

# 常见电子商务支付平台

文/刘丹

**摘要:** 随着电子商务的蓬勃发展, 电子商务支付平台应运而生。本文主要介绍了电子商务支付平台的概念以及常见的电子商务支付平台。

**关键词:** 电子商务支付平台; 第三方支付企业

## 一、电子商务支付平台的概念

随着电子商务的蓬勃发展, 网上购物、在线交易对于消费者而言已经从一个新鲜未知的事物变成了日常生活的一部分。对于网络商家而言, 传统的支付方式如银行汇款、邮政汇款等, 都需要购买者去银行或邮局办理烦琐的汇款业务; 而如果采用货到付款的方式, 又给商家带来了一定风险和昂贵的物流成本。因此, 电子商务支付平台在这种需求下逐步诞生。网上支付作为电子商务的重要组成部分之一, 成为电子商务发展的必然趋势。

电子商务支付平台是指平台提供商通过采用规范的连接, 在网上商家和银行之间建立起连接, 从而实现从消费者到金融机构、商家现金的在线货币支付、现金流转、资金清算、查询统计等问题。其中, 第三方支付平台的应用, 有效避免了交易构成中的退换货、诚信等方面的危险, 为商家开展 B2B、B2C、甚至 C2C 交易等电子商务服务和其它增值服务提供了完整的支持。

网上支付领域划分说明

分类	交易主体	特点	应用行业举例
B2C	企业与个人之间的资金交易	小额支付为主	如: 游戏厂商销售游戏点卡与个人用户的资金交易
C2C	个人与个人之间的资金交易	小额支付为主	如: 淘宝、拍拍等 C2C 平台上的资金交易
B2B	企业与企业之间的资金交易	大额、批量支付为主	如: 航空公司与代理商之间的资金交易

©2010.3 iResearch Inc. [www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

## 二、常见电子商务支付平台简介

目前国内的电子商务支付市场, 主要分为几大阵营: 一是国内电子商务交易平台延伸的在线支付工具, 例如支付宝、财付通等; 二是独立的第三方支付企业, 比如快钱、易宝支付等; 三是国家银行阵营, 比如中国银联的 CHINAPAY, 各个银行的网上银行等。

### 1. 支付宝

支付宝公司 (www.alipay.com) 是国内领先的独立第三方支付平台, 由阿里巴巴集团 2004 年创办。截止到 2010 年 12 月, 支付宝注册用户突破 5.5 亿, 日交易额超过 25 亿元人民币, 日交易笔数达到 850 万笔。成长为全球最领先的第三方支付公司之一。

支付宝与超过 65 个金融机构包括 Visa、MasterCard 和中

国所有全国性银行合作, 为阿里巴巴、淘宝网以及国内超过 50 万家企业提供支付方案, 同时亦提供有助全球卖家直销到中国消费者的支付方案。目前, 支付宝已经跟超过 300 家境外企业合作, 并支持 12 种主要外币的支付服务。

### 2. 财付通

财付通 (www.tenpay.com) 是腾讯公司于 2005 年 9 月正式推出专业在线支付平台, 业务覆盖 B2B、B2C 和 C2C 各领域, 提供网上支付及清算服务。针对个人用户, 财付通提供了包括在线充值、提现、支付、交易管理等功能; 针对企业用户, 财付通提供支付清算服务和 QQ 营销资源支持。

财付通的合作银行有: 工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、招商银行、上海浦东发展银行、邮政银行、农村信用合作社、中国银联、深圳发展银行、广东发展银行、民生银行、兴业银行、北京银行、广州市商业银行、深圳农村商业银行、交通银行、光大银行。

### 3. 快钱

快钱 (www.99bill.com) 成立于 2004 年, 是国内独立的电子支付及清结算企业。截至 2011 年 2 月 28 日, 快钱拥有 8400 万注册用户和逾 83 万商业合作伙伴, 其中既包括中国国际电子商务中心、中国电信、中国联通、东方航空、中国航信、国美电器、新东方教育等传统大型企事业单位, 也覆盖到索尼、苹果、联想、百度、新浪、搜狐、网易等知名高科技企业。

快钱与包括四大银行、银联及农信银在内的五十多家金融机构建立了战略合作关系, 开通了 200 多个银行结算接口, 支持互联网、POS、手机、

电话等多种线上线下的终端支付形式, 以及银行卡、现金、外卡、电信卡等各种支付工具。同时, 快钱还与 VISA、Master 等各大国际卡组织, 以及 PayPal 等国际领先支付公司达成了战略合作。

### 4. 易宝

易宝支付 (www.yeepay.com) 是中国独立的第三方支付平台, 2003 年 8 月由北京通融通信息技术有限公司创建。

在立足网上支付的同时, 易宝支付推出电话支付, 将互联网、手机、固定电话整合在一个平台上, 使电子支付实现了“线上线下”全覆盖。并以按需应变, 量身定制为原则, 陆续推出了航旅、游戏、网上购物、教育考试等行业的专用支付解决方案。目前签约的中大型商家已超过 10000 家。其中包括: 百度、搜狐、易趣、当当、慧聪、九城、盛大、完美世界, 海南航空、深圳航空、四川航空、南航电子商务公司等。

截至目前易宝支付已与 IBM、中国工商银行、中国招商银行、

(下转第 31 页)



### 可能产生更大的利润空间

独立的 SNS 网站很难盈利, SNS 社交网络本质是互动交流, 互动交流分为商业和非商业。而现在大多数 SNS 网站都面临这个两难问题: 如果过于商业化会难以吸引用户, 但是解决了用户吸引却又不得不暂时不考虑商业。搜索引擎融合于 SNS, 可以把 SEO (Search Engine Optimization, 搜索引擎优化) 搜索的盈利模式引入 SNS 网站中, 以搜索引擎结果的精准性和目的性优势为 SNS 打破非盈利的僵局。

## 四、SNS 与搜索引擎相结合的发展策略

对于 SNS 网站而言, 引入搜索引擎的策略包括以下几种:

### 1. 运用新的优化概念——SMO 社交媒体优化

SMO (Social Media Optimization) 就是社交媒体优化, 即搜索引擎在 SNS 中体现的最大价值就是 SNS 网络中人与人的互动会产生大量的有价值的信息, 这些信息如果搜索引擎能够抓取就可以更好的进行排序。

### 2. 把 SNS 的信息纳入搜索引擎的数据库, 优化搜索结果

任何信息都有可能影响到 SEO 的结果, 但前提是搜索引擎能不能无障碍的抓取到这些信息, 因为搜索引擎必须准确的抓取到这些信息之后, 搜索引擎才能够进行分析。举例说明: SNS 网站中搜索引擎在搜索结果页整合了 SNS 中的数据, 只要搜索相关关键词, 在搜索引擎中会另外推荐 SNS 中的信息。这当中的机制, 还有待研究。这是社会化媒体优化 SNS 的一个有力证明, 只要你在 SNS 上的信息正好符合用户的搜索, 就可能马上获得搜索引擎的推荐, 立刻获得展现在用户眼前的机会。除此之外, 在 SNS 平台上活跃的 URL, 也有可能被作为链接评价、参考排名的因素。

(上接第23页)

VISA 国际信用卡组织、中国联通、上海电信等建立了战略合作伙伴关系。

### 5. ChinaPay

ChinaPay (<http://www.chinapay.com>) 是中国银联控股的银行卡专业化服务公司, 拥有面向全国的统一支付平台, 主要从事以互联网等新兴渠道为基础的网上支付、企业 B2B 账户支付、电话支付、网上跨行转账、网上基金交易、企业公对私资金代付、自助终端支付等银行卡网上支付及增值业务, 是中国银联旗下的网络方面军。

ChinaPay 构建了银联便民支付网上平台、银联理财平台、银联网上商城三大业务平台, 为持卡人提供公共事业缴费、通信缴费充值、信用卡还款、跨行转账、账单号支付、机票预订、基金理财和商城购物等全方位的互联网金融支付服务。

参考文献:

- [1] 艾瑞咨询. 中国网上支付行业发展报告 (2009-2010 年) [R]. 北京: 艾瑞咨询集团, 2010(7).
- [2] 足不出户就完成支付, 中国加速步入电子支付时代 [EB/OL]. <http://ec.iresearch.cn/html/20110226/133643.shtml>, 2011-2-26
- [3] 帅青红. 基于数字证书的电子支付平台 [J]. 网络安全技术与应用, 2007 (2)

作者简介: 刘丹, 广东白云学院电子商务专业教师, 讲师、经济师。

## 五、结束语

随着信息网络的飞速发展, 网络成为人们日常生活必不可少的一部分。在这种情形下, SNS 网站的互动交流优势将会得到更多的青睐, 而且 SMO 的应用对个人或者企业组织获取、传播与利用信息等各个方面都会有产生很大的影响。研究 SNS 网站中引入搜索引擎有着极其深远的意义, 新的理念与技术的融合必定给我们的生活带来更多的便利。

参考文献:

- [1] 王乐鹏, 李春丽, 王颖. SNS 网站与电子商务融合的必要性和策略探讨 [J]. 市场论坛, 2010 年第 11 期: 58-59.
- [2] 邢相军, 贾元斌. SNS 模式下的电子商务网站发展探索 [J]. 生产力研究, 2010-11-2: 115-116.
- [3] 中国互联网络中心 (CNNIC). 中国互联网络发展状况统计报告 [R], 2010-12.
- [4] 周鹏飞. 国内有关 SNS 网站的研究综述 [J]. 现代情报, 2010 年 7 月第 30 卷第 7 期: 174-177.
- [5] 侯少飞. SNS 的品牌传播成功要素浅析 [J]. 信息与电脑, 2010 年第 01 期: 161-162.
- [6] 邵晓. SNS 人际交往模式的批判性分析 [J]. 巢湖学院学报, 2011 年第 13 卷第 2 期总第 107 期: 65-68.
- [7] (美) 泰勒, 佩普劳, 希尔斯. 社会心理学 (第十版) [M]. 北京: 北京大学出版社, 2004.
- [8] 王亮. SNS 社交网络发展现状及趋势 [J]. 现代电信科技, 2009 年 6 月第 6 期: 9-13.

作者简介: 刘晓丽, 西南石油大学经济管理学院 硕士研究生, 研究方向: 电子商务;  
宋朝霞, 西南石油大学经济管理学院 副教授, 研究方向: 电子商务、信息系统。

(上接第25页)

我国目前面临的还是网络经济发展不足的问题, 因此应当通过扩大企业直接融资、培植资本市场、创新和规范金融衍生工具的应用等手段进一步发展和完善虚拟经济, 同时注重控制它的发展程度, 使我国的网络经济达到有效促进现实经济增长的目的和初衷。

## 六、结论

随着信息技术的不断发展, 因特网的普及, 给企业的发展带来了新的挑战和机遇。与此同时, 因特网上各种各样无形资产的出现, 使得企业在管理上遇到了新的问题。电子商务、虚拟企业、虚拟货币等的出现和发展必然带动经济的进一步发展。但中国网络经济的发展中存在很多问题, 所以必须认清存在的问题, 以便更好地应用这部分资产。

参考文献:

- [1] 成思危. 虚拟经济论丛 [M]. 北京: 民主与建设出版社, 2006.
- [2] 蔡吉祥. 无形资产 [M]. 深圳: 海天出版社, 2004.

作者简介:

蒋秀莲, 副教授, 徐州工程学院管理学院 教师, 研究方向为电子商务、智能信息系统;  
蒋晨, 研究方向: 经济管理;  
蒋陈杰, 华能国际电力公司南京电厂。