

针对跨境支付这个领域，有哪些模块可以作为盈利与收入的来源呢，又有哪些点能够发展形成一套商业模式呢？针对这些问题点，本文将告诉你答案。



一、支付服务费

1. 跨境支付业务分成进口和出口

进口业务是资金出境，跨境支付公司通过与境外的银行、第三方支付公司建立合作，利用国际卡组织建立的清算网络，帮助国内的企业实现境外资金分发，在境内扮演收单服务商的角色。出口业务是资金入境，跨境支付公司与境外的第三方支付公司合作建立分发渠道，帮助境外的买家和支付机构完成资金入境及境内分发。

2. 手续费和支付解决方案为主要收入来源

通道手续费：支付机构最稳当收入来源，一般有两种收费方式，一种是按照交易规模流水收费；一种是按照支付笔数收费或者规定上限，两种兼有。

汇率差等非常规性收入：支付机构换汇时锁定费率和实时汇率的价差以及离岸在岸的汇率价差以及汇率浮动收入等。

B 端支付解决方案：解决方案是支付机构对每个不同行业不同需求所提供的一体化产品支持，收取项目开发费用。

3. 综合支付服务提高议价能力

国际支付头部公司的费率水平高于同行，这类公司的特点在于成立时间较长，技术和风控能力领先，支持的支付工具币种、覆盖的国家地区较多，具有较强的综合能力。费率获得溢价的同时，还能通过数据积累提供增值服务获得收入。

二、增值服务费

1. 跨境贸易增值服务

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。

海关企业备案服务：为进出口跨境电商企业提供企业备案和商品备案服务 保税仓服务：服务于进口跨境电商企业的货物备案和直购模式 海外仓服务：服务于出口跨境电商企业的货物批量发往海外仓 支付单报关服务：为跨境电商平台推送支付单给海关通关服务 身份验证服务：提供身份信息验证接口验证消费者姓名和身份证号是否真实有效 国际物流服务：为跨境电商企业提供国内外海运空运和清关服务

2. 跨境营销服务

跨境营销主要服务于进口电商业务，跨境支付公司为海外商家提供销售页面、营销、支付等中国本地化服务，业务模式为 B2B、B2B2C 相结合。

此外，跨境支付公司可以为境外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。

3. 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。供应链金融或将成为中国跨境支付公司未来重要的盈利模式。

三、核心能力及策略

1. 持续提升的风控及技术能力

参与国际收单的支付公司首先需要自主开发交易系统和后台管理系统，建立风险管理体系，并通过 PCI DSS 等安全标准认证；此外，支付公司会选择使用一种或几种风险管理工具，进一步加强风控能力，及时识别欺诈行为，降低拒付率。

当业务发展到一定规模时，就会考验支付系统的承载能力，以及面对突发情况的应对能力。收单机构需要对接收单行，收单能力体现在能支持多少种支付工具。支持的支付工具越多，收单能力越强。

2. 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、国际运输、旅游服务、国际展览、国际会议和软件服务。行业之间的差别客观存在，国际头部支付公司已经可以做到行业全覆盖，而初创公司则需逐步拓展覆盖。此外，对于客户提出的个性化需求或故障处理要做到快速响应，这对于本土的支付公司来说更具优势。

3. 极快的市场拓展能力

支付行业有明显的规模效应，交易量越大，成本优势越明显。尤其是在价格战愈演愈烈的当下，支付公司只有快速做大规模才有生存的可能。作为商家，通常会选择 2 到 3 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。当然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。

4. 应对策略

规模效应决定支付公司的盈利能力，快速抢占市场是关键；布局国家政策鼓励的领域，把握政策红利；围绕中国企业和中国消费者的场景，解决支付痛点，深挖增值服务需求，对客户分层服务。

作者：辛克；个人微信公号：辛克派

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议