

NSDC 新街



聚合，而谋后动——第三方支付究竟路在何方

2022年5月

01

聚合支付为什么会存在

聚合支付不进行资金清算，因此无需支付牌照，其只是完成支付环节的信息流转和商户操作的承载，其在集合包括银联、支付宝、微信等主流支付方式的基础上，帮助商户降低接入成本，提高运营效率，具有中立性、灵活性、便捷性等特点。

聚合支付的出现，是由于支付场景、支付工具、支付渠道的多样化，导致商家和消费者需要有统一的支付入口，也需要在后台对于不同支付渠道的数据、分润计算等进行便捷的管理。



第三方支付集成了各种三方支付平台/合作银行/合作电信运营商/其他服务商接口，集合了各个第三方支付及多种支付渠道的优势，能够根据商户的需求进行个性化定制，形成支付通道资源互补

优势，满足商户需求，提供适合商户的支付解决方案。

02

聚合支付的竞争较量的是什么

如上所述，聚合支付无需支付牌照，充当了集成商的角色，看起来门槛不高。加上有各种支付渠道对于聚合支付的接入非常 open，使得这个领域的竞争异常激烈起来。

NSDC 基于自有的 2000+家场景合作方，就“如何选择接入哪家聚合支付”议题进行了一次问卷调研，在已收到的 455 份有效问卷回答中，我们总结出以下几点所谓的制胜因素（key success factors）。



100%的商户认为费率是他们最先考虑的问题。很

多银行和第三方支付渠道为了抢占客户，纷纷推出 0 费率的优惠活动。有些精明的商家会根据费率活动的调整而调整接入不同的支付渠道。以深圳农商行为例，2022 年以来，每月 5 万以内的收入流水均免渠道结算费。

84%的商户认为管理后台清晰好用、稳定是重要的选择要素。由于商户对来自各个渠道支付结算需要有汇总、统计等功能，很多商户希望越简单便捷越好。

有趣的是，47%的商户认为喇叭播报声音大的平台更有吸引力，能帮助他们在店里的任何地方都可以听见付款信息，减少逃单的风险。

50%的商户认为提供免费的点单系统是他们选择平台的决定因素。

38%的商户表示愿意为一些增值服务付费，比如帮忙建设小程序，搭建会员系统等等。

03

—

聚合支付如何制胜

上一篇文章（点此复习：从“高速公路”到“Shopping Mall”- 线下收单机构的未来）中提到过，收单机构告别了靠备付金利息过活的好日子，进入了靠费率差拼杀的时代。聚合支付现在连费率差都已经出现了 0 费率而拼无可拼的时候，靠什么盈利呢？



目前市场上有下面几种盈利方法：

靠自有资金提供给商户“即时提现”的便利而收取手续费。由于很多支付平台都采取 T+1 或者 T+2 的结算方式，对于部分对现金流要求高的小商户并不友好。小商户愿意为“即时提现”支付千分之一的费用。千分之一的日息相当于超过 36%的年息，对于提供自有资金的聚合支付方来说也算是

一笔高息贷款。

面对海量商户后挖掘商户小额贷款需求，对接银行充当助贷角色。

聚合粉丝，促进二次营销：当消费者通过聚合支付平台用微信支付账款后，可以实现让消费者关注商家微信公众号，或进行广告信息的推广，推动二次营销。通过广告收入获利。

为接入的商家提供点餐系统/收银机（通常免费）、网上商城、会员管理系统、会员积分和权益系统、品牌小程序等 SaaS 服务，定期收取费用。

开展加盟业务，通过发展二级分销商赚取加盟费的形式获利。

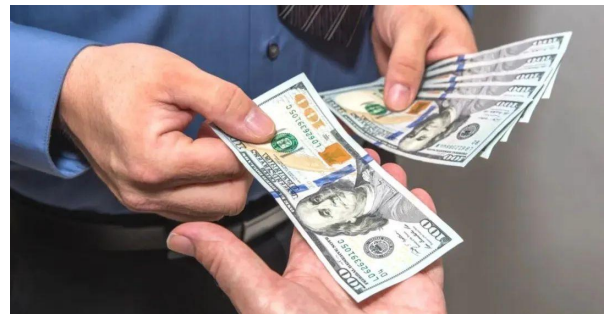
由此可见，除上述方法 1 和 5 以外，其他盈利方式都验证了“靠流量变现”这一商业逻辑。0 费率是获得流量的方式和成本，不能靠流量本身来收取过路费，而是靠挖掘流量需求来探索新的盈利方式，这个已经是竞争日益激烈的“收单”赛道被迫走上的道路。

04

写在最后

当一个新生事物出现后，由于有刚需又有利可图，短期内会由于信息不对称而带来各种乱象。

在聚合支付出现后，网络上开始出现眼花缭乱的“加盟”模式，号称只要加盟商缴纳一定的加盟费，通常是几万不等，而且可以在后期的费率分成中抵扣，只要努力去做地推，就可以长期获得源源不断的费率分成。用夸大的收益来吸引缺乏信息和专业认识的二级分销商。



然而当市场已经开始 0 门槛加盟时，常常意味着这个商业模式已经无利可图，走到了末路。

真正成熟的商业逻辑是应该审时度势，看到商业趋势和核心资源。我们一直强调的是抢占“场景”，因为场景连接的是现阶段最重要的“矿产资源”- 小微企业流量。

收单业务也好，聚合支付业务也好，都已经是存在了十年以上的“老”事物了，门槛低、红海竞争，似乎已被逼到无路可走的阶段。但由于其接近现阶段最重要的资源这一特性，清醒的看到未来趋势，嫁接新的禀赋，开发新的盈利方式，一定可以做到“苍龙日暮还行雨，老树春深更著花”。