

支付便利化“冲锋”：产业链换终端、调模式、贴费率

本报记者 李晖 北京报道

提升老年人、境外来华人士支付便利性正在成为支付产业的“1号任务”。

一个月以来，从央行座谈会、国新办发布会解释最新方案到国务院办公厅正式发布《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》，规格层层升级。

最高级别一声令下，各地纷纷开启动员。“我们省办公厅已经召集多个部门开了两个下午的会议。”华东某省一位支付机构内部人士向《中国经营报》记者透露。

面对支付服务的堵点和难点，整个产业链启动了从模式创新到真金白银补贴的多维度投入。近半个月以来，清算机构、卡组织、支付机构、收单机构、银行

多方百舸争流：3月15日，中国银联正式宣布投入30亿元改造基础设施以提升支付便利水平；支付宝及微信提高限额、简化手续等动作快速启动；收单机构则开

始在多个省内落地POS机终端的换新升级……

据记者了解，监管部门已经设置了多个时间节点，将对相关完成情况进行分阶段督察。

银联挂帅，线下收单45天改造攻坚

目前，中国银联已经提出了为期45天的第一阶段攻坚计划——在12个重点城市的8大类场景率先完成一批落地改造，覆盖率要达到75%。

针对老年人、外籍来华人员等群体支付不便问题，按照国常会精神，要推动移动支付、银行卡、现金等多种支付方式并行发展、相互补充。

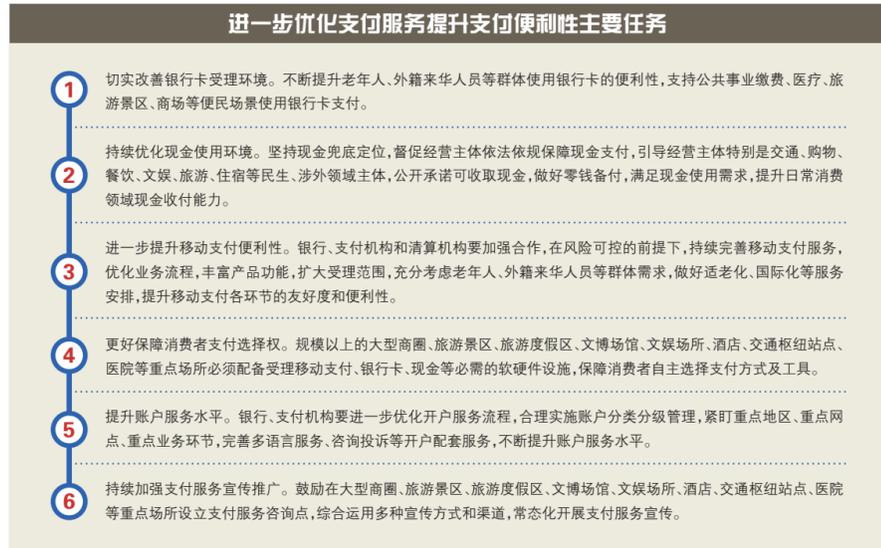
在国内的支付生态中，以二维码为代表的移动支付占据了绝大部分市场体量。虽然截至2023年三季度末，中国在用发卡量近98亿张，但受此前全球疫情和需求侧支付习惯变化影响，针对境外银行卡的受理环境萎缩，大部分机构甚至需要“从头部做起”。

身兼卡组织和清算机构的双重身份，中国银联在这场优化外卡受理环境的攻坚战中责无旁贷，如何撬动支付产业链力量是关键。

3月15日，中国银联在“优化支付服务暨锦绣行动2024”活动上披露：将投入30亿元资金，用于重点城市、重点场景的受理终端改造、标识布放、宣传推广等，并通过撬动银行、银商及收单机构“三银一收”等支付行业各方共同投入资源，覆盖全国41个重点城市、“食、住、行、游、购、娱、医、学”等8大类26个高频支付场景，提供刷卡、扫码、手机Pay、ATM取现等全场景的综合支付解决方案。

“目前，中国银联已经提出了为期45天的第一阶段攻坚计划——在12个重点城市的8大类场景率先完成一批落地改造，覆盖率达到75%。我们已经领了任务，第一阶段要完成100家商户的机具更新。”一家收单机构内部人士向记者透露。

事实上，对于国内大部分支付机构甚至商业银行，存量POS机绝大部分不具备受理境外卡的能力。由于线下POS机具及物料的铺设、更新都需要人力和资金投入，从推动的任务量看颇具挑战。据前述内部人士直言，通过各地分公司、服务商去线下——对接商户后，还需要围绕使用新POS机、外卡受理对商



据公开资料整理

户进行培训。“一个智能机具的成本大约300元，同时每个商户还要投放4到5个宣传卡台，成本每个也要几十元。确实是投入了极大力量在进行优化。”他表示。

据记者采访了解，当前头部机构已经纷纷展开改造。据随行付方面介绍，目前已在江苏、湖南等8个省市开展外卡受理改造工作。比如南京1912、夫子庙、老门东等商圈，目前新铺设的机具已经有了新增外卡刷卡记录。

新国都(300130.SZ)旗下嘉联支付方面向记者表示，已经把提升外籍来华人员支付服务能力列为总公司2024年度重点，全国36家分公司正全力在“衣食住行”等领域加快改造与优化外卡支付受理环境，有序实现重点场景的全覆盖。

移卡(09923.HK)旗下乐刷支付于2021年与美国运通完成系统对接。移卡相关负责人告诉记者，近期公司正式成为Visa、万事达卡会员机构，目前已成立专项小组负责支付便利化项目，终端设备进行改造以及商户的服务受

理培训正在进行。

除了传统刷卡模式，近场支付(NFC)的拍卡是境外人士特别是欧美群体较多使用的支付方式。而据万事达2023年重点商圈外卡使用情况调研，在北京、上海、广州、深圳四个城市的非接触式“拍卡”商户覆盖率不足三成。

记者注意到，此次中国银联特别强调提供刷卡、扫码、手机Pay等综合解决方案，覆盖了卡基和码基两种方式，这也是支付机构重点改造的环节。

拉卡拉(300773.SZ)相关负责人告诉记者，除了让传统终端机具具备全面受理外卡能力外，也在同步通过Tap to Pay(非接支付)终端创新外卡受理工具。对于价格敏感和不便使用POS的商户(如出租车、轮渡等场景)，通过softPOS解决方案，商户在安卓支持NFC的智能手机上安装App即可受理外卡拍卡支付。

不过，大量商业银行和支付机构此前并未与外卡组织对接过。

前述支付机构内部人士透露，

加入Visa、万事达卡等卡组织后，需要拉入网专线，时间大约130天，没有提前准备根本来不及。目前，一些机构由于能力和成本还在观望，后期可能会通过与中国银联或者大型银行采取相应合作批量对接卡组织。

此外，对于影响商户受理意愿的外卡费率问题，目前由于涉及多方复杂利益还未见实质进展。据记者了解，目前国内银行卡线下移动支付交易费率在0.3%~0.6%区间，外币卡刷卡费率的国际市场价格在3%，虽然近年来在多方努力下，一些机构的刷卡费率已经降到2%~2.5%，但和国内移动支付市场定价相比，仍缺乏竞争力。

而据记者多方了解，这部分成本是否有望降低，关键看卡组织和境外发卡行协商是否有进一步分担成本可能。据官方信息，目前人民银行正在指导支付清算协会与卡组织就降低外卡刷卡费率进行沟通协调。但前述机构内部人士也直言，由于外卡涉及反洗钱等复杂风控和跨境流程，决定了其费率水平的降低不会过多偏离市场价格。

模式创新+补贴，外卡内绑起量

由于卡组织有一套成熟规则，入网用户其实已经接受了一道风控筛选。

相比于刷卡模式难以大幅下降的费率，以扫码为代表的移动支付确实在性价比上给商户和境外来华人士带来一个新选择。

2023年中旬，支付宝和微信支付纷纷实现境外卡绑卡，“外卡内绑”支持境外居民将Visa、万事达卡等发行的境外银行卡绑定至境内钱包，帮助来华人员在境内顺畅支付。

“外卡内绑”的一个重要突破是大大降低了商户侧的费率水平，提升商家能力和意愿，让一些有能力布放外卡POS机的小规模商户也可实现受理外卡消费。

据记者了解，这源于对清算流程的一些“变通”。目前在境内下载支付宝和使用微信支付的外国人士，绑卡后采用了一种新模式。在这种模式下，商户侧继续走国内费率，在外卡链路上的支付宝和微信支付成为转换中枢，作为一级商户来参与跨境结算流程，解决了国内商户的费率顾虑。而在用户侧，虽然国外用户在境外已经习惯3%的通行费率标准，但为进一步提高其绑卡意愿，目前200元以内的消费，手续费由支付宝和微信支付承担，200元以上的消费再由用户承担。

上述方式确实促进了一部分消费者绑卡支付。北京乾坤空间是一家以文化展示和艺术体验为主的工作坊，负责人王京告诉记者，该店受理外卡已经超过10年，从去年开始，使用支付宝、微信支付等移动支付的群体逐步增加，今年更有明显上升，她透露目前店内刷卡、扫码和现金的使用比例大约是60%、35%和5%。

“不过，外国游客也非常‘聪明’，超过200元的部分，他们已经开始通过拆单(比如把一个400元的单子拆成2个200元)来实现费率减免，我们也没有意见。”某移动支付巨头内部人士向记者透露。支付限额的提升，也是此次提

升支付便利性行动中的一大突破。此前，在央行指导下，外籍来华人员使用移动支付的单笔交易限额由1000美元提高到5000美元、年累计交易限额由1万美元提高到5万美元。不过由于跨境支付涉及反洗钱等敏感风控挑战，一些市场人士也担心提额后是否存在一定风险。

对此，前述移动支付机构内部人士向记者透露，由于卡组织有一套成熟规则，入网用户其实已经接受了一道风控筛选，此外大额的住宿费用通常会提前预订，大额消费场所也可以选择刷卡，从内部系统看，大部分用户的每日支付金额在2000美元之下，需求也相对真实可控。

在认证、绑卡、限额门槛降低之外，记者注意到，支付机构也开始在其他附加功能上进一步为外卡支付扫清障碍。据支付宝方面透露，目前已经在App中试点上线16种语言翻译，解决外籍人员来华交流不便的同时也进一步降低国内商家服务外籍人员的门槛。

目前，提升支付便利性已经被政府层面关注并集中力量推动，预计将取得高效改观。但长远来看，市场的问题，最终仍需要以市场的方式去解决。

前述收单机构内部人士认为，银行由于业务类型丰富，通常对该业务的盈亏并不敏感。但对收单机构而言，持续亏损的业务很难有生命力。即使支付宝和微信支付这样的巨头，200元以内的补贴在交易量上涨到一定规模后，仍是一笔巨大的成本。

不过，上述行动一定程度上仍有其商业价值。嘉联支付方面就向记者表示，提升支付便利性可以带动中国支付产业与国际进一步接轨，提高对外交流参与度，也可以为中国支付机构进一步走出国门打下基础。

喜马拉雅入场流量变现

本报记者 郑瑜 北京报道

互联网平台上线金融产品导流业务已经不是新鲜事。而今，作为音频巨头的喜马拉雅近期也在App中上线了“听小贝”借钱，欲从流量变现红海中分得

一杯羹。

《中国经营报》记者连续多次点击喜马拉雅安卓端App内“听小贝”借钱业务，页面先后显示了不同的合作方，分别是“百分呗”和“钱小乐”。

从用户协议中可以看到，钱小

乐背后为广州数融互联网小额贷款有限公司(以下简称“数融小贷”)使用钱小乐提供服务。天眼查显示，数融小贷为港股上市公司百融云创(06608.HK)全资持有；百分呗为百维金科(上海)信息科技有限公司(以下简称“百维金

科”)，而百维金科提供的个人信息使用授权书中又有三家合作方。

接入提供贷款服务平台的喜马拉雅出于怎样的考虑？为了解合作的具体细节，记者分别向喜马拉雅与合作方发去采访提纲，截至发稿时，并未收到回应。

从尝试合作模式至今近四年

2020年，有媒体报道喜马拉雅涉足金融产品导流业务。彼时，喜马拉雅内部人士接受媒体采访时表示，喜马拉雅并未拓展金融业务，相关页面为喜马拉雅与金融机构的广告合作。现如今，打开喜马拉雅App钱包界面可以看到，陈列展示的贷款产品有两类，一个是左上角标有“广告”字样最高可借20万元的借钱业务，另一个则是“听小贝”借钱。

四年间在尝试与外部机构合作过程中，喜马拉雅的模式是否发生变化？从金融贷款广告流量投放模式，是否在向助贷合作过渡？对此，喜马拉雅并没有回应。

不过，无论是在安卓版本还是苹果版本下，当用户打开授信申请界面时，个人信息使用授权书与平台隐私政策显示的皆是外部第三方机构在提供具体服务。

大成上海办公室合伙人彭凯律师表示，纯导流、贷款超市展示模式下，平台一般只作为流量入

口，更多地发挥获客的作用；通过与其他小贷公司合作或者与有合作金融机构的互联网科技公司共同展业，平台一般会接受资金方的委托，协助资金方进行客户初筛等，在整个贷款业务中的参与程度更高。

江苏微金创联信息科技有限公司董事长、小微信贷专家嵇少峰认为，平台自有贷款品牌可以形成客户的黏性，增强自身的话语权。如果单纯导流模式，未来无论是营销还是客户黏性的建立方面都恐会有所欠缺。但是，自有贷款品牌意味着需要自营小贷，无论是获取消费金融牌照还是小额贷款公司牌照，都是一笔不小的成本。

博通分析金融行业资深分析师王蓬博也向记者表示，平台如果能够拥有小贷牌照，后期磨合之后可以降低相关运营成本，还可以让渠道更容易控制在自己手中，同时这也是一、二级市场的“加分项”。虽然可以通过与

外部金融机构或者其他有金融机构合作方的平台合作开展贷款导流业务，但是自身持有小贷牌照的政策风险更低。

以广告投放的形式为金融机构或贷款超市引流，与从事自营金融业务，二者究竟有何差异？

有业内人士表示，前一种形式(广告)结算模式简单，一般按照点击量或下载量等结算，利润相比后者(自营放贷)较薄。

有业内人士曾向记者表示，开展广告导流相比自营金融业务变现，模式相对较轻，门槛也较低，在初期，许多互联网流量平台会选择尝试广告导流。“有的平台一旦尝到‘甜头’，会去考虑自己做金融业务，例如有的平台最初只是一个网站和浏览器的入口平台，随着信贷业务推广营收效果显著，进一步开展贷款超市业务。”该业内人士称。

冰鉴科技研究院高级研究员王诗强表示：“如果互联网平台申请小贷公司或者其他具有放贷资

质的牌照，并利用该牌照开发自有贷款产品，就属于金融业务，该类贷款业务成功的关键在于风险控制。企业拥有较高的风控水平，可以控制逾期率，而较低的逾期率又可以帮助企业以较低的贷款利率吸引优质客户申请贷款，较低的贷款利率不仅可以降低业务纠纷，也因为优质客户准时还款，较好的资产质量，又可以从其他金融机构获取更低的融资成本，提升息差水平，进一步提升企业盈利能力，形成良性循环。”

同时，北京市社会科学院研究员王鹏也建议，在互联网金融市场竞争日益激烈的情况下，上线自有贷款品牌是互联网平台提升竞争力的重要手段。“当前，用户对金融服务的需求不断增长，互联网平台上线自有贷款品牌可以满足这一需求。此外对于平台盈利驱动来说，金融服务是互联网行业的重要盈利点之一，自有贷款品牌更有助于互联网平台拓展盈利渠道。”



如果单纯导流模式，未来无论是营销还是客户黏性的建立方面都恐会有所欠缺。视觉中国/图

信息披露与隐私保护问题须重视

在喜马拉雅展示的贷款产品中，合作方并非都是金融机构，还有一些是与金融机构有合作的非持牌贷款中介平台。

有金融机构从业者谈到获客难题时曾表示，借款人普遍只认识前端导流平台，对资金方没有太多感知。“如果出了问题，客户肯定更愿意找导流平台负责。”有从业者坦言。

在王诗强看来，在金融产品导流的过程中，一些客户可能担心信息泄露，对导流到第三方贷款平台申请金融服务比较敏感，特别是一些不知名的小机构，互联网平台开发自有产品，用户接受度相对更高。“由于第三方机构良莠不齐，导致互联网导流业务出现了不少问题，投诉率一直居高不下，因此，互联网平台开发自有产品可以降低相关投诉风险，也可以增加平台收入。”

值得注意的是，在带有“广告”标识的借钱业务下，喜马拉雅合作

方中的一家小贷公司注册资金仅为5亿元，该小贷公司有且仅有的4家股东中，第一大股东已经对外挂牌转让股权，两家股东成为失信被执行人，还有一家股东将其股权出质。

根据2020年，原银保监会、中国人民银行下发《网络小额贷款业务管理暂行办法(征求意见稿)》要求，经营网络小额贷款业务的小额贷款公司的注册资本不低于人民币10亿元，跨省级行政区域经营网络小额贷款业务的小额贷款公司的注册资本不低于人民币50亿元，上述均为一次性实缴货币资本。

对于合作方资质筛选问题，截至发稿，喜马拉雅同样未回应记者。

王诗强向记者强调，在与其他小贷公司或者金融机构合作时，一定要做好信息披露，并向客户明确解释清楚整个业务流程，避免后期出现纠纷。