

好莱坞是美国电影文化的代名词，同时也是优秀商业电影模式的象征，以至于很多电影只要有好莱坞式的剧情、特效、制作团队，其定能有不错的口碑。好莱坞式的电影文化不断地影响着全球各地的市场，其技术和模式的输出间接地推动了电影行业的发展。

而移动支付则是中国创新技术的代名词，遥遥领先世界平均水平，那么中国的数字化移动支付能力应不应该对外开放？又该如何输出到国外呢？

3月14日，作为全球规模最大的金融机构之一，拥有300年历史的英国老牌银行巴克莱宣布与支付宝达成协议：巴克莱旗下处理英国近半卡类交易的分公司Barclaycard，将帮助其覆盖的超11万英国商家逐步接入支付宝。

目前，支付宝及其合作伙伴已经服务全球超过10亿人，成为了全球最大的非社交类APP。结合近年来支付宝在移动支付全球化上的布局，我们似乎找到了一些答案！



二、全球银行业面临的数字化转型的挑战

麦肯锡近期发布的《全球数字化银行的战略实践与启示》报告中指出：数字化变革的速度比预期的更快，如果银行不采取任何应对措施，到2025年，数字技术革命将给全球银行业ROE（净资产收益率），带来超过400个基点的冲击。

据麦肯锡预计：到2025年，全球银行业的五大零售业务（消费金融、按揭贷款、中小企业贷款、零售支付和财富管理）中，有10%-40%的收入将面临威胁，并且20%到60%的利润将会消失。

全球数字化浪潮，直接影响到银行的核心盈利点。传统银行如果不及时应对数字化大潮的变革，迎接它们的将会是“被淹没”！那么面对挑战，国外银行需要什么呢？

1、场景和能力。数字化能够帮助银行业提高业务能力、拓展业务场景。

麦肯锡数据显示，全球领先银行已投入税前利润的17-20%用于数字化银行的改造和金融科技银行的布局；摩根大通早在2012年起就向“构建数字银行”转型，每年投入近100亿美元，打造领先的数字化体验；花旗银行也在2012年提出了“移动优先（mobile first）”战略，到2017年更明确提出“打造数字银行”口号；同样是百年外资大行且更关注新兴市场的渣打银行，早在2011年就在中国以及其他地区推出了生活方式APP“Breeze Living”，似乎都效果不错。

然而真正完全有自主能力进行数字化转型的银行少之又少，还要面对激烈的市场竞争，“闭门造车”式的自我摸索将无法跟上时代的步伐。

2、商用和规模化。数字化转型不是表面能力，需要实实在在的规模化商用落地。

美国传奇银行家、“Bank X.0”系列作者布莱特·金（Brett King）布莱特·金表示：“对银行而言，单纯的数字化不够，数字化必须成为银行的业务核心，才能助力银行在激烈的竞争中生存下去。那些表面数字化的银行，将首先被淘汰。”

于是在此全球化数字浪潮背景下，在中国积累了15年数字技术应用经验、拥有全球10亿用户的支付宝，进入了全球老牌银行们的视野。

最近三年间，包括英国巴克莱银行、英国渣打银行、法国巴黎银行（BNP Paribas）、美国摩根大通、澳大利亚联邦银行等欧美澳传统金融机构，都相继和支付宝结成了合作伙伴。摩根大通商业服务公司的产品和战略主管帕布罗·西蒙内(Pablo Simone)表示：“与支付宝的合作将创造机会，让来美国的中国游客能够以他们熟悉的方式进行交易。”

这个世界会好的

中国数字技术经验给世界带来五点启示

1 新的普惠推动力

得益于数字技术，妇女、穷人、少数民族和残障人士等弱势社会经济群体，获得前所未有的服务和赋能。不发达和偏远地区缩小市场差距，经济得到了提振。

2 新的普及路径

在普及技术上，降低技能门槛的重要性不亚于提高技能水平。从未学过汉语拼音不会电脑打字的村民，也可以借助手写识别软件麻利地开展电商业务。

3 新的“发展工具”

数字平台不仅仅是一家企业，更是一个代表经济社会融合趋势的生态系统。在数字生态系统中，消费者和小微企业都同时既是数字化信息的用户，也是生产者和受益者。

4 新型伙伴关系

新的数字经济主要由企业创建和推动，但它同时也得益于政府的支持：良性的监管环境、基础设施建设和来自地方政府的支持等。

5 新的挑战应对

应对数字技术的挑战，必须把现实情况与妄断推测和焦虑情绪区分开。通过对技术的影响进行全面评估，制定转型问题的具体政策，有助于推进拥抱技术并发挥其普惠性增长潜力。

研究成果联合撰写人包括：

Rangy Haberman
(作者，芝加哥大学)

2016年诺贝尔经济学奖获得者
麻省理工大学经济学系 Paul A. Samuelson 讲座教授

St Christopher Pissarides
(瓦茨曼学院，彼得森学院)

2010年诺贝尔经济学奖获得者
伦敦经济学院经济系 Regius 讲席教授

Michael Spence
(哈佛，斯坦福)

2001年诺贝尔经济学奖获得者
纽约大学 William Borkey 讲座教授

以及多次研究团队和36位数字技术类特聘嘉宾：博尔顿 (Patrick Bolton) 教授、马蒂斯·布伦纳梅尔 (Markus Brunnermeier) 教授、史蒂文·泰德曼 (Steve Tadelis) 教授、王斌教授、魏博教授。

数字技术给世界带来的改变是颠覆性的。报告指出，数字革命与此前的技术革命有两个根本不同：1) 数字技术普及的低门槛；2) 数字化信息的低成本和非竞争性。

那么移动支付为何要走出去？一方面是因为技术能力需要对外输出，开放才能共赢；另一方面也是为移动支付落后地区提供服务，实现便民利民，这当然也是普惠金融的体现。



渣打交易银行全球主管罗丽莎在现场用“拥抱技术”来定义合作：“新的世界关系到协作这样的概念，我们不能单打独斗，最好的合作伙伴关系意味着我们能抓住最好的机会，”罗丽莎说。早在2017年底，渣打银行就和蚂蚁金服签署谅解备忘录，将结合各自在服务新兴市场和科技金融领域的优势，为“一带一路”沿线国家的客户提供更加普惠的金融服务。

作为国家级顶层合作倡议，“一带一路”追求的是互联互通，在谋求自身发展的同时，也为其它国家发展贡献了顺应历史潮流的中国智慧。而支付宝的“数字化赋能”全球之路，结合当地伙伴输出技术，把中国人熟悉的移动支付生活方式带到传统进入覆盖率不到20%的“一带一路”沿线，不仅是在真正践行“一带一路”的倡议，而且还让移动支付领域的“一带一路”率先成型。



第三，钱包生态。支付宝是钱包，但却不仅仅是移动支付工具。不止于付，在中国从“无人区”成长出来的支付宝，俨然已经变成了中国日常的数字金融生活服务平台。据不完全统计，支付宝上已经发布了超过80个科技产品和50个解决方案。这些功能被因地制宜的开发，比如像印度“黄金版余额宝”，能充分满足当地用户的需求、解决当地人的痛点。

移动支付如今已经成为了中国名片，如何将这样一张名片递出国门是一件值得思考的问题。一年前，在国际上有着知名投行身份的巴克莱，给蚂蚁金服打出了1550亿美元的估值。一年后，巴克莱宣布与支付宝达成合作，帮助其覆盖的超11万英国商家接入支付宝。为什么是支付宝？从这些老牌银行的眼中可能答案已经很明显了！