

# 电子商务下的第三方支付服务新模式

作者：浙江财经学院 金莎莎

[摘要]支付问题是制约电子商务发展的瓶颈问题,而第三方支付平台为此提供了有效的解决方式。就目前中国市场而言,支付宝是覆盖面最广的第三方支付平台,Paypal 目前在中国市场份额很小,但却是全球最大的第三方支付平台,二者在支付服务中各有优劣。而手机支付成为第三方支付的新模式,具有很大的优势。

[关键词] 第三方支付; 支付宝; Paypal; 手机支付

## 一、第三方支付服务的特点

第三方支付(Third-Party Payment)就是在电子商务企业与银行之间建立的,采用与相应各银行签约的方式提供与银行支付结算系统接口和通道服务,能实现资金转移和网上支付结算服务的交易支持平台。[1]作为买卖双方交易过程中的“中间件”, [2]第三方支付旨在通过一定手段为交易双方提供信用担保,从而化解网上交易风险的不确定性,有效防止电子交易中的欺诈行为,增加网上交易成交的可能性,并在交易后提供相应的增值服务。

第三方支付运作的一般模式是:买方选购商品,使用第三方平台提供的账户进行货款支付;第三方收到货款后,代为保管,通知卖家货款到账,要求卖家发货;买方收到货物、检验商品并确认后,通知第三方;第三方将其款项转划至卖家账户上。这种运作模式具有以下三个特点:

### 1、安全可靠

第三方支付平台使用数字证书、数字签名等安全技术,通过与银行的连接服务,实现互联网与银行系统之间数据的加密传输,保证账户的安全。付款方的账户信息只需告诉第三方支付服务商,收款人无法获取敏感财务信息。同时,第三方支付平台提供资金和货物的风险防范机制,确保交易双方的利益。

根据第三方支付的运作模式可以得出,第三方支付平台在充当支付中介的同时,也担当资金转移信用担保的角色。薄弱的信用体系,网上交易的虚拟性,都给电子商务发展带来障碍。第三方支付平台采用的买家确认后付款的模式,能够有效解决这些难题。因此,在目前中国金融服务及网络安全不完善的环境下,第三方支付工具能够最大程度保证网上交易的安全,促进中国电子商务的健康发展。

### 2、节约成本

第三方支付服务商与多家银行合作,提供统一的应用接口。这样,无需分别安装各银行的专用接口,商家就能够利用不同银行的支付通道,在支付手段上为顾客提供更多选择。同时,第三方支付平台也帮助银行节省网关开发费用,创造更大的利润空间。

因此,第三方支付既可以节省买卖双方的交易成本,也能节约资源,降低社会交易成本。这有利于提高网上交易效率,增加效益,促进电子商务的拓展,创



造更多的社会价值。

### 3、整合资源

第三方支付平台，将交易信息和物流信息进行整合，为电子商务的资金流、信息流、物流三大瓶颈问题提供一致的解决方案。通过第三方支付平台，商家网站能够解决实时交易查询和交易系统分析，提供及时的退款和止付服务，便于客户查询交易动态信息，物流状态，以及对交易进行相应处理等。第三方支付平台关于交易信息的详细纪录，可以防止交易双方对交易行为的抵赖，也为售后可能出现的纠纷问题提供相应的证据，维护双方权益。

### 二、现行第三方支付服务及优劣

第三方支付服务的市场需要用户群基础，就目前中国市场而言，支付宝是覆盖面最广的第三方支付平台，截止 2008 年 5 月 6 日，支付宝的注册用户已经达到 8000 万。淘宝网提供自由专业的购物平台，旗下的支付宝则成为买卖双方理想、安全、方便的支付工具。图 1 中 iRsearch 公布的数据显示支付宝在中国第三方支付市场中的绝对优势。

图 1 2007 年中国第三方电子支付市场核心企业交易额规模市场份额（图片来源：艾瑞咨询，《2007-2008 年中国电子支付行业发展简版报告》）

Paypal 目前在中国市场份额很小，但却是全球最大的第三方支付平台，起步早，跨国性强，发展成熟，因此，具有很强的代表性。为能更详尽的说明第三方支付服务的特点，我们将对支付宝和 Paypal 进行实例比较，以期在评价两者优劣的同时，针对第三方支付服务的发展提出自己的见解。

#### 1、支付流程

由于从用户注册，到交易付款，账户充值、提现，支付宝和 Paypal 网站都有界面引导，在这里我们仅说明货款流通过程。

支付宝主要为交易者提供“代收代付的中介服务”和“第三方担保” [3]（图 2）。

#### 图 2 支付宝业务流程图

用户通过支付宝向商家支付现金时，货款不是立刻到达商家账户，而由支付宝作为信用担保，暂时替买卖双方保管货款，只有用户收到商品，并在自己的支付宝帐户中确认收货，认可交易后，货款才被转到商家的支付宝帐户中。

通过 PayPal 支付时，用户将一定数额款项从银行帐户转至 PayPal 帐户。当启动付款程序，用户进入 PayPal 帐户，指定汇出金额，并提供收款人的电子邮件地址给 PayPal，由 PayPal 向商家或者收款人发出电子邮件，通知其有等待领取或转帐的款项。从形式上看，PayPal 目前提供的基本模式是一种“电子邮件支付”方式。该付款方式是资金通过电子邮件方式汇入、汇出，完成付款流程。事实上，通过 PayPal 发出的电子邮件仅扮演“通知”角色，PayPal 服务也只是对用户的信用卡账户进行借、贷记录，其运转离不开银行帐户、电子资金转帐以及信用卡等传统支付工具。因此，从本质上看，PayPal 是一种基于其平台的虚拟银行帐户的记帐和转帐系统。

#### 2、安全措施

在技术方面，支付宝和 PayPal 均参照国内银行网站的普遍做法，采用 128 位 SSL 加密技术，该协议提供数据安全性分层的机制，为 TCP/IP 连接提供数据加密、服务器认证、消息完整性以及可选的客户机认证，确保页面输入的任何信息的安全传送，有效避免非法用户通过网络窃取敏感信息，其作用和防火墙有些相同，在收款者和用户的信用卡资料间筑起了一道安全屏障。此外，这两个平台又具备自己的安全保护特色。

支付宝采用两个密码设置：一个是用于登录账户的登录密码，主要用于查看账目等一般性操作；另一个是进行资金流转操作的支付密码。因此资金的流转操作要求两个密码，出错



3 次系统自动锁定账户。

支付宝提供免费手机短信通知功能。凡是账户发生修改密码、付款、申请提现、取回密码、更新银行帐号、修改 E-mail 地址等操作时，短信发至用户手机告知确认。

支付宝对卖家采用双重身份认证，即身份证认证和银行卡认证。首先，支付宝与公安部全国公民身份证号码查询服务中心合作校验身份证的真伪，确认公民的合法身份。其次，支付宝与各大商业银行进行合作，利用银行账户实名制信息校验用户姓名和银行账户的准确性，摒弃仅凭手机号码或身份证号码进行简单认证的模式。

数据传输的安全加密措施等，是第三方支付平台共有的技术支持。除此之外，PayPal 专门设置一系列针对网上交易的安全支付政策，如申诉政策、退款担保等。对于买家而言，PayPal 主要通过电子邮件的方式进行账户操作的授权，未经授权则无法通过验证，无权管理账户，执行付款操作。同时 PayPal 提供收费的密钥服务，采用该服务时，Paypal 在 30 秒内生成唯一的六位数安全代码，当使用用户名和密码登录到 PayPal 账户时，需输入该代码，确保在线支付享受安全保护。

从支付流程和安全措施比较可以看出，支付宝和 PayPal 在定位上的不同，支付宝侧重买方权益，而 PayPal 更加注重卖方利益。

### 3、便捷指数

两者的效率是否存在差异，这视具体的处理业务而定。若是账户的充值服务，两者都是即时到账的方式。对于支付业务的便捷程度，以下从流程角度进行比较。

支付宝在处理用户支付时有两种方式。第一种方式，买卖双方达成付款意向后，买方将款项划至其银行卡对应的支付宝帐户，支付宝通知卖家发货，卖家发货给买家，买家收货后通知支付宝，支付宝将买方预划款项从其虚拟帐户划至卖家的支付宝帐户。该方式需要双方的交互确认，采用半预付方式，时滞相对较长。另一种方式是支付宝的即时支付功能。交易双方不经过确认收货和发货的流程，买家通过支付宝立即付款给卖家。支付宝根据买家提供的地址发送电子邮件给卖家，在邮件中说明买家通过支付宝发给其一定数额的款项。如果卖家这时不是支付宝的用户，则卖家需要注册成为支付宝的用户后才能取得货款。这种方式与 paypal 类似，快捷，实时性强，但由于没有足够的信用担保，较为少用。

PayPal 类似于一个网上银行帐户，可以实现实时转帐功能。网络交易的收款人只要告诉付款人电子邮件地址，即在 PayPal 上的用户名，付款人就可以通过 PayPal 完成付款。PayPal 用户发出和收到金额体现为 PayPal 账面的增减。付款人和收款人可以在两个不同的银行开户，也可以是两个相距甚远的国家或者地区的银行开户，但是只要都是 PayPal 的用户，就可以减少跨行之间、跨国和跨地区之间的繁琐转帐。这种一站式的便利，以及以电子邮件地址作为 PayPal 帐户的方式，有别于传统依赖于金融系统的交易和转帐模式。

但是 PayPal 是国外的产业模式，不是国内的本土支付工具，因此在支付服务的设计上与中国的支付习惯有一定的不兼容性。PayPal 业务是基于信用卡的支付体系，很大程度上受制于信用卡组织规则和外部政策的影响，因此有些过分依赖信用卡。在中国目前信用体系环境下，PayPal 资金收取方式不如支付宝方便。同时 PayPal 主要通过发送电子邮件确认每一笔账户交易，而在中国，E-mail 使用普及度不高，可信度也未被用户广泛认可。

而支付宝虽然不排斥“国际使用者”，但是规定“需具备国内银行帐户”。支付宝的设计初衷同样也是为了解决国内网上交易资金安全问题，特别是为了保证其关联企业淘宝网 C2C 业务中，买家和卖家的货款支付流程的顺利进行，因此在跨国交易的支付中，支付宝无法提供令人满意的服务。

必须指出，便捷和安全这两个因素有一定程度的冲突性。比如，无需输入密码直接转帐是最为迅速快捷的方式，却无安全可言。所以，支付服务提供商应该考虑用户的具体需求，进行权衡、创新，在支付产品和服务的设计上更加趋于健全和完善。



#### 4、用户资源

支付宝致力于为中国电子商务提供在线支付解决方案，因此主要用户群集中在国内市场。淘宝网有其庞大的用户基础，其默认推荐的支付方式为支付宝接口，因此为支付宝的业务推广创造有利条件。而目前支付宝用户已经不局限于淘宝网用户，而是覆盖整个 C2C、B2C、以及 B2B 领域。许多电子商务企业，以及一些机构的收费服务也都提供支付宝的支付接口。数据统计显示，目前支持使用支付宝服务的外部商家数量已经超过 46 万家，涵盖机票、虚拟游戏、数码通信以及商业服务等行业。

Paypal 在全球 190 个国家和地区支持多达 17 种货币进行交易，为超过 1.43 亿注册账户提供收付款服务，在欧美普及率极高，是全球在线支付的代名词，具有强大的品牌优势，海外客户资源丰富。

支付宝和 Paypal 在国内市场的份额悬殊，但是比较两者用户资源，倘若支付宝需要拓展国际业务，则应逐渐优化，创新发展成为更具兼容性的支付工具，这样才能跨出国门，保持绝对优势。

#### 5、盈利模式

在中国，第三方支付平台把款进、款出分为两笔业务，银行收取一定费用，给第三方支付平台直接收费带来阻碍。因此，无论是同城还是异地交易，支付宝均采用免费模式，而 PayPal 贝宝为保证其竞争优势，也采用免费策略。那么他们的市场生存空间在哪里？

目前，两者都是依靠企业平台的支撑，而不是采取自身收费的模式运营的。阿里巴巴通过收取商家虚拟平台市场摊位费作为核心收入，国内买卖的摊位费(诚信通)是 2300 元/年，而国外买卖的摊位费(中国供应商)则是 6 万元或者更多，支付宝就是依赖这些 B2B 业务的补贴运营。

而国外使用信用卡消费，风险性大，银行无法授权信用差的用户通过信用卡支付。PayPal 为其提供信用担保，因此可采用收费模式，贝宝在中国的运营依赖于这些收入，以及 eBay 支持。

这种寄生企业平台的模式得以应用的原因在于企业本身的竞争，目的是培育市场，抢夺客户资源。随着局势的改变，这种模式遭遇挑战。阿里巴巴上市后，财务的透明化让支付宝所能享受的补贴开始减少，而习惯免费服务的用户，在企业尝试收费模式时，必然产生抵触。同样，PayPal 在中国市场份额已经很小，一旦采用收费方式，客户资源将严重流失。

仅考虑中国市场，前面提到，2007 年电子支付交易额突破 1000 亿元，如果支付系统收取 1% 费用，那就是 10 亿的市场。第三方支付不是公益机构，盈利是存在的唯一目的。因此，随着交易额的攀升，这个市场越来越大，第三方支付服务提供商必然要寻找合适方式分割其中的巨大利润。

当然，电子商务中，商户需要的不止是一个支付工具，而是更多服务，如物流的选择、售后的各种服务与协调处理等。增值业务的设计成为第三方支付服务提供商的商机，谁的增值服务更符合用户及市场的需要，谁就拥有更大的盈利空间。在这个变幻莫测的市场，如何挖掘其中潜力，拓展市场空间，是支付宝和 Paypal 以及其他第三方支付平台需要共同探索的重大课题。

#### 6、风险

在所有的第三方支付平台中，都存在这样的问题。第三方支付平台利用资金暂时停留的方式，在交易过程中约束和监督买家和卖家，所以在支付过程中，资金都会在第三方出现一段时间的滞留，随着将来用户数量的急剧增长，这个资金沉淀量将会非常巨大。这在风险分析、计算成本时是不能忽视的。

具体到交易双方，支付宝要求买方提前将其资金转入支付宝，同时也要求卖方先将产品发送给买方，并经其确认后方能进行给付，这对于买卖双方而言都是资金流的占用，因而会



无形中提高交易成本，即所谓的“套现”。而采用先款后货方式的 **Paypal** 也存在同样的问题。同样，第三方支付平台本身也要承担商家恶意操作的风险。

### 三、第三方支付的新模式

#### 1、手机支付

手机支付，是在移动运营商和商业银行之间加入了第三方，例如中国银联[4]，它是用手机作为支付工具和渠道，以 IC 卡和数字签名技术为安全保障，以移动通讯网络和银行金融服务系统为依托，以电子信息作为货币形态，实现货币从付款人向收款人的转移[5]。

一般来说，手机支付的直接参与方由金融机构(含银行、信用卡组织)、移动运营商、第三方机构(移动支付服务提供商或移动支付平台提供商)、商业机构、用户等多个环节组成 [6]。我们将手机支付的业务流程概括为（图 3）：

图 3 手机支付的业务流程

从图 3 我们可以知道，手机支付的资金流动也不是直接在买卖双方之间传递，而是依靠无线运营商提供的支付管理系统，借助金融机构的金融服务支持完成支付，因此，从业务流程的角度说，手机支付也属于第三方支付。

#### 2、手机支付的优势

(1) 手机支付优化了支付流程。大体而言，手机支付的基本流程与支付宝类似，支付过程基于无线运营商的支付管理系统，借助金融机构完成账户支付和清算。资金处理需要交易双方的交互确认，摒弃 **Paypal** 单方处理帐户，仅进行通知的方式。手机支付在此基础上进行了优化，主要表现为添加订单信息的确认模块。订单信息错误会造成物流中断。手机支付工具整合电子商务中的物流、资金流和信息流，在实现支付功能的同时，将交易信息、物流状态关联，有利于提高交易效率。

(2) 手机支付改善了安全措施。除了使用第三方支付常见的技术手段、加密程序对支付的安全进行保护外，手机支付吸收支付宝和 **Paypal** 安全措施的优点，进一步完善安全系统。手机支付实现类似支付宝的双重验证，手机卡、身份证、银行卡绑定，实现认证。即使是手机账户的资费查询，移动运营商也提供动态校验码，完成身份的确认，在支付的过程中，采用更为复杂的编码方式，生成安全代码，类似于 **PayPal** 密钥服务。

但手机支付，存在一个现实问题，即易丢失。针对这一点，手机支付系统对 **SIM** 卡多重加密，并采用联机处理的应用模式，利用无线信道传输数据，手机丢失后进行 **SIM** 卡挂失，联机处理程序即刻启动，**SIM** 卡失效，这样可将匿名用户非法盗用造成的损失降至最低。

(3) 手机支付提高了便捷程度。手机支付的产生是由于能够满足用户对支付移动化的需求，这与手机本身小巧、方便的特性分不开。在便捷程度上，肯定是其它支付工具所无法比拟的。一方面，在即时支付功能实现和跨国交易支付上，手机支付优于支付宝。另一方面，由于可将多种类型的银行卡与手机号绑定，如储蓄卡、信用卡，或是不同银行发行卡，**Paypal** 在中国遇到的信用体系障碍不存在于手机支付中，同样也不会有电子邮件使用普及度低的困难。这样，手机支付移动缴费和消费的特点得以突出。

(4) 手机支付丰富了用户资源。支付宝和 **Paypal** 均依托企业的电子商务平台发展起来，用户资源各有倚重，国内外平衡性差，手机支付可以化解这一难题。

首先是在用户数量上的优势。手机的用户资源庞大毋须质疑。仅中国 2007 年移动电话用户总数达到 54728.6 万户，而每一个手机用户都可能是手机支付的潜在用户。

其次是用户覆盖面上的优势。凭借移动网络的全球覆盖性，手机支付可以消除原有第三方支付平台用户资源海内外失衡的问题，推动网上交易朝全球化趋势发展。

(5) 手机支付扩大了盈利空间。手机支付可以摆脱支付宝和 **Paypal** 盈利困难的尴尬境



地，一方面，增值服务丰富，除话音基础服务，手机业务本身覆盖面广，如前文就提到支付宝使用短信通知功能。另一方面，收费模式可取，以下从移动运营商、金融机构和第三方机构三个角度说明手机支付为支付服务供给方带来的利润。

移动运营商营销经验丰富，可将其运用至手机支付领域。即使没有新的模式，目前通信业的资费计算标准也完全适用手机支付，比如目前用户对短信发送，网络接入服务付费，具体到支付行业，收费模式也较易被用户接受。移动运营商还可向服务商收取佣金，作为使用通信网络的成本。

手机支付模型中，银行采用收费模式获得收入。从成本角度看，手机支付减少现金交易，帮助银行节省营业网点建设和人力资源投入，这点是第三方支付平台共有的优势。

第三方机构通常是一个确认业务认证和支付方案委托的公司[7]。在简化模型中，直接由移动运营商或金融机构担当。作为专注提供支付服务的机构，第三方可能收益来源有 2 个：一是从移动运营商、金融机构和商家获取设备和技术使用许可费；二是从移动运营商、金融机构或商家提取签约用户使用手机支付业务的佣金。这样避开原有第三方支付平台直接向用户收费的不便。

手机支付中，移动运营商、金融机构和第三方机构各有所长，这决定他们可以凭借自身优势，取得市场中的重要地位，共享其中收益。

(6) 手机支付降低了风险系数。手机支付是否也存在第三方支付的“套现”问题？应该说，资金在手机支付的第三方也会滞留，因为手机支付采用类似于支付宝的先货后款模式。但手机的即时通讯能够缩短交易信息的传递，便于银行和第三方机构的沟通，为支付业务处理效率的提高创造条件。

#### [参考文献]

- [1] 彭媛：“我国第三方支付现状及发展对策分析”，《科技广场》，2007 年 6 月：104-107
- [2] 陈氢、程慧平：“第三方支付运营模式及其发展研究”，《现代商贸工业》，2008 年 2 月第 20 卷第 2 期：46-47
- [3] 房乃敬：“网上支付工具的应用和安全”，<http://hi.baidu.com/touziweiye>
- [4] 杨长红、杨长青：“对手机支付业务发展现状的分析”，《技术前沿》，2004 年 4 月：54-59
- [5] 盛天翔：“试析移动商务之手机支付的可行性”，《科技情报开发与经济》，2006 年第 16 卷第 16 期：218-220
- [6] 张锋、赵壮、肖瑗：“移动支付应用及发展研究”，《中国金融电脑》，2006 年第 2 期：58-65
- [7] 刘刚、范昊：《网上支付与金融服务》，华中师范大学出版社，2007 年 2 月第 1 版

#### [作者简介]

金莎莎（1989.5—），浙江金华人，大学本科

