

跨境支付角逐升级:交易真实性仍难监测 存反洗钱挑战

跨境支付市场赛场近期硝烟渐浓。

虽然自 2013 年国家外汇管理局（以下简称“外管局”）下发“跨境电子商务外汇支付业务试点”已有多年历史，但今年下半年以来，这项业务的热度和话题性显著提升。

一方面，市场参与者的战略布局开始变得密集，包括连连、汇付天下、宝付等头部机构在近期或完成大额融资，或结盟国际支付机构，公开加大该领域投注力度。另一方面，在今年以来的几次千万级别大额罚单中屡现跨境支付身影，显示在快速发展过程中，机构在商户真实性管理以及反洗钱机制建立上仍存挑战。

但业内共识在于，与国内支付格局尘埃落定相比，跨境支付市场的集中度仍旧较低，机会均等，空间巨大，这也正在引发众多机构寄望在此蓝海放手一搏。

B2B 跨境交易存刚需

“今年以来我们就明确把跨境支付业务作为核心战略，为此还特别挖来了其他机构的资深高管。”华北一家具有跨境支付试点资质的第三方机构人士向《中国经营报》记者透露。

事实上，从市场现状上看，自 2013 年开放试点以来，二三十家试点持牌机构中多数并没有在跨境支付业务方面投入全力。在一些业内人士看来，这是由于在国内支付市场“躺着赚钱”的年代里中市场参与者布局动力有限。但近年来，受到费率改革、备付金集中存缴、支付市场双寡头格局等影响，加之消费升级、“一带一路”等因素叠加，跨境支付成为了机构突破业务天花板、腾挪发展空间的重要选择。

中泰证券相关报告认为：支付行业有明显的规模效应，交易量越大，成本优势越明显。现阶段中国跨境支付行业的集中度低，每家跨境支付公司都有机会，速度为王。

2013 年起，外管局发放了首批 17 家跨境外汇支付试点资质，截至 2018 年共扩展到 30 家。这部分持牌机构可以在境内为特定领域的电子商务平台提供收付汇和结售汇业务。虽然跨境支付牌照经营范围包括货物贸易、航空、旅游、留学、酒店等多个细分领域，但由于教育和旅游等领域交易频次较低，因此近年来在消费升级背景下，跨境支付的竞争重点集中到了小额、高频的场景——以跨境电商为代表的货物贸易领域。

此外，牌照发放的趋紧也让市场参与者的选择空间有限，选择电商领域突围成为了必然。一位华东地区具有跨境支付资质机构人士透露，其所在机构较晚持牌，目前只能做电商领域的跨境外汇支付，旅游、教育领域只能做跨境人民币支付业务。

但事实上，电商领域由于小额、分散、高频的特性，在此前被银行电汇等由金融机构主导的跨境支付市场中，属于链条上的弱势群体，交易痛点也尤其明显，因此服务空间巨大。

以连连支付为例，其今年的上半年跨境收款金额超过 200 亿元人民币，服务跨境电商卖家超过 30 万元；汇付天下今年上半年跨境支付业务交易规模 67 亿元，同比增长 1017%；而宝付一站式跨境收付平台每月结售汇交易量（包括进口购汇与出口结汇业务）稳定在 10 亿元左右。

电子商务研究中心报告显示，2018 年上半年中国跨境电商交易规模为 4.5 万亿元，同比增长 25%。一个可作为参照的数据是，主营跨境电子商务的傲基电商（834206.SZ）今年上半年营业收入超过 23.44 亿元，净利润为 5556 万元。连连支付 CEO 潘国栋告诉记者：这其中消耗掉的成本需要支付各类服务商、物流、

保险以及收款服务商去瓜分。由于跨境电商的特殊性——需要在国内完成采购，再卖到国外，与国内供应商和国外卖家都发生关系，因此市场容量应该是翻倍的。

告别价格战

据记者了解，目前，第三方跨境支付机构的主要收入来源有三种：一是支付通道手续费，国际收单手续费保持在 3% 左右；国际汇款最低费率从 2% 逐步下降到 0.5%；二是来自于批发零售的汇率价差以及汇率浮动收益；此外，支付公司可以为电商平台搭建支付系统或提供完整的支付解决方案，或提供 VAT（增值税）外税代缴、供应链金融等增值服务获取收益。但总体来讲，手续费仍是主流盈利模式。

前述华东支付机构人士透露：电商领域跨境支付各个环节的供应商不同，所以成本差距很大。B 端的费率一般不是统一化，基本靠销售去谈，体量大的公司有议价权，国内支付机构的跨境支付费率一般在 1% 以下，甚至 0.5%~0.7%，一些新的技术也可以降低成本。

在一些业内人士看来，目前在跨境支付领域价格已经不是核心，甚至牌照也无法成为最大壁垒。据记者了解，不少以跨境解决方案著称的企业，在境外拥有支付牌照，但在国内并不具有跨境支付试点资质，通过持牌公司合作的方式依然能快速做好业务。这其中的关键仍然是提供交易真正需要的服务。

宝付国际事业部总经理林勇告诉记者，由于传统的跨境支付方式涉及的中间环节较多，费用较高且到账时效性不高，跨境电商卖家在跨境支付环节通常面临三大问题：境外银行账户难申请、多平台店铺资金管理复杂、提现到账速度慢。这也成为跨境支付机构提供价值的主要突破口。

杭州云端进出口贸易有限公司总经理杨帆对此深有感触，据其透露，商户首先关心费率，但近年来通道费率下降趋势明显，基本可以做到 1% 以下，因此结汇的稳定性就更受关注。“此前和一家银行长期合作，但有一次有大笔金额需要

结汇的时候，被突然告知取消了资格，由于没有合作伙伴，但钱已经到了银行里，导致那段时间出现了资金紧张。”

在潘国栋看来，目前跨境电商行业供应商、服务商在服务卖家时，还都是通过传统的方式，大都停留在线下，是离散的。因此服务 B 端的重心是在原有支付业务基础上，打造出更多延伸服务产品，提供一站式服务、定制化服务，打造相互依存的生态。

事实上，这种 To B 业务的特殊性也与支付宝和微信支付形成了错位竞争。特别是出于独立性考量，由于阿里、京东本身拥有跨境电商场景，这也让商户将数据开放给支付宝和微信支付存在顾虑。而这些服务 B 端第三方支付机构更多隐身在卖家身后，获得了更多信任。

事实上，目前跨境支付竞争重点之一仍旧是传统收单能力的体现——如何受理更多形式、币种和银行卡的支付，此外则是跨境整体营销服务能力的比拼——比如如何为海外商家提供销售页面、营销、支付等中国本地化服务，为境外商家对接国内多条销售渠道，同时为国内渠道对接海外商品服务。“支付机构纯靠费率去盈利的跨境支付时代一去不复返，这个行业需要新的玩法。”首信易支付 COO 梅岭表示。

交易真实性仍难监测

不能忽视的风险在于，随着跨境支付业务的快速扩容，一些监管难点也开始集中暴露。

去年以来，央行和外管局加大了包括非银支付在内的金融机构反洗钱监管力度。根据 2017 年 7 月正式实施的《金融机构大额交易和可疑交易报告管理办法》，除了以往应该履行反洗钱义务的机构，非银行支付机构首次被纳入责任主体范围，要求金融机构新增建立与完善交易监测标准、交易分析与识别、涉恐名单监测等，并新增自然人客户“人民币 20 万元以上”的大额跨境转账交易报告标准。

一位北京第三方支付机构内部人士就曾向记者透露，受央行 61 号文、108 号文、117 号文等影响，机构内部 2017 年以来一直忙于建立和完善交易监测标准、针对反洗钱加强风控能力。

前述华东支付机构人士告诉记者，电商贸易领域有其独特的特点，即要求“三单合一”——支付单（第三方支付机构）、物流单（物流公司）、订单（电商平台）确保一致海关才会放货，因此商户真实性相对较高。“如果要三方联合起来造假成本很高。”

但在这一领域也绝不是没有空子可钻，上述机构人士也承认：交易真实性的监测是历史性难题。梅岭告诉记者，跨境支付由于流程复杂，在审核真性交易时，商户提供的货物贸易类大量物流信息，审核人员需要在较短事件内有效核查批量物流结果，难度很大。而一些境外商户资质审查上，获取境外商户的实际控制人、股权结构等信息存在较大困难，也缺乏有效手段进行核实。

在他看来，严监管确实给支付机构带来了一定的挑战。“不同于传统境内支付，跨境支付要面对的法律条款更加复杂。国际反洗钱是传统企业以前不太擅长的领域，而要从事跨境支付服务，国际反洗钱，各国金融管制政策的了解和执行也需要提到日程上。”

（来源：中国经营报，转引自：新浪财经，网址：
<http://finance.sina.com.cn/roll/2018-09-29/doc-ifxeuwwr9338487.shtml>）