

第三方支付企业与商业银行的竞合关系研究

郑迎飞 李楠

(上海对外经贸大学 金融学院,上海 201620)

摘要: 首先检验梅特卡夫法则在第三方支付和网上银行交易上的适用性。结论表明第三方支付和网上银行各自的交易规模与其用户规模的平方数正相关,证实第三方支付和网银均激烈地争夺用户是有理论基础的。然后通过检验第三方支付和网上银行的交易规模之间的关系,发现第三方支付的交易规模促进了网上银行的交易规模,说明二者之间存在合作的基础。因此,研究结果支持二者应采用竞合战略的理论假设。建议二者通过共享资源开拓用户、合作实现优势互补、差异化定位以及采取股权合作等。

关键词: 第三方支付; 商业银行; 竞合; 梅特卡夫法则

中图分类号: F832.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-6049(2017)02-0053-09

一、引言

自20世纪末开始,企业战略理论已从“纯竞争战略”为主导,向“合作竞争战略”为主导转变。^[1]“商场如战场”属于传统理念。哈佛大学教授亚当·布兰登勃格(Adam M. Brandenburger)和耶鲁大学教授拜瑞·内勒巴夫(Barry J. Nalebuff)在1996年合著的《合作竞争(Co-opetition)》一书中认为,企业经营活动是一种特殊的博弈,是一种可以实现双赢的非零和博弈。企业的经营活动必须进行竞争,也有合作,提出了企业应建立竞合(Co-opetition)关系的新理念。它是关于网络经济时代企业如何创造价值和获取价值的新思维,强调竞争与合作两种行为的结合意味着一种动态的关系,而不是“竞争”和“合作”的两字所单独的意思,有效克服了波特(Porter)“五力模型”仅从竞争的角度来分析所有参与者之间关系的弊端。

在支付领域,非金融机构的网络支付服务,也就是通俗所称的第三方支付(本文采用第三方支付的说法),由于使用便捷、成本低,在担保交易中具有担保功能等优点,获得了越来越广泛的活跃用户群体,市场规模也快速上升。季度交易规模从十年前的百亿元级别上升到了现在的数十万亿元级别。由于第三方支付业务与网络银行业务在许多领域重合,所以,人们普遍意识到了第三方支付行业对银行业的冲击,把二者视为竞争关系。但根据艾瑞咨询2014年数据显示,在用网络银行来支付的用户中,直接使用网络银行完成支付的比例仅为39%,而有53%的用户是通过第三方支付平台进入网银完成支付。由此可以看出,第三方支付可以带动网络银行支付业务的发展,而银行可以为第三方支付提供网络安全技术,两者具有合作的空间。本文试图从合作竞争理论出发,通过实证研究证实二者存

收稿日期:2017-01-12

基金项目:国家自然科学基金资助项目(71303153)、上海市教育委员会科研创新重点项目(14ZS149)、上海市教育委员会全英语示范性课程“Risk Management of Commercial Banks”、上海市教育委员会重点课程“商业银行经营管理”、上海对外经贸大学中东欧研究中心项目资助

作者简介:郑迎飞(1977—),女,湖北天门人,上海对外经贸大学副教授,博士,研究方向为互联网金融、产业组织理论;李楠(1991—),女,山东烟台人,硕士研究生,研究方向为金融机构管理。

在良好的竞合基础。

本文首先检验第三方支付和网上银行各自的用户规模与其交易规模之间的关系,证实了梅特卡夫法则对于第三方支付和网上银行均适用,说明第三方支付和网银均激烈地争夺用户是有理论基础的。但通过检验第三方支付和网上银行的交易规模之间的关系发现,第三方支付的交易规模促进了网上银行的交易规模,说明二者之间存在合作的基础。

二、文献综述

关于“第三方支付”的文献,一般都认同第三方支付企业与商业银行是“竞合关系”而非纯竞争关系。只不过,有的文献更侧重关注第三方支付企业的发展,从监管或行业自律等角度分析第三方支付行业存在问题,并提出对策建议。另一部分文献,更侧重关注商业银行的发展,通过分析第三方支付对商业银行的影响来提出商业银行的应对策略。

(一) 第三支付的监管方面

2010 年被业界称为中国第三方支付法律监管的元年。这一年,中国人民银行公布了《非金融机构支付服务管理办法》及其实施细则。2011 年发布《非金融机构支付服务业务系统检测认证管理规定》。2012 年密集发布了第三方支付具体业务的部门规章和规范性文件,包括《支付机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》,《支付机构预付卡业务管理办法》和《关于进一步加强预付卡业务管理的通知》。与此同时,《支付机构客户备付金存管暂行办法》和《银行卡收单业务管理办法》等向社会公开征求意见。以及《关于中国支付体系发展(2011—2015 年)的指导意见》也由中国人民银行于 2012 年发布。2015 年 7 月 18 日,央行牵头十部委出台《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》(简称《指导意见》)中,对互联网支付给出了明确的界定。阐述了互联网支付两大宗旨:服务电子商务发展和为社会提供小额、快捷、便民小微支付服务。《指导意见》将银行业金融机构与非银行第三方支付机构一并纳入了监管。与《指导意见》相呼应,2015 年 12 月 28 日颁布了《非银行支付机构网络支付业务管理办法》。

第三支付的监管,文献涉及的主要问题包括:

1. 支付安全问题

第三方支付安全问题产生的原因包括:一是技术层面的安全问题,计算机程序本身的系统漏洞、病毒、黑客攻击等问题,都会给其带来安全风险^[2]。二是交易虚拟性的特点带来的风险,例如遭遇诈骗等^[3]。三是支付导致客户信息泄密^[4]。巴曙松、朱海明认为当前中国网络支付行业需特别关注网络支付安全和效率的平衡、网络支付服务主要提供者的市场竞争与合作关系、创新与监管的良性互动^[5]。容玲认为第三方支付产业具有“金融”属性和风险。因此对第三支付的规制,既要考虑到一般性产业规制内容,也要包括金融规制问题^[6]。

2. 沉淀资金问题

从性质上来说,第三方支付平台沉淀资金属于消费者的信托财产,其利息收入应当归消费者所有,第三方支付平台营运商对此无权擅自占有和使用。但在实际如何进行收益分配方面,学界有不同的建议。张春燕考虑到将该部分利息收入分配给消费者所产生的高成本,建议借鉴我国对新股申购冻结资金利息的处理方式,将沉淀资金的利息收入划归消费者权益保护机构的资金来源^[7]。朱玛认为应合理利用沉淀资金拓展新业务,例如支付宝与基金公司合作推出的“余额宝”业务成功化解了沉淀资金僵局^[8]。陈小辉建议监管机构督促第三方支付平台与支付者通过“事先协商制度”解决沉淀资金收益的归属问题^[9]。

3. 洗钱风险

由于第三方支付业务资金流转过程隐蔽,可以进行跨境资金流转,第三方支付机构履行反洗钱义务的能力和水平有所欠缺,给洗钱犯罪提供了可乘之机^[10]。据支付清算协会统计,2014 年支付机构的实名支付账户占比不到 50%。数量如此庞大的支付账户却是实名制的“洼地”,这一现状直接影响客户权益的保护、金融体系反洗钱反恐融资以及社会化管理目标的实现^[4]。现行反洗钱监管法律、客

户身份识别制度、分业监管模式、监管人员素质等不利于实现反洗钱监管目标。应从完善立法、落实制度、建立监管协调机制和加强人才培养等几个方面加强反洗钱监管^[11]。

4. 法律法规不健全问题

李俊平(2012)指出与国外发达国家和地区第三方支付相关立法相比,我国的相关立法还存在很多不足,如市场准入门槛设置不尽合理、客户资金动用以及收益分配相关规定存在欠缺、消费者权益保护的相关规定不足、反洗钱相关规则不够完善,建议学习美国、欧盟、日本、澳大利亚、新加坡采取的立法模式,虽然具体规定不尽相同,但都在市场准入、客户资金的管理、消费者权益保护和打击洗钱犯罪等方面具有较为完善的法律规范^[12]。蒋先玲和徐晓兰也指出了现阶段我国第三方支付监管存在立法层级较低、准入门槛过高、单一机构监管模式不适应业务新发展、监管有效性不足等问题^[13]。网上支付业务涉及银行法、证券法、消费者权益保护法、财务披露制度、隐私保护法、知识产权法和货币银行制度等。目前,我国网络支付立法相对滞后,现行许多法律都适用于传统金融业务形式。在网络支付业务的许多方面,没有任何法律法规可用于规范业务及各方关系。在这种情况下,当事人出现纠纷以后,谁也说服不了谁,解决不了问题。《非银行支付机构网络支付业务管理办法》是在这个背景下颁布的^[4]。

(二) 第三方支付对商业银行的影响

从第三方支付机构给商业银行带来的竞争与挑战来看,第三方支付机构给商业银行的中间业务、资产业务和负债业务均形成一定的影响。中间业务方面,第三方支付平台以较低的价格提供与银行相同或相近的服务,对银行的支付、结算、代理收付等业务形成了明显的挤占效应^[14]。资产业务方面,第三方支付机构凭借对产业链上下游交易行为和资信记录的全面掌握,开始尝试为中小企业和商户打造网络融资平台。负债业务方面产生影响主要源于第三方支付账户的沉淀资金,一开始主要是商业银行的活期存款账户受到影响,随着第三方支付业务与基金、理财账户的打通,已经有越来越多具备“投资”功能的定期存款从商业银行分流^[15]。其实不仅是业务重叠,第三方支付较之网上银行还具有多项优势^[16]:(1)第三方支付在业务与技术方面创新能力出众。(2)第三方支付提供担保功能,有效满足了网络购物的担保需求。(3)第三方支付更加贴近需求,注重用户体验,为客户提供收付款、自动分账以及转账汇款^[17]。(4)第三方支付成本低,流程简捷,契合线上交易笔数多、金额小的特点^[18]。

除却竞争关系之外,在一定程度上,第三方支付与商业银行还具有相辅相成,互为依托的关系^[19]。第三方支付平台不是一个单独的支付系统,它通过与银行以及网银系统的合作,形成一个包括银行、网银系统、商户、消费者和第三方支付平台的支付生态网络^[6]。《非金融机构支付服务管理办法》规定第三方支付机构必须将备付金账户放到托管银行,并把自有资金和客户资金分开,防止客户资金被挪用。同时,支付机构之间的资金清算应当委托银行业金融机构办理,不得通过支付机构相互存放货币资金或委托其他支付机构等形式办理,支付机构不得办理银行业金融机构之间的货币资金转移。这就意味着第三方支付机构只能办理内部账户之间的资金清算,支付机构之间必须借助银行进行资金划拨和清算^[17]。徐显峰通过分析第三方支付产业价值链现状,并借助逻辑推演和博弈分析,提出第三方支付产业呈现出先分工后融合的趋势^[20]。李竹阐述了双方的合作现状以及合作前景,提出了双方在深化合作方面的建议^[14]。

综上所述,第三方支付作为近十年来新生的支付方式,由于其与电子商务等场景高度契合度,市场份额得到快速提升。监管部门对第三方支付企业采取了牌照管理方式,监管的重点在支付安全、沉淀资金的处置、防洗钱、以及进一步健全法律法规等方面。第三支付的飞速发展对银行的支付、结算,甚至资产业务、负债业务均形成一定的竞争冲击,于是第三方支付企业与商业银行展开了激烈的用户争夺战。但深入分析二者各自的市场定位以及第三支付的资金流、资金存管等流程,发现第三方支付其实是依赖于银行以及网银系统的,并非独立的支付系统。所以本文试图通过实证研究检验双方为何进行激烈的用户争夺以及第三方支付企业的存在是侵占还是促进了商业银行的网银业务的

发展。如果以上两个检验结果均符合原假设,那么证实了二者之间的竞合关系。拟采用交易规模作为第三方支付业务和商业银行网银业务发展的代理指标。

三、用户规模和交易规模之间的关系实证检验

第三方支付企业和网上银行都非常重视新用户开发,是因为第三方支付和网上银行都是非常明显地具有网络外部性的市场。整个网络价值将随着用户数量的增加呈几何增长。所以用户之争是第三方支付行业和银行之间竞争非常白热化的领域。

用网络外部性的定义来分析第三方支付行业,可以看出第三方支付市场是一个典型的网络外部性市场。当第三方支付市场中只有少数消费者选择使用第三方支付的产品时,由于用户规模太小,电子商务商户不会选择第三方支付作为资金结算手段,而一般会采取传统的线下交易方式,这个阶段的第三方支付市场也就没有价值可言。但是随着第三方支付用户量的逐渐增多,部分电子商务商户受到买方市场的吸引而逐渐开始接受并使用电子支付产品,随着第三方支付可选择网上商户数量的增加,第三方支付作为线上支付工具的方便快捷价值逐步体现出来,进而会吸引更多的用户来使用。越来越多的线下商户出于为顾客提供方便或降低刷卡交易成本的目的,也不断参与进来。当双方规模逐渐扩大后,第三方支付进入一个良性发展阶段,网络价值加速增长。

检验网络外部性的一个重要法则是梅特卡夫法则,由鲍伯·梅特卡夫(Bob Metcalfe)最早提出。梅特卡夫法则可以表述为“网络价值以用户数量的平方的速度增长。”^[21]。其原理是,假设一个网络中有 N 个人参与, K_{ij} 表示第 i 个人给第 j 个人带来的效用价值;且个人为自己带来的效用不计入网络价值,即当 $i=j$ 时 $K_{ij}=0$;所以, $V_j = \sum_j K_{ij}$ 表示一个客户加入网络所获得的价值,则整个网络价值就应该是 $V = \sum_{i+j} K_{ij}$ 。梅特卡夫法则是一种特殊化情形,是将 K_{ij} 看成一个常数 K 的情况下得到的;该法则是假设各个网络节点之间相互带来的价值是相同的。在该法则假设的条件下,整个网络获得的价值就进一步表达为 $V = \sum_{i+j} K_{ij} = K \times N \times (N-1)$,其中 K 表示加入网络两两客户之间得到的平均值增值,为梅特卡夫法则中的比例系数。

在这里我们通过检验梅特卡夫法则的适用性来揭示第三方支付以及网银的用户规模与交易规模之间的关系。

(一) 数据来源

第三方支付的交易规模,根据统计范畴的不同,有不同的规模数据,见表1。其中,范围最大规模是“第三方支付市场规模”,它是第三支付的行业的市场总规模,包括互联网收单、第三方互联网支付、移动支付和预付卡四种业务规模的总和。从季度数据的可获得性来看,2007年第一季度至2015年第3季度的收单交易规模和互联网支付交易规模是完整的,从2013年第3季度开始,移动支付的数据可得。预付卡业务的规模占比非常小,予以忽略,所以,第三方支付市场总规模的计算方法是2013年第3季度以前为收单交易规模和互联网支付交易规模的和,2013年第3季度至2015年第3季度在前两者基础上再加上移动支付规模。

第三方支付互联网收单交易规模指从第三方支付企业为合作商户提供的互联网线上资金支付及结算服务的交易额。本文采用易观智库根据厂商访谈和自有监测数据及研究模型估算所得数据。

第三方支付互联网支付交易规模指客户通过台式电脑、便携式电脑等设备,依托互联网发起支付指令,实现货币资金转移产生的交易额。统计中不含银行、银联,仅指规模以上非金融机构支付企业。支付场景包括:网络购物、基金、航空旅行、电信缴费、电商B2B、网络游戏、其它。本文采用的数据是艾瑞网综合企业及专家访谈,根据自有统计模型核算所得。

同时,因支付宝在第三方支付市场占60%以上的市场份额,且支付宝是一个完整的双边市场网络系统,比整个第三方支付市场(由若干支付企业形成的网络)更加符合梅特卡夫法则的网络假定,因此也将对支付宝的交易规模和活跃用户数进行网络外部性检验。本文采用的支付宝交易规模指客户通

过支付宝进行各类支付业务的总体规模,由易观智库根据厂商访谈和自有监测数据及研究模型估算获得。

表 1 第三方支付三个交易规模

第三方支付规模类型	第三方支付互联网收单交易规模	中国第三方支付互联网交易规模	第三方支付市场规模
数据来源	易观智库根据厂商访谈和自有监测数据及研究模型估算获得。	艾瑞网综合企业及专家访谈 根据自有统计模型核算所得。	速途研究院数据和作者整理数据。
数据含义	第三方支付互联网收单交易规模指从第三方支付企业为合作商户提供的互联网线上资金支付及结算服务的交易额。	指客户通过台式电脑、便携式电脑等设备,依托互联网发起支付指令,实现货币资金转移产生的交易额。统计中不含银行、银联,仅指规模以上非金融机构支付企业。支付场景包括:网络购物、基金、航空旅行、电信缴费、电商 B2B、网络游戏、其它。	第三方支付行业的市场总规模是收单业务、互联网支付、移动支付和预付卡业务四种业务规模的总和。

资料来源:作者整理。

表 2 2013 年第三季度至 2015 年第三季度中国第三方支付交易结构

时间	线下收单	互联网支付	移动支付	预付卡
2013Q3	61.6%	30.9%	7.2%	0.30%
2013Q4	59.5%	31.2%	7.4%	1.90%
2014Q1	56.4%	31.7%	10.9%	1.00%
2014Q2	54.3%	31.9%	12.8%	1.00%
2014Q3	52.9%	32.6%	13.7%	0.80%
2014Q4	51.3%	32.7%	15.2%	0.80%
2015Q1	49.8%	33.0%	16.6%	0.60%
2015Q2	48.4%	33.5%	17.5%	0.60%
2015Q3	47.1%	33.6%	18.8%	0.50%

资料来源:速途研究院报告。

考虑到用户中只有活跃用户是真正能带来价值的用户,本文在用户规模这个变量中,全部采用活跃用户规模。活跃用户是指本季度至少登录过一次账户的用户。数据由观智库根据厂商访谈和自有监测数据及研究模型估算获得。

网上银行的交易规模和网上银行的活跃用户规模数据均来自易观智库。以上所有数据的时间段是 2007 年第 1 季度至 2015 年第 3 季度的数据。

(二) 模型构建和变量定义

利用梅特卡夫法则构建模型,假设第三方支付网络中有 N 个用户, K_{ij} 表示第 i 个用户给第 j 个用户带来的效用价值;且假设个人为自己带来的效用不计入网络价值,即当 $i = j$ 时 $K_{ij} = 0$;所以, $V_j = \sum_j K_{ij}$ 表示一个客户加入第三方支付所获得的价值,则整个第三方支付的网络价值就应是 $V = \sum_{i+j} K_{ij}$ 。根据梅特卡夫法则的假定,将 K_{ij} 看成一个常数 K ,即假设各个用户之间相互带来的价值是相同的。在此假设的条件下,第三方支付网络获得的价值就进一步表达为:

$$V = \sum_{i+j} K_{ij} = K \times N \times (N - 1) \tag{1}$$

在用户规模足够大时,可以将此模型简化为:

$$V = kN^2 + b + \mu \tag{2}$$

根据已有文献的研究, V 是第三方支付的网络价值,本文用第三方支付的交易规模作为网络价值的代理变量;系数 k 表示加入第三方支付网络的客户两两之间得到的平均值增值, N 为第三方支付的用户规模, b 为截距项, μ 为残差项。

本文根据对第三方支付规模不同数据范畴构建四个模型。根据第三方支付互联网收单交易规模和用户规模构建模型 1; 根据第三方支付互联网支付交易规模和用户规模构建模型 2; 根据第三方支付市场总规模和用户规模构建模型 3; 根据支付宝交易规模和支付宝用户规模构建模型 4。根据网银交易规模和活跃用户数构建模型 5。

(三) 回归分析

本文采用 Stata13.1 对第三方支付的交易规模和用户规模数据进行 OLS 回归, 5 个模型回归结果见表 3。

表 3 回归模型结果对照表

变量	模型 1 第三方支付互联网收单与第三方支付活跃用户	模型 2 互联网支付与第三方支付活跃用户	模型 3 第三方支付市场总规模与活跃用户	模型 4 支付宝与支付宝活跃用户	模型 5 网银交易与网银活跃用户
<i>K</i>	.0000765 *** (38.42)	.0000677 *** (27.66)	.0002073 *** (29.58)	.000056 *** (19.99)	.0014822 *** 16.51
<i>b</i>	1726.572 *** (6.64)	1832.066 *** (5.73)	1566.124 * (1.71)	1726.721 *** (3.07)	1097.910 *** (13.55)
<i>Adjusted R²</i>	0.9820	0.9659	0.9700	0.9344	0.9219
<i>F</i>	1476.35 ***	765.22 ***	874.89 ***	399.74 ***	272.66 ***

注: 括号内是 t 检验的参数值, *、** 与 *** 分别表示在 10%、5% 与 1% 的水平上显著。

可以看出, 各模型的拟合度都较好, 均通过了显著性检验, 表明 N^2 对 Y 均有显著影响。无论是第三方支付整个行业、支付宝单个公司还是网银业务, 梅特卡夫法则的适用性都非常好, 各自的交易规模与各自的活跃用户数的平方显著正相关关系。其中, 第三方支付采用了不同口径的数据, 但得出了一致的结果, 表明结果的稳健性较好。

通过引入梅特卡夫法则分别对第三方支付和网上银行进行网络外部性检验, 可以看出, 两者的交易规模均会受到用户规模的较大推动, 这要求两者都要重视扩大用户规模。而一直以来, 在大客户方面商业银行占优势, 企业网上银行的增长速度极大影响着我国网上银行整体交易规模, 然而在个人客户数量以及新生代消费群体的选择方面, 第三方支付占优势, 第三方支付市场拥有巨大的发展前景。两者在用户基础方面各有优势劣势, 因此在扩大网上银行用户数及网上银行用户的活跃度方面, 双方是互利互惠的关系。因此, 从长远来看, 第三方机构和商业银行之间加强合作, 利益共享, 共同做大规模才是明智之举。

三、第三方支付企业的交易规模对商业银行的影响实证检验

第三方支付与商业银行在业务上有一定的重复性, 两者的竞争越来越激烈, 但从合作的必要性看, 第三方支付的支付最终是需要银行的支持的, 同时也需要银行提供交易的安全保障, 第三方支付的发展离不开银行, 而另一方面, 银行也需要与第三方支付平台合作拓展业务, 扩大用户基础。针对二者的竞合关系, 本文进一步研究第三方支付的交易规模对银行的交易规模的影响。

(一) 数据来源

第三方支付的规模和网银交易规模的数据与前文一致。GDP 和 M2 采用国家统计局公布的自 2007 年第 1 季度至 2015 年第 3 季度的数据。电子商务交易规模来自艾瑞网。

(二) 模型构建和变量定义

本文主要研究第三方支付总交易规模对网上银行总交易规模的影响, 考虑到网上银行的交易规模还受到经济增长, 货币供给量以及电子商务交易规模的影响, 因此, 构建计量方程:

$$Y = a + \beta_1 X + \beta_2 GDP + \beta_3 M_2 + \beta_4 ECOM + \mu \tag{3}$$

其中, Y 代表网上银行的总交易规模, X 代表第三方支付规模。GDP, M2, 电子商务交易规模

(*ECOM*) 为控制变量。

本文根据对第三方支付总交易规模不同数据来源的选取构建不同的模型。根据前文所述第三方支付交易规模的三个不同范畴构建不同模型。根据第三方支付收单交易规模和网上银行总交易规模构建模型 6; 根据第三方支付网上交易规模和网上银行总交易规模构建模型 7; 根据第三方支付市场总规模和网上银行总交易规模构建模型 8。

(三) OLS 回归结果分析

根据计量方程 2 采用 OLS 逐步回归法, 结果显示包含电子商务交易规模(*ECOM*) 的系数 *t* 值不显著, 故在控制变量中去掉了电子商务规模。结果如表 4 所示。

表 4 网银交易规模与第三方支付交易规模的关系

解释变量变量	模型 6	模型 7	模型 8
	第三方支付收单交易规模	第三方支付网上交易规模	第三方支付市场总规模
<i>C</i>	-800.002 ^{***} (-4.59)	-764.920.1 ^{***} (-4.03)	-953.542.4 ^{***} (-6.15)
第三方支付收单交易规模	20.328.54 ^{***} (2.77)	—	—
第三方支付网上交易规模	—	25.128.32 ^{**} (2.66)	—
第三方支付市场总规模	—	—	4.279.033 ^{***} (2.15)
<i>GDP</i>	9.500.605 ^{***} (3.57)	8.979.4 ^{***} (3.35)	9.670.684 ^{***} (3.43)
<i>M</i> ²	1.842.626 ^{***} (4.42)	1.848.221 ^{***} (4.34)	0.000.228 ^{***} (6.27)
调整 <i>R</i> ²	0.981.3	0.982.8	0.981.5
<i>F</i>	524.56 ^{***}	514.80 ^{***}	477.14 ^{***}

注: 上表中括号内是 *t* 检验的参数值, *、** 与 *** 分别表示在 10%、5% 与 1% 的水平上显著。

可以看出尽管三个模型采用不同口径的数据, 但得出的结果一致, 因此可以认为该结果比较稳健。以上回归结果说明第三方支付的交易规模对于网上银行的交易规模并非替代作用, 两者并非传统意义上理解的竞争替代关系。第三方支付交易规模的提高会推动网上银行交易规模的提高。虽然两者存在着业务、客户资源、利益等方面的冲突, 且现在的第三方支付企业和商业银行基本上处于一个相互对立的状态, 关于优化合作的措施更多地出现在金融界、电子商务界的企业家的一些言论及思考, 但是从本研究的结果可以看出两者并非简单的竞争关系, 且商业银行网上银行支付系统和第三方支付平台之间并不是两个相互孤立的支付系统, 它们相互影响, 相互渗透。第三方支付交易规模的增加会推动网上银行交易规模的增加, 第三方支付企业和银行之间是相互依存、互利共生的关系。因此两者要加强合作, 而非互相恶性竞争。

四、关于第三方支付与银行合作的思路与建议

根据本文实证结果可知, 第三方支付各自的交易规模与各自活跃用户数的平方正相关, 而第三方支付交易规模的增加会推动网上银行交易规模的增加。可见两者都应加强用户开发, 不可避免存在竞争, 同时, 两者的交易规模不是替代关系, 而是互相促进的关系, 因此, 两者应该加强合作, 具体建议如下:

1. 相互合作, 扩大客户群体

用户规模的增长对第三方支付和网上银行的交易规模都有显著的推动作用, 因此, 两者应该合作以扩大客户群体。比如银行与第三方支付机构合作, 给予机构一定的优惠, 可以吸引更多的用户。比如, A 银行与 B 支付平台合作, 用户由 A 银行将资金转入到 B 支付平台, A 银行向 B 支付平台免收手续费, 通过这种方法与平台建立合作关系, 可以有效的将合作的第三方支付的客户转为自己的用户, 扩大客户群体。

2. 共享客户资料,对客户进行信用评级

商业银行有专业的信用评级体系,可以对企业和个人进行信用评级。第三方支付也掌握大量客户的资料。如果双方合作,第三方支付平台上关于客户的购买记录等大数据可以为银行所用,在发放贷款时可判断客户的还款能力。第三方支付平台也应对交易的双方进行资格审核与信用评级,规范交易,保护用户利益,为此可以与银行合作,构建企业与个人的专业信用评级体系。所以,经客户允许,第三方支付机构和银行共享客户资料、客户数据,有利于各自的授信业务的顺利进行。

3. 加强网上信贷业务的合作

电子商务为企业和个人积累了大量交易记录资料,这种大数据可以作为信用评级依据。第三方支付平台是为电子商务的支付与担保而诞生的,因此在这方面具备天然信息优势。商业银行的网上银行业务在网上信贷的审核与支付环节尚不能满足用户的需求,应该与第三方支付平台合作,开拓网络信贷的业务,如网络联保贷款、信用证服务等。

4. 合理划分市场

通过前文分析可知,银行和第三方支付平台主要冲突点在于两者的业务存在冲突,如果两者能就同一业务,合理划分客户群体,就可以解决这一矛盾。两者可以遵循“银行做大客户,平台做中小客户”的做法。中小企业比较零散,管理成本较高,如果银行为中小企业服务,将会需要更高的运营成本,但是若将中小企业交由第三方支付平台来负责,形成“第三方支付平台在前,银行在后”的模式,将更有利于支付市场的发展,也更有利于双方的业务发展。同时,第三方支付平台应该结合自身特点,紧贴市场,为中小企业提供更个性化更完善的服务,提高自身的竞争优势。

5. 商业银行入股第三方支付平台

第三方支付平台用户范围广且业务种类多,未来的发展潜力不容小觑,对银行业而言,威胁与战略价值共存。为此,商业银行可以考虑收购或者入股第三方支付平台,这样既能扩大自身的业务范围,扩大客户群体,又能弥补自身支付业务的短板,还能帮助第三方支付平台提高管理运营能力,从而,可形成小前台(第三方支付)加大后台(商业银行)的联盟。

综上所述,商业银行在我国的金融体系中一直都是举足轻重的地位,有着良好的信誉,雄厚的资金实力,积攒了很多有实力的客户,也受到了国家严厉的监管,同时作为支付的最终承担者,对支付领域仍有掌控权,第三方支付的发展离不开银行的支持;而第三方支付平台,作为新兴事物,有非常出众的创新能力,且在细分市场上,非常善于发现客户的需求,客户群体也在不断壮大,从线上发展到线下,业务延伸到生活的方方面面,又因为良好的用户体验和方便快捷的操作,有很高的用户黏性,已经对银行业构成了强大的威胁。但两者并非简单的竞争关系,第三方支付企业和银行之间是相互依存、互利共生的关系。因此两者要加强合作,而非互相恶性竞争。两者的冲突主要是业务有重复,因此两者应该合理划分市场,避免冲突,银行主攻大客户,第三方支付主攻中小企业;同时应该就共同开拓客户资源,发展网上信贷等业务展开合作。只有这样,第三方支付企业有了银行的支持和技术保障才能更好的发展自己的支付业务,银行也能借助第三方支付的创新能力和多元化业务加快自己的发展。

参考文献:

- [1]侯立军,顾立人.基于竞合的企业战略定位[J].南京财经大学学报,2009(2):64-67.
- [2]王哲,魏敏.我国第三方支付的安全性问题分析[J].当代经济,2011(3):116-117.
- [3]詹庄影.浅谈第三方网络支付安全问题[J].技术与市场,2016,23(3):191-191.
- [4]王君权.《非银行支付机构网络支付业务管理办法》述评[J].吉林金融研究,2016(2):73-76.
- [5]巴曙松,朱海明.网络支付业的风险评估及监管[J].中国金融,2013(20):51-53.
- [6]容玲.第三方支付平台竞争策略与产业规制研究[D].上海:复旦大学,2012.
- [7]张春燕.第三方支付平台沉淀资金及利息之法律权属初探——以支付宝为样本[J].河北法学,2011,29(3):78-84.

- [8]朱玛.第三方支付机构沉淀资金的权属争议及法律监管——兼谈“余额宝”的创新与风险[J].西南金融,2013(12):15-18.
- [9]陈小辉.第三方支付沉淀资金问题及监管[J].南方金融,2007(9):34-37.
- [10]范如倩,石玉洲,叶青.第三方支付业务的洗钱风险分析及监管建议[J].上海金融,2008(5):46-49.
- [11]李艳萍.互联网支付业务反洗钱监管问题探讨[J].征信,2015(6):89-90.
- [12]李俊平.第三方支付法律制度比较研究[D].长沙:湖南师范大学,2012.
- [13]蒋先玲,徐晓兰.第三方支付态势与监管:自互联网金融观察[J].改革,2014(6):113-121.
- [14]李竹.我国第三方支付企业与商业银行竞合关系研究[D].北京:首都经济贸易大学,2015.
- [15]王硕,兰婷.论第三方支付的发展及其对商业银行业务发展的影响[J].南方金融,2012(9):70-73.
- [16]付俊平.第三方支付对网上银行业务发展的影响探析[J].金融理论与实践,2012(10):116-118.
- [17]何燕岗.第三方支付给商业银行带来的机遇与挑战[J].西南金融,2012(3):71-73.
- [18]蔡恩童.第三方支付对中国银行业风险管理的影响[D].长春:吉林大学,2014.
- [19]陈健.论互联网金融创新——基于第三方支付支付宝视角[J].中国市场,2014(2):63-65.
- [20]徐显峰.我国第三方支付发展研究[D].成都:西南财经大学,2013.
- [21]张小蒂,倪云虎.网络经济[M].北京:高等教育出版社,2002.

(责任编辑:黄明晴)

An empirical study on the co-opetition between the third-party payment enterprises and the commercial banks

ZHENG Yingfei , LI Nan

(School of Finance , Shanghai University of International Business and Economics , Shanghai 201620 , China)

Abstract: This paper has tested the relationship between the user size and the volume of the transaction of the third-party payment and the online banking firstly ,then it has confirmed that Metcalfe’s law for both the third-party payment and the online banking are applicable ,which is the theory base why the third-party payment and the online banking fiercely compete for users. Then through the test of the relationship between the third party payment and the online banking transactions ,it is found that the third party payment transaction volume promotes the online banking transaction volume ,which shows the basis of cooperation between the two. Therefore ,the research results support the theoretical hypothesis that the two parties should adopt the strategy of co-opetition. It is suggested that the two share resources to develop the users ,cooperate to achieve the advantages of complementary ,differentiate their positioning and take equity cooperation ,etc.

Key words: third party payment; commercial bank; co-opetition; Metcalf’s law