

第三方支付:做银行不愿意做的小生意

证券时报记者 蔡恺

针对商业银行的“存款、贷款、支付结算”三大传统业务,电子商务企业最早是通过第三方支付撼动银行地位,从支付结算领域切入银行业务。

证券时报记者调查发现,目前第三方支付企业已从银行手中拿走了小额支付的大部分市场,并在线下收单业务与银行形成竞争,但第三方支付

付企业仍难以取代银行的支付结算地位。

挤占银行收单业务

翻查第三方支付企业的资料可以发现,这些企业的发展初衷,主要是电子商务企业为满足旗下网购平台用户的支付需求,与银行的网关对接从而协助完成支付流程。早期的参与者包

括阿里巴巴旗下的支付宝和腾讯旗下的财付通等。例如,支付宝在2003年上线时,主要是为支持淘宝网的发展;随着账户数量和交易量增加,2004年底才从淘宝网分拆成为独立的第三方支付企业。

随着居民消费意识的变化,电子商务日益发展壮大,第三方支付市场也飞速增长。艾瑞咨询的研究报告显示,2013年第二季度中国网购市场交易规模环比增长24%至4371.3亿元,同期,互联网支付市场交易规模也环比增长10%至1.12万亿元。

与此同时,央行在2010年6月发布的《非金融机构支付服务管理办法》给了第三方支付合法的“身份”,并定义了业务范畴,主要包含互联网支付、预付卡发行与受理、银行卡收单三大块业务。艾瑞咨询分析师谢春称,自“第三方支付”这个词诞生起,关于第三方支付与银行到底是合作关系还是竞争关系的争论就从未停止。

据了解,目前第三方支付企业以较低的价格提供与银行相同或相近的服务,对银行的结算、代理收付等中间业务以及电子银行业务形成挤占效应。

中国银行战略管理部副总经理宗良表示,结算是银行重要的中间业务,过去银行是唯一的支付媒介,如今客户通过第三方支付就能完成,且第三方支付价格优势明显,因此对银行产生一定的竞争效应;另外,结算意味着有账户存在,目前监管规定第三方支付账户仅限于支付,一旦未来放开其他功能,以第三方支付庞大的用户数,对银行的冲击将更为明显。不过,谢春认为,第三方支付与银行的竞争情况要分具体业务来看:在互联网支付上,第三方支付相当于中介平台,其运作间接增加了银行卡的交易量,双方是合作关系;而在银行卡收单上,目前是银行、银联以及第三方支付企业共同参与。在这方面,第三方支付企业和银行

确实存在一些竞争和摩擦。

令人记忆犹新的是,2012年5月,工行借记卡持卡人通过第三方支付企业拉卡拉进行信用卡还款时,曾出现不寻常故障。彼时,银行“封杀”拉卡拉等第三方支付企业的传言一度甚嚣尘上。

赚银行“不愿赚的钱”

不同于商业银行的高准入门槛,第三方支付企业的低门槛特性令市场参与者越来越多。今年7月6日,央行发放了第七批第三方支付牌照,目前持牌企业已达250家,主流的电商企业大部分已拥有自身的第三方支付平台。而从监管层的表态看,支付牌照仍会继续发放。对此,宗良认为,入场门槛低以及监管相对宽松的特性,使第三方支付企业在支付之外的金融创新方面具有很大优势。

在持牌企业数量迅猛增长的同时,第三方支付还表现出单笔支付金额小、笔数多的特征。央行副行长刘士余近期在公开场合表示,当前互联网支付企业的支付交易额约为6万亿元,虽然仅占整个社会支付总量的0.5%,但是交易笔数却占了40%。

中国联通沃支付运营负责人王辉表示,上述数据充分说明第三方支付已渗透到居民生活的每个角落,包括小额转账、交水电煤气费、充话费等。但他强调,这些日常、琐碎、大量的支付,恰恰是大银行不愿意做的。

上述这些都是小额的、微利的支付业务,对银行来说顶多是一项增值服务,所以第三方支付从事这些业务并不会对银行的收益产生多大影响。”王辉说,在第三方支付企业看来,银行挣的是存贷利差这种“死钱”,第三方支付不可能取代银行的地位。

主打“屌丝”牌 电商理财欲动银行奶酪

证券时报记者 蔡恺

电商企业最初在支付领域与银行争夺市场,当电商站稳脚跟后,又打起了理财市场的算盘。

证券时报记者调查发现,目前“柴指”理财业务的电商企业越来越多,销售产品种类亦逐渐多元化。而理财群体的年轻化、屌丝化”以及渠道费用低则成为电商进军理财的相对优势。

电商纷纷进军理财业务

近日,腾讯旗下的微信以及苏宁都传出涉足基金理财的消息。其中,微信5.0版本已基本实现基金产品查询和咨询功能,部分基金公司还实现了微信平台交易。另有消息称,苏宁已与国内多家基金接触,准备合作推出针对个人和商户的易付宝余额宝理财的增值服务,意图将苏宁易购打造成基金电商平台。

不过阿里巴巴早已“先行一步”,旗下淘宝平台早于去年7月推出淘宝理财频道,初期仅代销数款保险产品,均被火热认购。值得注意的是,阿里旗下支付宝与天弘基金合作的“余额宝”在6月13日高调上线后,投资规模已超过200亿

元,天弘增利宝货币基金也跻身五大货币基金之列。

电商行业人士称,电商“柴指”理财虽事前毫无征兆,但却是顺理成章的。中国联通沃支付运营负责人王辉称,余额宝”规模之所以能在短期内猛增,包括三个原因:其一是支付宝用户群庞大;其二 是用户信任支付宝;其三 是支付宝用户有闲置资金的增值需求,且认购门槛低。

金融界人士认为,电商进军理财颇具颠覆意义。以往电商企业对金融业的参与仅局限于第三方支付,老百姓的开户、存款和购买理财都离不开银行,但“余额宝”彻底颠覆了银行的想象力。”对外经济贸易大学教授赵庆明说。

挑战银行理财地位

电商进军理财,自然对原本“井水不犯河水”的商业银行发起挑战。但前者对后者威胁到底有多大,目前市场上判断不一,不可否认的是,在理财群体年轻化、屌丝化”的趋势下,电商做理财具有一定优势。

原银联首席研究员、国泰君安高级经济学家林采宜表示,虽然余额宝由第三方支付企业推出,但已属于“类存款”

业务,且其在收益率上比活期存款更有竞争力,这对银行的存款业务造成直接竞争。

艾瑞咨询分析师谢春称,银行的中间业务收入来源于支付结算和保险、基金代销这两个重要部分,电商在支付领域占据了一定份额后,再进军理财,对银行业的中间业务收入的影响更大。

一位不愿具名的外资银行理财部门负责人谢先生称,拥有庞大用户群和便捷支付渠道的电商一旦进军理财,一方面可能会挖走银行的一些产品提供方,例如大银行在基金代销手续费分成上议价能力很强,部分基金公司可能会转向跟电商合作;另一方面,对于善于接受新事物的理财群体来说,他们对银行渠道的依赖性将越来越弱。

尽管不少人士预言未来电商将挑战银行的理财业务。不过,上述外资行高管谢先生则认为电商理财对银行造成的负面影响有限。因为大部分银行具有政府背景,具有经营稳健、信用高的优点。且目前银行网点所提供的理财服务仍是最齐全的,更不用说银行系统牢牢掌握着企业和居民最大的资产——存款。因此,与其说电商理财是与银行竞争,倒不如说是分一杯羹。”他说。

自设公司+与银行合作 电商小贷两腿走

证券时报记者 蔡恺

电商涉足金融的支付、理财、信贷等各方面,最为核心且利润最高的业务莫过于信贷业务。证券时报记者梳理发现,电商企业通过自建小贷公司或与银行合作两种方式,向平台上的小微企业提供信贷服务。对此专家表示,这两种方式各有利弊,不过,随着大数据时代的到来以及利率市场化的发展,电商放贷将具有更多优势。

与银行互补多于竞争

为了满足电商平台上小微企业的短、频、快的资金周转以及固定资产投资需求,电商企业将放贷纳入业务范围,建立小额贷款公司是电商放贷的一种方式。目前阿里巴巴和苏宁已分别设立了小贷公司,而阿里小贷的放贷范围在不断扩大。

而在去年12月,苏宁电器也在重庆宣布成立苏宁小额贷款公司,苏宁电器称,苏宁小贷将帮助解决电商平台苏宁易购上的小微供应商的融资难问题,此外,小贷公司还将带来稳定的收益。

阿里小贷的放贷数据确实令业界印象深刻。今年7月12日,阿里巴巴金融部门在微博上称,其累计投放贷款已超过1000亿元,户均贷款4万元。浙江大学经济学院副教授何嗣江表示,极少有银行的贷款额度能够下沉到4万元的级别,目前电商小贷公司与传统的信贷机构更多是互补,而非竞争。

一方面出于垄断地位,一方面要

考虑信贷成本,4万元的企业贷款属于“小小微”贷款,银行是不会去做的。就连农村合作社的笔均贷款也要20万元左右,数万元的信贷额度,恐怕是全信贷行业最低的。”何嗣江说。

此前,阿里巴巴金融业务部门负责人胡晓明曾表示,阿里小贷单笔小微信贷操作成本为2.3元,而一般银行单笔信贷操作成本在2000元左右,因此银行不能下沉到如此低的额度,加上滚动放贷、随借随还的机制,小微企业的信贷成本要比名义上的18%的年利率(以万分之五的日利率换算)要低许多。

电商与银行贷款理念不一

除了自建小贷公司的模式,还有部分电商企业选择与银行合作的方式放贷,将平台客户推荐给银行,帮助他们获得银行授信。例如,苏宁除了自身的小贷公司,还推出与银行合作的“银行保理”授信业务,覆盖国内7家大型银行。而另一电商巨头京东商城则选择与中行北京分行合作,向京东供应商提供供应链金融服务,京东扮演供应商与银行之间的授信角色,资金的发放则由银行完成。

实际上,阿里巴巴在自设小贷公司前也曾与工行、建行合作,推荐电商平台的企业给银行,但记者从权威人士处得知,双方后期的合作并不顺畅。例如,阿里推荐100家企业,银行按照自己的标准最后筛选得仅剩几家能获得贷款。此外,阿里还免费向银行提供电商平台数据,最终阿里巴巴脱离银行,自行做起了

放贷业务。

何嗣江表示,自设小贷公司及与银行合作两种模式各有利弊:前者自主性大,但放贷规模受到资本金限制;后者放贷规模和平台大,但受银行的制约多。

艾瑞咨询分析师李超称,银行与电商在放贷的理念上根本不一样,银行强调抵押担保,电商强调运营数据和信用,所以两者的合作很难协调。

不过,李超也承认电商小贷的放贷能力有限,阿里巴巴两年内的累计放贷1000多亿元,而北京市四大行一年的放贷量就轻松超过这个数了。”

人人聚财网首席执行官许健文认为,无论是通过电商小贷还是借助银行放贷都是殊途同归——为了让电商平台上的企业能借到钱实现生产或者周转。而电商对于自身平台上企业的经营状况是最了解的,这就解决了信贷业务的最大难题——信息不对称,从而使信贷提供方获得最准确的风险定价能力,这从本质上来说是一件非常鼓舞的事儿。许健文还指出,如果电商小贷盈利能力逐渐增强,自然会吸引场外资金帮助突破其资本金瓶颈。

何嗣江表示,虽然目前电商的小贷与银行的客户群体并无重叠,但是全面利率市场化以后,银行的客户群体肯定要下沉,将对“小小微”贷款更重视,到时银行就需在与电商竞争和合作中间做出选择;对于放贷资金不够的电商企业来说,还可将金融服务“外包”,出售欲贷款的用户的的数据给银行,从中赚取可观的利润。

1

淘宝成为全理财销售平台,保险、基金、信托、银行理财和私募基金产品均可由淘宝代销。另外,京东商城、苏宁易购以及腾讯易讯也纷纷上线理财产品,用账户余额直接购买。

2

阿里巴巴设立“阿里银行”的申请有条件获批,即只能面向阿里平台的商户吸收存款和发放贷款。同时,政府成立专门的互联网金融监管部门,要求互联网金融企业上交交易数据,实时监测资金流向。

3

4G网络时代来临,手机远程移动支付以及近场支付全面普及,商业银行、银联以及第三方支付公司的手机支付软件自由竞争;银行卡信息植入手机芯片,出门再也不用带现金,仅需手机、钥匙。

4

腾讯完成收购一家证券公司。QQ、微信增加股价查询和股票交易功能,交易账户为财付通账户。微信账户与个人借记卡账户绑定,增加“摇一摇”取款功能,摇晃手机时自动显示最近的ATM机,凭账号和密码实现免卡取现。