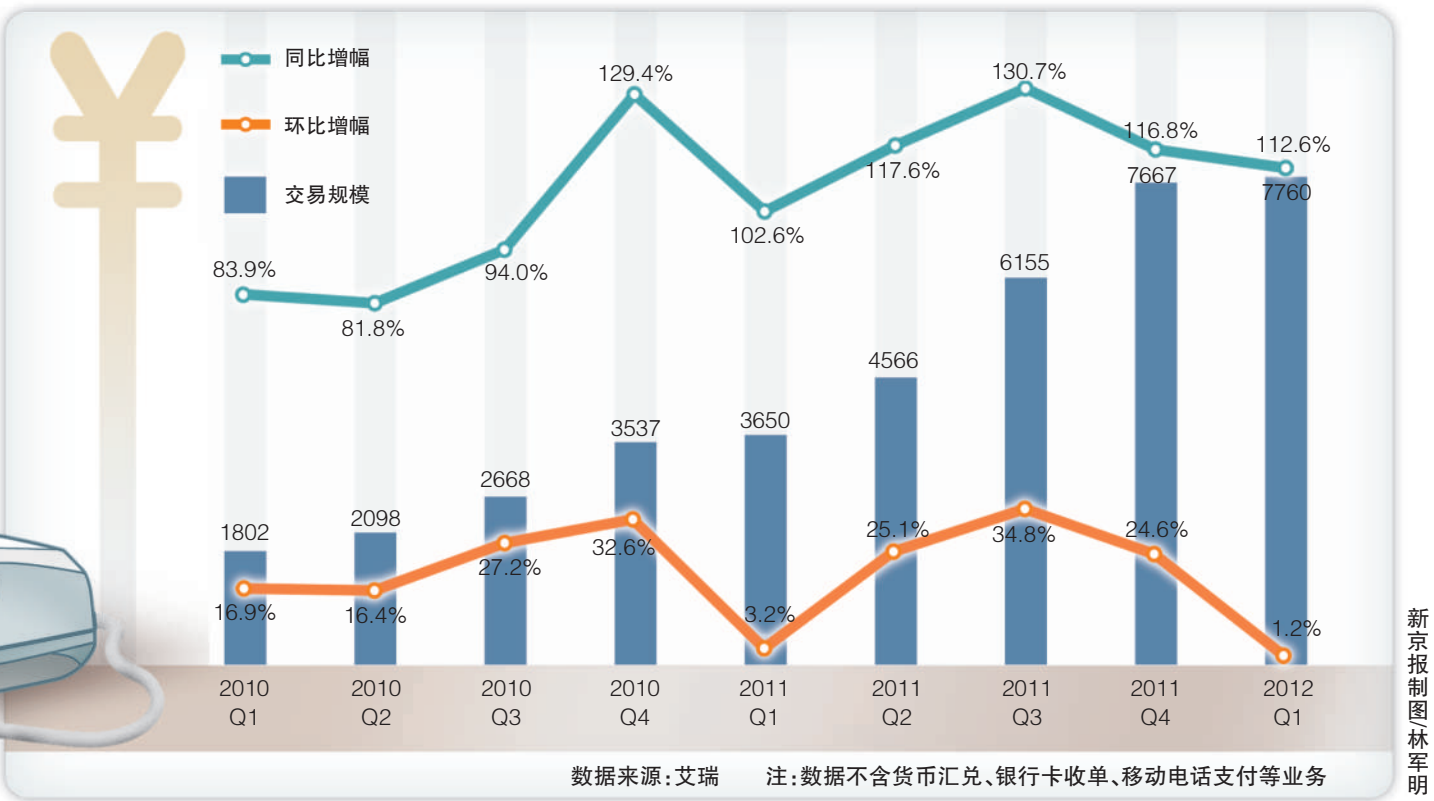


2010年至2011年 第三方支付互联网支付业务交易规模

(单位:亿元)



新京报制图 林李明

发牌一周年 第三方支付还“不想”盈利

行业进入快速发展期,增长率超100%,吸引更多资金进入跑马圈地,多家企业为扩张放弃盈利机会



5月14日,一家名为拉卡拉的第三方支付公司在微博上表示:“昨天客服小妹就接到3万多个电话,今天的电话就更多了。手已严重抽筋,全是工行借记卡还款失败问题。”

就在拉卡拉发这条微博的前一日,用户发现,用工行借记卡无法通过拉卡拉给信用卡还款。虽然事情已解决,但这一事件给用户带来了诸多不便。像拉卡拉这样的公司被称为“第三方支付公司”。实际上,在去年5月央行开始颁发牌照之前,这个行业已经“暗自生长”了10年。在刚刚过去的这一年中,已有101家公司获得了第三方支付牌照,同时还有200多家企业在“等牌照”。这个被相关公司高层称为“起步门槛为3亿元”的行业,如今有着怎样的兴奋与烦恼?

□新京报记者 苏曼丽 实习生 楼赛玲

2011年5月,央行发放首批27张第三方支付牌照。从当年9月份开始,没有取得资格的企业将不得开展业务。截至目前,共有101家第三方支付机构获得支付牌照,所获牌照企业涉及货币兑换、互联网支付、移动电话支付、固定电话支付、数字电视支付、预付卡发行与受理和银行卡收单等7大业务类型。

发牌后的爆发

一个刚入行的企业,在发牌后的一年内,实现了从零到50亿元的交易量。这种成长是这个行业的缩影。

过去的一年是第三方支付行业快速发展的一年。北京一家名叫“钱袋宝”的专注于移动支付的公司,在这一年实现了从零到50亿元的交易量。

“5月份拿到牌照后对我们业务的拓展有非常大的推动。实际上,从拿到牌照到现在的一年是我们用户数量和交易数量都快速增长的一年”,钱袋宝执行董事孙江涛说。

快钱CEO美国光也有同感。在牌照发放之前,还存在比较大的不确定性,哪些业务能做、哪些业务不能做,这些方向不是很确定,牌照下来以后,大部分明确了,可以放心地去推了。

第三方支付的发展最初起始于网上支付的需求不断增加,但目前第三方支付的需求越来越多来自于各个企业和行业对金融产品的差异化需求。

美国光认为,各个行业和单一企业对于金融产品的需求是千变万化的,它往往带来非常重的行业性特点。银行的服务是相对标准化的,企业要把它的需求接到银行上去,势必要做非常大量的调整性工作。而且它一家接到银行还不行,还要把其与上下游的业务关系都接到一家银行上去,这极不现实。

孙江涛也认为,中国只有150家左右上规模的银行,但却有几

十万甚至上百万商家有互联网、移动收款的需求,如果要让这几十万、上百万的商家去跟每个银行进行一一对接,这对银行的IT系统以及服务来说,是一件不堪重负的事情。同时,对于每个商户来说,这开发的工作量是非常巨大的,所以这就给了第三方支付企业生存的土壤。

最新数据显示,2012年第一季度中国支付行业互联网支付业务交易规模达到7760亿元,同比增长112.6%。然而,包括快钱CEO美国光在内的人认为,这个行业还未真正进入爆发性增长的阶段,这个阶段将随着B2C行业的发展而到来,3至5年之内行业规模还要翻十倍以上。

在圈地时代比烧钱

牌照的发放刺激了支付企业跑马圈地的热情,一些原本应能快速获利的业务,在这一竞争之下也变为持续的投入而没有产出。

“牌照只是给支付企业的‘及格线’,并不是市场选择,企业自身需修炼内功,形成核心竞争力。”美国光称。

在传统业务领域,即网游、网购为代表的互联网支付业务日趋成熟,越来越多的公司将触角伸向新的领域。

横向介入新的领域几乎是各个支付企业的共同方针。除网购支付、游戏充值之外,基金支付、保险代销、线下支付、银行卡收单等支付领域纷纷成为行业热点。而另一些公司,如快钱则在企业金融服务市场发力。

在“看得见”的领域,拉卡拉、支付宝等企业开始布局POS收单业务,这些不仅包括传统的银行支付,还包括物流等新的方向。在过去的2011年,多家第三方支付企业因为大量投入而放弃盈利的机会。

“我觉得如果想盈利的话,很多企业都可以做到,但是更多的企业都被扩张的欲望所充斥着,

地域、跨网络的信息化支付清算平台。快钱依托此平台,推出了包括电子收付款、应收应付账款融资等创新产品组合,由此形成一套流动资金管理解决方案,服务于各个行业领域。

美国光称,航空、保险、网购、教育和服装等行业都将是快钱重点关注的行业。在他的设想中,未来甚至将会把支付相关服务拓展到制造业、农业领域。

金融领域如基金销售支付也成为近期第三方支付公司争夺的市场,目前已经有汇付天下、银联电子、支付宝等7家机构获得基金第三方支付牌照。

但在另一方面,牌照的发放刺激了支付企业跑马圈地的热情,一些原本应能快速获利的业务,在这一竞争之下也变为持续的投入而没有产出。

在投入了6年之后,拉卡拉董事长孙陶然做好了未来1-2年继续不盈利的心理准备。从公司建立初期在技术和研发上投入,到2008年、2009年在全国300个城市的便利店安装拉卡拉机具,拉卡拉一直在往里砸钱。

到2011年下半年,当拉卡拉的月交易规模达到1000万笔的时候,实现了当月盈亏平衡。

但新的扩张季让拉卡拉的盈利周期推迟。按照孙陶然的计算,由于大量发展POS的收单商户、推广各种形态的个人终端,今年又是一笔巨大投入的开始。

一台POS机硬件成本从一千多到数千元不等,此外还有维护的人工成本。他预计,从2013年开始之后,当月交易规模达到3000万笔的时候,才可以让这个更大规模的平台进入盈利状态。

第三方支付也曾有过“收获季”。2009年,支付宝曾宣布当年实现盈利,快钱的主营业务也已实现了盈利。不过据记者了解,在过去的2011年,多家第三方支付企业因为大量投入而放弃盈利的机会。

“我觉得如果想盈利的话,很多企业都可以做到,但是更多的企业都被扩张的欲望所充斥着,

所以赚了一些钱就继续往里砸钱。某种程度上,有的企业并不是无法盈利,而是规模扩张的冲动驱使支付企业不在乎是否盈利。”孙江涛说。

另一方面,价格战也是支付企业一直面临的问题。在部分业务面临同质化竞争的情况下,价格战成了一种选择,这恰是互联网行业竞争的一贯特征,“剩者为王”,先圈地把竞争者挤出市场,再来谈论盈利问题。

孙江涛举例,A公司半年谈到了千分之七,这时候B公司杀出来报价千分之六,合作公司很生气,认为半年谈下来得到一个虚价,于是在双方竞相压价的情况下,最终费率只有千分之四。“价格战一直都是很惨烈的,这样的情况,每时每刻每天都在各个地方不停地上演。”孙江涛说。

中国社科院研究员曹红辉对这个行业有较深研究,他认为行业价格战要适度,费率不断地降低给整个社会提供福利,但降低费用肯定有一个临界点。

与银联“恩怨纠葛”

在一些新领域内,银联已让第三方支付企业体会到压力,银联既是国内唯一的银行卡组织,同时旗下公司也是第三方支付的竞争者。

5月13日开始,工行借记卡持卡人在拉卡拉终端上给他行信用卡还款出现错误,这一问题持续了超过一周时间。

事后媒体报道指出,这一问题是由于工行封闭了针对银联的跨行还款交易的借记卡转出通道。这一事件背后,可以看出第三方支付公司对银行的依赖程度。

“银行和支付企业之间是爱恨交加。支付企业离不开银行,没有银行支付系统的基础,就很难谈不上第三方支付,银行也需要支付企业,没有支付企业的创新和努力,就不会有电子支付市场或者说银行卡支付的活跃。”孙江涛说。

而支付企业越来越壮大,与银联的“恩怨纠葛”也越来越深,只要与银行卡有关的领域,总能发现银联的身影。

孙江涛认为,实际上第三方支付机构都倾向于直接和银行合作,中间多了一层分利润的机构,影响第三方支付的成本。

而拉卡拉类似的事件则显示,它还影响了支付的稳定性。

在一些新的领域内,银联已经让这些在各自领域发展多时的第三方支付公司体会到压力,银联既是国内唯一的银行卡组织,同时旗下公司也是第三方支付的竞争者。

以移动支付中的近场支付为例,目前银联主导的13.56MHz标准占据优势。在第三方支付的另一大业务预付卡方面,银联最近一年多来开始和银行等机构推出银联标志的预付卡,这一预付卡不同于以往只能在各家公司自有渠道内使用的卡片,由于银联的网点优势,银联标志预付卡快速占领市场。

基金第三方销售市场上同样显示出银联的强势。在这一领域,汇付天下是第一家与证监会沟通合作并取得业务资格的公司,银联旗下银联电子是第三家获得资格的机构。

但今年3月银联电子发布的数据指出,旗下“银联通”基金支付业务累计交易量1300多亿元,占网上直销量的30%,占第三方支付渠道近90%。

在POS收单方面,按照央行规定,每笔收单交易的结算手续费,按照交易金额的1%-4%收取,在此基础上,再根据7:2:1的比例分配;发卡行拿手续费的70%,收单机构拿20%,清算机构即银联拿10%。不论第三方支付机构如何争抢20%的收单价值,银联仍有10%可拿,但现在银联也进入POS收单领域,对于20%的部分也要。

“实际上第三方支付公司发展得越强大,对银联这个做中转清算角色的挑战就越大。”一位业内人士指出。但同样的道理,银联对行业的影响也日益增大。

■ 访谈

美国光 市场容得下更多企业



行业还没有到达真正的爆发性增长的时期,发放牌照之后,新一轮的差异化定位才刚刚开始,3-5年之内行业规模还要翻十倍以上。但这并不意味着已获取牌照的这100到200家企业,都会是最终的生存者。

行业出现了分工

新京报:这一年来支付行业竞争焦点发生了哪些变化?

美国光:主要有几个方面。第一,差异化定位的趋势在逐步形成。例如快钱,已经把新品牌、定位全部梳理了。后续行业内会有其他企业根据新的情况进行差异化定位。未来同质化竞争还会有,但较以前压力要小一些。

第二,吸引了更多的新兴企业进入这个行业。

第三,获得牌照的企业尽管发了一百多个,综合性的数目还是非特少。在未来,产业将进入一个相对有序发展的过程。

新京报:行业分工大趋势下,快钱是如何定位的?

美国光:银行喜欢做大客户。快钱就好比是机械化的收割机,在地里把菜机械化收割起来打包,卖给香格里拉的大厨,大厨就是商业银行的行长,我们将业务打包输送给他。

市场还未真正爆发

新京报:这跟市场上其他公司跑马圈地的打法不太一样?

美国光:快钱看市场的角度不太一样,大家看市场的定位不一样,产品基础优势也不一样。我们把企业的需求送到银行的网络上。这样银行可覆盖一个小的区域,但是我们的网络搭好以后,跟所有的商业银行都可以合作。

新京报:快钱不圈地了?开

孙陶然 和银行没主流冲突



第三方支付企业所针对的客户和提供的服务很大程度上是银行的一些死角,是银行不愿意做,或者做起来性价比不划算,或者不能做的一些业务,这些是第三方支付企业的主流业务,所以从主流业务上来说两者是不冲突的。

圈地时代不追求盈利

新京报:从获得牌照一年来,拉卡拉最大的变化是什么?

孙陶然:牌照发放之后其实政策更加明朗了,可以更加大度地推行之前的规划。

获得牌照后,拉卡拉又增加了第二条产品线,为小微企业提供POS收款服务。第三条产品线则是针对现在比较受瞩目的个人刷卡支付市场。

新京报:业务条线扩充意味着新的投资,拉卡拉是不是做好了短期内不盈利的打算?

孙陶然:在跑马圈地的时代去追求盈利不是最好的一个选择。另外我认为,企业在一个低规模的基础上盈利没有意义。

孙江涛 细分领域仍有机会



5月份拿到牌照后对我们业务的拓展有非常大的推动。2011年全年,钱袋宝在移动终端上的累计交易量是50多亿人民币,但这个数字在2010年还是零。

“躲开”互联网支付

新京报:当时为什么想做第三方支付领域?

孙江涛:从产业格局角度来看,支付宝、财付通这类的行业大佬其实已经把互联网支付做得很成熟了,像我们这样2008年、2009年左右进入行业的支付企业,在PC端的互联网支付上已没有太多的机会,所以我们将定位放在移动支付上。

新京报:很多大牌、有先天资源的企业都开始做手机支付了,钱袋宝不怕吗?

孙江涛:中国有句古话叫做“闻道有先后,术业有专攻”。行业大佬们虽然也涉足了移动支付,但实际上在精力投入、人员投入和资金投入上,跟我们比

始“种地”? 美国光:企业只要存在就要发展,就面临着一个要圈地和种地的问题,这要看怎么平衡。快钱现在已经具备一定的规模了,大型的客户要求服务的水平在逐步提高,不能只是圈地,也要把服务做好。

新京报:目前已经发放了101张支付牌照,还有200多家企业在等着,市场能全部容得下吗?

美国光:我认为容得下。行业真正的爆发性增长可能在两三年之内,引爆增长的,应该是B2B业务,3-5年之内行业规模还要翻十倍以上。

但并不代表已经获取牌照的这100到200家,都会是最终的生存者。

了,要么原地踏步。 新京报:3至5年之后有多少家企业能生存下来?

孙陶然:形成规模的任何一个行业的容量也就是三四家。3至10名可能只有很小的市场份额。

支付是一个投入比较大的行业,现在进入支付市场的话起步门槛大概3亿,没有3亿人民币就别到这个市场玩。但是有了这个钱,也并不意味着你在这个市场能做出什么太大的动静。

这个行业现在确实很热,100多家拿到牌照的和正在等待拿牌照的手里融到了很多钱,有点像去年的团购,大量资金涌进来。但是如果商业模式和核心竞争力,钱和牌照解决不了你的市场问题。

融资的规模。 我们更希望在细分领域中,创造有价值的特色和有优势的产品,做一个细分领域的诸侯。 新京报:一年下来,你觉得支付行业遇到的问题主要是什么?

孙江涛:现在第三方支付机构发展所遇到的最大障碍,一是创新,二是价格战。 创新速率的减缓一方面是

因为监管的加强,这是一把双刃剑;另一方面则是行业中某些企业缺乏创新意识,抄袭情况时有发生。 价格战则相对好理解,在竞争无序化状态里,产品和服务差异不大,就打价格战,而要解决价格战就要靠差异化的服务,让商家不太关注交易价格的问题。



快钱CEO美国光。



拉卡拉董事长孙陶然。



钱袋宝执行董事孙江涛。