

2018年第三方跨境支付行业研究报告

易宝研究院



分析范围及定义

跨境支付

指两个或两个以上国家或者地区之间因国际贸易、国际投资及其他方面所发生的国际间债权债务借助一定的结算工具和支付系统，实现资金跨国和跨地区转移的行为。

第三方跨境支付

即第三方支付机构跨境电子商务外汇支付业务，是指第三方支付机构通过银行为电子商务(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算服务。

本报告分析范围：第三方支付机构的跨境互联网支付业务

CONTENTS

1 跨境支付行业发展背景

2 跨境支付行业发展现状

3 跨境支付企业商业模式

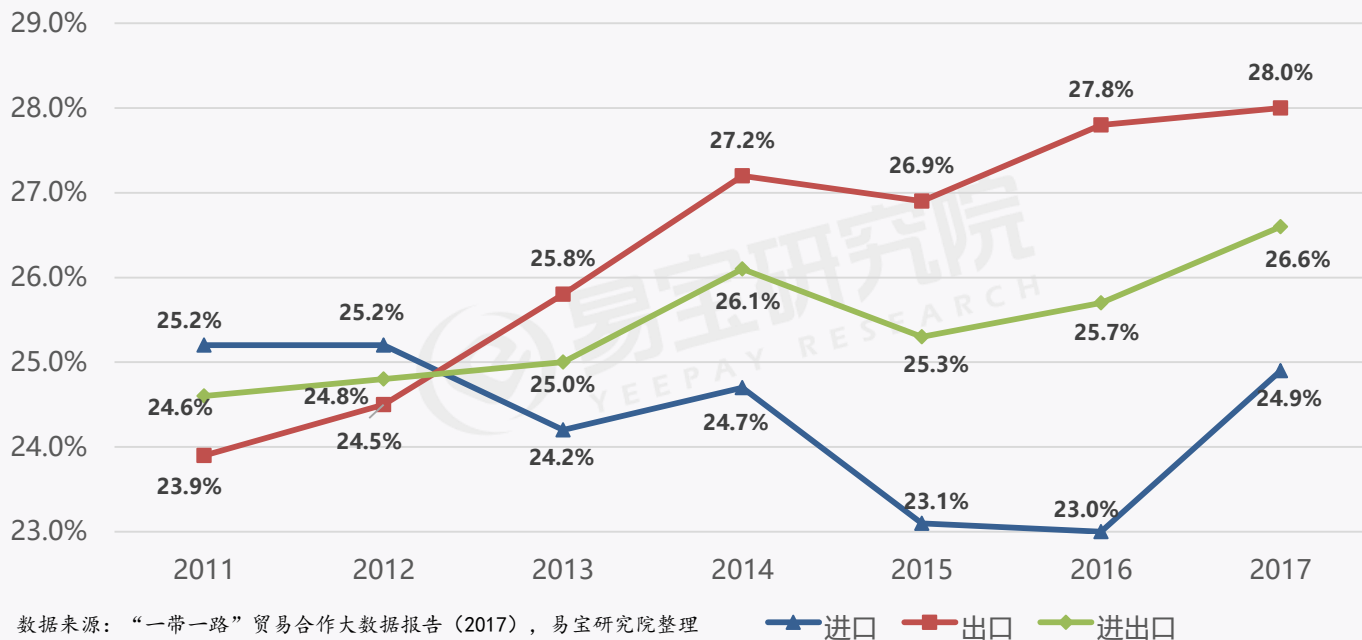
4 典型跨境支付企业解析

5 跨境支付未来的发展机会与挑战

“一带一路” 战略提供良好机遇

一带一路覆盖沿线65个国家，涉及基建、国际贸易和旅游服务等多个合作领域，经济联系的更加紧密会大幅度提高跨境支付的需求，支付服务内容也会越来越丰富。从2014年到2018年，中国对“一带一路”沿线的出口占全球出口的比重逐年上升，顺差规模在扩大，随之而来的跨境支付业务的需求也十分迅猛。

图1：2011-2017年中国与“一带一路”沿线国家贸易额占中国与全球贸易额比重



政策鼓励跨境支付发展

目前正处于第三方跨境支付发展的红利期。从2013年3月以来共有30家支付机构获得跨境外汇支付业务资格，5家支付机构获得跨境人民币支付业务资格。同时，广州、上海、安徽等省市也相继出台了鼓励跨境支付发展的相关政策。

外汇管理局下发《关于开展支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点的通知》（汇综发[2013]5号），首批共17家支付机构获得跨境电子收付汇和结售汇试点资格。同年9月，易宝支付完成国内首笔跨境外汇支付业务。

人民银行上海总部制定了《关于上海市支付机构开展跨境人民币业务的实施意见》。首批获得跨境人民币支付业务资格的五家公司为上海银联电子支付、通联支付、东方电子支付、快钱支付、上海盛付通。

下发《国家外汇管理局关于开展支付机构跨境外汇支付业务试点的通知》（汇发[2015] 7号）将试点范围扩大到全国，同时将单笔交易金额不得超过等值1万美元提升至5万美元。

CIPS一期上线，首批同步上线有19家直接参与者和176家间接参与者，参与者范围覆盖6大洲50个国家和地区。具有实时全额结算，直接参与者一点与专线接入、清算高效，采用国际标准，运行时间覆盖广的特点。

人民银行发布《进一步完善人民币跨境业务政策促进贸易投资便利化的通知》，提出要进一步完善和优化人民币跨境业务政策，服务“一带一路”建设，推动形成全面开放新格局。

CIPS二期成功投产运行。在一期成功基础上，引入定时净额结算实现混合结算机制；运行时间延长至5*24+4全时区覆盖；更加的支持金融市场业务；引入更多金融市场基础设施类直接参与者。

2013.03

2014.02

2015.01

2015.10

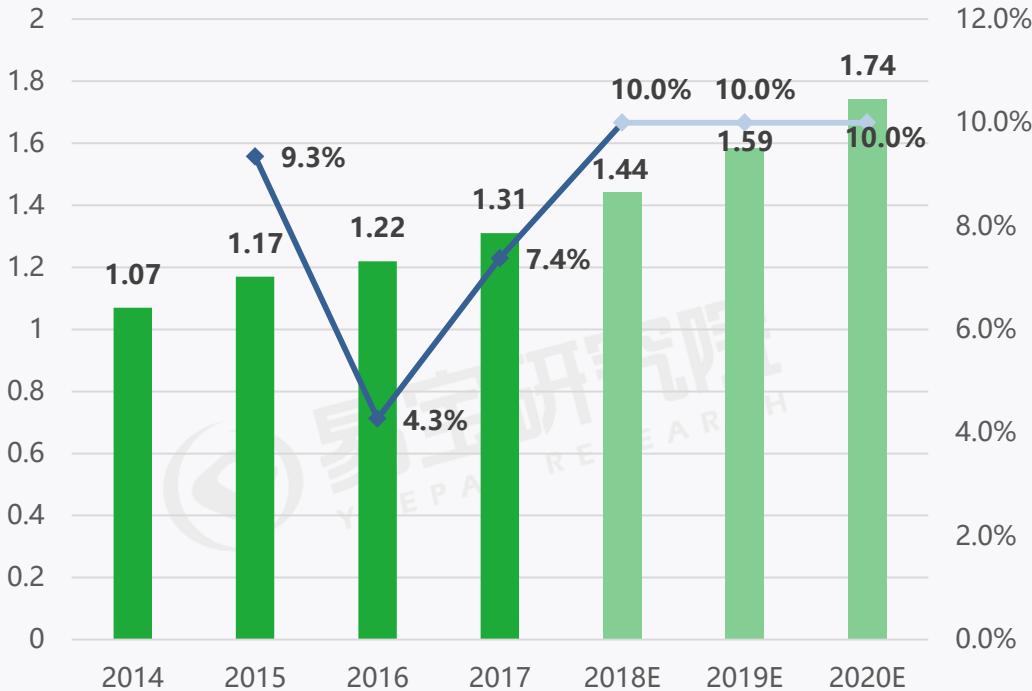
2018.01

2018.03

数据显示：2017年我国出境旅游市场为1.31亿人次，同比去年增长7.4%，出境旅游花费1152.9亿美元。中国已连续多年保持世界第一大出境旅游客源国的地位。互联网的飞速发展使得人们出行多会选择在线旅游平台进行机票酒店等的预定，在线旅游市场成为旅游业的一个风口。

经济增长是出境旅游的主要推动因素，出境游客对体验当地人生活方式的需求逐渐增长。尽管购物仍然为花费最高的项目，但购物比重收缩，购物内容向日常用品变化等趋势，反映出其消费行为向理性转变。

图2：出境旅游人数及增长率



数据来源：国家旅游局，易宝研究院整理

出境旅游人数 (亿)

增长率

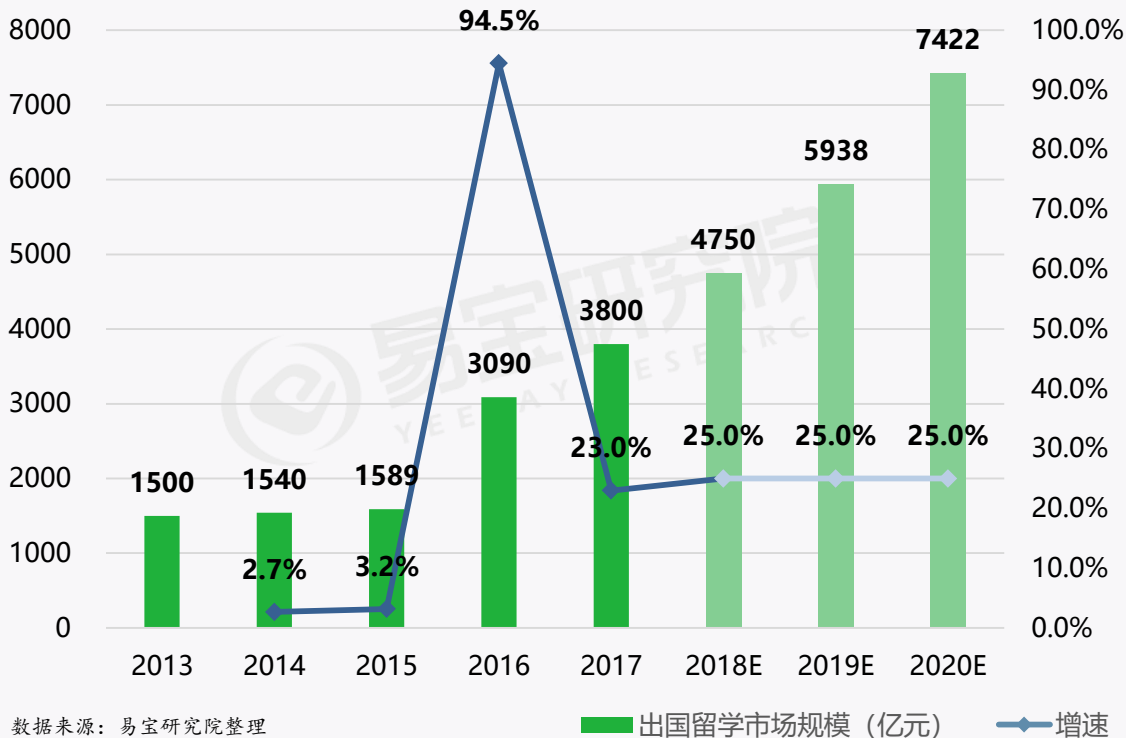
注：预测数据为根据未来行业趋势和过去N年的年复合增长率综合得出，以下同

旅游、留学、电商等带动跨境消费快速增长(2/3)

教育部数据显示：2017年，我国出国留学人数达60.84万人，持续保持世界最大留学生生源国地位。其中，自费留学共54.13万人，占出国留学总人数的88.97%。预计2020年我国留学市场规模预计超过7000亿元。

随着中国富裕人口和人均可支配收入的提升，国民教育意识转变促使国际化教育需求增加，国内优质教育资源紧缺，与留学相关的留学咨询、语言培训、国际学术课程、海外游学等业务快速增长等因素，预计未来国际教育产业将快速发展。

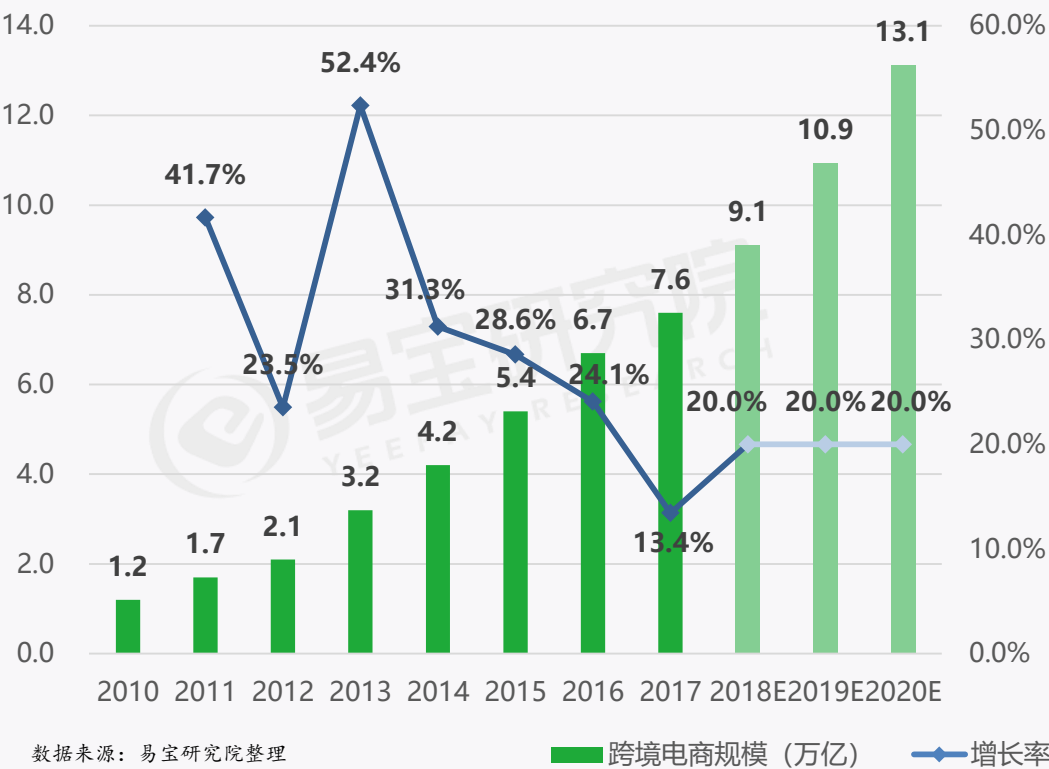
图3：出国留学市场规模及增速



跨境电商作为我国外贸的新增长点，得到了中央政府的持续关注。2017年国务院总理李克强再次在政府工作报告中提及跨境电商，将跨境电商发展作为“坚持对外开放的基本国策”的工作项目之一。

出口跨境电商是我国跨境电商主体，进口电商占比不断提高。由于我国制造业在成本及规模上具有较高优势，同时受到一带一路政策及资本市场推动，我国目前跨境电商主要以出口为主。在政策基本面保持利好的情况下，进口跨境电商市场仍将保持平稳增长。

图4：中国跨境电商规模及增长趋势



CONTENTS

1 跨境支付行业发展背景

2 跨境支付行业发展现状

3 跨境支付企业商业模式

4 典型跨境支付企业解析

5 跨境支付未来的发展机会与挑战

主流的四种跨境贸易模式



传统B2B

- ◆ 传统跨境贸易最主流模式，企业规模相对较大，跨境交易以大额、低频为主，多数为一对一大额交易。从海关数据来看，传统外贸由于受到各种因素的影响日渐萎缩。线下展会的效果越来越差，线上的B2B渠道用户饱和度越来越高，产品同质化程度也越来越高。



平台B2C

- ◆ 通常指直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。该模式的电子商务一般以网络零售业为主，借助互联网开展在线销售活动，跨境B2C平台即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络实时在网上进行购物、网上支付等消费行为。



自营B2C

- ◆ 以自建的方式运营，主要将国内商品销往海外。从供应商处获取低成本商品，以市场价格出售后赚取产品差价来实现盈利。但是需要承担货物积压，过期等风险。目标用户群是C端用户，所以品牌效应很关键；品牌效应足够大，产品体验高，则足以吸引更多有需求的用户。

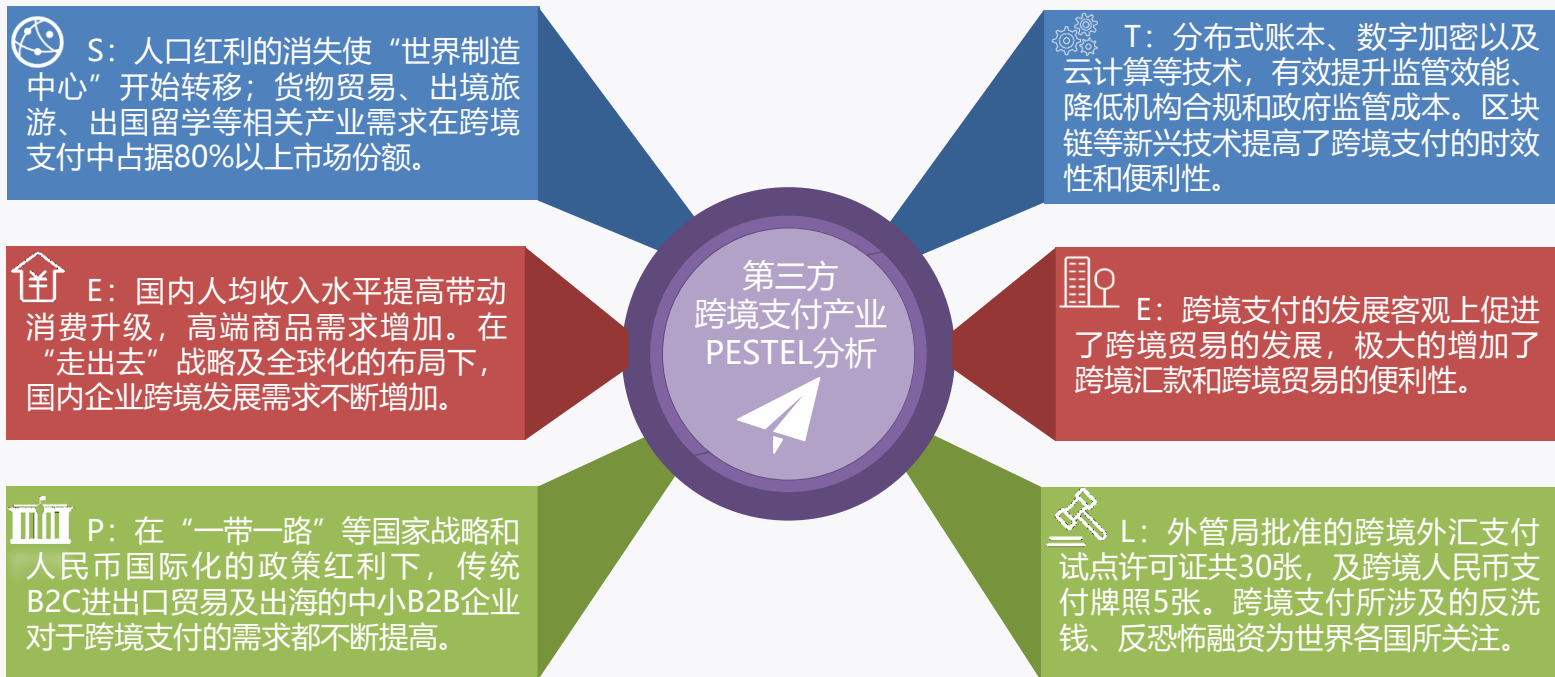


小额B2B

- ◆ 在经济下行情况下，采购商的资金投入和采购周期风险增大，但随着跨境电商平台的流行，小额在线采购对于中小采购商来说真正提升了采购效率，降低了交易风险。相对于传统的外贸大额定单，小批次和多频率的定单会越来越成为主流。

第三方跨境支付产业PESTEL分析

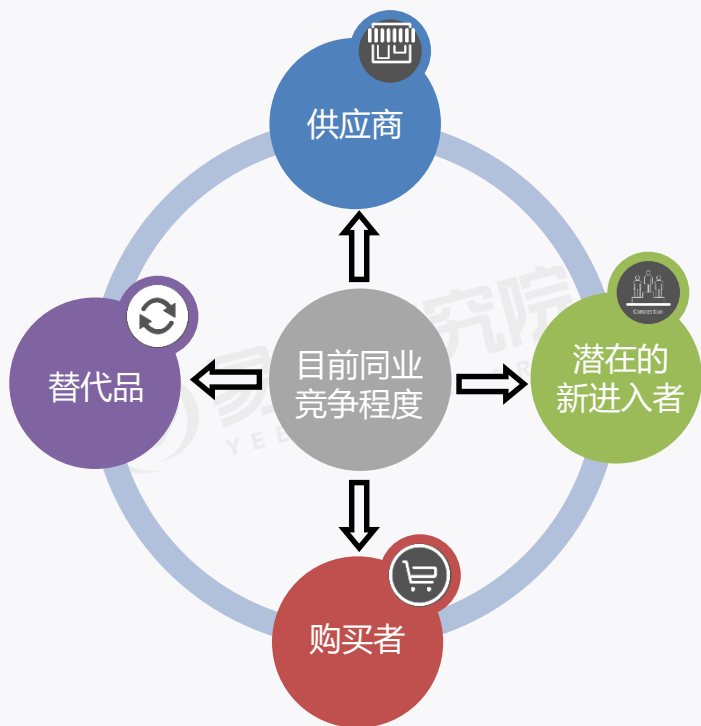
从第三方跨境支付的大环境分析中可以看出，国内支付机构开展跨境支付业务既面临着政治政策、经济发展转型、人民生活需求提升的巨大发展机遇，但是同时也面临着新技术颠覆传统支付产业模式的挑战，以及世界各国对于跨境资金流动的审慎监管态度。



第三方跨境支付产业的波特五力分析

从模型分析结果来看，目前各支付机构都实施了成本领先战略，力求用价格战占据市场份额。除支付宝、财付通外，领先的B端服务提供者易宝支付等支付机构在全行业解决方案上实行了差异化战略，避免了C端的用户竞争，同时也树立了独特的品牌形象。其它如连连、首信易支付等则针对出口电商、教育缴费等细分行业实施专一化战略。

图5：第三方跨境支付产业波特五力模型分析



01 供应商议价能力

◆ 供应商议价能力较弱。提供跨境支付服务的除第三方支付机构，还有商业银行、境外支付巨头、行业解决方案提供商等，在产品区别不大的情况下，供应商具有较小的议价权。

02 购买者议价能力

◆ 客户购买服务的议价能力较强。市场上产品和服务较为同质化，提供者较多，厂商大多实行了成本领先战略。购买者具有多种选择，议价能力较强。

03 潜在进入者威胁

◆ 央行7号公告宣布了支付行业的对外开放，国外支付巨头具有境外多国牌照许可、合规经验丰富等优势，在跨境支付业务上能够对行业现有参与者造成一定冲击。如PayPal、WorldFirst、Airwallex等。

04 替代品威胁

◆ 替代品威胁较弱。相对于银行的跨境支付，第三方跨境互联网支付的速度更快，方式更为灵活、成本更低，支付机构对于商户提供的基础和增值服务更全面，在小额、高频的跨境服务中，优势更加明显。

05 目前同业竞争情况

◆ 当前跨境支付业务竞争激烈。除商业银行外，持有第三方跨境外汇支付牌照的共有30家机构。跨境支付业务的费率已经从初期的2%迅速下滑至1%，再到如今0.5%甚至更低的程度。

跨境支付行业壁垒

从行业格局看，跨境支付牌照的壁垒正在弱化，不同支付企业提供的支付服务模式也在分化。在竞争壁垒上，谁能真正提升行业效率，谁能更好地满足跨境商家综合需求，谁才能在未来的竞争中赢得先机。相对于单一的收款费率竞争，这样的竞争壁垒才是牢固的，也才是良性可持续的。

合规壁垒

一是运营业务所在的各个国家，支付公司是否持牌，对相关金融法规是否了解；二是系统是否能支撑业务全球拓展，完成合规、风控、反恐反洗钱的工作。

行业准入壁垒

经营跨境支付业务需要取得人民银行《支付业务许可证》及外管局许可的跨境外汇支付许可。

核心技术壁垒

跨境支付对系统的稳定性、安全性和风险控制的要求极高。需具备核心及配套增值服务应用的开发技术。同时，需要有持续的研发、创新能力满足市场需求。

资金壁垒

支付牌照需满足最低注册资本1亿元人民币要求。支付行业的规模经济效应明显，交易量达到一定的规模才能实现盈亏平衡。同时，随着支付机构业务迅速发展，客户对于资金的结算效率的要求，也进一步加大了对资金的需求。

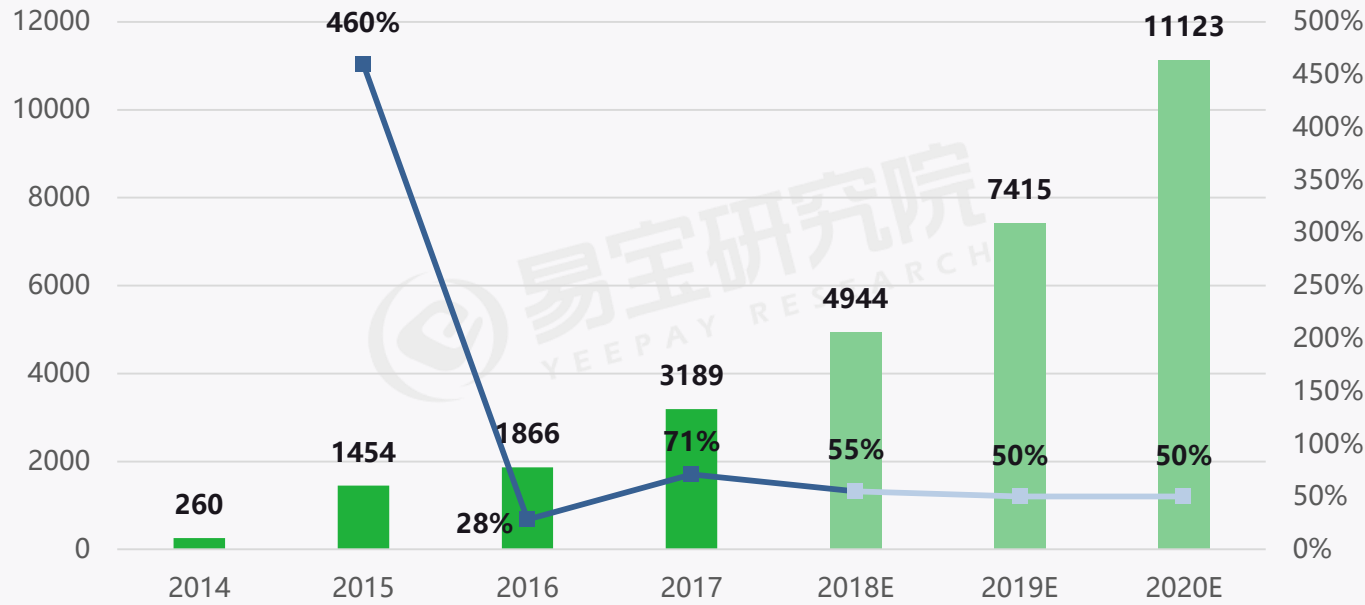
品牌壁垒

支付服务涉及到上下游用户的资金安全，因此良好的品牌及信誉往往是用户在选择支付服务提供商时着重考虑的因素。

跨境支付行业规模预测

中国支付清算协会公布的数据显示，2017年国内第三方支付机构跨境互联网交易金额约3200亿元，交易笔数达到12.56亿笔、比2016年增长114.7%。随着跨境支付需求日益旺盛，易宝研究院预估今后数年跨境支付规模还将保持年化逾50%的增速，预计到2020年，行业规模将超过万亿元。

图6：第三方支付机构跨境互联网支付总额及增速（亿元）



数据来源：中国支付清算协会，易宝研究院整理

■ 第三方支付机构跨境互联网支付总额（亿元） — 增长率

国内外跨境支付企业差异

图7：国内外跨境支付企业的差异分析

市场集中情况

国内的第三方支付市场被支付宝和财付通两大巨头基本垄断，境外第三方支付支付的市占率和集中度较低。

国外整体支付行业成熟，ToC与ToB支付均衡发展，以卡基支付为主。国内移动支付领先世界，C端支付极度发达，B端支付有待发展，账基支付逐渐成为主流。

行业成熟度

市场价格

境外的支付费率明显高于国内。欧美费率在2%-3%，国内费率普遍低于1%。而开展跨境支付业务的必要条件包括通过国际卡组织认证、支付牌照（汇款、结售汇等）、综合收单能力（移动支付收单）以及银行通道和客户资源等，这些都决定了支付企业的成本。

欧美的消费支付以信用卡为主，国内的消费支付以借记账户为主。

个人支付账户体系



CONTENTS

1 跨境支付行业发展背景

2 跨境支付行业发展现状

3 跨境支付企业商业模式

4 典型跨境支付企业解析

5 跨境支付未来的发展机会与挑战

跨境支付企业收费模式

交易服务费为主要收入



支付手续费

- ◆ 各家公司的收费名目和费率各不相同。从趋势来看，整体费率水平处于下降趋势，价格竞争加剧。一种是按照交易规模流水收费，一种按照支付笔数收费，或者规定上限，两种兼有。

非常规性收入



汇兑差

- ◆ 汇兑收益主要来自于批发零售的汇率价差、离岸在岸的汇率价差以及汇率浮动收益，费率区间较大。换汇时锁定费率和实时汇率的价差，离岸人民币和在岸人民币外汇牌照的价差收入等。

开发服务及一站式解决方案



其他服务费

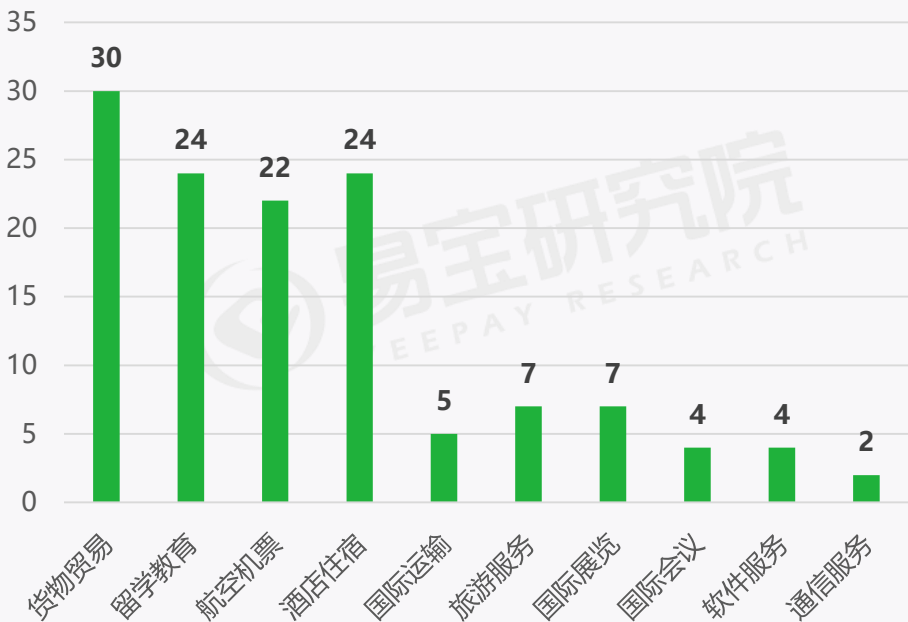
- ◆ 支付公司可以为电商平台搭建支付系统或提供完整的支付解决方案，收取项目开发费用。对每个不同行业不同需求所提供的一体化产品支持。随着跨境支付电商的发展，跨境B端支付解决方案进入蓝海。

跨境支付企业业务范围

开展跨境外汇互联网支付业务需要在外管局监管下进行，业务范围主要包括货物贸易、留学教育、航空机票、酒店住宿、国际运输、旅游服务、国际展览、国际会议、软件服务、通信服务十个领域。其中货物贸易、留学教育、航空机票、酒店住宿业务占据第三方跨境支付80%以上的业务。

| 支付机构 | 归属地点 | 货物贸易 | 留学教育 | 航空机票 | 酒店住宿 | 国际运输 | 旅游服务 | 国际展览 | 国际会议 | 软件服务 | 通信服务 |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 总计 | / | 30 | 24 | 22 | 24 | 5 | 7 | 7 | 4 | 4 | 2 |
| 支付宝 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 财付通 | 深圳 | 1 | | 1 | 1 | | | | | | |
| 易宝支付 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | |
| 通联支付 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 汇付天下 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 银联电子支付 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 东方电子支付 | 上海 | 1 | | | | | | | | | |
| 快钱 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 盛付通 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 环迅支付 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 富友支付 | 上海 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 易极付 | 重庆 | 1 | | | | | | | | | |
| 钱宝科技 | 深圳 | 1 | | | | | | | | | |
| 贝付科技 | 浙江 | 1 | 1 | | | | | | | | |
| 钱袋宝 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 银盈通 | 北京 | 1 | 1 | | 1 | | | | | | |
| 爱农驿站 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 首信易支付 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | |
| 北京银联商务 | 北京 | 1 | 1 | | 1 | | | | | | |
| 网银在线 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 拉卡拉 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | | |
| 资和信 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 联动优势 | 北京 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| 连连支付 | 浙江 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | | |
| 网易宝 | 浙江 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 易付宝 | 江苏 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 智付电子支付 | 深圳 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 海南新生 | 海南 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| Mo宝支付 | 四川 | 1 | | | | | | | | | |
| 宝付 | 上海 | 1 | | | | | | | | | |

图8：第三方跨境支付机构业务范围



跨境支付企业核心竞争力打造——跨境增值服务

支付机构可以跨境支付为核心提供一系列的跨境增值服务。跨境电商需要对资金流和物流进行统一管理。跨境支付与交易流程结合紧密，可基于支付提供综合性服务，包括货物通关、物流仓储等，确保交易的安全性。

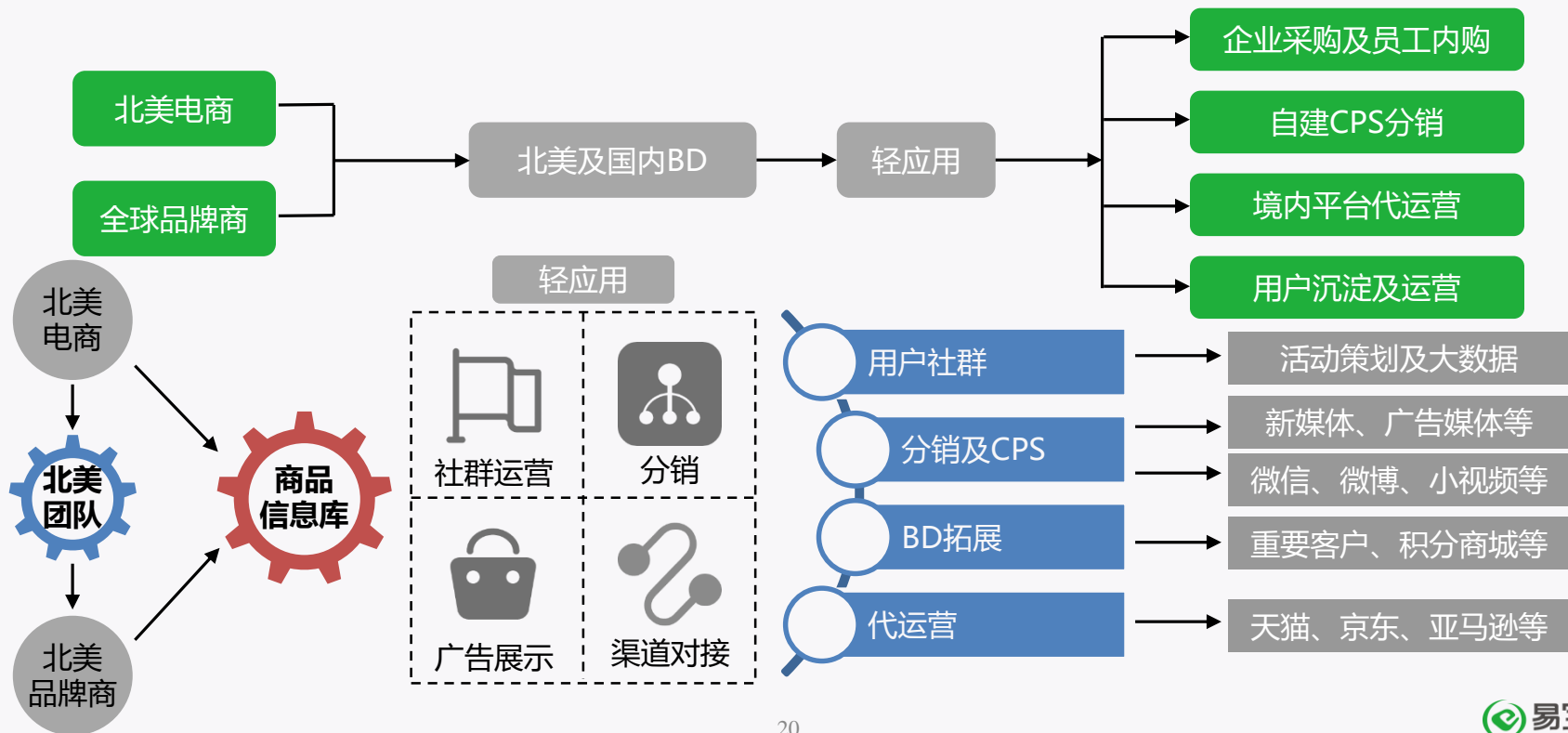
图9：跨境支付企业提供的跨境增值服务



支付单：指支付企业将电商企业的订单在系统后台转换成海关指定格式的报文。

跨境支付企业核心竞争力打造——跨境营销服务

跨境营销主要服务于进出口电商业务，跨境支付公司为商家提供销售页面、营销、支付等本地化服务，业务模式为B2B、B2B2C 相结合。此外，跨境支付公司可以为商家一次性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。下图为以北美电商为例的营销服务：



跨境支付企业核心竞争力打造——一站式解决方案

市场拓展能力

- ◆ 支付的规模效应使交易量越大，成本优势越明显。尤其是在价格战当下，快速做大规模才有生存的可能。作为商家，通常会选择多家支付公司进行合作。能够尽快和更多的商户，尤其是大商户建立合作关系至关重要。现阶段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。
- ◆ 市场拓展能力的基础是全面的支付通道，包括支持的货币种类、支付工具种类、覆盖的国家和地区、是否有独家合作的渠道等，跨境支付是国际化的聚合支付。

跨境供应链金融

- ◆ 跨境支付公司有开展供应链金融的数据基础。根据商家的具体情况和需求提供定制化的金融服务。商家可在线申请贷款，放款和还款便捷。



全面的行业解决方案及快速服务响应

- ◆ 支付与场景结合，不同行业的业务模式不同，客户画像不同，支付需求各异。每个行业需要定制支付解决方案。目前国内跨境支付涉及的行业包括货物贸易、留学教育、航空机票、酒店住宿等。
- ◆ 行业间差别客观存在，PayPal已经可以做到行业全覆盖，而其他公司则需逐步拓展覆盖。对于客户提出的个性化需求或故障处理要做到快速响应，这对于本地支付公司来说更具优势。

CONTENTS

1 跨境支付行业发展背景

2 跨境支付行业发展现状

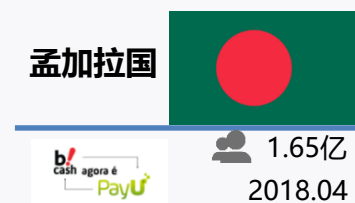
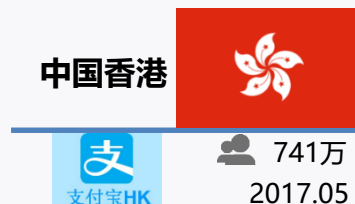
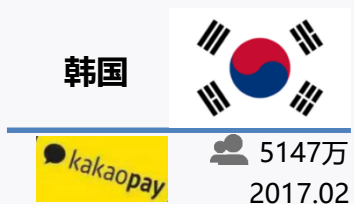
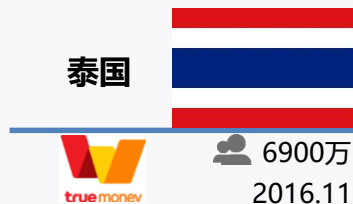
3 跨境支付企业商业模式

4 典型跨境支付企业解析

5 跨境支付未来的发展机会与挑战

支付宝——“一带一路”本地化钱包布局

从2015年开始，蚂蚁金服开始技术出海，寻找全球合作伙伴共同打造当地的“支付宝”。从印度、到泰国、到韩国、到菲律宾、到印度尼西亚、到中国香港、到马来西亚、到印度尼西亚、到巴基斯坦、再到孟加拉，支付宝加全球9个本地的数字钱包，开始了服务全球化，移动支付的“一带一路”成型。



支付宝——“出海造船”的蚂蚁金服

蚂蚁金服的国际化道路，是通过合作输出支付宝的整个模式。具体而言，蚂蚁金服选择与当地已持有牌照、合规流程成熟的企业合作。占领市场后，将来技术授权收入等将会成为蚂蚁金服重要财务亮点。

其海外计划是构建一个全球收付网络，菲律宾、马来西亚是这个网络体系中的一部分。蚂蚁金服希望让各国电子钱包之间实现互通，拿着本国的电子钱包能到其他国家扫当地二维码。当然，这也这对其技术输出提出了很高的要求。

从现阶段来看，蚂蚁金服主要的任务是提高各电子钱包的使用规模，在这方面，蚂蚁金服在各个国家合作财团的资源优势将起决定性作用。

支付宝出海模式

境外“分店”模式

■ 典型如AlipayHK，在2017年，蚂蚁金服与长江和记实业在香港组建合资公司AlipayHK。

境外龙头企业的资金与技术输出

■ 典型如印度Paytm，韩国Kakao Pay，孟加拉bKash等。拿到阿里系投资的三年间，Paytm的用户量从0.23亿提升到了2.5亿，成为印度本土最大互联网公司——而这离不开蚂蚁的技术赋能。

和境外本地巨头的零开始孵化

■ 典型如和印尼Emtek联合的DANA、和马来西亚CIMB等联手推出的TnGD。这些市场从0起步，进步反而更快，一步到位实现了手机刷码过闸坐地铁，这也让马来西亚成为了仅次于中国的全球第二个开通这类应用的国家。

易宝支付——跨境产品体系

跨境产品体系

跨境付款

支持跨境外汇、跨境人民币的资金出境，采用银行实时汇率，支持全币种，最快15分钟到账，并支持全额到账。

跨境收款

支持跨境外汇、跨境人民币的资金入境，支持全币种，同时支持个人与企业收款。

报关报检

目前已开通：广州、宁波、南京、杭州、重庆、西安、深圳、北京、郑州、平潭、福州、成都、天津、大连、长沙、上海等地区，并直连海关总署系统，可覆盖全国海关作业；同时，支持实名认证，保证数据准确。

全场景支付

支持网银B2B、网银B2C、快捷支付、聚合支付等多种场景多种支付方式。

一站式解决方案

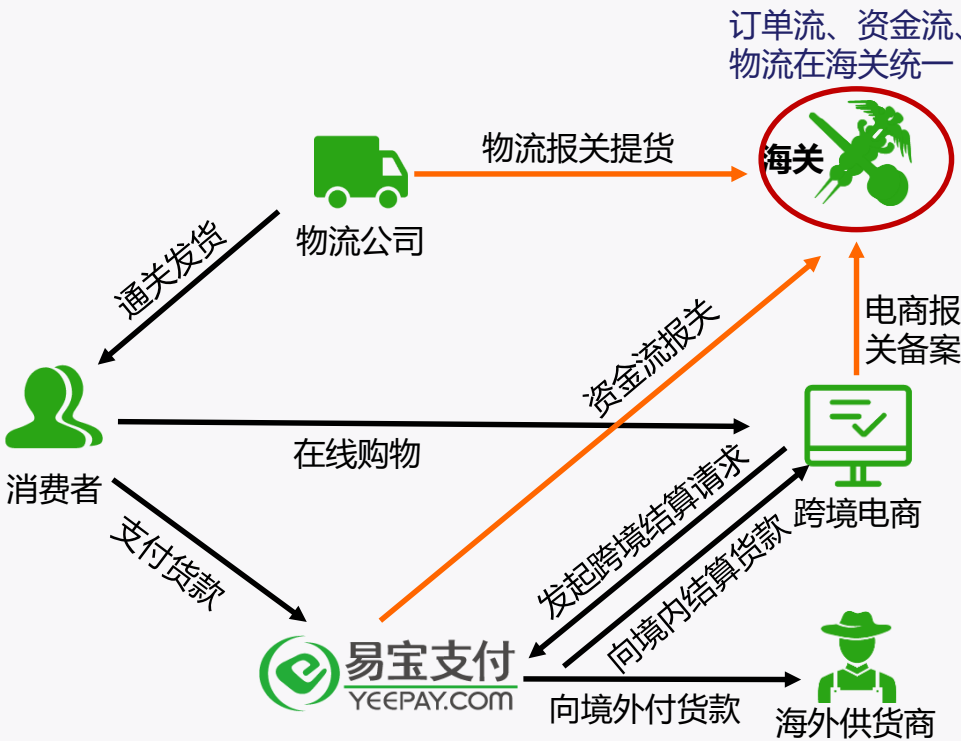
提供跨境电商、出国留学、酒店住宿、航空机票等行业的定制化行业解决方案，全面解决跨境贸易中商家遇到的难题。

易宝支付——跨境电商解决方案

图10：跨境出口电商解决方案



图11：跨境进口电商解决方案



易宝支付——出国旅游及留学解决方案

图12：留学交费流程

- 1、境内学生登录学校/交费平台系统
- 2、学校/平台将订单提交易宝
- 3、境内用户通过银联卡支付人民币
- 4、易宝代客购汇
- 5、易宝向学校/平台海外账户结算外币



图13：旅游交费流程

- 1、境内旅客登录OTA订购旅游产品
- 2、OTA将订单提交易宝
- 3、境内用户通过银联卡支付人民币
- 4、易宝代客购汇
- 5、易宝向酒店、航空公司或旅行社海外账户结算外币

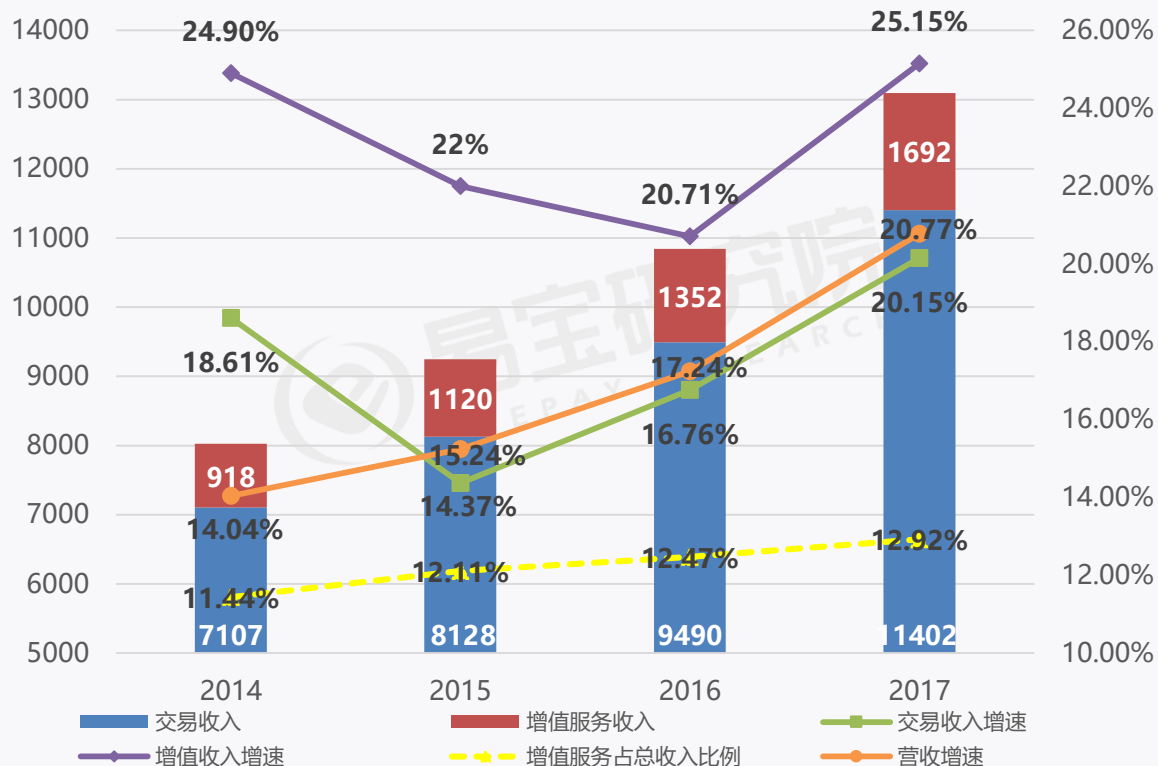


PayPal——营收情况

截止2017年底，PayPal活跃用户达2.27亿个，全年交易76亿笔，公司总支付额为4510亿美元；与2016年相比，活跃用户、交易笔数以及总支付额增长率分别为15.2%、24.6%、27.4%。

从营收结构和增速看，2015年后，PayPal的增值服务收入增速高于总营收增速，也远超交易收入增速，同时，增值服务收入在总营收的占比也在不断提高。虽然交易收入仍然为主要收入来源，但随着交易成本的提升，增值收入的增长更能带来利润的提升。

图14：PayPal营收构成及增速(百万美元)



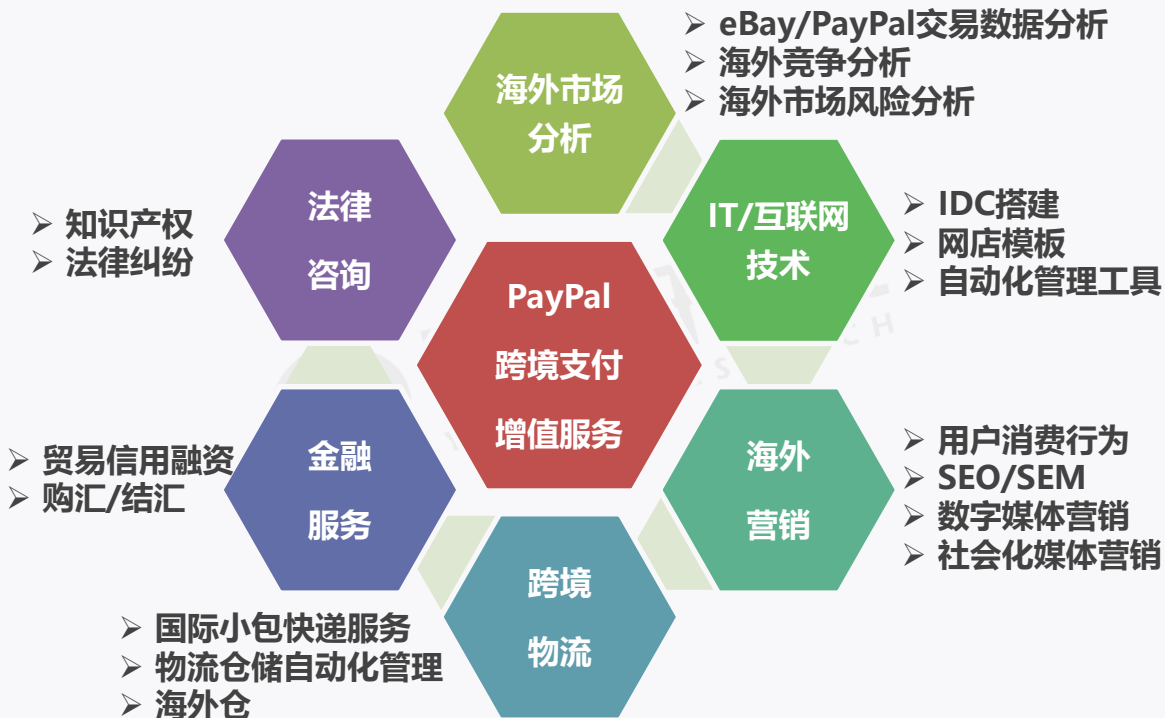
数据来源：PayPal公司年报，易宝研究院整理

PayPal——跨境支付增值服务

PayPal立足支付领域，为商户提供以跨境支付为核心的一系列增值服务，包含物流、营销、软件服务、市场分析、法律咨询、融资等超越支付的全方位解决方案。

第三方支付平台，不仅要专注自身支付价值的提升，同时要认识到，**商户需要的不止是支付服务，还包括了流量、营销、保险、信用、风控等一系列能力。总而言之，为商户提供全方位的组合拳式的服务将成为未来支付的重中之重。**

图15：PayPal跨境支付增值服务



CONTENTS

1 跨境支付行业发展背景

2 跨境支付行业发展现状

3 跨境支付企业商业模式

4 典型跨境支付企业解析

5 跨境支付未来的发展机会与挑战

发展机会——小型B2B电商或成蓝海



- ◆ 跨境电商中，B2B模式成为中小外贸企业的首选，当前跨境B2B平台逐渐从信息服务平台向在线交易平台转变。B2B交易的线上化是不可逆趋势。打破传统外贸B2B线下交易，倒逼着传统工厂和专业批发市场转型，促进线上与线下融合。
- ◆ Accenture数据显示，预计到2020年，全球B2B电商的交易额将达到6.7万亿美元，超过1/3来自跨境交易（约为2.32万亿美元）。其中，中国跨境B2B电商交易额将达到1.24万亿美元，全球占比超过一半。
- ◆ 参与跨境商业往来经营的中小企业日益增多。它们在产品、服务或用户营销等核心竞争力方面享有一定优势，但在如报关、物流等其他方面依赖于社会化分工，跨境支付环节也不例外。高频次、小额化的中小企业和个人消费者，对跨境支付产品提出了新的要求：安全便捷、简单易用，结算速度快，交易成本低。
- ◆ 信息技术的发展让全球贸易的碎片化趋势越来越明显。以现货交易、碎片化订单为特征的新跨境B2B风口正在形成，如何解决信任问题则是这个风口中最难突破却又最为关键的环节之一。而独立的第三方支付平台正是解决这一问题的关键。

发展机会——出境旅游

中国出境旅游人次保持增长态势。居民收入增加和消费升级提升了出国旅游的需求，外交关系、签证政策以及新开航班等便利因素进一步催化了跨境旅游行业发展。

国内游客旅游消费意愿和消费能力较强。2017年出境旅游花费居全球第一，消费金额达到2577亿美元，远超排名第二的美国。同时，旅游消费的内容和场景进一步丰富，拓展到了极限运动、户外运动、娱乐演出、医疗美容等个性化的旅游项目。

从出行来看，消费者通过OTA（Online Travel Agent）平台、共享经济平台等进行机票、酒店、车票、景点门票、演出门票、保险、目的地服务的预定及支付。

图16：2017年各国出境游消费（亿美元）

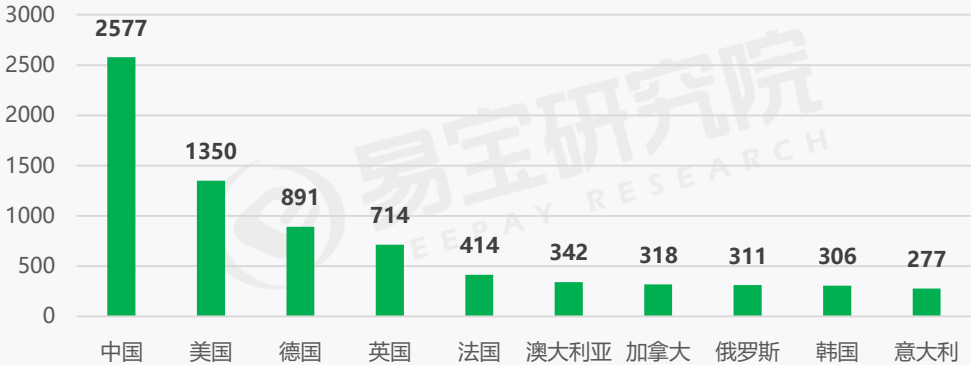
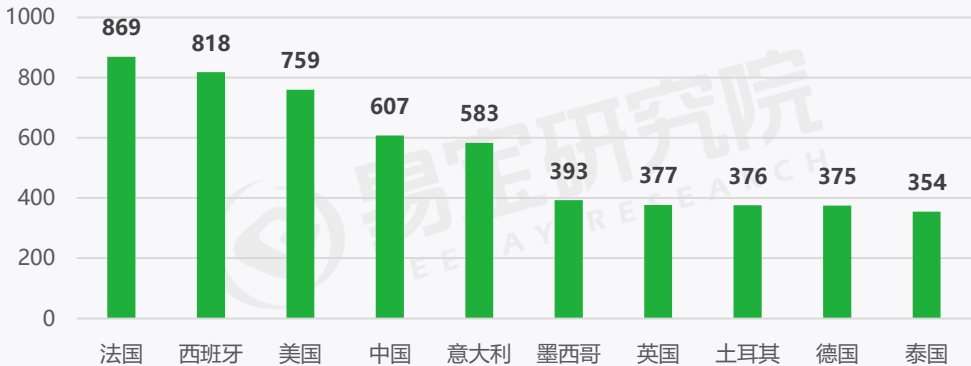


图17：2017年各国到达游客数量（百万人）



发展机会——国际留学及游学

目前我国留学生的目的地较为集中，约九成的留学生集中在美国、英国、澳大利亚等十国，随着我国国际化战略的实施，对于留学目的地的选择或趋于多元化，尤其是非英语国家的潜力较大。

低龄化趋势增加跨境支付人均需求。英国针对4-17周岁留学生签证发放总数持续增加，美国的K12阶段的中国留学生数量在2011-2015年的五年间由8857增长至34578人，增长约3倍，约占在美留学外籍中小学生总数的一半。低龄化趋势将增加跨境支付的持续时间，同时也增加客单的累计交易额。

图18：出国留学人数及增长趋势

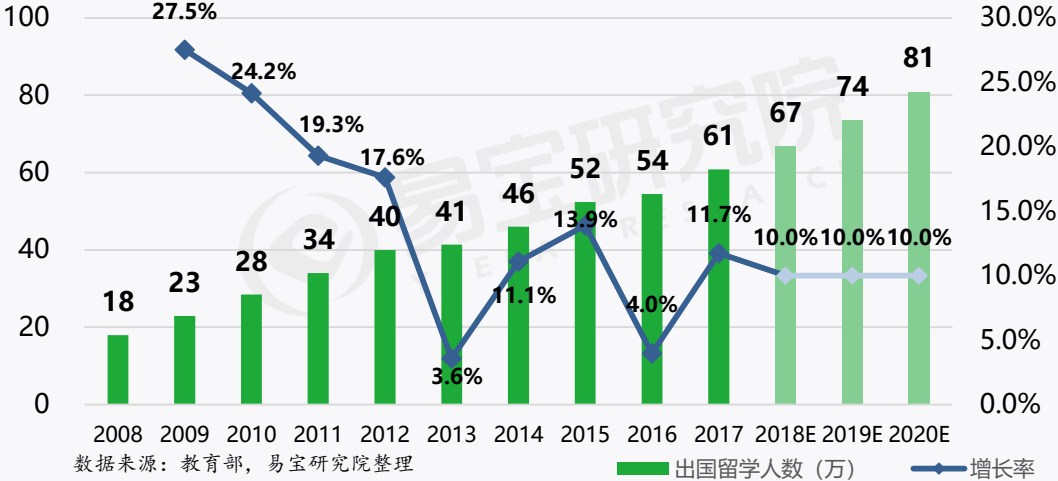
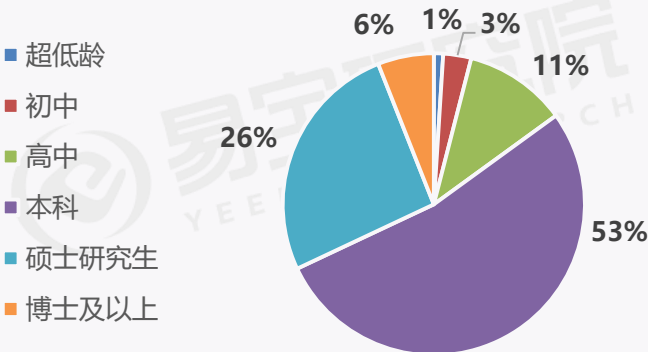


图19：2017年出国留学年龄结构



未来挑战——本地化监管及合规风险

现阶段国内支付企业走出去，不仅要符合国内监管要求，还要了解目标市场当地政府的法律法规、金融监管与反洗钱政策，通过充分调研、理解，融入跨境产品的设计中去。业务合规对于跨境支付行业来说是基础，产品能力是跨境支付企业构建竞争力的关键。



- ◆ 一是市场主体在境外国家或地区开展跨境支付业务时，需要满足本地化监管要求，解决特殊监管要求带来的法律风险和合规性问题；



- ◆ 二是交易信息的完整性及其真实性核验仍然无法有效保障，影响风险防控、反洗钱及结汇操作；



- ◆ 三是是由于涉及跨境协调、公安机关案件侦破及银行资金追索难度较大，犯罪分子作案成本相对较低，如磁条卡境外盗刷等风险问题较为突出；



- ◆ 四是对跨境支付业务监管政策和制度标准的理解存在差异和不足，个人信息保护与跨境数据传输的安全性依然面临严峻挑战，亟待加强对市场主体业务规范开展的指导和督促，加快健全完善网络及信息安全管理标准和规则等。

结语

核心竞争力打造



服务B端的跨境支付企业应提供以支付为核心的多元性的增值服务以打造企业核心竞争力。价格的竞争使交易服务的利润越来越低，增值服务的提供能够增加用户粘性。随着行业规模的扩大，基于行业特征的定制化解决方案不仅能够提升企业竞争优势，增加企业利润，也能够提升交易收入。

巨头出海



支付宝、财付通依靠庞大的用户基数和多样的消费场景，持续发力线下C端。同时，背靠腾讯和阿里巴巴，具有深厚的技术积累，在产业互联网发展的推动下，逐渐向B端渗透。

战略选择



企业发展战略的选择。经过一段时间的发展，跨境支付的行业费率已经在支付机构成本边缘，成本领先战略已经不可再持续。中小规模的跨境支付企业发展更应该选择差异化战略和集中战略，通过差异化的战略获得高于同行业平均水平利润，通过集中战略打造竞争壁垒，获得竞争优势。

合规发展



跨境支付的很大风险在于适应不同国家的法律和监管情况。企业应该在法律和合规上投入更多的资金和技术，以获得支付企业海外本地化服务的合规发展。

区块链技术



区块链技术的发展将使跨境支付模式产生革命性的变化。正如工信部所言：“区块链技术为支付领域所带来的成本和效率优势，使得金融机构能够处理以往因成本因素而被视为不现实的小额跨境支付，有助于普惠金融的实现”。





《2018年第三方跨境支付行业研究报告》

由易宝研究院联合雨果网发布

报告版权归易宝研究院独家所有，转载请扫描下方二维码，侵权必究



免责声明：本报告仅代表易宝研究院观点

