

让老外支付不“见外” 多省市交半年成绩单

羊城晚报记者 戴曼曼 实习生 张雨悦



零钱包等举措托底现金支付需求 潘亮摄

优化支付服务、提升支付便利性，是近期社会关注的热点之一。今年3月，国务院办公厅印发《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》，着力为老年人、外籍来华人员等群体提供更加优质、高效、便捷的支付服务；7月21日发布的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》明确，要“完善境外人员入境居住、医疗、支付等生活便利制度”。

2024年以来，人民银行各地分行认真贯彻落实党中央、国务院决策部署以及总行工作安排，目前已有30个省市出台优化支付服务具体举措，各地普遍要求在2024年6月末银行卡、现金、移动支付便利度提升取得阶段性进展。半年度被认为是一个重要的“时间节点”。

持续提升“老”“外”支付服务水平具体成效如何，又有哪些省市递上了优异的答卷，羊城晚报记者梳理了中国人民银行各分支机构的相关数据，看看各省市的“成绩单”。

落实现金兜底 多项举措“圈粉”外国游客

移动支付虽是大趋势，但现金支付依旧不可忽视。移动支付的外国人都是现金支付的主要人群。对此，中国人民银行组织各地分行开展落实“境外取现”“零钱包”“零钱包”等举措，不少省市积极响应，上半年均取得了不错的成绩。

人民银行广东省分行组织定向投放200元、300元等标准化的人民币现金“零钱包”，至6月末，广州地区银行投放数量已超33万个。广东省零钱包派发也破百万，达到114.2万个。此外，广东共有2.1万台ATM机支持外卡取现，覆盖率达71.4%，其中广州市支持境外银行卡取现的ATM机近5400台，覆盖率达98.6%；可办理外币现钞兑换银行网点6800余家，其中广州支持外币兑换的银行网点超1800家，实现机场、口岸、星级酒店等重点涉外场景外币兑换设施全覆盖和24小时兑换。

除了瞄准一线城市，还需把目光转向其他非一线城市，才能真正看见成绩。

“我非常喜欢景德镇的陶瓷文化，每年都会来这里生活两个月，也切身感受到支付越来越便利。”这是荷兰艺术家Marga在面向江西当地媒体时的感慨，在她看来，无论是刷卡、扫码还是现金支付，多种支付方式的选择让她感受到了前所未有的便捷。

今年4月，江西省首台外币自助兑换机在景德镇投入使用。江西省聚焦老年人和外籍来华人员，根据“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”这一思路，全面优化支付服务，17家重点银行支持外卡取现的ATM机覆盖率为100%，全省8000余台。

“从建设全国统一大市场、加快构建全国统一大市场，全面加快推进支付领域互联互通，营造一个开放、包容、多元的支付体系，对于提升支付便利度、安全、丰富的支付服务。如推动支付宝、微信支付实质性互联互通。”董希森表示。



便利支付服务不断优化 潘亮摄

持续增长 重点商户外卡受理覆盖率超95%

数据显示，截至目前，全国各省市重点商户外卡受理覆盖率基本全部超过95%。换句话说，境外持卡人在境内将不用担心卡里有钱花不出。

首先，目光投向北上海。人民银行北京分行数据显示，北京市基于“食、住、行、游、购、娱、医、学”八类场景，结合来华人员动线轨迹，明确两批重点商户约1.8万户，全力推动重点商户开展外卡POS机新增或升级，经各

部门、各区与金融行业协同努力，两批重点商户清单内有效商户维萨、万事达等主要外卡卡种受理覆盖率超98%。

人民银行上海分行数据显示，2024年上半年，上海市各支付服务主体共为外籍来沪人员提供支付服务超2200万笔、交易金额78亿元，同比分别增长了7倍和1.2倍。外卡受理方面，上半年共发生外卡交易超190万笔、金额35亿元，较去年同期分别增长了1.2倍和0.8倍。

广东省为了给外国游客更好的游览体验，截至2024年6月末，在广东全省辖区共划定82个重点商圈，涵盖天河城等重点商圈、机场火车站等交通枢纽、长隆等旅游休闲区、外籍人员较多的酒店等，已有2.8万户重点商户支持受理境外银行卡，覆盖率达95.3%，其中广州市可受理境外银行卡的重点商户达2.56万户，较2月末增长超5倍，受理占比超98%。

中国人民银行深圳分行数据显示，深圳市2024年上半年外籍人员非现金支付交易6680万笔、87亿元，同比分别增长85%、100%。其中，外卡支付环境更完善。深圳近3.8万户可

刷外卡，较年初增长31%；上半年外卡刷卡交易49万笔、12亿元，同比分别增长93%、68%。

除此以外，上半年其他省市的成效也十分可观。羊城晚报记者梳理中国人民银行多个省级分行的数据发现，贵州省2.68万户可受理外卡，较年初增长50.54%，7779户境外银行卡受理重点商户，外卡受理率达97%。云南怒江划定重点商户102个，重点场景境外银行卡受理改造率超100%，分别覆盖餐饮30家、酒店40家、3A级景区4个、医院6家、超市购物17家、旅游景区2家、夜间文化和旅游消费聚集区4家、重点商圈5个。西安市重点商户外卡受理覆盖率超97%，18家重点银行拥有支持外卡取现ATM机3159台，全市可提供外币兑换的银行网点共510个，支付便利性持续提升。

山西省全省重点商户1.02万户，外卡受理率超100%；支持外卡取现的ATM机7098台，其中17家重点银行支持外卡取现的ATM机占比96.4%；支持外币兑换的银行网点786个。河北省重点商户数量共计1.2万余户，截至6月底，已全部完成外卡受理改造工作。

记者注意到，数据显示，多地“外卡内用”和“外卡内绑”业务交易笔数、金额大幅增加，有的更增加不止一倍。

今年上半年，广东省外籍人员移动支付活跃度持续提升，支付宝、微信等“外卡内用”和“外卡内绑”业务交易金额21.8亿元，二季度交易金额较一季度增长126%，新增服务境外用户超86万人。可受理上述两套方案的商户121.4万户，累计发生交易金额18.3亿元，新加坡、马来西亚、泰国、韩国等9个国家和地区的电子钱包可以直接在境内使用。

上海方面，上半年支付宝、财付通、银联国际“外卡内用”“外卡内绑”等移动支付业务在

“一部手机走天下” “外卡内用”和“外卡内绑”大增

沪共发生交易近1950万笔、金额23亿元，较去年同期分别增长了11.3倍和8.8倍。

深圳方面，从2024年6月数据来看，财付通移动支付同比增长超6倍，月交易金额同比增长超4倍。春节前夕推出的“免验证小额支付方案”为外籍用户提供了便利，6月份“简化”绑卡数增长至今年3月份的近10倍。

此外，上半年，江苏“外卡内用”“外卡内绑”累计交易超144万笔、3.5亿元；湖南两项业务共114.3万笔、1.9亿元，平均每笔163.2元，交易笔数、交易金额分别是2023年全年的1.7、2.1倍；海南省已经有超7万名入境人员使用了移动支付，发生交易48.2万笔，金额7410.79万元，分别为2023年全年交易量的211.87%、194.74%。西安积极打造国际化友好旅游消费目的地，入境游客“外卡内绑”后，即可跟境内用户一样扫码付款。同时，也可以使用韩国、新加坡、哈萨克斯坦等9个国家和地区的电子钱包，直接扫码消费。

对此带来的流水压力，对团队提出了更高要求。

作为体育大年的2024年，各类世界级别的赛事接二连三上演。刚刚落幕的奥运会不仅在全球范围内掀起了一股“奥运热”，还在经济层面产生了显著影响。在体育消费板块，更是加速释放了消费需求。其中，体育用品制造商是奥运热潮中的直接受益者，运动鞋服、体育装备等的需求都在随之上升。各大品牌纷纷推出与奥运相关的产品系列，以满足市场需求。

“今年是体育大年，各大国际赛事接踵而至。奥运效应或为品牌带来持续性红利，运动鞋服赛道有望迎来业绩的高质量增长。”业内人士表示。

体育大年看报 运动品牌业绩加速跑

奥运元素或长期加持

国际巨头 大中华区表现亮眼

体育大年的到来，让今年各家运动鞋服企业兴奋了起来。近期发布的《京东·2024上半年体育消费报告》显示，2024年上半年，体育运动装备的更新需求增长明显，从供需两端带动运动装备不断推陈出新、迭代升级，走向更加专业和精细的发展。近期，多家企业发布财报也释放出同样的信号，国际品牌方面，阿迪达斯、斯凯奇今年上半年业绩大增，且大中华区均表现出色。国产运动服饰中，也有不少佼佼者也在体育经济的带动下，正在“加速跑”。

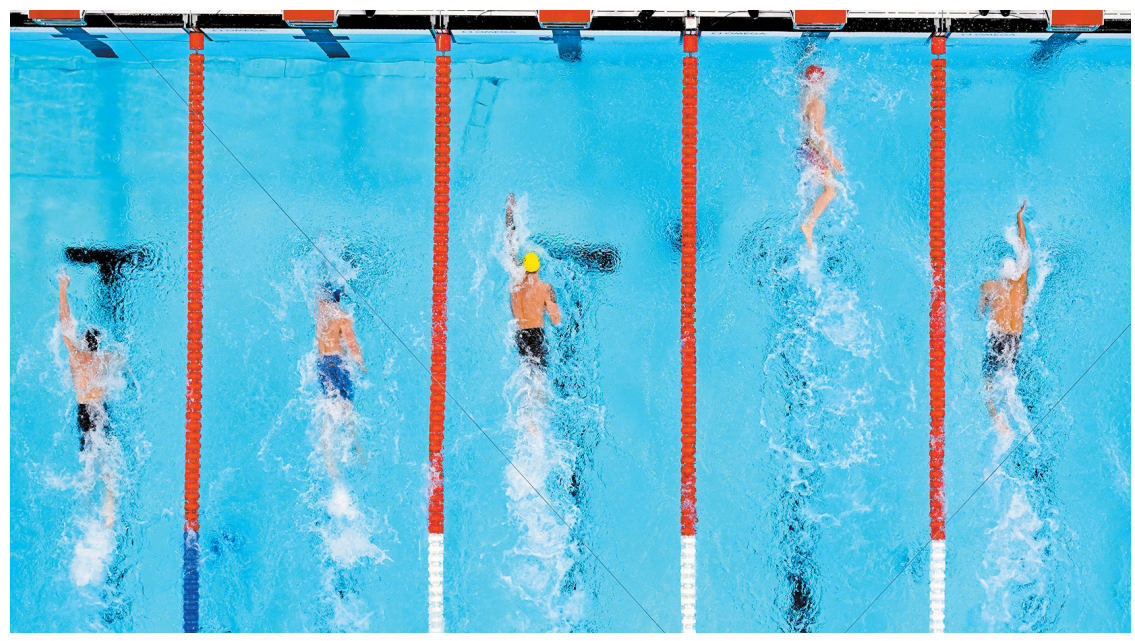
财报 透视镜

从国外运动巨头第二季度的业绩表现来看，大中华区贡献的营收表现很亮眼。公开数据显示，除了阿迪达斯和斯凯奇之外，彪马、亚瑟士等国际品牌也在中国市场吃到了不少红利。

近日，阿迪达斯发布截至6月30日的2024年第二季度及上半年财报显示，上半年业绩超预期——阿迪达斯全球实现营收112.80亿欧元，同比增长6.2%。作为阿迪达斯最为重要的战略市场，大中华区业绩表现亮眼，已经连续五个季度实现了增长。财报显示，今年第二季度，大中华区实现营收8.22亿欧元，同比增长9.3%。今年上半年，大中华区贡献营收17.19亿欧元，同比增长8.5%。今年上半年，阿迪达斯在中国新开门店超百家，并提升“中国制造”的占比至75%。

另一家老牌企业彪马2024财年第二季度及上半年财报显示，作为彪马最重要的战略市场之一，中国上半年营收取得高速增长，连续六个季度实现正增长。

斯凯奇也在“闷声发大财”。去年，其在全球卖出80亿美元，逼近600亿元人民币，净赚5.5亿



奥运效应或为运动品牌带来持续性红利 图/新华社

国货崛起 紧抓奥运经济契机稳健增长

在国货崛起的潮流中，国产运动品牌的表现又如何？

李宁发布2024年中期业绩报告显示，上半年实现收入143.45亿元，同比上升2.3%；毛利上升5.8%，毛利率上升1.6个百分点。“对于赛事和运动资源的投入，我们并不要求短期业绩大幅增长。”对于奥运会带来的影响，李宁集团联席CEO钱炜认为，今年是传统意义上的体育大年，李宁推出了相关的整体营销活动，“我们是立足长远，这些投入会带来更多消费者对体育运动的关注。”他强调，目前从整体趋势上看，消费者在购物方面会越来越谨慎或慢下来。

根据安踏最新发布2024财年上半年业绩显示，上半年营收同比增长19.2%至51.41亿元，净利润同比增长12.2%至7.90亿元。总体上，361度营收和净利润保持了高速增长，不过与去年同期相比，其净利润增速有所放缓。

根据安踏最新发布2024财年上半年业绩显示，上半年营收同比增长19.2%至51.41亿元，净利润同比增长12.2%至7.90亿元。总体上，361度营收和净利润保持了高速增长，不过与去年同期相比，其净利润增速有所放缓。

悟空神话 悟空神话 产业取经正当其时

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

深圳游科互动科技有限公司发布消息称，截至8月23日21点整，《黑神话：悟空》全平台销量已超过1000万套。这种游戏爆款不只是一时行业现象，更是引发了外界对于中国文化如何迭代再生、如何推动经济的话题。

《黑神话：悟空》是一款《西游记》题材的国产“3A”游戏。“3A”游戏一般指高成本、高体量、高质量的单机游戏作品。此前，这一市场主要被日本、美国、法国等国的游戏公司占据。如今，这款游戏的火爆，也带动了游戏周边、电脑硬件和PSS游戏主机等销量上涨。在深圳华强北电子市场，近期迎来了一轮“装机热”。不少消费者选择更换显卡或者购置新机，这也带动了电脑硬件线上线外销售火热，部分硬件还因货源紧张涨价。

好的产品就是最好的消费强心剂，也可以是未来产业取巧的风向标。

不少人曾经在外过国漫的陪伴下长大，获得了许多美好的回忆。如今中国的优秀动漫和游戏同样承载着独具民族特色的英雄神话故事，带给各国包括欧美人群以传播和启迪。当下的网络游戏，已经有第九艺术的美誉。曾经被老一辈嗤之以鼻的游戏，如今已经在年轻人生态中生根和迭代。它不断被社会认可，也是因为击中了大量审美与集体记忆的最大公约数。

国产的神话故事众多，无论是盘古、女娲还是美猴王、七仙女，或是经过神化的历史形象关公、孔明之类，民间的塑造从来就没有停止过。此外，无论是在全国范围内流传还是在各民族内部和区域流传的神话资源，同样不可胜数。十多年来，国内文化创意企业一直没有停止对国内各种文化资源的重塑，借助互联网与AI技术，不断地开拓内容、对接市场其实都是大有可为的。在设计爆棚、形象输出的同时，产业内也更重视价值观的内涵。除了战斗、胜利、勇敢之类的主题，还有更多的人类共同价值观值得深入再现和传递，才能避免自娱自乐，并更好地获得国内外的共鸣和认同，成为未来一代人的精神滋养。