

跨境支付竞逐全球牌照

本报记者 李晖 北京报道

海外业务正在成为中国支付机构竞逐的新热土。

近期,多家第三方支付机构宣布获得或正在申请海外金融/支付牌照。其中,跨境支付服务商PingPong(杭州乒乓智能技术有限公司)宣布

竞逐全球收付款

对于大部分支付机构而言,在不同区域申请牌照仍紧紧围绕国际贸易分工趋势、自身的业务需求和商户资源。

“我们的跨境团队现在正在德国考察,预计不少产品今年就要落地。”一家A股支付概念上市公司内部人士向记者透露。

海关总署4月中旬数据显示,一季度我国货物贸易进出口总值9.89万亿元,同比增长4.8%。有进出口实绩的外贸企业45.7万家,同比增长5.9%。

外贸业务的火热也带动了产业链上的金融服务商。最近十年,受益于中国进出口产业和电商行业的逐渐成熟,在产业足够细分后,出现了诸如外贸电商等很多传统银行难以触及的群体和新业态。2016年左右,跨境支付业务的需求开始崛起。一位东南亚地区钱包技术公司创始人回忆彼时的市场时直言,那时候跨境支付通道稀缺性很强,因为供给太少了,能够快速构建全球网络的公司很快就能抢占市场。

跨境支付解决的是不同地区货币收、换、付的问题。长期以来,资金从境外买家到境内卖家账户,需要经过极长的链路。前述钱包技术公司创始人拿快递行业做了个类比:“一个包裹(一笔钱)发出后,揽件的是一家机构(中小支付服务商)―归集仓库(银行、大支付)―归集到大仓库(大型银行)―大船运输(国际清算系统)―一国口岸分仓(区域性银行或者支付小公司)。这中间每一个环节都会涉及成本折损。”他表示。

获得英国电子货币机构(EMI)牌照,以及由澳大利亚证券和投资委员会(ASIC)颁发的金融服务牌照;支付概念上市公司移卡(09923.HK)在2022年年报中披露正在积极拓展北美、东南亚及东亚市场,并在美国、新加坡等地申请支付牌照。

据《中国经营报》记者不完全统计

而跨境支付机构的价值核心,正是在安全的前提下,通过服务提高冗长收款链条的效率。

连连国际是早期投入跨境支付业务的机构之一。连连国际联席CEO沈恩光在接受记者采访时表示,支付机构加快全球范围持牌,一方面拓展全球市场合规要先行,牌照的获取无疑是第一步;另一方面,持牌后可以更深入地渗透本地市场,提供高度本地化的服务。

事实上,境外支付业务牌照的申设与国内差别较大。一位移动支付行业资深从业者告诉记者,境外涉及支付业务的牌照很成熟,更类似一种展业资质,有别于国内当前支付牌照的高门槛。整体看,境外监管最关注当地业务的合规,比如是否有足够的反洗钱能力、足够水准的高管配置,国内的业务情况则更多是一种参考。

此外,不同地区的牌照要求五花八门。据记者向业内人士了解,比如新加坡的大型支付机构(MPI)牌照,就需要看业务体量,而持牌后如果一段时间的交易量达不到要求,牌照还可能被收回。

市场共识在于,支付机构开展海外业务最大的挑战仍是合规问题,即要在保障业务在各市场符合当地法律法规的前提下,提供有针对性的解决方案。沈恩光以泰国市场为例向记者表示,2019年,连连国际泰国子公司获得泰国央行颁发

计,自2021年以来,已有20余条支付机构在全球获牌的信息,连连国际、空中云汇、新国都(300130.SZ)、移卡、汇付天下、PingPong等多家机构榜上有名。除了起家于海外业务的传统跨境支付玩家加大投入,一些扎根国内的传统支付机构也开始

将业务版图伸展向海外。

海外业务究竟是不是一块“好生意”?记者采访发现,通过全球获牌,机构能腾挪出更多增量业务市场,同时可以进一步降低服务成本提升服务深度。但随着更多头部机构涌入,这一市场的拥挤程度也正在加剧。



伴随全球拿牌的浪潮,跨境支付竞争态势渐近白热化。

视觉中国/图

的“银行卡支付”牌照和代收代付资质,但历程颇为不易。“泰国在2018年新支付法案出台后,收紧了对申请机构的股东背景、注册资本、业务资质、技术实力、合规能力等多方面的审核。同期,很多申请机构最终都放弃了。连连国际在泰国新旧支付法案交替变革的背景下,最终获得了泰国牌照。”他透露。

对于大部分支付机构而言,在不同区域申请牌照仍紧紧围绕国际贸易分工趋势、自身的业务需求和商户资源。PingPong联合创始人卢帅向记者阐述该公司牌照布局思路时表示,在全球贸易的消费市场(北美、欧洲等地)的牌照布局,可以让全球出口至欧美的商户和企业在当地实现跨境收款、收单、付款等功能。而随着亚洲成为数字经济和数字贸易增长的重要市场,该机构就选择进一步加速布局东亚及东南亚。

在沈恩光看来,当前全球消费市场主要分为几类,第一类是以欧美等发达地区为代表的成熟市场,消费力强,是非常成熟的买方市场。针对这类市场,支付机构通过全球收单、跨境收款帮助卖家高效收付款。第二类是拉美、东南亚等在内的新兴市场,这类市场中买、卖能力均衡,支付机构既协助中国的跨境电商卖家拓展市场,也会协助这些地区商品销往全球。第三类是包括新加坡等在内的国际级金融中心,是不少机构业务走向海外的枢纽。

正积极布局东南亚市场的移卡向记者透露,其选择海外牌照布局首先会考虑国家政策,比如“一带一路”倡议;其次是文化的相近性,比如东南亚受中国文化影响很深,市场开拓会有一定的便利性;最后则是地区经济的活跃度,毕竟费率收入是支付的基础收入,跟支付总额(GPV)相关。

价格战、服务战应对竞争升级

跨境支付机构的核心竞争力主要包括合规竞争力、发现需求和解决问题的能力,以及技术能力。

与全球拿牌的浪潮同时到来的,是跨境支付这一曾经的蓝海业务渐近白热化的竞争态势。

“卷不动了。”前述钱包技术公司创始人向记者感叹。2022年底,他的公司已经收缩业务回到国内。随着近年来各类机构纷纷入场,小团队的境外业务开始不好做,行业“内卷”成为集体共识。

费率价格的下调是竞争升级的重要标志。据记者了解,此前跨境收款平台的费率大概维持在0.7%~1%之间,但这一价格目前已下降到0.3%~0.7%。

2023年2月,腾讯正式推出跨境支付平台“智汇鹅”,面向跨境电商卖家、进出口电商平台及机票酒旅商户,提供全球收款、付款、汇兑等一站式解决方案,费率水平最低可达万分之五,也就是0.05%~0.3%。而蚂蚁集团旗下的“万里汇”,也打出了费率0.3%封顶的口号。

“从2016年到现在,七八年过去了,支付机构基本把海外业务的流程搞清楚了,供给侧非常丰富。在整个产业规模和商户规模比较恒定的前提下,不需要特别泛滥的供给,大家地盘固定,都是尽量把存量客户做好。”前述钱包技术公司创始人直言。

在他看来,跨境支付机构的核心竞争力主要有三方面:第一是合规竞争力,要保证用户资金安全顺畅流动;第二是发现需求和解决问题的能力;第三是技术能力,特别是倾向聚合、集成能力。

此外,他并不认为大厂的人局会对行业份额形成太大挤压。“大厂入场后,其优势还是平台价值以及技术与合规,与独立支付服务商占优的贴身服务能力并不同。”他表示。

而在充分竞争之下,未来机构比拼的不仅是价格,更是综合服务能力。在沈恩光看来,近几年竞争加剧,多种跨境出口模式并行发展,独立站(指基于SaaS技术平台建立的拥有独立域名,内容、数据、权益私有,具备独立经营主权和经营主体责任,由社会化云计算能力支撑,并可以自主、自由对接第三方软件工具、宣传推广媒体与渠道的新型官网)兴起。跨境商家对跨境服务的需求已经从跨境电商收款、收单等支付相关的基础金融服务,向供应链金融、外汇、资金管理、保险、财税等综合性金融服务、增值金融服务迈进。支付机构需要建立起全链路、一站式跨境综合服务平台,满足企业出海各环节需求。

另一个对支付行业影响深远的因素,则可能是支付基础设施的升级。在前述钱包技术公司创始人看来,跨境支付走向未来,一定会把低效、不透明的行业障碍打破。比如不同的收款机构之间如何打通标准。而一旦“互联互通”上升到国家行为,比如由统一的清算机构去清算,冗长的收付款链条效率将会大大提升。

记者注意到,近期马来西亚和新加坡就宣布,推出二维码支付互联互通。马来西亚支付平台DuitNow和新加坡星网电子付款公司(NETS)正式接通跨境二维码(QR码)支付服务。业内预计,这会对在东南亚地区展业的相关机构形成利好。

“在保持现有费率的前提下,支付链路优化后合规成本会明显下降。跨境支付业务的毛利会有一定提升,这可能是相关机构可以期待的。”该钱包技术公司创始人表示。

通缩“阴影”渐去

不具备通缩的条件

国家统计局日前发布的数据显示,3月CPI同比上涨0.7%,是自2022年3月以来首次降至1%以下,环比下降0.3%;PPI同比下降2.5%,环比持平。

与之相对的是,新增信贷和社融均大幅超越市场预期,2023年一季度金融数据走强。CPI与社融的背离引发了学界和业界关于通缩的讨论。

按照学术定义,通缩是指市场上流通的货币减少,货币的价值升高,商品及劳务价格总水平持续下跌。那么,CPI环比下降是否等于通缩?

植信投资研究院研究员丁宇佳告诉《中国经营报》记者,CPI同比低于预期并不能简单地判定为通缩。3月CPI环比下降0.3%主要是受到食品价格和工业消费品价格的拖累。鲜菜价格因季节性供

宏观政策如何更“有力”?

《报告》提到,当前压力主要来自内需不足和外贸回落造成的负向产出缺口,以及收入预期不稳、风险偏好下降和资产缩水引发的居民资产负债表收缩。

“市场对于通缩的担忧可能是来自对中长期我国陷入低通胀的担心,反映的仍是供给过剩和总需求不足的问题。”中银证券全球首席经济学家管涛指出,在全球遭遇几十年一遇的高通胀环境下,我国物价基本稳定,对于保持经济金融稳定、保障基本民生而言难能可贵。然而,经济学理论告诉我们,低通胀也不全是好事情,依然反映了供给过剩和总需求不足的矛盾。长此以往,企业会逐渐丧失价

应增加环比大幅下降7.2%,影响CPI环比下降约0.17个百分点,贡献了近六成的降幅。同时,虽然猪肉收储对价格起到一定托底作用,但生猪存栏量仍处于相对高位,猪肉价格继续运行在下行区间,环比下降4.2%,影响CPI环比下降约0.06个百分点。而工业消费品下降主要是受到能源价格输入性下跌以及汽车降价的影响。

另外,需求端也是影响CPI的关键因素。东方金诚首席宏观分析师王青补充道,当前居民消费处于修复过程,但修复力度较为温和,消费信心尚待进一步改善。可以看到,3月末居民储蓄存款同比增速达到18.0%,处于近十年来最高水平附近,表明当前居民储蓄倾向依然偏强,消费意愿较低。央行一季度储户问卷调查结果显示,倾向于“更多储蓄”的

格动力,生产积极性下降,居民也有可能陷入“流动性陷阱”。

关于通缩的风险,《报告》指出,通缩对经济复苏的掣肘主要体现在两个方面,一是通缩导致实际利率高于名义利率,实体经济融资成本上升加剧需求收缩,由此形成“通缩—经济衰退”的恶性循环;二是通缩拖累名义GDP增速回落,被动拉高宏观杠杆率,加剧宏观金融脆弱性。

在粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒看来,当前的物价下行与基数效应、前期非经济政策对企业家信心的冲击,以及疫情后居民风险偏好下降有关,政策要做的不是大水漫灌,而是提振信心,并重塑对地方政府、企业家和居民

居民占比为58.0%,虽然较上季度下行3.8个百分点,但仍在历史最高位附近。物价是供需平衡的结果,在供给端较为稳定的背景下,CPI特别是核心CPI涨幅偏低,表明当前消费反弹力度较为温和,下一步政策面在促消费方面的空间较大,迫切性也较强。

“以2018年为基期,测算中国CPI较2018年的增速情况发现,2023年CPI较2022年仍保持合理增长。之所以增幅较2021年、2022年有所放缓,一方面是过去两年物流不畅,运价、运费以及对诸如食品类必需品囤货需求的提升,加之生产供给产能有限,从而导致物价上涨;另一方面是随着生产生活正常化、阶段性价格抬高因素消退,‘猪周期’触顶回落,国际紧张形势有放缓态势,带动以石油为代表的大宗商品价格呈现回落。总的来

的激励机制。

“中国经济仍在持续恢复进程中,采购经理指数(PMI)、社融等指标反映经济恢复向好,并且呈现出服务业好于工业、内需恢复好于外需的特点。不过,经济恢复还面临隐忧,恢复基础还不牢固,即全球经济下行和逆全球化的外需冲击仍在,耐用消费品仍不振,房地产仍未恢复至疫情前水平等。”罗志恒如是说。

分析指出,随着我国经济持续复苏,如何充分释放需求拉动内需是宏观政策下一步的发力点。

《报告》认为,展望后续,鉴于制造业投资承压增长,房地产市场深度调整和出口趋势性回落,消费反弹和基建投资将成为后续经济

看,价格数据较低的主要原因是前两年多发因素造成的高基数,而不是需求不足和经济衰退造成的通缩。”腾景宏观研究团队指出。

针对市场上关于通缩的讨论,付凌晖表示,国际上对于通缩的定义是物价总水平持续下降,往往还伴随着货币供应量的减少和经济衰退。但从2023年一季度我国经济运行情况看,居民消费价格同比上涨1.3%,保持温和上涨;从货币供应量来看,3月末M2增长12.7%,保持较快增长;从经济增长情况看,一季度中国经济增长4.5%,较2022年四季度有所回升,整体上都不存在通缩的情况。

对此,丁宇佳分析称,种种迹象表明,当前经济运行并非通缩,2023年我国不大可能出现通缩,国内需求在持续改善,经济企稳回升步伐较为稳健。一季度国内生产

复苏的两大支撑。宏观政策有必要延续扩张基调并做好有效衔接,着力于改善预期和扩大内需,以提振消费为抓手疏通宽货币向宽信用的传导链条。避免预期转弱长期化,提高中低收入居民消费能力,夯实房地产市场复苏基础,防止经济陷入通缩风险。

王青指出,着眼于缓解CPI涨势偏弱问题,接下来宏观政策可以在促消费上进一步发力,这也是推动经济较快回升的一个必要举措。2023年年初以来各地推出的促消费措施,主要聚焦在改善消费条件、拓展消费场景、引导前期受到抑制的消费需求较快释放等方面。未来可以在以下两个关键节

总值(GDP)增长4.5%,环比增长2.2%,明显好于市场预期。随着经济持续恢复带动就业状况的改善和消费场景的增多,内需延续回暖态势继续推动消费大幅回升。同时,在基建投资和制造业投资平稳恢复,以及房地产投资企稳回升的带动下,投资仍将继续发挥“稳增长”作用。此外,全产业链优势和出口结构转型升级持续推进,使得出口维持较强韧性。“三驾马车”各司其职,叠加低基数效应,预计二季度我国GDP增速可能超过6%。

摩根大通大中华区经济学家葛婷婷也认为,随着国内消费进一步修复,劳动力市场企稳改善,居民消费动力提升,预计后续内需复苏会带动通胀逐步回升,在下半年可能慢慢抬升到2%左右,因此大环境并不具备通缩的条件。

点加强,一是增强居民消费能力,主要依靠经济修复带动就业改善和居民收入增长;二是切实增强居民消费信心,除了全面放开消费场景限制、推动经济较快回升外,重点要通过深化改革开放组合拳,大力提振市场信心。

4月19日,国家发展改革委发言人孟玮表示,2023年一季度消费市场形势开局良好,为全年恢复和扩大消费打下坚实基础,但消费持续回升的动力还有待进一步提振。下一步,将重点围绕“可持续性”做好四方面工作,分别是促进消费持续恢复、下大力气稳定汽车消费、推动提升消费能力和进一步优化消费条件。