支付8张。该办法的颁布和实施使第三方支付行业有了市场进入壁垒,达不到标准的第三方支付企业不得不退出支付市场,使淘汰后的市场更加规范,同时规模大、实力雄厚、信用状况好的第三方支付企业更有优势。2010年8月30日正式上线的中国人民银行网上支付跨行清算系统(俗称“超级网银”),使网上支付的跨行清算效率进一步提高。这一时期各家商业银行的网上银行业务产品同质化严重,价格战此起彼伏,竞争态势异常激烈。价格战对消费者而言是一个利好,也从另一个侧面说明我国网上银行市场开始步入成熟时期。2015年7月18日,中国人民银行等十部委联合发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意



见》中指出,银行业金融机构和第三方支付机构从事互联网支付,应遵守现行法律法规和监管规定。互联网支付机构与其他机构开展合作的,应清晰界定各方的权利义务关系,建立有效的风险隔离机制和客户权益保障机制,要向客户充分披露服务信息,清晰地提示业务风险,不得夸大支付服务中介的性质和职能。

支付牌照的颁发,使我国第三方支付企业的运作日益趋于规范化,为营造一个良好的互联网支付大环境奠定了基础。金融机构和非金融机构共同提供支付服务,两者间在支付领域的差异化分工逐渐淡化,协同发展的“大金融”布局已现雏形。

——1998年11月,首都电子商务工程启动,确定首都电子商城(首信易支付的前身)为网上交易与支付中介的示范平台。

——1999年3月,我国第一家第三方支付平台首信易支付开始运行。

——2000年,环迅支付在上海成立。

——2002年3月,中国银联成立。同年6月,银联电子支付服务有限公司成立。

——从2005年起,第三方支付市场规模迅速扩张,每年增长幅度都在100%以上。

——2011年中国第三方网上支付行业实行牌照管理。

——2015年7月18日,中国人民银行等十部委联合发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》。

——2016年7月1日,《非银行支付机构网络支付业务管理办法》正式实施,其中规定支付账户分为三类,最高20万元余额限制。

——2017年3月31日,网联平台启动试运行,支付平台分批接入网联平台。

——2017年1月13日,中国人民银行发布《中国人民银行办公厅关于实施支付机构客户备付金集中存管有关事项的通知》,明确了第三方支付机构在交易过程中,产生的客户备付金,将统一交存至指定账户,由中国人民银行监管,支付机构不得挪用、占用客户备付金。

——2017年12月25日,中国人民银行印发《条码支付业务规范(试行)》,对条码支付业务定义、条码生成和受理、条码类别、客户分级、限额管理、特约商户管理、外汇备付金账户管理、风险管理、信息安全进行明确规定。

——2019年1月14日,支付机构备付金将全部集中在人民银行存管。

——2020年4月3日,中国人民银行就《非银行支付机构客户备付金存管办法》开始公开征求意见。

——2021年1月20日,中国人民银行发布关于《非银行支付机构条例(征求意见稿)》公开征求意见的通知,表示非银行支付机构应遵循安全、高效、诚信和公平竞争原则,严重影响支付服务市场健康发展的,中国人民银行可向国务院反垄断执法机构建议采取停止滥用市场支配地位行为、停止实施集中、按照支付业务类型拆分非银行支付机构等措施。

3.1.3 第三方支付运作原理

1. 第三方支付是信用缺位情况下的补位品

电子商务本身的虚拟性,特别是货币支付与商品交割在时间上的不一致性,可能在交

易过程中出现“交钱不给货，给货不交钱”的现象，容易使交易双方产生相互不信任，最终导致电子商务交易的失败。第三方支付作为一个新型的支付结算方式，是随着电子商务的蓬勃发展应运而生的，并在短时间内得到快速发展。第三方支付以独立于买方与卖方之外的第三方中立身份在买方与卖方之间架起了一座信用的桥梁，它通过一定手段对交易双方的信用提供担保，从而化解网上交易的不确定性，增加网上交易成功的可能性，同时为买卖双方提供交易资金代管，支付指令转换等服务，因而有效解决了多年来困惑电子商务活动的交易信用问题。所以，第三方支付是电子商务发展过程中“信用缺位”情况下的补位产品。

2. 第三方支付交易流程

在第三方支付平台进行交易的整个过程中，主要存在以下四方交易主体：①买方消费者，充当交易发起者；②卖方商家，负责出售商品；③第三方支付平台，充当支付中介和信用中介的角色；④银行，充当进行实际结算的主体。在独立第三方支付模式中，银行没有发挥作用。图 3.5 为第三方支付交易流程示意图。

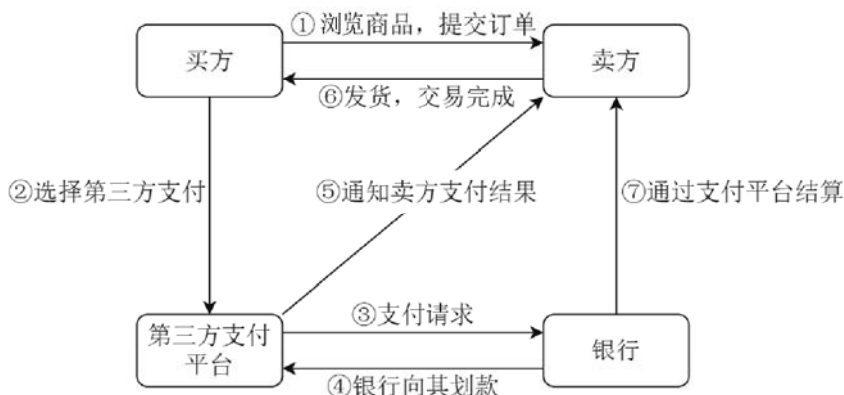


图 3.5 第三方支付交易流程示意图

通常情况下，我国第三方支付交易流程如下所述。

- (1) 网上交易预览，进入网站。
- (2) 在线消费者浏览商家的网站。
- (3) 在线消费者使用第三方支付平台，直接连接安全的支付服务器，在支付页面，点击进入操作，付款后选择合适的付款方式。
- (4) 第三方网上支付平台，以消费者的支付信息为准，按照银行支付网关的所有技术要求，传输给相关银行。
- (5) 对有关银行网上消费的支付能力进行确认，账户、借记卡或卡的第三方网上支付平台和消费者的冻结将被告知。
- (6) 结果由第三方支付平台通知给商家。
- (7) 付款成功将商品交付给消费者，或由商家提供在线服务。
- (8) 使用第三方支付平台，进行银行清算。



3.1.4 第三方支付发展的政策环境

第三方支付监管政策演进经历了四个阶段,影响力较大的几次政策变动如表 3.1 所示,特别是 2010 年的《非金融机构支付服务管理办法》,标志着第三方支付正式进入监管行列。

表 3.1 第三方支付监管政策演进

时间	政策	相关内容
2005 年 6 月	《支付清算组织管理办法(征求意见稿)》	对清算组织注册资本规定最低限额;外资控股不得超过 50%;企业法人股东要连续两年营业;有电子交易经验;资金必须为现金而非无限资产
2005 年 10 月	《电子支付指引(第一号)》	境内银行业金融机构开展电子支付业务适用该指引
2009 年 4 月	支付清算协会筹备会	中国人民银行为掌握非金融机构从事清算支付业务,决定对支付企业登记报备
2010 年 6 月	《非金融机构支付服务管理办法》	非金融机构从事支付业务需接受中国人民银行的监督,未经批准,任何非金融机构或个人不得从事或变相从事支付业务
2010 年 5 月	第三方支付牌照首次发放	首批 27 家企业获得支付牌照。支付企业能够以合法的身份从事支付业务,避免此前由于监管缺失带来的一系列风险
2015 年 7 月	《非银行支付机构网络支付业务管理办法(征求意见稿)》	中国人民银行对第三方支付业务提出明确监管要求,规定支付机构单个客户所有支付账户单日累计金额不能超过 5000 元,年累计应不超过 20 万元
2017 年 1 月	《中国人民银行办公厅关于实施支付机构客户备付金集中存管有关事项的通知》	中国人民银行明确了第三方支付机构在交易过程中,产生的客户备付金,将统一交存至指定账户,由央行监管,支付机构不得挪用、占用客户备付金
2021 年 1 月	《非银行支付机构条例(征求意见稿)》	中国人民银行表示非银行支付机构应遵循安全、高效、诚信和公平竞争原则,若严重影响支付服务市场健康发展,央行可向国务院反垄断执法机构建议采取系列惩罚措施

表 3.2 为 2004—2021 年第三方支付的相关法律法规,其中最新发布的是 2021 年 1 月中国人民银行发布的《非银行支付机构客户备付金存管办法》。

表 3.2 2004—2021 年第三方支付相关法律法规一览

时 间	部 门	名 称
2004 年 8 月	商务部	《中华人民共和国电子签名法》
2005 年 4 月	中国电子商务协会	《网上交易平台服务自律规范》

续表

时 间	部 门	名 称
2005 年 6 月	中国人民银行	《支付清算组织管理办法(征求意见稿)》
2005 年 10 月	中国人民银行	《电子支付指引(第一号)》
2007 年 3 月	商务部	《关于网上交易的指导意见(暂行)》
2009 年 4 月	商务部	《电子商务模式规范》和《网络交易服务规范》
2009 年 11 月	商务部	《关于加快流通领域电子商务发展的意见》
2010 年 2 月	商务部、中国商业联合会	《预付费消费卡发行和服务要求》
2010 年 5 月	国家工商总局	《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》
2010 年 6 月	中国人民银行	《非金融机构支付服务管理办法》
2010 年 9 月	中国人民银行	《非金融机构支付服务管理办法实施细则》(征求意见稿)
2011 年 5 月	中国人民银行、监察部、 财政部等	《关于规范商业预付款管理的意见》
2011 年 6 月	中国人民银行	《支付机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》(征求意见稿)
2011 年 10 月	中国人民银行	《支付机构预付卡业务管理办法(征求意见稿)》
2011 年 11 月	中国人民银行	《支付机构客户备付金存管暂行办法(征求意见稿)》
2012 年 1 月	中国人民银行	《支付机构互联网支付业务管理办法(征求意见稿)》
2012 年 9 月	中国人民银行	《支付机构预付卡业务管理办法》
2013 年 7 月	中国人民银行	《银行卡收单业务管理办法》
2015 年 7 月	中国人民银行等	《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》
2015 年 12 月	中国人民银行	《非银行机构网络支付业务管理办法》
2016 年 3 月	中国人民银行等	《关于完善银行卡刷卡手续费定价机制的通知》
2016 年 4 月	中国人民银行	《支付结算违法违规行为举报奖励办法》
2016 年 4 月	中国人民银行	《非银行支付机构分类评级管理办法》
2017 年 1 月	中国人民银行	《中国人民银行办公厅关于实施支付机构客户备付金集中存管有关事项的通知》
2017 年 12 月	中国人民银行	《关于印发〈条码支付业务规范(试行)〉的通知》
2017 年 12 月	中国人民银行	《关于印发〈非银行支付机构反洗钱现场检查数据接口规范(试行)〉的通知》
2018 年 7 月	中国人民银行	《关于非银行支付机构开展大额交易报告工作有关要求的通知》
2020 年 6 月	中国人民银行	修订《非金融机构支付服务管理办法实施细则》 等 5 件规范性文件
2021 年 1 月	中国人民银行	《非银行支付机构客户备付金存管办法》



@ 3.2 第三方支付典型企业

3.2.1 互联网支付典型企业

1. 贝宝

贝宝(PayPal)于1998年12月成立,是一个总部位于美国加利福尼亚州圣荷塞市的专注移动支付领域的在线支付服务商。其致力于提供普惠金融服务,通过技术创新与战略合作相结合,资金管理和移动创造更好的方式,为转账、付款或收款提供灵活选择,帮助个人及企业参与全球经济。PayPal集国际流行的信用卡、借记卡、电子支票等支付方式于一身,是备受全球亿万用户追捧的国际贸易支付工具。其即时支付、即时到账和全中文操作界面,能通过中国的本地银行轻松提现,帮助买卖双方解决各种交易过程中的支付难题。PayPal是名副其实的全球化支付平台,服务范围超过200个市场,支持的币种超过100种。在跨国交易中,近70%的在线跨境买家更喜欢用PayPal支付海外购物款项。2002年10月,PayPal被当时全球最大的网商公司易贝(eBay)以15亿美元全资收购。

截至2018年第三季度,PayPal在全球范围内拥有超过2.54亿活跃用户以及1900万签约商户,可以在全球范围内开展电子商务和实体贸易。2019年10月1日,美国数字支付平台PayPal Holdings Inc已经获得中国人民银行的批准,能够购买国内支付公司的控股权,因此PayPal成为首家进入中国支付服务市场的外资机构。同时在2019年10月1日,PayPal(PYPL.US)收购国付宝70%的股权,正式进入中国支付市场。

2019年7月,全球上市互联网30强榜单发布,PayPal排名第8位。2019年,入选“2019福布斯全球数字经济100强”,排第33位。2019年10月,Interbrand发布的全球品牌百强榜排名第72位。2019年10月,入选《财富》杂志“2019未来50强榜单”,排第24位。2020年1月,2020年全球最具价值500大品牌榜发布,PayPal排名第115位。2020年5月13日,PayPal名列2020福布斯全球企业2000强榜第249位。2020年7月28日,PayPal名列福布斯2020全球品牌价值100强第67位。

2021年3月8日,在线支付平台PayPal宣布,将收购数字加密货币安全存储技术公司Curv,以加快和扩大其加密货币和数字资产的计划。

1) PayPal的文化理念

公司的文化就是公司本身。

(1) 人才管理。

公司创始人彼得·泰尔(Peter Thiel)认为,“找到对的人,延续文化,永远是一家公司的核心能力”。PayPal公司喜欢招聘与自己类似的人。他们从来没有聘请专业的招聘或猎头公司去招聘员工,而是采取一种病毒似的招聘模式,利用员工的人脉网络进行招聘。因此,他们吸收的成员都和创始人一样具备创业的激情和智慧。

公司不会雇用从大公司跳槽的人。在他们看来,在大公司工作过的人,他们通常喜欢按自己养成的固有模式做事,也习惯推说尝试新事物使他们不能正常工作。他们跑来跑去很可能只是为了获得利益和职位,你不能确定他到底能学到多少东西。

公司坚持留用有远见的创始人而不是去聘请“专业”经理人，以及充分利用大公司的平台为自己的产品进行营销。

PayPal 与谷歌(Google)的最大不同在于，谷歌希望招聘博士，而 PayPal 则希望招聘那些放弃博士学位的人。这是两种完全不同的气质。公司能够发现那些有非凡能力的年轻人(管理层中平均年龄为 30 岁)，组建了一个非凡的创业团队。

(2) 极度专注。

创始人 Peter Thiel 要求公司每个人肩负一个且只有一个高优先的任务。除了这个优先任务之外，他拒绝和你讨论任何其他事情，甚至在 PayPal 公司 2001 年的年度评估表格里也要求每个员工明确说出他们每个人对公司唯一的最大贡献是什么。

公司从来不信奉什么创业禁忌，而是把试错当作积累经验的过程。在公司看来，出错越多，也就越可能接近成功。

(3) 推崇个人成就。

PayPal 公司几乎每个创新都是由一个人的灵感产生的(而这个人通常是最终推动从灵感实施的那个人)。此后，他会争取他人支持，接受并实施他的新想法。由此，首席运营官 David 推行的是一个“反会议”(anti-meeting)的文化，为 PayPal 建立了“不开无必要之会”的政策。在 David 看来，任何会议如果超出 3~4 个人都会被怀疑是否缺乏效率，如果他的判断是，那这样的会议就会立刻被纠正。David 自己变身为一个“会议警察”。任何时候，他走过任何一间会议室，都可能走进去看 3 分钟，如果他认为这 3 分钟没有意义，他会立刻解散会议。这种机制保证了更多“干活的人”，更少指手画脚的“领导”。

在 David 看来，“在一家公司里，你能管多少人体现不了你的威望，没有几个人能阻止你做自己想做的事儿才能体现”。公司创始人泰尔进一步指出，“在机构失调的组织内，往往是为了职位晋升而工作，而不是工作本身”。

公司 2002 年的年度评估表格专门包括了一类指标，来评价员工在“避免占用他人时间，比如，安排没有必要参加的会”方面的表现。在这种企业文化的影响下，PayPal 的管理者数量大为削减。

(4) 拒绝接受限制，不论外部还是内部。

公司期望每个员工用超乎寻常的行动力和活力去完成#1 的优先任务、目标。通俗来讲，公司的期望是：每个人“每天来上班的时候，都准备好了为实现梦想不惜跨越一切障碍，不惜时刻准备着被解雇”。

PayPal 的一位员工 Jeremy Stoppelman 曾发出一封邮件给全公司，批评公司管理并做好了被解雇的准备。恰恰相反，他不但没被解雇，反而被晋升了。Peter Thiel 从不接受“no”这样的回答：如果你解决不了这个问题，很快就会有其他人被指派去解决这个问题。

(5) 自我驱动的问题解决者。

PayPal 喜欢聘用(提升、鼓励)聪明的，善于自我驱动的问题解决者，而不是某个领域专家。明星员工中此前很少有支付方面的经验，最优秀的员工很少甚至没有任何做互联网产品的经验。比如，PayPal 从事欺诈分析的团队中，优秀的人大部分从未做过任何和欺诈检测相关的事情。



总的来说, PayPal 的企业文化不是反政府, 而是反主流思想。

2) PayPal 的主要优势

(1) 风控系统。

PayPal 通过提供安全解决方案, 降低主要支付类型和支付渠道(包括线上、线下或手机支付)的欺诈风险, 通过对行业技术的改革创新和积极投资, 始终致力于先于欺诈活动实施保护。

第一, 全面信息保护。账户安全是首要任务。将反欺诈技术与全天候账户监控相结合, 确保账户的安全。使用 PayPal 付款时, 个人和财务信息将经过安全加密, 确保资金和信息的安全。

第二, 实时欺诈防护。将做好防护工作, 为防患于未然, PayPal 收到的每一笔交易都受到监控。欺诈风险模型和分析工具还可以根据不同业务需求量身定制。

(2) 客户范围广, 用户支持率高。

第一, 安全保障高。完善的安全保障体系, 丰富的防欺诈经验, 避免了不少的欺诈行为。业界最低风险损失率(仅 0.27%), 不到使用传统交易方式的 1/6。所以很多买家都愿意使用 PayPal 来进行付款。

第二, 全球合作伙伴广。PayPal 服务范围超过 200 个市场, 支持的币种超过 100 个。在中国, PayPal 与 Wish、速卖通、中国银联等达成合作伙伴关系。目前, 全世界有近 3.25 亿的 PayPal 的账户用户, 这无疑是一个巨大的消费群体。同时使用 PayPal 能增强买家对商家的信任感, 这样也间接增加了客户的转化率。

在跨国交易中, 将近 70% 的在线跨境买家更喜欢用 PayPal 支付海外购物款项。使用 PayPal 可以轻松拓展海外市场, 因其覆盖国外 85% 的买家。

第三, 资金周转快。PayPal 独有的即时支付、即时到账的特点, 让商家能够实时收到海外客户发送的款项, 这也很大程度地解决了商家的资金周转问题。同时最短仅需 3 天, 即可将账户内款项转账至用户国内的银行账户, 及时高效地帮助用户开拓海外市场。

支付宝、财付通和快钱是我国互联网支付的典型企业。

2. 支付宝

支付宝是阿里巴巴公司于 2004 年 12 月针对网上交易而推出的货币安全支付服务平台, 该平台致力于为用户提供“简单、安全、快速”的支付解决方案。目前, 支付宝可为众多的合作方提供支付服务, 已发展成中国最大的第三方支付平台, 是互联网支付的典型代表。

支付宝的主要功能是为网上交易的双方提供“代收代付的中介服务”和“第三方担保”, 实质是第三方支付中介, 在买家确认收到货物前, 由支付宝替买卖双方暂时保管货款, 待买家确认收货后, 将货款支付给卖家的一种中介信誉服务。

支付宝具体运行流程为支付宝依托互联网发起支付指令, 实现消费者与商户之间的货币资金转移的行为, 其具体的操作流程如图 3.6 所示。

(1) 买家在网页上浏览商品并选择所需商品, 填写订单并且支付货款至支付宝。

(2) 支付宝通知卖家发货, 卖家依照订单要求向买家发货, 等待买家收货确认。

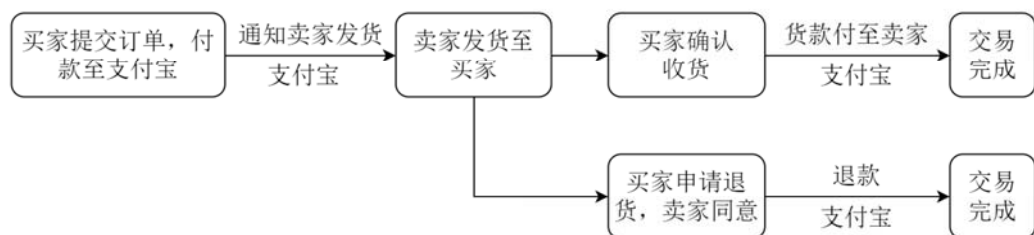


图 3.6 支付宝操作流程

(3) 如果买家查收商品后满意并在支付宝中确认收货，则由支付宝将货款支付给卖家，交易结束。

(4) 如果买家查收商品后申请退货，待买卖双方协商之后，卖家同意退货，则支付宝将货款退还买家。

支付宝在市场发展趋势预测的基础之上，进行合理的业务扩充，不仅获得了更多的用户，还巩固了支付宝在互联网支付行业的统治地位。例如，支付宝在 2013 年 6 月首推余额宝，向大众承诺将用户存在支付宝账户中的余额转入余额宝，作为一份类似活期存款的基金，使用户获得相对更多的收益。这一新业务的创新拓展，可谓是互联网支付发展的里程碑。

目前，中国第三方支付市场面临着政策、盈利、竞争等方面的压力和风险。据相关资料显示，自 2015 年中国互联网支付行业市场格局发生较大变化，支付宝以 47.5% 的绝对优势居市场首位以来，截至 2020 年 6 月，支付宝仍然以 55.39% 的市场占比稳居龙头，其可谓是牵动着互联网支付行业的神经，……

支付宝开展业务的特点有以下三点。

(1) 客户群规模庞大。支付宝提出了“建立信任，化繁为简”，本着创新驱动技术，扩充了信用体系的概念。覆盖面广，公司业务涉及 C2C、B2C 和 B2B。支付宝产品的创新技术、独特的设计理念和用户规模，极大地吸引着个人和集团客户。

(2) 支付宝与合作伙伴共享支付资源。除淘宝和阿里巴巴外，支付宝交易服务已支持业务的企业非常广泛，涵盖了虚拟游戏、数码通信、商业服务、机票等行业。

(3) 支付宝具有信用中介作用。简单来说，支付宝的一个功能就是为网络交易的双方乃至线下交易者提供“代收代付的中介服务”和“第三方担保”。客户购买商品先将货款打入支付宝，支付宝收到货款之后通知卖家发货，买家收到货物之后再通知支付宝，支付宝这时才会把钱转到卖家的账户上，交易至此结束。在整个交易过程中，如果出现欺诈行为，支付宝将进行赔付。

3. 财付通

财付通是腾讯公司于 2005 年 9 月正式推出的专业在线支付平台，该平台致力于为互联网用户和企业提供安全、便捷、专业的在线支付服务。在交易规模方面，财付通是仅次于阿里巴巴的支付平台。

作为腾讯公司的专业在线支付平台，自推出以来，财付通就受到了广大 QQ 用户的推崇和好评，成为广大 QQ 用户最为信赖的电子支付品牌。财付通的品牌主张是：会支付、



会生活,做您的生活好帮手。个人用户通过 QQ 号码或 E-mail 免费注册财付通账号后,即可在拍拍网及全国 40 多家购物网站进行网上购物,不仅可以为手机和游戏账户充值,还可以享受信用卡还款、生活缴费、机票订购、特价酒店预订、彩票购买、基金和保险购买等多项在线服务。财付通支持全国各大银行的网银支付,并且支持多家银行的信用卡支付。用户也可以先充值到财付通账户,不用通过网银就可以进行便捷的支付。

财付通早期业务主要来自腾讯,现在,其 70% 的业务来自腾讯之外。相对于支付宝主要依托淘宝,财付通更加独立,2013 年财付通已有超过 20 个行业 40 万个企业用户和合作伙伴,有超过 6000 款应用。财付通还强调多元化,网购业务只占 21% 的份额,此外,机票商旅、生活应用和服务、网络游戏、电信缴费等都是财付通的重要业务。

财付通已经构建了全新的综合支付平台,业务覆盖 C2C、B2C 和 B2B 各领域,可提供卓越的网上支付及清算服务。针对个人用户,财付通提供了包括在线充值、提现、支付、交易管理等很多功能;针对企业用户,财付通提供了安全可靠的支付清算服务和极富特色的 QQ 营销资源支持。

4. 快钱

在国内,快钱是业界领先的独立的第三方支付平台,其核心是给各类企业及个人提供安全、便捷和高度保密的互联网支付服务。快钱和众多商业银行有着直接的联系,并且还依托于银行的众多特色服务,与此同时还研发数量众多的电子产品,提供资源开发的增值服务。快钱是通过与商家、使用者和银行三者关联的合作实现多赢。

2005 年,快钱公司推出以“99Bill 快钱”为品牌的产品和服务,为电子商务服务提供商、互联网内容提供商以及个人用户提供安全和方便的交易支持,以及为互联网用户提供安全、便捷和保密的在线收付费平台。用户通过 E-mail 或手机号码就可以轻松、安全、快捷地向任何人或商户收费或缴费。也正是从这一年开始,快钱跟随中国的电子商务经历了一轮“爆发式”的发展。

2007 年下半年,快钱推出了线下收单业务,将单纯的网上支付服务扩展到线下市场。在全国支付行业中,是第一家集成线上和线下的解决方案,进而形成国内外同类支付企业中领先的综合支付模式。

2011 年 5 月,中国人民银行颁发第一批第三方支付牌照时,快钱获得包括互联网支付、固定及移动电话支付、预付卡受理、银行卡收单在内的 6 项许可,和支付宝一起,成为仅有的两家全牌照支付公司。

截至 2020 年年底,快钱已覆盖逾 4 亿注册用户和 400 余万家商业合作伙伴,对接超过 100 家金融机构。

快钱把各家银行的网关接到快钱,再通过快钱接到企业,在银行和企业之间架起了一条金融“高速公路”。与此同时,坚持第三方独立性的好处也得以显现。由于只专注于做支付这一件事,快钱避免了与商户的竞争,消除了商户对信息和数据安全的担忧。而之后的多年实践证明,保持独立性使快钱迅速扩大了合作的商户群体,也是商户信赖快钱的基础。如今,快钱与包括东方航空、南方航空、平安集团、京东商城等各行业内的领军企业已建立起商业合作关系。

3.2.2 移动支付典型企业

1. 美国的谷歌钱包和 PayPal Beacon

(1) 谷歌钱包(Google Wallet)主要是基于 NFC 的移动支付模式,不仅集成了客户的信用卡,而且集成了客户的会员卡、折扣卡和购买卡等。谷歌钱包起初主要运用于近场支付,受限于 NFC 终端的不普及(苹果手机不支持 NFC),谷歌钱包开始拓展使用范围,不再限于近场支付。谷歌钱包推出了实物卡(实物卡和谷歌钱包账号绑定,支付时直接从谷歌账号的余额中扣除),该卡实质是预付卡,其既可以在柜员机取款,也可以在商场进行刷卡消费。此外,谷歌钱包还推出了 G-Mail 邮箱支付等新功能,并且与即时购买公司合作,向其提供购物时必要的用户和信用卡信息,简化用户在线购物时的流程。

(2) PayPal 推出的移动支付主要是手机短信支付,后来逐渐过渡到 PayPal Beacon。PayPal Beacon 是一款支持蓝牙支付的附件设备,使用蓝牙技术,无须手机即可完成支付(像蓝牙耳机通话一样)。PayPal Beacon 有以下两个关键点。一是 PayPal Beacon 无须接入互联网,可以离线交易,既方便了用户支付,也在一定程度上保护了用户数据的安全。二是能够提前实现商家与用户的互动。当用户靠近支持 PayPal Beacon 的商店时,手机会震动或发出提示音(可以取消此功能)。同时 PayPal Beacon 不会对用户的位置进行持续追踪,以保护用户的隐私和数据安全。

2. 韩国的 MONETA 和 K-merce

MONETA 是韩国移动运营商 SKT 推出的移动支付品牌,包括 MONETA card(使用红外线技术,可以离线交易)、MONETA bill(在线购物)、MONETA pass(乘车卡)、MONETA bank(银行转账等)、MONETA stock trading(股票交易)、MONETA sign(身份认证)等。与 MONETA 类似,K-merce 是韩国移动运营商 KTF 推出的移动支付服务,可以提供移动银行、移动证券、购物支付等服务。K-merce 不但可以通过红外线技术进行支付,也可以通过刷手机支付。

3. 日本的 Osaifu-Keitai

日本允许非金融机构发卡和进入银行业,该国移动运营商普遍采取参股金融机构的方式主导整个产业链的发展,形成了以通信运营商为主导的移动支付运营模式。例如,日本最大的移动运营商 NTT DoCoMo 通过参股银行进入发卡领域,推出 Osaifu-Keitai 业务,采用了产业链上下游一体化的方式,推动移动支付业务的蓬勃发展。日本规定进入金融行业的移动运营商,其母子公司间要保持相对的独立性,并确保采取措施保护消费者私密信息。移动运营商如果扩展移动支付业务,需要按照预付卡法案每 6 个月上报未使用的金额,并将一半资金存入日本中国人民银行。同时日本通过较为完善的立法对移动支付业务中的电子签名及其认证、网上交易合法化、网上支付等问题进行严格的规范。

Osaifu-Keitai 是日本移动运营商 NTT DoCoMo 推出的手机钱包业务,该服务主要基于一张被称作 Felica 的非接触 IC 智能卡。用户需要事先在 NTT DoCoMo 申请一个手机钱包账号,并预存一部分金额(是一种预付支付)。用户使用该服务购买商品所付的款项直接从



账号里扣除,使用该业务无须输入密码(快捷支付)。此外,Osai-fu-Keitai 可以远程锁定和删除个人资料,同时个人资料可以备份到云端,不用担心丢失。

4. 手机刷卡器:拉卡拉与快钱

目前,国内手机刷卡器有两类代表。一是拉卡拉手机刷卡器,主要针对个人用户(目前大多数移动支付也主要针对个人用户)。拉卡拉的优势在于便民支付,支持所有银联标识的银行卡刷卡支付。拉卡拉手机刷卡器的业务主要有四大板块,涵盖银行服务、生活服务、网购支付、娱乐休闲等领域,具体业务包括转账汇款、水电气缴费、话费充值、公益捐款、购买彩票或电影票、支付宝充值等。二是快钱手机刷卡器,主要针对企业客户,如保险企业、旅游、直销。快钱类似国外移动支付产品 Square,插入智能手机的音频孔建立连接后,即可使用信用卡、银行卡刷卡完成支付。快钱手机刷卡器的一个典型特征是无刷卡额度限制。

5. 电信的翼支付和联通的沃支付

(1) 翼支付是中国电信的移动支付产品,其使用无线射频技术完成近场支付。用户在中国电信开通翼支付账户并储值后,即可在中国电信联盟商家和合作商户使用,翼支付不仅能够进行远场支付,也可进行近场支付。远场支付通过网站、短信、语音等方式进行(远场支付可以不需要手机),近场支付通过办理翼支付卡(RFID-UIM 卡)来完成。

(2) 沃支付是中国联通的移动支付产品,使用 NFC 功能来完成近场支付。沃支付包括手机客户端(主要进行远场支付,如团购)、手机钱包(主要是近场支付,如“刷”手机购物、乘车)、手机刷卡器“沃刷”(远场与近场支付均可)等。

6. 微信支付

微信支付由于融入了社交网络的属性,与其他移动支付模式相比,具有无可比拟的优势。2013 年微信支付诞生以来,迅速席卷全中国。

微信支付还延伸至民生支付领域,提供缴费、充值等一系列业务。虽然小额民生支付相对于信用卡还款、电子商务支付等利润微薄,但这可以增加用户黏性。银行理财业务也正在与微信进行合作,财付通已经和多家银行协商展开合作,前期将尝试以风险较小的固定收益类产品为主。为了增加支付的便利性,微信逐渐与一些商家合作开始推广语音支付,用户可以直接对着手机说出自己想要的商品,并可直接进行支付。此外,微信还可以通过扫描购物,即用户扫描产品的二维码,直接付款购物。在微信支付的过程中,用户不用退出微信再进入其他网页或程序,只要拥有一张与微信绑定的银行卡、一个微信账号,就能通过财付通购买公共账号所提供的商品。

微信支付工作原理如下所述。微信支付有两层含义:一是通过第三方支付平台财付通来完成的快捷支付,是一种移动创新产品;二是通过银行开通的微信公众号引导到手机银行来完成的支付。我们通常所说的微信支付更多是指第一层意义上的微信支付。微信支付不仅整合了社交网络平台与第三方支付公司,而且整合了手机银行,能够最大化地满足客户的支付需求。

此外,微信红包是微信支付发展过程中开发的另一项业务。微信红包是微信与传统的“发红包”相结合的产物,是微信功能的延伸。微信作为一种社交工具,拉近了人与人之

间的距离,贴近于真实世界的人际关系和社交属性,而这既是微信红包活动的前提,也是微信红包活动的结果。

通过微信红包活动,微信支付潜在收益包括以下方面。一是微信红包活动使微信支付功能得到了大范围的推广,大部分参与“抢红包”的用户都将微信账户与银行账户进行了绑定。二是部分领到微信红包的用户不提现,使红包成为腾讯的沉淀资金,腾讯可以通过沉淀资金来获益。三是用户领到微信红包后却不提现,使微信支付账户变成一个类似“支付宝余额”的账户,倒逼腾讯植入更多的增值服务,如话费充值、销售金融产品。

7. 支付宝支付

支付宝作为国内领先的第三方支付平台,致力于提供“简单、安全、快速”的支付解决方案。支付宝支付服务于网购担保交易、网络支付、转账、信用卡还款、手机充值、水电煤缴费、个人理财等多个领域。在进入移动支付领域后,支付宝为零售百货、电影院线、连锁商超和出租车等多个行业提供服务,并且自2014年第二季度开始成为当前全球最大的移动支付厂商。

使用支付宝支付服务首先需要注册一个支付宝账户,在支付宝官方网站或者支付宝钱包注册均可。个人支付账户分为三类,各类账户的功能、额度和信息认证标准不同。其中,I类账户只需要一个外部渠道认证客户身份信息,对应的付款限额为自账户开立起累计1000元。II类和III类账户的客户实名认证强度相对较高,分别通过至少3个、5个外部渠道验证客户身份信息。其中,II类账户的余额付款限额为年累计10万元。III类账户的余额付款限额为年累计20万元。支付宝支付方式多样,包括快捷支付、手机支付、二维码支付、NFC支付、国际银行卡支付、指纹支付六大支付方式,可灵活实施支付行为。

支付宝钱包是支付宝旗下重要的支付品牌,它主要具有如下功能:支持余额宝,理财收益随时查看,并可随时转入与转出;支持随时随地查询淘宝账单、账户余额、物流信息;支持免费异地跨行转账、信用卡还款、充值、缴水电煤气费、卡券信息智能提醒。支付宝通过与线下众多商店合作并拥有广泛的覆盖,这就意味着,即使用户忘记带现金出门,也很容易就能找到支持支付宝的超市或者便利店,用手机付款购物。相关数据显示,截至2020年8月,支付宝钱包是国内市场份额第一的移动支付平台,国内年活跃用户达9亿,全球用户约12亿,金融服务覆盖7.2亿消费者和2800万中小微企业,越来越多的用户在线下购物选择用支付宝支付。

@ 3.3 银行卡收单和预付卡的发行与受理

3.3.1 银行卡收单

1. 银行卡收单的定义

银行卡收单业务是指收单机构通过银行卡受理终端为银行卡特约商户代收货币资金的行为。其中,受理终端是指通过银行卡信息读入装置生成银行卡交易指令要素的各类支付终端,包括销售点(POS)终端、转账POS、电话POS、多用途金融IC卡支付终端、非接触



式接受银行卡信息终端、有线电视刷卡终端、自助终端等类型；收单机构，是指与特约商户签订银行卡受理协议并向该商户承诺付款以及承担核心业务主体责任的银行业金融机构和非金融机构。

2. 银行卡收单业务分类

银行卡收单按业务场景可分为线下收单业务和线上收单业务。

线下收单业务是指通过面对面交易的银行卡收单业务，通常出现在同时买卖交割的场景，如商店购物、酒店结账等。线下收单业务的主要渠道有 POS、ATM 和电话刷卡终端。线上收单业务是指买卖双方并不直接见面，而是通过电子商务平台进行交易，其主要支付渠道有互联网、语音支付、手机远程支付。持卡人通过互联网、移动互联网等介质，输入银行卡相关信息从而完成交易。例如，中国银联在依托现有银行卡交易清算系统的基础上，建成了具有银联特色的无卡支付交易处理平台。另外部分交易是线上、线下综合的业务(O2O 模式)，这时会涉及多种渠道的交叉使用。

3. 银行卡收单市场的主要参与者

银行卡收单市场中的参与者主要包括：发卡银行、收单机构、持卡人、特约商户、银行卡组织、清算银行和收单业务外包服务商。

1) 发卡银行

发卡银行指经中国人民银行批准发行银行卡的各类商业银行。它通过向社会公众发行各种银行卡，并提供相关的银行卡服务来收取费用，是银行卡市场的发起者和组织者。

2) 收单机构

收单机构是商业银行或者获得中国人民银行颁发的支付业务许可证的第三方支付机构，获准可以开展特约商户的开拓和管理、授权请求、账单结算等活动。国内的收单机构可分为三类：一是从事银行卡收单业务的银行业金融机构；二是获得银行卡收单业务许可，为实体特约商户提供银行卡受理并完成资金结算服务的支付机构；三是获得网络支付业务许可，为网络特约商户提供银行卡受理并完成资金结算服务的支付机构。

3) 持卡人

持卡人是指使用银行卡在特约商户刷卡消费的个人。持卡人是消费活动的发起者，在市场中处于中心地位。

4) 特约商户

特约商户是在境内依法设立、从事合法经营活动、与收单机构签署银行卡受理协议、受理银行卡业务的商户。特约商户既可以是公司、组织、个体工商户，也可以是自然人。

5) 银行卡组织

银行卡组织是拥有授权系统和清算系统，支持各会员机构银行卡跨行清算的组织。目前，国际性的银行卡组织主要有维萨国际组织(VISA International)、万事达国际组织(Master Card International)、JCB 信用卡公司(Japan Credit Bureau)、美国运通公司(American Express)、大来信用卡公司(Diners Club International)和中国银联公司(China Unionpay)。国内的跨行交易均可通过中国银联公司转接完成。

6) 清算银行

中国人民银行规定，当收单机构为第三方支付机构时，应指定银行协助收单机构办理交易资金清算业务。为了与发卡银行、收单银行进行区分，本节将在银行卡收单业务中负责办理交易资金清算业务的银行称为清算银行。

7) 收单业务外包服务商

接受收单机构的委托，从事收单业务中非核心业务的企业，多为第三方支付机构。收单业务中的非核心业务是指商户拓展与服务、终端布放与维护、商户走访与培训等一项或多项服务。商户审核、签约、密钥下载、程序安装等为收单业务中的核心业务。

4. 银行卡收单业务的结构与流程

银行卡收单业务的结构如图 3.7 所示。

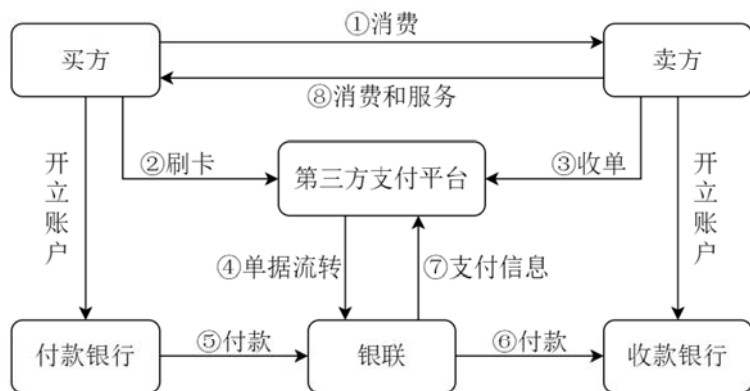


图 3.7 银行卡收单业务的结构

POS 收单业务交易流程(以中国银联为例)如下所述。

- (1) 收银员审查银行卡，刷卡输入交易金额。
- (2) 持卡人确认消费金额并输入交易密码。
- (3) 交易信息通过中国银联转送至发卡机构。
- (4) 发卡机构系统检查卡片的有效性、验证密码和账户余额，并发送交易处理结果信息(通过检查和验证后扣减持卡人账户资金并发送成功信息，未通过则发送失败信息)。
- (5) 中国银联将交易处理结果信息返回给受理 POS 机。
- (6) 若交易成功，受理 POS 机则打印单据。
- (7) 持卡人在消费单据上签名，收银员保管好交易单据。

5. 银行卡刷卡手续费及利润分配

2004年3月1日起施行了《中国银联入网机构银行卡跨行交易收益分配办法》。国内现行银行卡刷卡手续费收费标准将特约商户分为餐娱类、一般类、民生类和公益类四大类,并根据商户类别的实际情况执行从高到低的手续费标准。

对餐娱类商户,其中包括宾馆、餐饮、娱乐、珠宝金饰、工艺美术品类的商户,手续费为 2%;对一般类商户,包括房地产和汽车销售,手续费为 1%,且有封顶;对民生类商



户,其中包括超市、大型仓储卖场、水电煤气缴费、加油、交通运输售票,手续费为0.5%;对公益类商户,其中包括公立医院和公立学校,免手续费。

POS机交易手续费的分配主要涉及三个机构,即发卡行、中国银联和收单机构。在分配链条中,交易手续费的70%给发卡行,20%给收单机构(指收单银行或收单外包服务商),10%给做转接的银联,此比例称为721比例。以一家餐厅为例,有一笔消费,金额是1000元,用交通银行借记卡支付,按照2%的手续费率计算,餐厅只能收到980元,而要将20元($1000 \times 2\% = 20$ 元)支付出去。按照721比例的规则,这其中的14元($20 \times 70\%$)要给发卡行,4元($20 \times 20\%$)给收单机构,2元($20 \times 10\%$)给银联。

近年来,中国银联的网络转接交易金额以同比40%左右的速度增长。2019年,银联网络转接交易金额达到189.4万亿元,同比增长54.3%,为近五年来增速最快的一年。

3.3.2 预付卡的发行与受理

1. 预付卡的定义

预付卡是指以盈利为目的发行的、在发行机构之外购买商品或服务的预付价值,包括采取磁条、芯片等技术以卡片、密码等形式发行的预付卡。与银行卡相比,预付卡不与持卡人的银行账户直接关联。

2. 预付卡的分类

预付卡按用途可以分为单用途预付卡和多用途预付卡。单用途预付卡是指企业通过购买、委托等方式获得制卡技术并发售预付卡,该卡只能在发卡机构内消费使用,主要由电信、商场、餐饮、健身、美容美发等领域的企业发行并受理。单用途预付卡由商务部监管。多用途预付卡主要由第三方支付机构发行,该机构与众多商家签订协议,布放受理POS终端机,消费者可以凭该卡到众多的联盟商户刷卡进行跨行业消费,典型的多用途卡有斯玛特卡、资和信卡等。多用途预付卡由中国人民银行监管。

多用途预付卡又可分为半开放式多用途预付卡和开放式多用途预付卡。半开放式多用途预付卡是指预付卡不仅可以在发卡机构所属门店及网络进行受理,还可在发卡机构之外的不同法人和行业网点进行受理的模式。开放式多用途预付卡多数是由金融机构或金融机构投资企业发行的,可在所有受理银行卡的商户终端受理的模式。

预付卡按照资金存入的记录方式不同,还可以分为账户型预付卡和芯片型预付卡。账户型预付卡类似于记账消费,将所存入的资金记入账上。芯片型预付卡就是在卡里安装芯片,最后通过芯片存入数字资金(比如公交卡)。

3. 预付卡的产业链

目前,国内预付卡行业已初步形成由发卡、受理、交易转接等业务组成的产业链,可以归纳为卡片发行、卡片受理和交易转接三大环节。

1) 卡片发行

在卡片发行端,金融和非金融四大发卡主体(电信行业、银联、商家、第三方发卡机构)普遍将发卡处理(业务规划、系统建设、业务培训等)、卡片生产和制作等环节外包,少数

还外包卡片销售业务。预付卡产业目前在发卡环节形成流通企业发行的单用途预付卡，以及第三方机构和银行小规模发行的多用途预付卡的发卡市场结构。此外，还出现了专业化的第三方数据处理服务及一揽子解决方案的服务提供者。

2) 卡片受理

在卡片受理端，单用途预付卡由门店商户收单并外包专业化服务和数据处理业务；多用途预付卡则由第三方机构负责收单，收单方可自行开展数据处理业务，也可在受理环节外包数据处理和专业化服务，发卡机构将会面临卡片通过专用交易终端将交易信息送至交易后台的问题。不论预付卡通过何种方式发行，门店的受理问题将是预付卡能否持续发行的重要因素。受理环节主要有专业化服务机构参与，2018 年两类预付卡类机构(商业预付卡类机构和公交一卡通类机构)共发生预付卡受理业务 133.79 亿笔，受理金额 763.06 亿元，平均每家机构受理笔数 0.98 亿笔、受理金额 5.57 亿元。

3) 交易转接

在交易转接端，中国银联已开始转接金融预付卡，其他第三方机构也开展了非金融卡转接业务。其中发卡处理和数据处理两个主要处理业务可称为解决方案服务。对于半开放式多用途预付卡而言，因卡片受理环节具有一定的封闭性，同时受理终端能够处理的不同规格和技术标准的预付卡程度是有限的，随之产生了如何通过有限的终端程序应用处理多种不同标准的预付卡交易的难题。对于开放式多用途预付卡而言，在受理环节无论何种卡片的交易，直接上送至中国银联信息中心，信息中心根据卡规则判断卡片类型，并将该交易转接至该卡处理后台。

此外，还有诸如卡片代理销售、受理商户拓展、客户服务等其他类业务与主要的预付卡处理环节共同构成预付卡行业的产业链。

卡片发行规模及交易笔数的快速增长，对预付卡交易后台、账户安全运营及维护的安全性、稳定性的要求有了进一步的提高，其系统后台的软硬件投入、运营维护投入将不断大幅增加。各种紧急情况发生会严重损害发卡机构的信誉和安全。在此背景下，预付卡行业出现了较为专业的第三方数据处理服务机构，这些机构已经建立了较为完善的业务管理和风险管控制度，形成了一套完整的业务流程，拥有通过大量项目实施积累了丰富的项目经验的专业运营团队。越来越多的预付卡发行机构选择与第三方数据外包服务商合作发展预付卡业务。

@ 3.4 第三方支付的网联模式

3.4.1 第三方支付的风险

1. 网上洗钱风险

第三方支付中实名制尚未全面执行，因而给不法分子提供了利用第三方支付工具进行洗钱的机会，乃至为网络赌博等不法行为提供了潜在的资金渠道。而且不法分子可以通过第三方支付平台，伪装成网络交易中的买家以从卖家获取商品，从而造成用户的损失。



此外,通过第三方支付服务商,客户可以通过支付企业提供的不记名充值卡等工具,将资产转入虚拟账户中,后期可用于支付或转账。通过该操作方式,不法分子可以隐匿资金来源实现洗钱目的。因此,第三方支付的出现为洗钱提供了一条新渠道——现金首先转换为隐匿资金,然后注入虚拟账户,最后通过支付或者转账最终进入现实金融体系。第三方支付在盘活相关支付工具内的隐匿资金存量,为金融系统提供进入通道的时候,也在无形之中为洗钱等犯罪行为的滋生提供了可能性。

2. 法律责任风险

目前,有部分实力较强的第三方支付服务商通过开展诸如“7天无理由退换货”“先行赔付”等售后服务为消费者提供权益保护,但是第三方支付依托网络作为交易环境,一旦发生用户支付资金的损失、欺诈等交易纠纷时,将会遭遇网上合同效力、电子证据认定、网络交易责任承担、网络纠纷诉讼管辖范围等一系列的法律责任问题。

另外,第三方支付作为一个非公共性个体,在纠纷解决上的相关措施并无法完全保障消费者的权益。如何界定其在交易纠纷中的法律责任、保护消费者权益是第三方支付服务商面临的另一法律风险。

3. 政策风险

政策性风险主要是指国家针对第三方支付的政策扶持与否所导致的风险。随着我国《支付机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》《中国人民银行办公厅关于进一步加强无证经营支付业务整治工作的通知》《条码支付业务规范(试行)》《支付机构外汇业务管理办法》以及《非银行支付机构网络支付业务管理办法(征求意见稿)》等一系列相关法律法规文件的出台,可以看出我国政府进一步鼓励和规范第三方支付业务、创造良好的市场环境的决心。

但是,随着监管的趋严,第三方支付行业亦将面临一系列的整顿与洗牌,行业中将出现接二连三的重组兼并格局,这给小型的第三方支付企业带来了一定的风险;另外,未来我国的相关政策变动仍然存在可能,因此第三方支付依然存在着一定的政策性风险。

4. 信用风险

信用风险是指第三方支付过程中的参与方(包括买方、卖方及第三方支付服务商)未能践行合约而导致损失的风险。通常而言,交易的双方选择第三方支付进行交易活动,正是出于对第三方支付平台实力和信誉的认同。但是,交易由双方交易变成了三方交易,因此第三方支付平台的介入在弥补了部分社会信用体系不足的同时,也为交易流程带来了新的风险。

5. 技术风险

技术风险是指在第三方支付中所涉及的电子设备、信息系统、通信、供电等相关软硬件设备出现故障,不能保障支付的正常进行,从而导致交易搁置而引发损失的风险。

技术风险主要来源于硬件设备和软件两方面。其中,硬件设备方面的风险主要与硬件设备的峰值运算能力、数量、运营状况、老化情况、保养状况等相关,而软件方面的风险则主要与系统的稳定性、病毒防护能力、防黑客能力以及数据安全等方面相关。

6. 操作风险

操作风险主要是指那些用户支付终端操作失误、支付服务商内部工作人员违规操作、服务商内控机制失灵等引致的损失风险。

目前,第三方支付行业协会处于弱势地位,行业中没有统一的支付流程,导致不同的第三方支付服务商所提供的服务在应用流程上出现细微的差别,再加上用户不熟悉操作流程等引起操作失误、企业内部员工故意欺诈等诸多因素,都将导致损失的发生。

7. 流动性风险

流动性风险是指第三方支付服务商无力为负债的减少或资产的增加提供流动性资金导致损失的风险。流动性风险广泛地存在于各类企业中,当第三方支付服务企业的流动性不足时,企业将不能或以远高于正常水平的资金成本获得资金,这将对企业的经营产生非常不利的影响,从而影响到第三方支付平台对外的支付,进而削弱其盈利水平。在极端的情况下,流动性的不足还将导致企业的破产,从而引发用户更大的损失。

1) 盈利能力风险

第三方支付服务商的流动性一般都是由其盈利能力决定的。一方面,当前大部分第三方支付服务商由于行业竞争激烈,深陷“价格战”泥潭而无法自拔,其利润空间被极大挤压;另一方面,第三方支付企业现有产品同质化严重,缺乏产品创新动力,找不到竞争“蓝海”,一旦出现资金周转问题,将引发第三方支付企业的流动性风险。

2) 沉淀资金风险

在整个第三方支付流程中,第三方支付服务商首先接受买方的货款并代为保管,在买方收到卖方商品并发出支付指令之后再把货款打给卖家以完成整个支付流程。在该过程中,货款在第三方支付服务商代为保管期间即称为沉淀资金。

与传统金融系统在运营过程中产生的沉淀资金相比,第三方支付服务商的沉淀资金具有沉淀时间长、资金沉淀量大等特点。仅以支付宝为例,单日支付宝的成交额可达上亿元,仅一天,其活期利息收入就接近万元,而倘若按照一周的沉淀时间来看,那么支付宝的利息收入将高达几万元。如何处置这个巨量的沉淀资金是第三方支付企业需要解决的重大问题。一旦某些企业采用过于激进的投资方式,万一投资失败或资金被套,将使第三方支付服务商面临重大的流动性风险。

3.4.2 第三方支付的网联模式

“网联”的全称是“网联清算有限公司”,成立于2017年8月,是经中国人民银行批准成立、由中国支付清算协会组织发起设立的非银行支付机构网络支付清算平台的运营机构,主要处理由非银行金融机构发起的涉及银行账户的网络支付业务,受中国人民银行监管。网联只是一个清算平台,并不直接开展支付业务。

在网联平台出现之前,我国第三方支付机构主要采用直连银行模式,如图3.8所示。直连银行模式下,第三方支付机构一边直接和银行系统连接,一边和用户连接。第三方支付机构在实际操作中承担了清算职能,与商户、资金托管银行共同构成新的三方模式,完成整个支付过程。

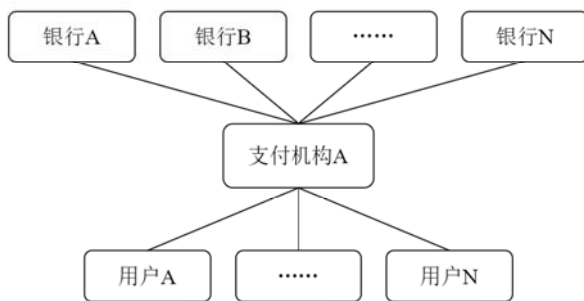


图 3.8 第三方支付机构直连银行模式

直连银行模式的弊端主要体现在以下两方面。一是费率难以统一。直连银行模式下,第三方支付机构要和银行逐一协商,从商户那里收取的手续费该如何分配,因此大型的支付机构和大型的银行就有了较强的议价能力,而小型的支付机构和小型的银行就会很被动。二是从监管者的角度看,第三方支付机构直连银行的模式存在资金监管方面的漏洞。直连银行模式下,支付机构可以在多家银行开立账户,这样资金在同一家支付机构内部流转,支付机构只需在内部轧差之后,调整不同银行账户的金额,就完成所有支付交易的流程。在这个过程中,支付交易的具体信息只会留存在支付机构内部,而监管机构只能看到支付机构在各家银行账户上的资金变动,无法掌握具体交易信息,更无法掌握准确的资金流向,给反洗钱、金融监管、货币政策调节、金融数据分析等中国人民银行的各项金融工作带来很大困难。更危险的是,它也有可能被不法分子所利用,成为洗钱、套现、盗取资金的渠道。

比如,汇款人用支付宝做一次跨行转账,从中国银行向收款人(可以是自己)的中国农业银行汇款。那么,只要从汇款人的中国银行卡转到支付宝开在中国银行的账户,然后支付宝再把它存在中国农业银行的钱,汇至收款人的中国农业银行账户上。以此,如图 3.9 所示,支付宝用两笔同行转账业务,“模拟”了一次跨行汇款(图 3.9 虚线箭头部分),用不着中国人民银行的清算账户。这种“清算”模式称为“反接”,即支付公司在无数个银行开设有账户(伞形),就能够实现跨行清算。准确地讲,这根本就不是真正意义的清算,而是绕开了清算。中国人民银行主办和主管的多个清算体系,在这一模式下,都不再被需要。在反接模式下,会有一些新的问题。比如,这本质上是一笔汇款人从中国银行卡向收款人的中国农业银行卡汇款的行为,但是,只要做一些技术处理,就可以使银行、中国人民银行完全看不出来这一业务本质。银行和中国人民银行所看到的,只是两笔同行转账业务,类似于从支付宝账户提现,或向支付宝账户充值,银行和中国人民银行根本无法辨别,这是一笔跨行汇款。这极大提升了反洗钱等监管的难度,也加大了中国人民银行掌握资金流动性的难度。

网联模式下的支付交易流程如下所述。支付机构在收到付款请求之后,向网联发起协议支付,网联在保存相关交易信息之后,再将请求发送至对应的银行,银行收到请求并成功扣款,同时通知给网银,网银再传输给支付宝。看似烦琐的过程,其实就多了向网联发起协议支付、网联保存相关交易信息两步。简单来说,以后使用第三方支付的消费都要经过网联,以网联作为中间人,便于监管(见图 3.10)。

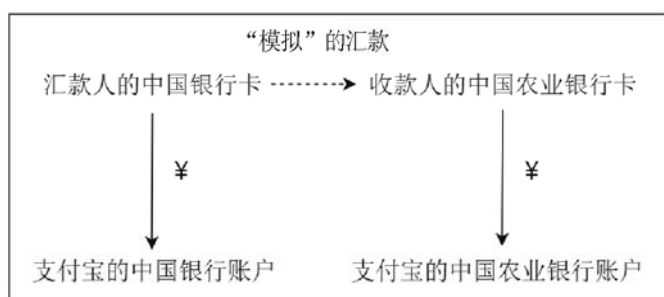


图 3.9 直连银行模式的模拟汇款

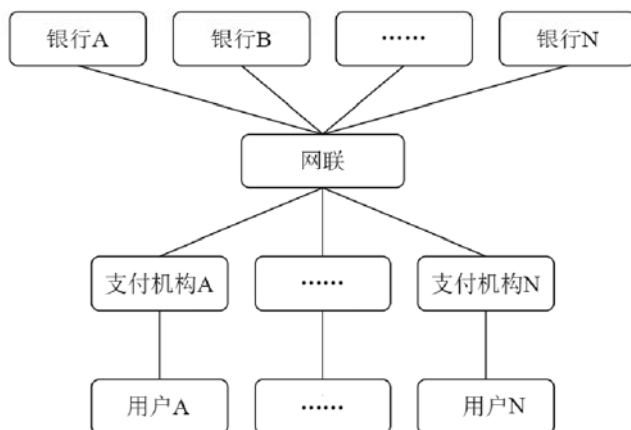


图 3.10 网联模式模拟汇款

网联在功能上与银联类似，但其主要针对非银行支付机构发起的网络支付业务以及为支付机构服务的业务，满足基于支付账户与银行账户(含电子账户)的网络支付跨行资金清算处理，并通过可信服务和风险监测，防范和处理诈骗、洗钱、钓鱼以及违规等风险。简单理解，网联与银联相似，仅作为清算平台，一端连接持有互联网支付牌照的支付机构，另一端对接银行系统。在网联平台将统一技术标准和业务规则，第三方网络支付机构不必再与各家银行分别谈判签约，只需要接入网联即可。

网联公司的股东包括中国人民银行清算总中心、财付通、支付宝、银联商务等在内的45家机构，其中29家为第三方支付机构(目前，开展网上支付业务的持牌第三方支付机构有110家)。网联注册资本为人民币20亿元，协议各方均以货币出资，出资额分3期缴纳，出资比例分别为50%、30%和20%。

网联的成立是为了改变原来第三方网络支付服务直连银行网络带来的各种问题，包括多方关系混乱、监管上有漏洞、安全无法保障等，也将对第三方支付机构产生积极影响：降低支付网关的使用成本，激励第三方支付进行产品和服务创新。建设网联平台，首先是将支付机构的支付服务提供主体身份与转接清算职能分离，确保各类型市场参与机构站在同一起跑线上，使支付机构在业务处理、业务价格等方面享受同等待遇，能够充分发挥面向终端用户的业务创新优势，形成价格和服务的差异化竞争。网联平台的成立，将让这些后来者以及小型支付机构，在接入银行数量方面，获得与支付宝、财付通等平等的地位。



因为不用受制于通道,降低了要对接多个银行支付网关的成本,第三方支付机构逐步回归支付本业,也可以利用更多的资源,在产品和服务方面进行创新。

@ 3.5 第三方跨境电子支付

3.5.1 跨境电子支付的定义

跨境电子支付是跨境电子商务交易活动必不可少的组成部分。跨境电子支付是指借助一定的结算工具和支付系统,对两个或两个以上的国家和地区之间因国际贸易、国际投融资、跨境旅游以及其他活动所发生的国际间的债权债务进行清算,实现资金跨国或跨地区转移的行为。提供跨境电子支付的机构包括银行和非银行机构,非银行机构主要是指第三方支付机构。

第三方跨境电子支付是指国内第三方支付机构获得国家外汇管理局颁发跨境电子支付业务牌照,提供交易支持平台,集中为跨境电子商务交易双方办理跨境收付汇和结售汇业务。从事第三方跨境电子支付的第三方支付机构主要有:专业第三方支付企业从事跨境支付业务的,如 PayPal、支付宝、财付通、Yandex Dengi、Qivi Wallet 等;专业信用卡机构涉足跨境支付业务的,如维萨(VISA)信用卡、万事达信用卡、美国运通卡;社交媒体新增跨境支付,如微信支付、QQ 钱包、Facebook 与 Twitte 的跨境支付业务;手机企业开发跨境支付业务,如苹果的 Apple Pay、三星的 Samsung Pay、小米支付等;电子商务平台辐射跨境支付业务,如 Amazon Wallet、京东钱包、Snapdeal 等;互联网企业从事跨境支付业务,如 Google Wallet、网易宝等;物流企业附带货到付款业务,如国际快递企业、中国国内快递公司等。

跨境电子支付的核心要素即支付的“跨境性”。与境内支付不同的是,跨境支付付款方所支付的币种可能与收款方要求的币种不一致。例如,中国消费者在网上购买国外商家产品或国外消费者购买中国商家产品时,由于币种的不同,就需要通过一定的结算工具和支付系统实现两个国家或地区之间的货币转换,最终完成交易。

3.5.2 第三方跨境电子支付发展现状

2007 年国家外汇管理局正式批复支付宝公司成为国内首家开展境外收单业务的支付企业,为境内个人购买境外合作商户网站以外币计价的商品,提供购汇服务。2013 年,《国务院办公厅转发商务部等部门《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见》的通知》,明确提出“鼓励银行机构与支付机构为跨境电子商务提供支付服务”,旨在解决与完善包括电子支付、清算、结算体系在内的支付服务配套环节中比较薄弱的问题。2013 年,国家外汇管理局首次在上海、北京、重庆等 5 个城市开展支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点,参与试点的支付机构包括支付宝、财付通、银联、汇付天下、通融通等 17 家第三方支付平台,集中为电子商务客户办理跨境收付汇和结售汇业务,国内第三方支付平台开始广泛介入跨境电子商务的交易活动当中。2015 年又将试点范围扩大到全国,到 2017 年年底,全国共有 30 家支付机构获得了国家外汇管理局核准的跨境外汇支付资格。

2019年4月,国家外汇管理局发布了《支付机构外汇业务管理办法》(即“13号文”),跨境支付业务资质由试点迈入许可经营,业务资质合法和持牌经营成为行业重点,拥有正规持牌认证经营的支付企业将成为跨境卖家的首要选择。国内的支付机构通过与国际知名电子商务平台、航空公司、酒店、软件服务商、留学服务机构等商户合作,积极拓展跨境外汇业务。

按照原支付政策,在跨境电子支付过程当中,第三方支付平台企业提供的外贸支付结算业务主要还是在香港使用美元进行结算,而后客户再通过其他渠道将资金转入内地。在国家外汇管理局的跨境电子支付业务开辟之后,第三方支付平台企业可以直接在境内给客户进行结汇活动。

与商业银行较高的费率和专业汇款公司有限覆盖网点相比,第三方支付平台能同时满足用户对跨境汇款便捷性和低费率的需求,且安全性也比较高,特别适合小额频繁的跨境支付需求。因此,受到越来越多网民的青睐,第三方支付机构跨境支付业务范围逐渐扩大,流程逐渐优化。

跨境第三方支付平台的开放为留学教育、航空机票服务、酒店住宿等客户需求提供了更为便捷有效的服务,国内第三方支付平台企业因此可以提供更多的服务,为其业务开辟了更大的发展空间。同时,也使人民币跨境结算活动的领域、范畴得到进一步扩大。

随着监管层在2013年对国内第三方支付机构放开,以支付宝为代表的支付机构开始发展跨境购物、汇款以及境外移动支付,国内第三方支付机构的跨境互联网支付交易规模迅速增长。中国支付清算协会公布的数据显示,2013—2017年复合增长率达到127.5%。2018年国内第三方支付机构跨境互联网交易金额超过4900亿元,比2017年增长了55%。2021年国内第三方支付机构共处理跨境支付业务71.91亿笔、9723.63亿元,分别增长62.55%、21.56%,较2020年分别增长31.62和7.01个百分点。

第三方支付的统计数据显示,目前全球跨境电子商务结算业务中,很大部分是用人民币结算,其跨境支付范围包括货物贸易、旅游服务、酒店住宿、航空机票、留学教育、国际展览、通信服务、国际运输以及软件服务等。

3.5.3 第三方跨境电子支付对跨境电子商务发展的影响

1. 提高支付结算效率

支付工具是所有互联网交易和服务的底层基础建设,也是所有互联网交易和服务最终变现的方式。第三方支付机构是具备一定实力且由中国人民银行授权的非金融机构,通过与各大银行签约的方式,为电子商务企业及消费者提供网络支付结算服务。支付结算环节是市场主体分散的交易,用户对支付结算的效率体验要求较高。第三方支付机构不直接从事电子商务经营活动,而是提供一系列的应用接口程序,将多种银行卡支付方式整合到一个界面。在支付环节,第三方支付通过支付方式的多样化、支付场景的丰富化、支付到账时效的优化以提高支付效率。在结算环节,负责交易结算中与买方卖方的开户银行的对接,使卖家能体验到比传统金融更高效的结算服务。国外学者通过对全球知名支付工具PayPal的研究发现,在线支付系统的效率是欧盟跨境在线贸易的重要驱动力。高效、灵活的跨境支付工具市场份额每增1%将使跨境电子商务交易额增长7%。第三方支付通过便利



的交易支付结算对促进电子商务乃至跨境电子商务的发展具有重要作用。

2. 降低交易成本

一方面,第三方支付机构服务于跨境电子商务企业及产业链相关企业,满足了服务企业多样化的需求。例如,第三方支付机构会在每个合作的商业银行都开立对应的存款结算账户,并存有一定量的“备付金”,以备用户提现之用。当用户申请提现的时候,第三方支付机构就从该用户开户银行的结算账户中将资金转入到用户存款账户中,这个过程属于同行交易,可以做到实时且免手续费,直接降低了货币转移成本,促使了社会资金高效率的周转,并在一定程度上减少了企业在途资金占用,节约了社会资源。另一方面,第三方支付机构促使银行、商家等产业参与各方各司其职,专注于自己的主业。这种支付领域的专业化分工可以使各参与方的业务创新不断涌现,客户体验不断改善,业务规模不断扩大,改变了金融服务方式乃至社会公众的生活方式,这也对支付市场的资源配置、服务主体和产品服务产生了深刻影响,促进了电子商务的快速发展,成为当前我国支付行业发展的一大亮点和热点。

3. 起到信用验证和交易担保的作用

在非面对面交易中,买方在电子商务平台选购商品后,向第三方支付机构发出支付授权指令,第三方支付机构将买家账户中相应的资金转移到机构的账户中保管,并通知卖家货款到账、要求发货;当买方收到货物,并检验商品进行确认后,就可以通知第三方支付机构将货款支付给卖家,第三方支付机构再将款项转至卖家账户上。第三方支付模式使商家看不到客户的银行卡信息,同时又避免了银行卡信息在网络多次公开传输而导致的银行卡信息被窃事件。第三方支付机构在一定程度上解决了 B2B,特别是 B2C、C2C 发展过程中的信用担保问题,这种消费信用支撑功能也会在一定程度上促进跨境电子商务消费。此外,2015 年 1 月,中国人民银行印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》,要求芝麻信用管理有限公司、腾讯征信有限公司、深圳前海征信中心股份有限公司、拉卡拉信用管理有限公司等 8 家公司做好个人征信业务的准备工作。第三方支付机构积累了每个个人客户和企业客户的交易信息,通过对信息的分析,以机构自身建立的信用体系对客户进行评价,从而确定客户的信誉值,为客户建立信誉档案,也有利于促进社会诚信建设。

4. 改善跨境电子商务企业的经营水平

支付机构积累了大量的关于消费者及企业交易的数据,具有体量大、覆盖全、质量高的特点。一方面,通过对支付大数据深度挖掘、科学分析,能有效捕获用户深层次需求,可以衍生出多种商业模式,例如,基于支付技术演化出的互联网理财等众多金融模式,市场规模巨大。另一方面,第三方支付机构的跨境支付业务能为跨境电子商务企业提供获取会员资源的免费入口,使跨境电子商务企业在获取会员的过程中简化了流程,节省了大量人力,降低了费用;通过支付工具建立起来的渠道可以向消费者传递营销信息,不仅增强了商家与消费者的黏性,也大幅降低了商家的营销成本。另外,支付机构可以为跨境电子商务企业精准营销提供支持,通过对支付机构大量的消费支付数据分析,可以深度了解消费者的消费行为、消费习惯、场景和模式,这些信息为跨境电子商务企业品牌推广、精准营销、客户服务等提供决策依据,便于跨境电子商务企业为客户制订个性化的电子商务解

决方案。

3.5.4 我国第三方支付机构跨境电子支付业务模式

1. 主要业务模式

第三方支付机构在跨境电子支付业务中的主要业务模式有两类：一类是跨境人民币业务；另一类是跨境外币业务。前者是支付机构依托商业银行，由商业银行向当地的外汇管理局提出申请，业务领域主要集中在“一带一路”沿线国家，这些国家对人民币的接受程度较高，业务上受中国人民银行各分支机构跨境办属地管理；后者由支付机构独立向注册地国家外汇管理局分支局申请牌照，从模式上来看，都是“收取客户人民币、代理客户购汇、向境外商家结算外币”。区别在于，依托的消费或者贸易场景不同，业务上受国家外汇管理局分支局属地管理。

2. 代表性业务模式

1) 支付机构跨境购物外币支付模式

境内的消费者在境外商家购物时，通过支付机构平台，直接支付人民币购买商家外汇标价的商品，支付机构代客户通过境内的合作银行购买外汇并向境外的商家支付，具体业务流程如图 3.11 所示。

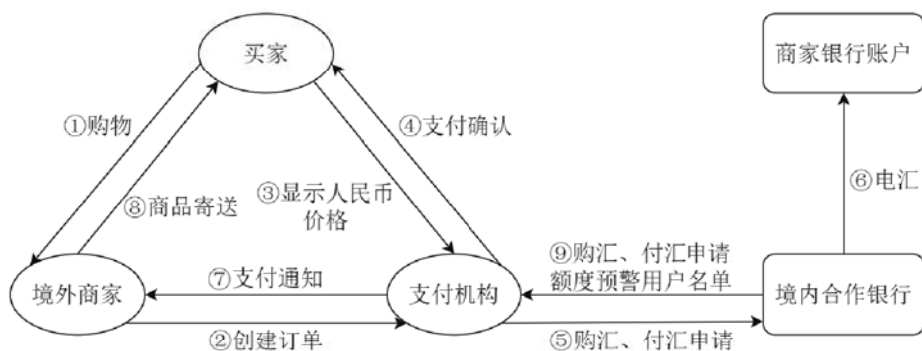


图 3.11 支付机构跨境购物外币支付模式

2) 支付机构出国留学外币支付模式

随着国民收入水平的提升，大量居民选择让子女在国外接受教育，支付机构依托出国留学市场开展了留学缴费业务，客户通过登录国外留学中介的网站，提交缴费申请，支付学费的人民币对价后，由支付机构通过境内合作银行代理购买外汇并向境外机构缴纳学费，具体业务流程如图 3.12 所示。

3) 支付机构跨境购物人民币支付模式

目前，支付机构开展跨境人民币业务主要是通过与银行合作的方式来开展，并且由商业银行向当地的跨境办提报申请材料，具体业务流程如图 3.13 所示。

4) 支付机构跨境收汇业务模式

国内跨境电子商务出口商品通常借助境外的购物网站，如亚马逊网站出售商品，货款



结算分为3个环节：一是货款进入买家的海外账户，该环节主要由境外支付机构提供；二是清算回国，即从海外账户的外币换算成人民币收回国内；三是境内资金的分发。国内支付机构做的是第三个环节的工作。

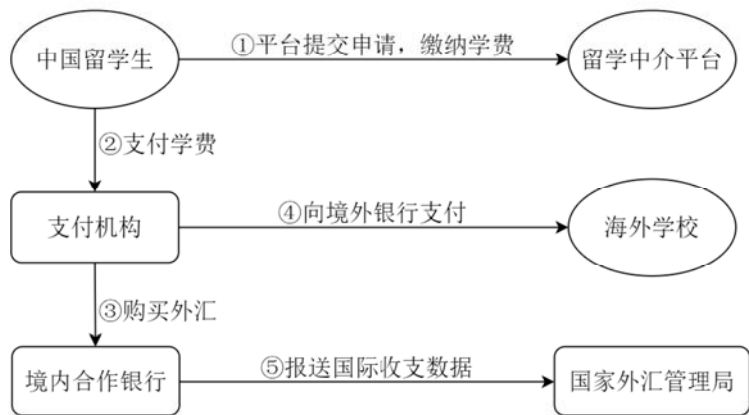


图 3.12 支付机构出国留学外币支付模式

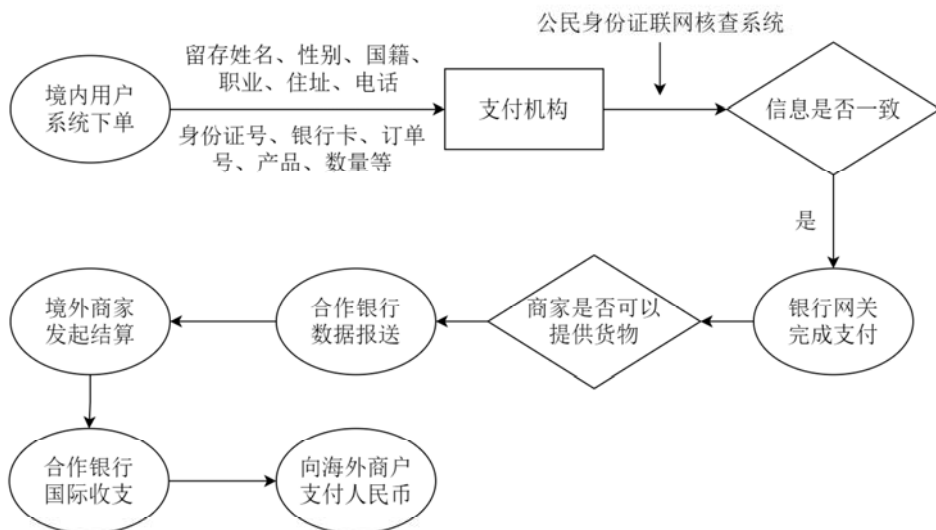


图 3.13 支付机构跨境购物人民币支付模式

本章作业

1. 什么是第三方支付？第三方支付的业务范围主要包括哪些内容？第三方支付包括哪些类型？
2. 阐述第三方支付的直连模式存在的问题，以及第三方网联模式的运作原理。
3. 阐述第三方跨境电子支付对跨境电子商务发展的影响。
4. 阐述第三方跨境电子支付业务模式。