

# 「一帶一路」沿線業務突飛猛進

【大公報訊】實習記者梁康權上海報道：銀聯卡已成為現時全球使用者最多的銀行卡之一，特別是在「一帶一路」沿線地區，及整個亞太區，銀聯卡更備受持卡者的青睞。銀聯國際營銷總監李鵬林說，銀聯卡已覆蓋沿線超過540萬家商戶和68萬台ATM，較「一帶一路」倡議提出前分別增長了超過14倍和近3倍。

目前，銀聯在「一帶一路」沿線的60個市場開展業務，累計發行超過2500萬張銀聯卡。其中，俄羅斯超過85%商戶和ATM受理銀聯卡，年內，銀聯國際與俄羅斯國際支付公司發卡合作項目落地。

在哈薩克斯坦亦已累計發行170萬張銀聯卡，超過九成ATM和商戶受理；在巴基斯坦發行超過680萬張銀聯卡，超過八成ATM能使用；而在阿聯酋和蒙古已實現商戶與ATM受理全覆蓋。

東南亞地區方面，東盟10國現已開通銀聯卡業務，區域內有50萬家商家和近20萬台ATM受理銀聯卡。截至去年底止，新加坡有超過八成商戶能使用銀聯卡，泰國、柬埔寨和越南也有超過九成商戶能使用。

李鵬林指出，銀聯在亞太區及「一帶一路」沿

線地區的發展，雖已超其他國際卡組織，但公司並未因此止步，未來將進一步拓展歐美市場，擴大銀聯品牌在全球的滲透率，進一步提升持卡人體驗。

「現時銀聯在歐美地區的普及度不及亞洲區。」李鵬林直言，歐美地區人士目前仍主要使用MASTER、VISA等標識銀行卡，儘管歐美地區為主要旅遊目的地，及百貨公司大多已接受銀聯支付，但受理體驗仍有待改善之處。他亦坦言，在歐美開拓市場方面，銀聯將多花費幾年時間，吸引歐美地區更多商戶及持卡人接納銀聯卡。



「一帶一路」沿線的60個市場開展了業務  
大公報攝

## 內地客消費強勁 成本低服務高效

# 銀聯國際闖出境外大市場

伴隨內地經濟穩健增長，居民收入增加，消費力提升，外遊旅客增多，為銀聯「走出去」創造了歷史性機遇。中國銀聯旗下負責國際業務的銀聯國際營銷總監李鵬林表示，期望未來能讓更多國家的人擁有自己的「銀聯卡」。

大公報實習記者  
魏可楓、施瑩、黃潔儀  
、康鏡蕙、鍾妙琳、  
賴正純上海報道

成立於2002年的中國銀聯，於2004年在香港開通受理業務，是邁向國際化的第一步。其後中國銀聯在2012年將國際事務部分拆為銀聯國際，專注拓展境外市場。

### 覆蓋170國家和地區

經過16年的發展，目前銀聯卡全球受理網絡已延伸至170個國家和地區，覆蓋超過5100萬家商戶和257萬台ATM機，累計發行超過70億張銀聯卡。

根據《尼爾森報告》顯示，去年銀聯卡交易量佔全球銀行卡消費總額的39%，發卡量佔全球流通銀行卡總數的56%。李鵬林介紹，在70億張銀聯卡中，有逾1億張在中國境外發行；而全球每100美元的銀行卡支付交易中，就有39美元使用銀聯卡。

李鵬林分析稱，取得上述成績，離不開三大原因：一是中國改革開放使人民生活大幅改善，「除了物質需要，大家開始有精神需求，旅行成了很重要的途徑。」繼而帶動銀聯「走出去」，內地旅客強勁的消費力，亦讓銀聯在與境外商家洽談合作，變得更容易為容，這也是銀聯品牌能在短時間內迅速壯大海外業務的關鍵因素。

其次是能以一個較為低廉的成本，提供更具效率的服務。他舉例說，公司在日本市場網絡布點較其他競爭對手為優，「港人赴日本消費，每四筆交易就有



▲銀聯國際營銷總監李鵬林（前排左五）與香港傳媒學子合照 大公報攝

一筆用銀聯卡支付。」

### 理念開放共享成長

最後，是更開放的理念。李鵬林坦言，公司仍在拓展規模的階段，在發展市場時秉持合作而非取代的理念，「更願意與當地合作，共享成長。」

李鵬林以香港市場為例，卡片上除「銀聯」標識外，還印有多間其他商家的標誌，「而不是拿到銀聯，其他就不能用了。」他說，銀聯與PayPal合作，客戶只要將銀聯卡連到PayPal錢包，即可透過PayPal前端服務使用銀聯服務。

值得注意的是，銀聯國際是會員制機構。李鵬林強調，全球絕大部分合作夥伴是會員，所有規則的制定均由會員理事會制定，從制度上確保「共享成長」的理念。

事實上，相較於VISA、MASTER等發卡組織海外發卡量大幅超過美國本土發卡量，銀聯的國際化仍有很長一段路要走。李鵬林認為，未來會進一步增加網絡布局，針對支付系統不成熟地區，公司帶去經驗、系統、產品和標準，與當地銀行合作推動支付系統發展；針對成熟市場，則是尋找客戶痛點予以解決。

另外，還將與更多商家合作推出優惠吸客，他冀望銀聯未來不僅服務中國人、亞洲人，還要增加歐美地區的發卡量，讓全球衆多國家人民均將使用銀聯卡變成習慣。

### 數字看銀聯

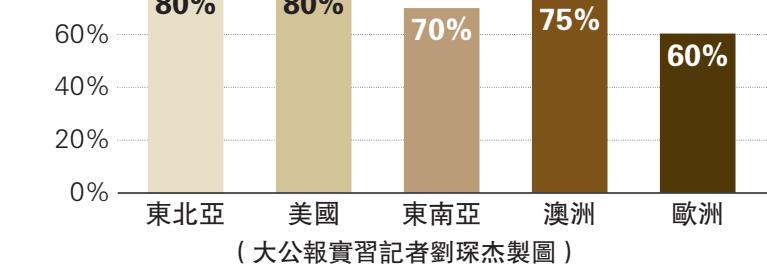
- 全球每100美元的銀行卡支付交易中，有39美元使用銀聯卡
- 在香港，每兩張新增信用卡中就有一張是銀聯卡
- 港人赴日本消費，每四筆交易就有一筆用銀聯支付
- 在韓國，平均每5人就擁有2張銀聯卡
- 在老撾、蒙古和緬甸，銀聯卡發卡規模居卡品牌第一位
- 2017年，境外發行的銀聯卡交易量同比增速近40%

（大公報實習記者劉琛杰製表）

### 銀聯國際化進程

- |       |                                     |
|-------|-------------------------------------|
| 2002年 | • 中國銀聯在上海成立                         |
| 2004年 | • 銀聯卡在香港開通受理業務，是邁向國際化的第一步           |
| 2005年 | • 銀聯卡在美國開通受理業務                      |
| 2012年 | • 銀聯國際在上海成立                         |
| 2015年 | • 銀聯成為全球交易量第二、受理規模第三的銀行卡清算組織        |
| 2016年 | • 銀聯宣布與亞洲支付聯盟（APN）7家會員機構達成芯片卡標準授權合作 |
| 2017年 | • 銀聯二維碼支付境外率先落地香港、新加坡               |

### 銀聯卡在全球各地區商戶覆蓋率



（大公報實習記者劉琛杰製圖）

## 與第三方支付非競爭關係

【大公報訊】實習記者黎蕙

珊上海報道：電子支付盛行，內地居民幾乎是「一機在手」，就能解決衣、食、住、行等問題。問及第三方支付與銀聯的競爭關係，銀聯國際營銷總監李鵬林認為，兩者並不是競爭對手，「銀聯的角色是卡組織，卡信息要到銀行，需經過銀聯來處理。」

李鵬林以PayPal為例，他說，PayPal是專攻前端工作的系統，負責在線資金轉移，但在交易時，必須透過卡組織在後台處理銀行訊息。因此，卡組織與第三方支付企業更多是拍檔、合作夥

伴關係。

「內地很多東西發展很快，監管部門也希望將事情理順。」李鵬林相信，隨著第三方支付領域監管政策的逐漸理順、完善，卡組織和移動支付企業能更好地開展合作，各自扮演好自己的角色。

他透露，除了微信支付、支付寶等，還有Apple Pay、NFC等企業提供移動支付方案，均可透過連結信用卡在支付平台完成付款，銀聯早前也推出「雲閃付」等二維碼移動支付產品，短短八個月時間，已擁有逾7000萬客戶。

## 銀聯卡號為何「62」開頭？

### 小知識

【大公報訊】

實習記者施瑩、魏可楓上海報道：近年去日本、韓國等地旅遊，銀聯卡可謂是必備之卡，因其境外簽帳不僅免去手續費，在許多商舖消費，還會有不同程度的折扣優惠。但有多少人留意到，銀聯卡上的卡號均是以「62」開頭，又代表了什麼呢？

在銀聯卡的卡面上，有一串以「62」開頭的數字。據介紹，銀行卡的卡號由發卡機構和持卡人信息號碼組成，包括發卡行標識代碼（BIN號）、發卡行自定義位、校驗碼等。

BIN號即銀行標識代碼，它由6位數字構成，出現在卡號的前6位，由國際標準化組織（ISO）分配給各從事跨行轉接交換的銀行卡組織。

目前，內地銀行卡中以「9」和「62」、「60」開頭的銀行卡均屬銀聯，其中以「62」、「60」開頭的銀聯卡是近幾年來主要發行的符合國際標準的銀聯卡，上述卡片可在中國境外使用。此外，以「4」開頭的銀行卡屬於VISA卡組織，而以「5」開頭的銀行卡則屬於MASTER卡組織。

## 香港市場助銀聯接軌全球

【大公報訊】實習記者溫晴、劉寶如、謝君俊上海報道：作為「超級聯繫人」的香港，向來是中資企業「走出去」的首站。銀聯國際營銷總監李鵬林表示，香港不僅為銀聯帶來生意貢獻，更提供了試驗產品國際化的標準及專才培訓平台。

在拓展境外市場之初，無論是技術上還是規範上都與境外存在一定差異。「香港是一個國際化城市，香港銀行可以處理符合他們習慣的東西，搬到其他國家基本可以直接應用，讓（銀聯）體系更國際化。」李鵬林如是說。

香港因此成為了銀聯產品的試驗田，通過在香港市場的試點，銀聯依據市場反應，不斷改善並提升內部系統質素，從而建立符合國際標準的產品，進而向全球市場推廣。

他強調，香港是銀聯重要的境外市場，通過借鑒香港市場的成熟經驗，銀聯在持續加大持卡人優惠力度的同時，亦不斷提升持卡人的支付消費體驗。

採訪中，李鵬林對香港的專業人才大加讚賞，並指「香港不僅為銀聯提供了專業的人才培訓平台，更為銀聯提供了值得借鑒的管理模式」。

他介紹，目前銀聯國際香港分公司擁約50名員

工，幾乎全部都是當地人，還有些外籍同事。同時，香港分公司也為銀聯國際培養不少人才。

未來，銀聯國際將繼續以香港為公司國際化戰略橋樑，將銀聯產品拓展至全球市場。

2017年 國際銀行卡產業交易額佔比

銀聯 38.9% VISA 37.1%

萬事達 18.6% 其他銀行卡品牌 5.4%

2017年 國際銀行卡產業流通量佔比（信用卡&借記卡）

銀聯 56% VISA 26.4%

萬事達 15.3% JCB 0.9%

其他銀行卡品牌 0.5%

數據來源：《尼爾森報告》

## 境外拓展挑戰多趣事亦多

【大公報訊】實習記者溫晴、劉寶如、謝君俊上海報道：在踏足香港市場之初，因在技術與規範上有很大差異，銀聯需與本港銀行進行交流溝通，於是在臨近的深圳舉辦了一場交流會，「當時香港同事聽不懂普通話，內地同事也不懂粵語，最後很多個中國人坐在一起，卻是用英文進行交流。」李鵬林笑言。

中國銀聯創立之初，主攻內地市場，相關系統亦僅有中文版，並未設英文版。2003年藉着「香港自由行」政策契機，銀聯開始涉足境外市場，並在2004年於香港地區開通受理業務。

### 買書先讀懂印度

李鵬林解釋，公司在香港推出的首張銀聯卡，主要針對經常往返內地工作或旅遊的港人，「此後我們又積極與各航空公司、旅行社開展合作，提升銀聯持卡人在境內外用卡的便利度」。

談及開拓境外市場的最大挑戰，李鵬林認為，無論是工作還是文化方面，均面臨挑戰，「必須用對方熟悉的語言、方法，並符合國際規範，而不是（將自己的一套）硬搬給別人」。

隨着境外市場的發展成熟，中國銀聯負責運營國



▲香港傳媒學子在座談會上踴躍提問  
大公報實習記者施瑩攝