

# 支付类跨境电商生态系统的构建

薛朝改<sup>1</sup>(教授), 李思怡<sup>1</sup>, 曹武军<sup>1,2</sup>(副教授), 曹海旺<sup>3</sup>(教授)

**【摘要】** 随着“一带一路”战略的实施,跨境电商行业发展迅速,跨境支付掌握着跨境电商整个产业链的资金流动,跨境支付的风险问题直接影响跨境电商的交易安全。基于生态系统的概念,构建支付类跨境电商生态系统,并将其细分为传统支付类跨境电商生态系统与第三方支付类跨境电商生态系统。通过对八个跨境电商支付企业的案例分析,以及对两种支付类跨境电商生态系统的比较分析,揭示支付类跨境电商生态系统的演化机制,发现支付类跨境电商生态系统的演化经历了初创、拓展、多元进化三个阶段,其演化动力来自于系统内部的价值创造与系统外部的环境协同。

**【关键词】** 支付类跨境电商; 演化机制; 生态系统; 演化动力; 电商支付平台

**【中图分类号】** F724.6

**【文献标识码】** A

**【文章编号】** 1004-0994(2019)19-0143-8

## 一、引言

前瞻产业研究院发布的《跨境电商产业园发展模式与产业整体规划研究报告》显示,2017年我国跨境电商交易金额为7.6亿元,同比增长了20.6%,到2020年,跨境电商交易规模将达到12万亿元。这一庞大的市场吸引了诸多支付机构的竞争,包括支付巨头支付宝、财付通,以及新兴企业连连支付等,银行金融机构也纷纷切入这一市场。

然而,跨境支付出现的一些问题也摆在了各大支付机构面前。跨境支付业务不仅要遵从我国政府的支付政策要求,更要符合当地政府和目标市场的金融监管制度与法律法规,只有对政策进行充分消理解、调研,才能融入到跨境支付业务中。由于跨境支付的特殊性,作为提供支付结算服务的第三方支付机构应重视这种服务可能触发的一系列风险问题。与自然生态系统相同,在支付平台市场上,任何支付企业都不能长期单一地存在,需要直接或者间

接地依靠其他物种机构而存在,然后按照一定的规律组合,相互交换信息,与其他组织机构以及周围支付环境构成互相依赖的生态系统,才能规避风险,实现持续发展。因此,构建支付类跨境电商生态系统就显得更具研究价值。

早在1935年,A. G. Tansler就提出了生态系统的概念。在生态学中,生态系统是指在一定时间和空间内,由生物群落与其环境组成的一个整体,各组成要素间通过物种流动、能量流动、物质循环、信息传递实现相互联系与制约,并形成自我调节的复合有机体<sup>[1]</sup>。生态系统的物种关系及特点如表1所示。

Moore<sup>[2]</sup>首次将生态系统的概念引入企业管理活动,提出了商业生态系统的概念。商业生态系统是组织和个人之间相互作用而形成的一个有机关系体,包括消费者、生产商、供应商、环境、政府、服务机构等。现有关于跨境电商生态系统的研究,主要集中在定义、构建和发展建议方面。王子越<sup>[3]</sup>定义了跨境电商生态系统,即依托计算机技术,跨境电商核心企

**【基金项目】** 教育部人文社会科学资助项目“跨境电商生态系统驱动制造业转型升级的路径研究”(项目编号:19YJA630096); 河南省高校科技创新人才支持计划项目“协同视角下的企业信息系统演化建模研究”(项目编号:16HASTIT037); 河南省科技攻关项目“‘互联网+’环境下冷链物流网络瓶颈识别与优化研究”(项目编号:172102210485)

表1 生态系统的物种关系及特点

关系	特点	关系	特点
竞争	彼此限制,对立	共生	共同发展,分开后不能存活
捕食	一方遏制另一方	互利	互相有利,分开后可以存活
寄生	一方依赖于另一方,且对另一方有害	偏利	一方获利
中性	彼此之间互不影响	偏害	一方有害

业搭建跨境电商平台,聚集上下游产业企业以及客户,在外部环境的作用下,各个主体围绕核心企业充分发挥各自的优势,相互进行资源交换和物质互补,组成一个复杂的生态网络系统。张夏恒<sup>[4]</sup>以京东为例构建了跨境电商生态系统,对跨境电商生态系统发展路径进行了分析。曾定茜等<sup>[5]</sup>分析了跨境电商平台存在的问题,并基于“一带一路”倡议的指导,提出了关于构建跨境电商良性生态圈的一些建议。

目前,针对支付类跨境电商生态系统的研究较少。Han等<sup>[6]</sup>指出,为促进我国跨境电商产业的发展,应积极推动第三方支付企业大力拓展跨境支付业务,通过第三方支付机构加强对跨境电子商务交易的监管。沈易娟<sup>[7]</sup>提出了完善平台功能性建设、加强信用体系建设、提高支付安全性以及控制物流成本等方面的措施,以期不断加快跨境电商生态圈建设。吴剑东等<sup>[8]</sup>在生态系统的基础上,探讨了第三方互联网支付生态系统的演化动力机制,得出其动态演化会受到内生动力与外在动力的共同作用。由此本文可以界定,跨境电商支付是用户在不同国家,通过跨境电商互联网平台实现国际贸易,需要借助相关的结算工具,通过支付系统实现跨国转移资金的行为。比如我国用户在网上购买国外卖家的产品,或者国外用户购买我国商家产品时,由于币种的差异,需要借助支付系统实现资金转换,最终完成交易<sup>[9]</sup>。根据以上界定,支付类跨境电商生态系统是指支付主体及关联机构借助跨境电商平台,形成相互依赖、资源互补的有机生态系统。

通过上述文献回顾,发现目前对跨境电商支付的研究集中在第三方支付机构、跨境支付的建议等方面,分析不够全面,尚无关于跨境电商支付企业发展模式的研究。本文从生态系统的角度,通过多案例研究,更直观、真实地构建支付类跨境电商生态系统,对比其演化动力和路径,为中小跨境支付企业提供指导和建议。

## 二、研究设计

### (一)研究方法及案例选择

本文采用多案例研究方法,目的是构建支付类跨境电商生态系统,探究其演化动力及机制,以及不同支付平台的系统结构和物种关系。

根据当前国内外跨境支付企业,选取具有较强的典型性或者能够代表某种极端情形,同时具有独特的研究与现实意义的案例。主要从支付市场的占有率、支付商家合作电商的平台、支付平台的安全性和支付平台的特色业务来考虑选择对象<sup>[10]</sup>。通过查询相关文献和资料,最终选择银行电汇、Visa、西联、PayPal、Payoneer、支付宝、中国银联、财付通八个支付平台作为研究案例。

### (二)研究内容

跨境支付与电商生态系统的结合产生了支付类跨境电商生态系统。支付类跨境电商生态系统比传统的电商生态系统更为复杂,通常由支付巨头以跨境布局的方式,涉及多个国家、多种企业以及复杂多样的外部环境,通过横向发展、纵向突破、多元化扩张,精准布局,逐步形成互联互通、协同发展的生态圈。系统的核心主导就是跨境支付企业,其联合跨境电商平台、网上银行、用户三者构成内部核心生态圈,外部拓展生态圈包括服务机构、政府部门以及外部环境。内部核心生态圈加上外部拓展生态圈共同实现支付类跨境电商主体之间的相互引流,形成信息流、资金流和物流,从而达到互利共赢的局面。支付类跨境电商生态系统如图1所示。

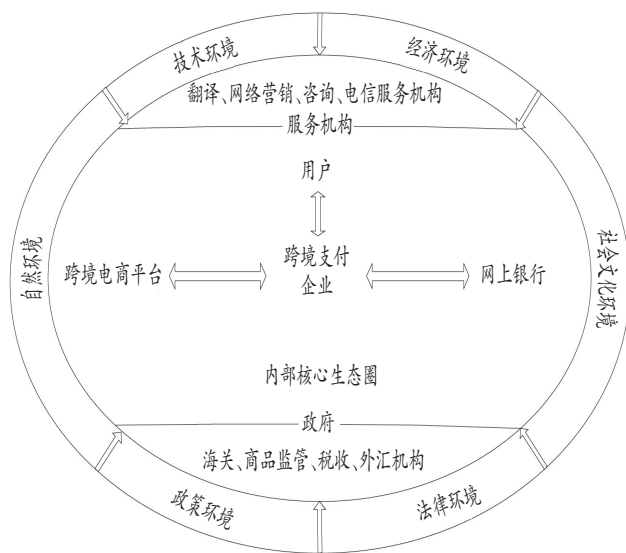


图1 支付类跨境电商生态系统

### (三)数据收集

本文从各个渠道收集数据,确保信息的广泛性和真实性。案例资料和数据的来源包括:①PayPal、支付宝和中国银联等各个支付机构的官网,从中获取其年报、宣传资料等,对相关支付平台进行充分了解。②各大互联网、电商、金融研究院发布的研究报告,如电子商务研究中心、易观网、阿里研究院、艾瑞咨询等。③网络新闻报道,对于涉及支付平台的新闻内容,挑选其有质的部分。

收集完八个支付平台的资料后,主要从支付平台规模、属性、合作伙伴和特色服务四个方面做对比分析,并将其归纳为两种类型的支付类跨境电商生态系统,即传统支付类跨境电商生态系统和第三方支付类跨境电商生态系统。

## 三、案例研究

### (一)传统支付类跨境电商生态系统

传统跨境电商支付平台主要有银行电汇、国际信用卡(如Visa、Mastercard、JCB、American Express、Diners Club)、专业汇款公司(如西联、速汇金)等。这类支付机构具有和银行直属相连的特点,即时性直接付款,安全性高,但模式单一,在交易欺诈、退换货方面没有很好的安全保障。本文选取的银行电汇、Visa、西联为此类型的支付机构。

#### 1. 平台简介。

(1)银行电汇——最早的跨境汇款方式。银行电汇是最早被使用,并且至今仍然被普遍使用的一种跨境汇款方式,在银行柜台或者网上银行都可以办理。银行电汇主要采用SWIFT(环球同业银行金融电讯协会)通道来实现跨境汇款。银行电汇的跨境支付流程为:汇出银行在接受汇款人申请后,用电传形式将付款申请单发到当地的汇入行,汇入行将一定的款项付给指定的收款人。银行电汇支付生态系统如图2所示。

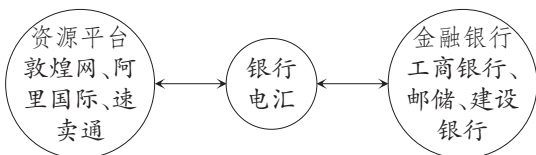


图2 银行电汇支付生态系统

(2)Visa——全球最大的信用卡组织。Visa是目前世界上最大的信用卡国际组织,由全世界金融机构参与,是非营利性的、国际性的大组织。Visa为全

球200多个国家和地区的消费者、企业、银行和政府提供服务。全球有多达24亿张活跃使用的Visa卡。2017年8月,Visa向中国央行申请在中国建立银行卡的清算机构,是第一家提出申请的境外卡组织。Visa支持的特色技术有Android Pay、Apple Pay、Samsung Pay、芯片卡。国际信用卡支付生态系统如图3所示。

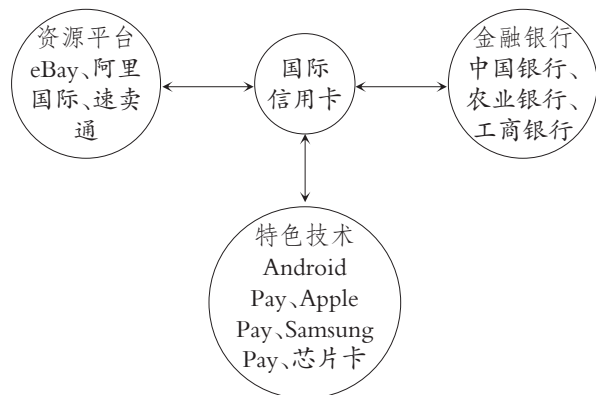


图3 国际信用卡支付生态系统

(3)西联——专业汇款公司。西联的全称是西联国际汇款公司,在全球汇款公司中处于领先地位。西联拥有世界上最先进、最广泛的电汇汇兑金融网络,代理网点遍布全球近200个国家和地区。西联可以选择的汇款方式包括:合作银行网点汇款、电子渠道(网上银行和手机银行)汇款。其在我国的合作银行有光大银行、上海浦东发展银行、中国邮政储蓄银行等。

2. 平台对比。表2从商业主体、特色服务、优势、物种关系四个方面,对比了三家传统跨境电商支付平台。

表2 传统跨境电商支付平台的对比

	银行电汇	Visa	西联
商业主体	A 汇款人 B 收款人 C 合作银行 D 合作电商平台 E 银行电汇	A 汇款人 B 收款人 C 合作银行 D 合作电商平台 E Visa	A 汇款人 B 收款人 C 合作银行 D 合作电商平台 E 西联
特色服务		Android Pay、Apple Pay、Samsung Pay、芯片卡	
优势	收款迅速	用户人群庞大	安全性好
物种关系	共生:AE、BE、CE、DE	共生:AE、BE、CE、DE	共生:AE、BE、CE、DE

注:物种关系栏的字母代表不同商业主体,字母结合代表两个主体之间的物种关系。

由表2可知,各平台的商业主体单一,差异性小,缺乏特色服务,具有可替代性。其物种关系均为

共生关系,说明了支付平台和电商平台、银行之间的融合性和紧密性强。其生态系统具有稳定性、单一性、融合性的特点。

3. 传统支付类跨境电商生态系统形态。在传统支付类跨境电商生态系统中,传统跨境支付企业(主导企业)与收款人、付款人、跨境电商平台、金融银行组成了内部核心生态圈,在内外环境中相互作用、相互影响,通过交换信息、物质等资源形成稳定的共生网络,共同推进系统的演化发展。传统支付类跨境电商生态系统如图4所示。

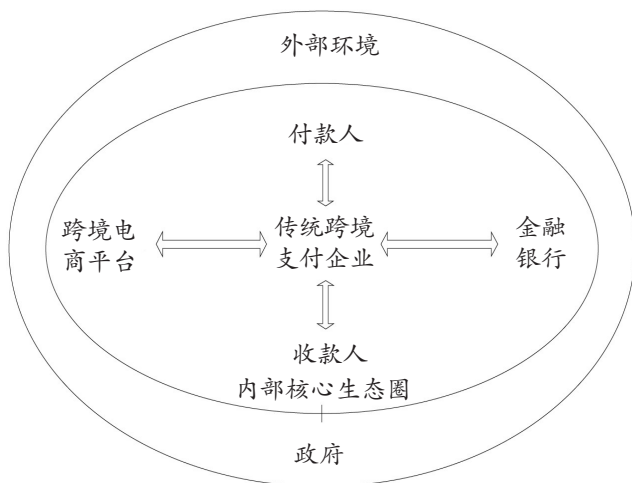


图4 传统支付类跨境电商生态系统

## (二) 第三方支付类跨境电商生态系统

易观数据显示,截至2018年上半年,第三方网络支付两巨头占比合计35.2%,第三方移动支付占比合计93.1%。随着行业加速洗牌,这一比重将持续上升。在买卖双方之间缺乏信用保障和法律支持的情况下,第三方支付机构成立的资金支付“中间平台”,在买家、银行、卖家之间建立流程,保证了资金流和交易的安全<sup>[11]</sup>。

### 1. 平台简介。

(1) PayPal——全球最大第三方支付企业。其在欧美市场已成为仅次于信用卡支付的第二大支付方式,业务涉及全球196个国家,与全球约16000家著名金融企业达成合作伙伴关系。2005年,PayPal正式进入中国市场,与上海网付易公司合作共同设立贝宝品牌。PayPal目前主要是为从事跨境电商的商家和境内消费者“海淘”提供跨境支付业务。PayPal支付生态系统如图5所示。

(2) Payoneer——创新型跨境支付平台。它是万事达卡组织授权的具有发卡资格的机构,持有美国货币服务企业执照和欧洲E-money金融服务执照。

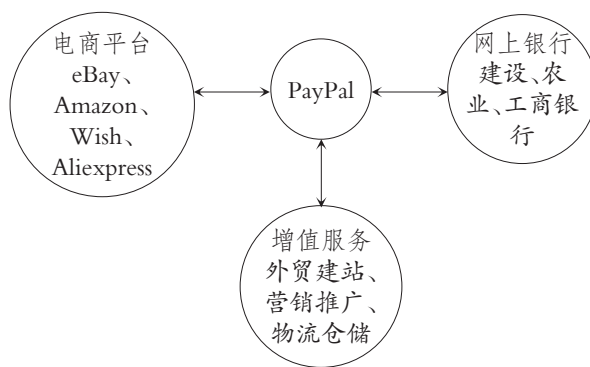


图5 PayPal支付生态系统

Payoneer于2012年进入中国市场,支持六大主要币种,海外用户可选择信用卡等多种支付方式,首创跨国用户免费转账,覆盖世界各地40多家合作电商平台。Payoneer不仅能够一站式轻松地海外B2C平台收款,而且将业务拓展到B2B外贸担保支付以及电商生态圈金融领域。Payoneer支付生态系统如图6所示。

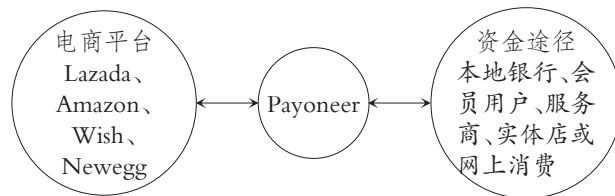


图6 Payoneer支付生态系统

(3) Alipay(支付宝)。目前支付宝覆盖超过100个国家和地区,拥有18种外币,吸纳了五万家海外商家,主要分布在中国香港、日本、中国台湾、新加坡等亚洲地区。支付宝的综合支付市场份额在我国占比39%,其中移动支付市场份额占53.73%。支付宝是独立的第三方支付平台,处于全球领先地位,并为广大用户提供了安全快速的电子、网上、手机支付体验。Alipay支付生态系统如图7所示。

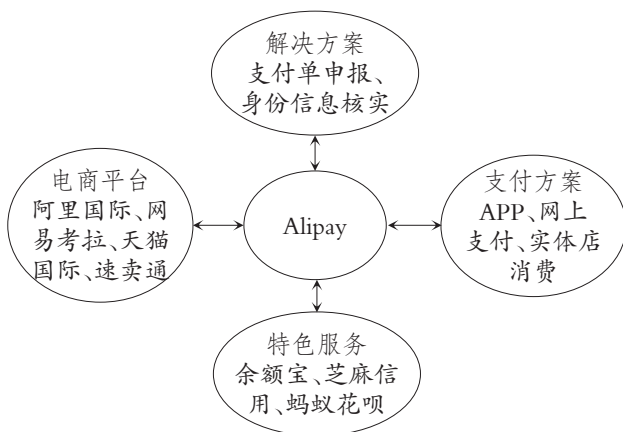


图7 Alipay支付生态系统

(4)中国银联。中国银联是中国银行卡机构的联合组织。主要借助银联互联网认证支付系统(CUPSecure),与国外流行的银行卡收单服务机构合作,推出在线跨境购物支付业务。进行跨境网上支付的特点是,绑定银联卡,直接扣除相应的金额,用户无须支付任何货币转换费,即可完成交易。其通过联合PayPal、日本三井住友、香港东亚银行等国外主流机构,主要分布于中国香港、日本、美国等市场,业务覆盖150多个国家和地区,超过百万家网上商户。中国银联支付生态系统如图8所示。

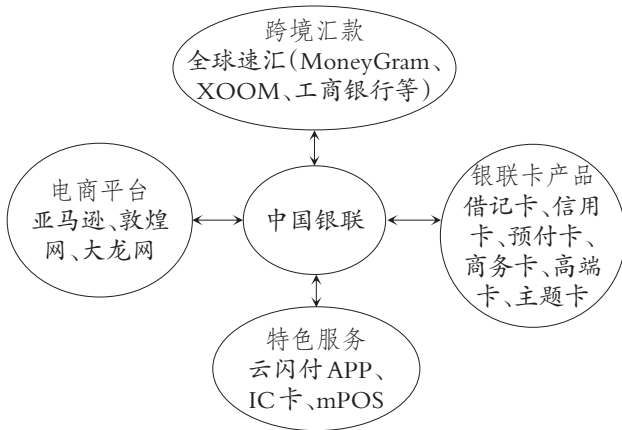


图8 中国银联支付生态系统

(5)财付通。财付通是腾讯集团旗下的第三方支付平台。财付通网络支付以微信支付钱包、手机QQ钱包为入口,具体业务类型包括网关支付、快捷支付、余额支付,应用产品包括微信转账、条码支付、理财通等。微信支付的功能已向境外商户开放,目前已支持九大币种的结算,并且支持Web网上支付、移

动端支付、线下支付。财付通支付生态系统如图9所示。

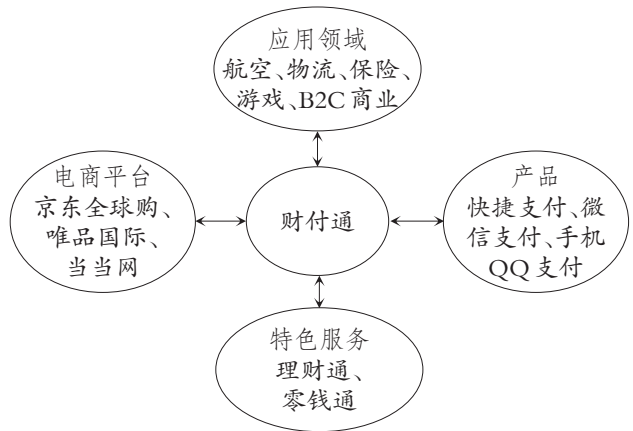


图9 财付通支付生态系统

2. 平台对比。根据以上五个第三方支付平台的简介和生态组成,分别从商业集团、商业模块、商业主体、特色服务、优势和群体关系六个方面,对比分析五家第三方跨境电商支付平台的特点,如表3所示。

由表3可知,第三方跨境电商支付平台的商业主体较多,特色服务多样,可替代性弱。群体关系中互利关系占比较多,说明支付平台与其他合作商之间有利利益驱使,但不相互依赖。面对传统支付机构的挑战,第三方支付机构要寻求差异化战略,不断创新,发挥牌照优势;充分利用自身的特色服务,比如支付宝开通余额宝、蚂蚁花呗等特色服务供消费者选择;在打通跨境支付的通道上继续吸纳更多的外部合作伙伴,实现优势互补,快速拓展市场。

3. 第三方支付类跨境电商生态系统形态。根据

表3 第三方支付类跨境电商支付平台对比

	PayPal	Payoneer	支付宝	中国银联	财付通
商业集团			阿里巴巴集团		腾讯集团
商业模块		物流模块、增值税、软件、广告、本地化	支付、营销、金融		B2C电商、金融、保险、餐饮、航旅、零售、交通
商业主体	A 汇款人 B 收款人 C 银行机构 D 电商平台 E PayPal	A 汇款人 B 收款人 C 银行机构 D 电商平台 E 服务商 F Payoneer	A 商家 B 用户 C 蚂蚁金服 D 蚂蚁财富 E 网商银行 F 电商平台 G 海关报关中心 H 支付宝	A 商家 B 持卡人 C 银行机构 D 电商平台 E 银联 F 服务商	A 商家 B 用户 C 银行机构 D 电商平台 E 理财通 F 微信支付 G qq钱包
特色服务		服务提供商、网盟营销商、假日租赁房东	余额宝、芝麻信用、蚂蚁花呗		Wechat Payment
优势	覆盖广、可信度高	便捷、便宜	简单、安全快速	银行数量多、安全	用户数量多
群体关系	互利:AE、BE、CE、DE	互利: AF、BF、CF、DF; 共生:EF	互利: AH、BH、FH、EH、GH; 共生:CH、DH	互利: AE、BE、CE、DE、EF	互利:AF、BF、CF、DF; 共生:EF; 中性:FG

以上支付企业的案例,本文构建了第三方支付类跨境电商生态系统,如图10所示。

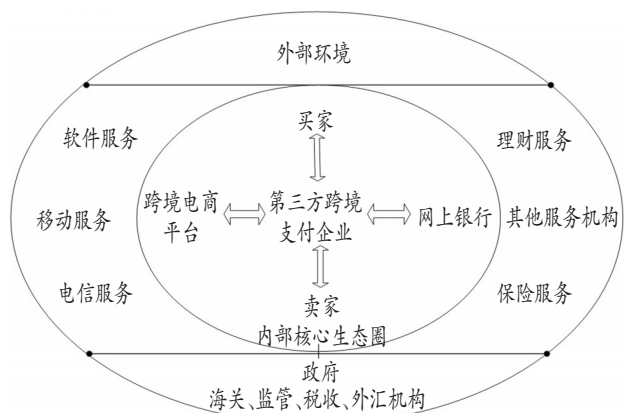


图10 第三方支付类跨境电商生态系统

主导企业为第三方跨境支付企业,共生主体为跨境电商平台,两者与网上银行、买家和卖家共同组成了内部核心生态圈,周围分布着软件、移动、电信、理财、保险等支撑服务商,为核心企业提供支持服务,辅助和优化核心商业活动,提升整个系统的运作效率。核心企业、共生企业、支撑企业之间不断地进行资源和物质能量交换,促进跨境电商生态系统整体高效运转,随着跨境电商系统规模的不断壮大,系统的规模效应和集聚效益优势也会更加显著,将汇聚更多第三方企业到系统中,产生正反反馈效应<sup>[12]</sup>。

#### 四、支付类跨境电商生态系统对比分析

##### (一)系统结构

对两种类型的支付类跨境电商生态系统进行案例分析后,将从系统结构类型、系统服务特点、平台特点三方面对两者进行对比分析,如表4所示。

表4 支付类跨境电商生态系统结构对比

对比类型	传统支付类跨境电商生态系统	第三方支付类跨境电商生态系统
系统结构类型	一体化结构	交叉复合结构
系统服务特点	综合系统	特色、创新
平台特点	单一平台	多主体融合

从系统结构来看,传统支付类跨境电商生态系统的物种之间呈现互相融合和支撑的形态,表现出一体化的紧密关系,由于主体较少,当支付平台形成后,嵌入系统结构中,能够形成稳定的结构类型。第三方支付类跨境电商生态系统则由核心物种和其他第三方物种共同组成,呈现交叉复合的形态,主要表现在外部分布着多元化的特色增值服务机构,这是

与传统支付平台的关键区别之处,也说明了第三方支付平台兼具差异性、多样性和风险性的特点。

##### (二)物种数量与关系

从系统内物种数量来看,传统支付类跨境电商生态系统的平均物种数量是5个,第三方支付类跨境电商生态系统的平均物种数量是6.4个,比前者更多。系统物种关系比重根据表2和表3的数据计算而来,如表5所示。

表5 支付类跨境电商生态系统物种关系对比

	中性关系比重	互利关系比重	共生关系比重
传统支付类跨境电商生态系统	0	0	100%
第三方支付类跨境电商生态系统	3.7%	81.48%	14.82%

从表5可看出,传统支付类跨境电商生态系统以共生关系为主,而在第三方支付类跨境电商生态系统中,互利关系占主导地位,其次是共生关系,占比14.82%,中性关系仅占3.7%。生态系统中物种关系的紧密程度由高到低依次是共生、互利、中性,传统支付类跨境电商生态系统的物种关系更为紧密。整体来看,第三方支付类跨境电商生态系统的物种数量和类型更多,其中互利关系占比较大,说明物种之间的关系有利但非必须依赖对方,第三方支付平台需要更好地把握与合作伙伴的关系,有效地加强合作,提供更多元的服务。

##### (三)系统功能与系统演化

1. 系统功能。在支付类跨境电商生态系统中,支付平台发布创新型支付产品,通过用户接触支付产品来了解市场,反馈现阶段发展趋势。而电商平台通过市场对支付产品的反应,了解消费者的喜好,做出适当的调整,并将信息传递到周边环境。政府会发布相关跨境支付条例,这些政策信息会传递到系统核心生态圈,对支付平台进行规范,其他主体之间进行即时交换,不断调整自身,共同互利发展。价值的双向流动关系形成互利或共生,价值的单向流动关系就形成偏利,而没有价值流动就形成中性关系。

2. 系统演化动力。从宏观生态角度来看,系统内的核心物种包括消费者、商家、金融机构、支付平台和电商平台。个体知识是创新的本源,随着系统中创业者的增加和创业阶段的递进与发展,创业者会产生新的资源和服务需求。当系统提供了这一服务并向内部交流时,这种交流可以促进知识的交换,对

知识的再学习创造能力实际上也进一步壮大了系统本身规模和功能模块,这就是生态系统演化的内生源动力<sup>[13]</sup>。从整体来看,微观生物的价值创造是系统演化发展的内部动力机制。支付类跨境电商生态系统作为一种空间机构或模式,承载着不同主体及其活动,也支撑了一定的社会经济关系,这种社会经济关系促进了生态系统的网络性,成为其生成的外生动力,如环境建设投入是跨境电商支付平台主体的外部启用动力。只有在内部动力和外部动力机制的共同推动下,支付类跨境电商生态系统才能更健康地朝积极的方向演化。

**3. 系统演化路径。**在支付平台的初创期,主要以满足用户基本支付为需求,寻求银行合作伙伴,开发单一支付功能,打造“担保交易”功能的虚拟账户,为消费者提供一个安全的支付环境。

在规模拓展阶段,用户群体日益多元化,支付平台也呈集中爆发式增长,移动支付作为移动互联网的重要产物,积极寻求与多个境内境外跨境电商平台合作,不断拓展合作渠道;同时,加快新技术的应用,包括指纹支付、语音支付等。支付平台除了充当信用中介,还开发了支付清算与融资功能。这一时期,国务院陆续出台相关政策,央行发放支付牌照,对网上支付平台进行监管规范。

多元进化阶段是风险与收益并存的时期,以建立开放的多元化形态为目标,许多第三方支付公司通过与金融服务商、理财营销商等结合开发增值服务,如征信、信贷业务得到消费者的广泛使用<sup>[14]</sup>,寻求支付的多元化发展成为支付企业的重要战略。利用数据挖掘、物联网等新技术对用户群体进行分析,处理海量账户。NFC支付、脸部支付等先进技术得到使用,各大平台开始打造专属的行业解决方案,在逐渐掌握更多客户的基础上,进行差异化运营。但是,由于发展迅速,存在片面发展和安全风险等隐患,央行和银监会联合发布了针对第三方支付机构的业务整顿文件,进而压缩了第三方支付机构的利润空间。

支付类跨境电商生态系统的演化路径如图11所示。从演化博弈理论的角度来看,预计跨境电商支付平台未来的发展仍将围绕社会需求而产生相应的改变,而且随着第三方支付机构逐渐渗透和普及到更多的生活场景,不仅仅是众筹和互联网贷款,更多新兴的功能或将被赋予。随着一系列政策法规的出台和支付市场竞争的日益激烈,可以预测未来跨境

电商支付企业的生存空间将越来越小,支付平台的发展将日趋规范化,业务领域不断扩展,使支付行业保持稳定的增长步伐。

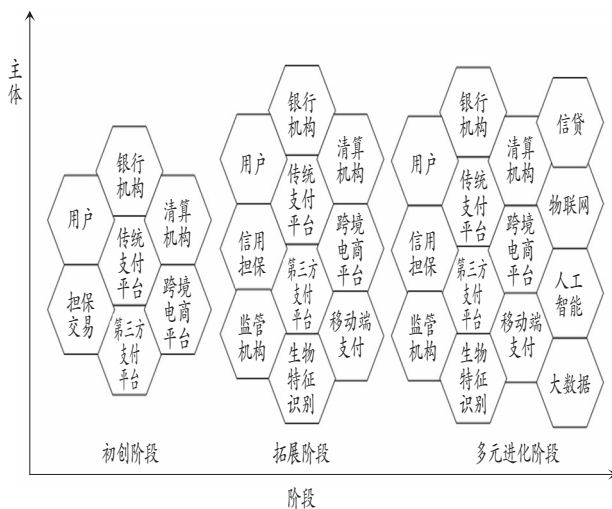


图 11 支付类跨境电商生态系统演化路径

## 五、结论与启示

### (一) 研究结论

本文通过多案例比较分析,提出了两种支付类型的跨境电商生态系统,得出以下结论:

一是从支付类平台的产生到后期不断创新演化,本文将现阶段的支付平台发展模式分为传统支付类跨境电商生态系统和第三方支付类跨境电商生态系统。两种生态系统反映了两种不同类型的物种关系、系统结构。

二是从物种数量来看,第三方支付类跨境电商生态系统的物种更加丰富多样,而传统支付类跨境电商生态系统的物种数量较少。从物种关系紧密度来看,传统支付类跨境电商生态系统中物种间主要为共生关系,关系紧密,而第三方支付类跨境电商生态系统中物种关系则稍显松散。从系统结构来看,传统支付类跨境电商生态系统呈现一体化形态,而第三方支付类跨境电商生态系统呈现多元化形态。

三是支付型跨境电商生态系统的演化动力来自于系统内部的价值创造和系统外部的环境协同。内部动力源于核心物种之间、核心生态圈与外部拓展生态圈之间的信息交换、利益共享与紧密合作。外部拓展生态圈包括为支付平台提供技术和业务支持的一系列组织,如金融机构、投资机构、政府监管机构、电信服务商以及软件公司等。外部动力源于外部环境与内部核心生态圈之间的信息交流,外部环境包

括政府政策、经济、文化、社会环境等。

四是支付类跨境电商生态系统的演化路径可分为初创、规模拓展、多元进化三个阶段。在初创阶段,支付平台占据核心位置,对生态圈内其他机构起着引导和制约作用,通过产业链上的技术关联逐渐形成专业化的系统组成。随着用户规模的扩大,支付平台市场也不断扩张,政府对支付市场开始实施规范,这时规模拓展阶段是快速发展时期。随着新兴互联网技术不断涌入,指纹支付、脸部支付等智能化需求出现,支付企业不断增加,政府加大对支付市场的监管,这时多元进化阶段是风险与收益并存的阶段。

## (二)启示

无论哪一个支付类跨境电商生态系统,其核心物种都是商家和买家,这两个核心物种是支撑平台发展的根本,因此,支付企业要时刻保障用户资金的安全性,有效防范安全风险。

推动系统演化朝向正反馈机制,需要外源性动力(系统与环境的交流)主导、内源性动力(核心物种合作交互)主导以及外源性与内源性动力共同推动。任何支付机构都不能独占服务技术资源去实现跨境电商支付活动,只有联合周边各合作企业的有利资源,才能利益互补,共同进步。支付平台应加深与外界主体的合作,拓展系统功能和服务,加快布局境外市场的步伐。比如在美国,支付宝与美国领先支付平台 First Data、Verifone 展开战略合作;在泰国,蚂蚁金服与泰国龙头支付企业 Ascend Money 部署战略合作规划,助力 Ascend Money 构建互联网钱包平台。

目前,第三方支付机构的境外业务依然存在较大的发展空间。跨境电商支付机构应在自营业务的基础上,开拓特色业务,占领不同细分市场,形成差异化的竞争优势,例如连连支付为不同用户量身打造行业解决方案。由于境外范围广、支付形式多样,要对境外的商户和消费者进行严格的审核,以保障用户的支付安全。对于政府的监管政策,要积极执行,加强风险监管。对于新技术,如大数据、人工智能、区块链,要加强应用可行性,实现全天候支付、即时到账,缩短交易时间,保障支付安全。

## 主要参考文献:

[1] Hu Q. M.. Problems of third-party payment in China and solution study[A]. Wuhan: The Eighth

Wuhan International Conference on E-Business, 2009.

[2] Moore J. F.. Predators and prey: A new ecology of competition[J]. Harvard Business Review, 1993 (3):75~86.

[3] 王子越. 全产业链跨境电商生态系统构建研究[D]. 杭州:浙江大学,2017.

[4] 张夏恒. 京东:构建跨境电商生态系统[J]. 企业管理,2016(11):102~104.

[5] 曾定茜,江璇.“一带一路”视阈下构建沿线跨境电商良性生态圈模式探索[J]. 经贸实践,2017(20):163.

[6] Han T., Niu J. S., Guo Y.. The development status and countermeasures of cross border e-commerce in China[A]. Atlantis: Proceedings of the 3rd International Conference on Wireless Communication and Sensor Networks,2016.

[7] 沈易娟. 平台演进模式下我国跨境电子商务发展的瓶颈与突破路径[J]. 商业经济研究,2018(11):90~93.

[8] 吴剑东,肖云. 生态系统视角下的第三方网上支付演化与动力机制[J]. 电子商务,2018(1):39~42.

[9] Shuhua Mao, Xianpeng Wang, Min Zhu. A new coupled ARMA-FGM model and its application in the internet third-party payment forecasting in China[J]. Grey Systems: Theory and Application, 2018(2):181~198.

[10] 王正沛,李国鑫. 众筹生态系统的构建:一个多案例的研究[J]. 管理评论,2017(5):256~272.

[11] 孙若涵. 严格监管下第三方支付的可持续发展研究[J]. 中国商论,2018(33):38~39.

[12] 刘达. 电商平台视角下第三方支付的演化博弈研究[J]. 商业研究,2018(2):161~166.

[13] 郑玉华,崔晓东. 互联网金融生态系统的演化发展与系统建设[J]. 技术经济与管理研究,2018(1):67~71.

[14] 翁东玲. 第三方跨境支付机构的发展策略研究[J]. 亚太经济,2018(6):39~47.

作者单位:1.郑州大学管理工程学院,郑州 450001; 2.EWTO 研究院,郑州 450001; 3.郑州航空工业管理学院智能工程学院,郑州 450015