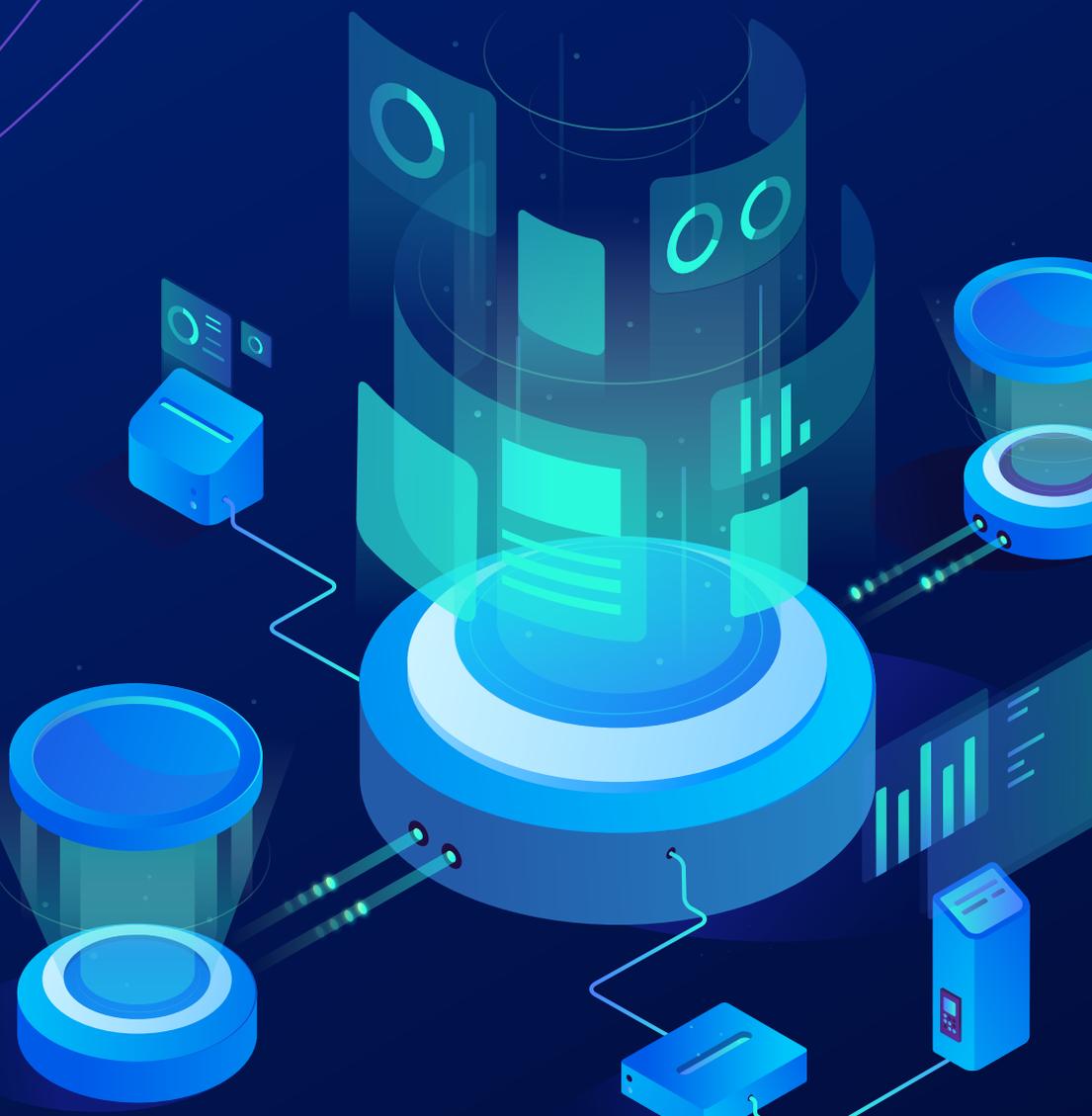


中国中小企业跨境电商 金融服务白皮书



目录

01

引言

02

中国跨境电商企业发展现状

- (一) 跨境电商平台的发展历程
- (二) 跨境电商平台的服务模式
- (三) 跨境支付平台的交易模式

03

跨境电商平台的优势与挑战

- (一) 中国跨境电商平台的发展特点
- (二) 跨境支付平台的应用现状
- (三) 跨境金融服务面临的问题

04

跨境金融在跨境电商平台服务中的创新对策

- (一) 新技术助力支付结算的创新
- (二) 跨境金融服务创新缓解贸易融资难担保弱
- (三) 推进跨境电子支付业务建设的建议
- (四) 跨境支付平台选择建议
- (五) 跨境支付金融服务的选择建议

05

结论

前言

① 背景

2020新冠疫情的爆发让世界经济受到冲击，对国际贸易市场产生了显著的影响，给跨境电商平台的相关金融服务带来了较大的挑战和问题。本报告以中国跨境电商数据和跨境支付金融数据为基础，分析中国跨境电商平台的发展现状、优势与挑战，依据“十四五”新格局对跨境电商发展提出创新对策，为跨境电商平台的金融服务提供新的探索与发展方向。

③ 结论

跨境电商经历了三次时代升级，交易规模逐年递增，未来将会继续保持增长趋势。市场份额也会由中小跨境电商向龙头跨境电商聚集。为顺应时代发展，跨境电商推出了各种新型跨境金融服务，但仍然面临着新的压力和挑战，为解决这些问题，创新对策必不可少，同时也要对新的方法和策略进行风险评估，保障跨境金融服务质量平稳升级。

② 内容

本报告首先分析中国跨境电商企业的发展现状，从跨境电商的发展历程、服务模式、交易模式和市场规模四个方面来阐述；其次分析跨境电商平台的优势与挑战，针对不同的跨境电商企业进行优缺点总结；最后根据新格局下中国数字贸易及跨境电商发展的情况，对跨境电商平台和跨境电商的金融服务发展提出解决对策和创新方案。

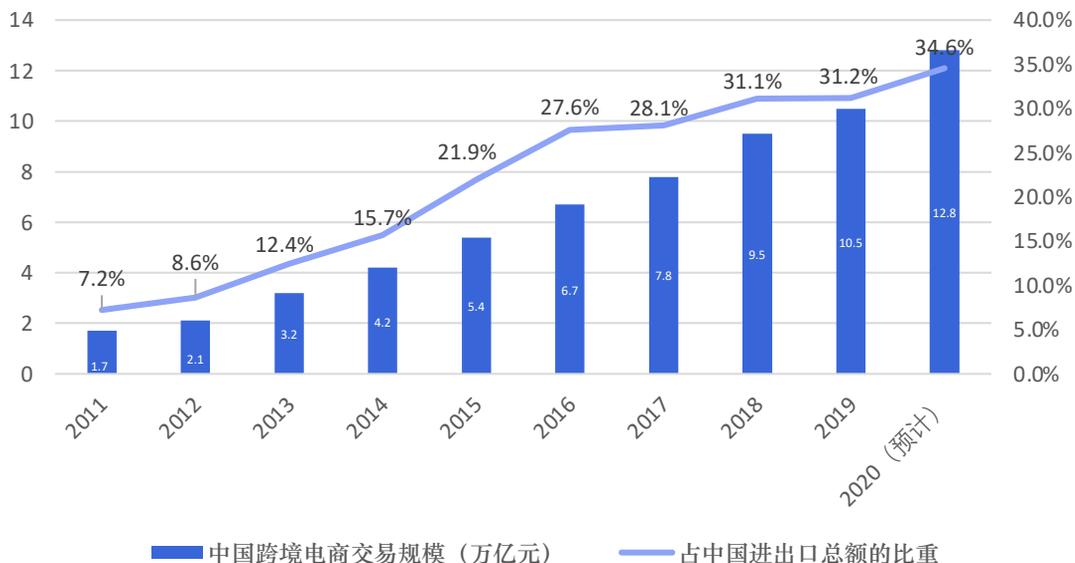
④ 补充说明

需要说明的是，本报告中的大多金融数据来源于公开资料数据，部分未公开数据采用科学预测方式所得。此外，报告中的图表数据除有来源说明外，其他均是本报告研究团队整理资料所得。本报告秉承第三方客观独立的原则，尽量保证数据的客观真实。衷心的希望本报告能够给中国跨境电商的发展带来新的启示和方向。未尽之处，敬请各位读者批评指正。

第一章 引言

我国跨境电商自 2011 年起，至今已进入快速发展的阶段，促进其发展的主要原因包括：不断升级发展的互联网科技、消费升级带来的强大市场驱动力，以及国家各项利好政策的支持推动。如今，跨境电商已经成为越来越多传统企业销售商品的主要渠道。新冠疫情的爆发在一定程度上减缓了我国跨境电商的发展速度，但从总体上来看，跨境电商的进出口交易市场规模仍呈现上升趋势。根据网经社的数据监测显示，2019年中国跨境电商进出口交易市场规模增总额为10.5万亿元，是2014年跨境电商进出口交易市场规模增总额的两倍。预计2020年，跨境电商进出口交易市场规模仍会有所上升。具体跨境电商交易市场规模发展增速情况如图1-1所示。

图1-1 2011年-2020年中国跨境电商进出口交易市场规模增速情况及预测



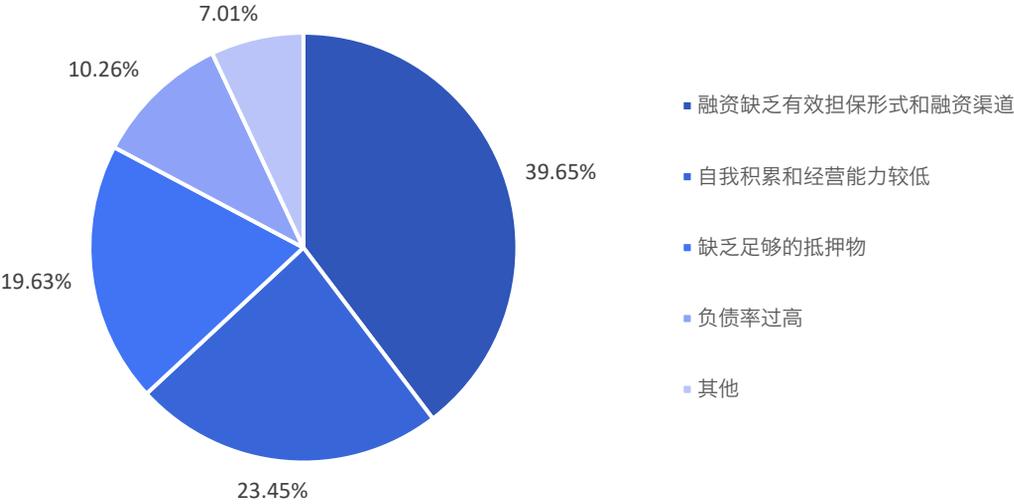
资料来源：中国电子商务研究中心、网经社，笔者根据相关资料整理而得。

当前，中国政府高度重视经济结构和发展方式的转型升级，跨境电商也由此成为了推动贸易经济转型发展的关键手段。2018年4月，海关总署发布《关于规范跨境电子商务支付企业登记管理》，进一步规范跨境电子商务支付，保障企业与跨境电商之间的合法权益。2019年两会指出需改革完善跨境电商等新业态政策扶持。2020年受新冠疫情的影响，国务院各级地方政府均出台了多项支持跨境电商发展的政策文件，政府的利好政策，有效促进中国跨境电商企业依托着跨境电商服务型企业 and 跨境电商平台，更快更好的走向东南亚、中亚、西亚和中东欧等地区。

但是随着外贸交易的逐渐增长，跨境电商交易规模不断扩大，跨境电商的金融服务问题却并没有得到很好的改善，特别是跨境电商，跨境收付款、资金管理、跨境融资、资金安全等多个方面的业务仍有缺憾。其中，中小跨境电商的金融服务发展成为阻碍跨境电商企业成长的主要难题。

2020年，某银行对长三角地区中小跨境电商的金融服务状况进行调查，发现39.65%的中小跨境电商融资缺乏有效担保形式和融资渠道，23.45%缺乏足够的抵押物，19.63%因为自我积累和经营能力较差而难以获得融资以及足够金融服务。如图1-2所示。

图1-2 跨境电商中小企业融资状况及融资难的原因



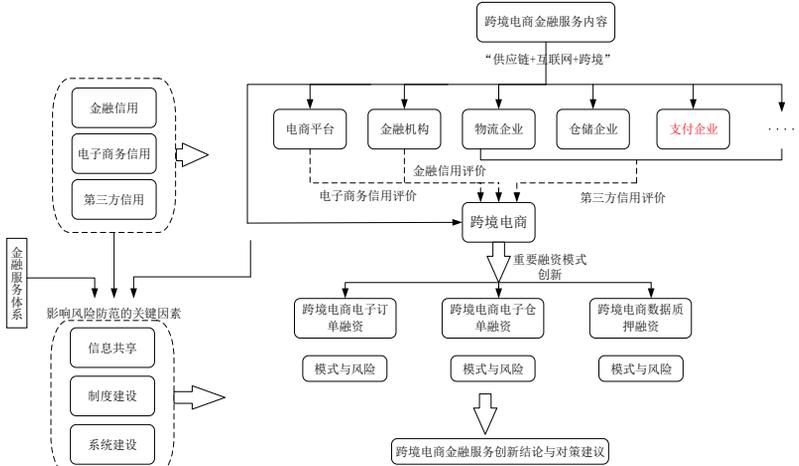
资料来源：笔者根据相关资料整理而得。

可见受自身条件限制，中小跨境电商的金融服务渠道有限、资金周转不通、转账支付安全等问题已经成为中小跨境电商难题，同时也是跨境电商行业内的普遍现象。相比普通电商企业，跨境电商的特殊性在于其业务周转过程周期长，海外仓备货不便捷、跨境物流运送时间长、平台账期和 international 结算耗时长等，使得其对现金流的要求更高。

以某跨境电商平台为例，卖家从收到订单到最终结算完成，最长耗时可能超过三个月。同时，中小跨境电商没有实力背景很难找到担保人，轻资产模式的跨境电商更是难以提供银行要求的抵押品。而电子支付的兴起，使得跨境电商原本使用的汇付、托付融资等方式受到了严重的挤压。再加上跨境电商企业一般存在规模较小、组织管理制度不完善、运营规范程度不高、缺乏资信体系等问题，要从银行获得融资、结算等金融服务的阻力巨大。

中小跨境电商金融服务的主要矛盾在于其金融服务需求旺盛而金融机构服务能力不足。金融服务问题的长期存在，成为我国中小跨境电商发展的重大阻碍，解决跨境电商金融服务困境的主要矛盾是做好当前跨境电商促进工作的重要任务。跨境电商金融服务要结合“跨境+供应链+互联网”的综合融资方案。随着金融服务体系的逐步完善，诸多跨境电商外贸金融综合服务平台企业做了大量工作，跨境电商金融服务初现雏形。见下图1-3。

图1-3 跨境电商金融服务平台体系



资料来源：笔者根据相关资料整理而得。

第二章 中国跨境电商企业发展现状

中国跨境电商的发展时间虽然短暂，但是却取得了令人瞩目的成就。中国跨境电商企业分为出口型跨境电商和进口型跨境电商两种，由于跨境金融目前面临的困难大多集中在出口型跨境电商企业，因此本报告将内容集中于出口型跨境电商企业。通过对中国跨境电商发展历程的归纳整理，能够更好地掌握中国跨境电商企业的发展规律。

■ 跨境电商平台的发展历程

随着时间的发展，中国跨境电商平台总体上经历了三个阶段：信息服务时代、在线交易时代、全产业链时代，如图2-1所示。

图2-1 跨境电商金融服务跨境电商平台体系



资料来源：作者自制，参考艾媒咨询《2020中国跨境电商发展趋势专题研究报告》

1. 跨境电商1.0阶段（1999-2003）：信息服务时代

1999年，马云创立阿里巴巴，这标志着中国跨境电商的产生。起初的阿里巴巴充当了一个B2B的交易信息展示平台，它的作用主要是外贸撮合。自阿里巴巴成立以后，国际贸易正式上线，跨境电商进入1.0阶段。跨境电商平台为买卖双方提供网上展示、线下交易的外贸信息服务，充当了跨境交易信息服务商，但此时跨境交易并不在网络上进行。在这个阶段，跨境电商向商家收取会员费（如年服务费等），进而实现盈利。在此期间，中国跨境电商平台快速发展，诞生了环球资源网等知名平台。各大中小企业通过跨境电商平台向世界展示商品信息，这解决了中国商品走向世界的渠道问题，但支付、信用等环节成为了难题。

2. 跨境电商2.0阶段（2004-2012）：在线交易时代

2004年，随着敦煌网的上线，跨境电商2.0阶段来临。继阿里巴巴B2B平台模式之后，敦煌网吸取其经验，并对其进行补充升级，聚集国内的外贸业务，中小企业可以通过敦煌网解决通关难题，并找到海外消费者。在此期间，跨境电商平台并不是简单的信息服务提供商，它在线下交易、支付、物流等环节实现电子化，从此跨境交易可以线上完成。在2.0阶段，跨境电商不断整合资源，拥有较为完善的供应链体系，更能体现电商的本质。此时，跨境电商的盈利模式更加多元化，以收取交易佣金为主，还通过营销推广、支付服务、运营引流等获得增值收益。

3. 跨境电商3.0阶段（2013-至今）：全产业链时代

随着经济的发展，跨境电商不断升级。在跨境电商3.0阶段，跨境交易的各个环节，包括跨境物流、支付等，它们的发展都与整个行业有关，都能对跨境电商平台产生影响。在这个阶段，中小企业开始运用大数据等技术，以商家和消费者为关键，跨境电商生态系统也越来越丰富，具体表现为：第一，政府开始提供优惠性政策，助推跨境电商发展；第二，众多企业开始利用跨境电商展示产品或服务，提升销量；第三，移动端发力，跨境电商用户规模逐渐扩大。在3.0时代，跨境电商平台的生态系统日趋完善，具有明显的商业生态系统特征。

我国发展第三方跨境支付比国外稍晚，2013年以前，我国的跨境电商支付行业主要被几家大型的外资支付公司所占据。2013年，国家外汇管理局开始颁布第一批跨境支付牌照，由17家支付机构拥有。截止2020年末，我国有30余家拥有跨境支付资格的第三方支付平台。

■ 跨境电商平台的服务模式

我国金融机构的跨境贸易金融产品和其营销开始于20世纪90年代，我国的金融机构较多将现有的产品进行简单地组合，产品单一，缺少整合服务方案，无法满足跨境电商金融业的深层次需求。

金融机构的跨境金融服务中目前应用于跨境电商平台的主要模式有：支持模式、合作模式、自营模式等三种。不同的跨境支付的到账时间、手续费用和应用场景有所不同，具体如表2-1所示。中国的跨境支付（TO B、TO C等商业模式）全部由银行和第三方跨境支付平台完成，但在跨境结算板块主要依托银行，其他结算方式占比较低。

表2-1 中国跨境支付类型

类型	到账时间	手续费用	应用场景
支持模式 (银行电汇)	2-3天	费用较高，但具有封顶设置	B2B大额交易 传统进出口贸易
专业汇款 (自营模式)	10-15分钟	手续费用高，且分档计费	中小额交易
第三方支付 (合作模式)	T+0	手续费率较低	小额且高频交易

数据来源：笔者自行绘制

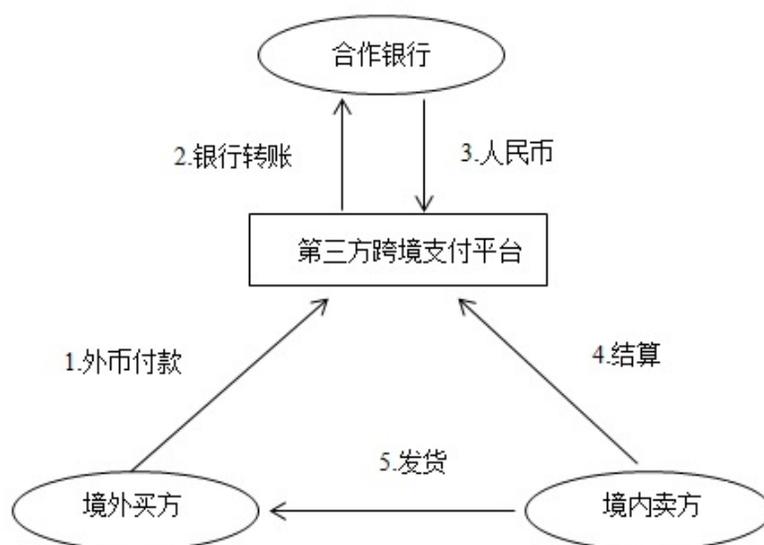
■ 跨境支付平台的交易模式

跨境支付平台可以被划分为独立的跨境支付平台和非独立的跨境支付平台。前者作为单独平台独自存在，专注于跨境支付等金融服务，不依附于单一电商交易平台，而是同时与众多跨境电商平台对接，如Payoneer等跨境支付平台。后者与某个电子商务交易平台形成附属关系，主要服务于特定的电商交易平台，如国际支付宝主要在阿里巴巴国际站和速卖通上使用。跨境支付交易模式有直付模式和信用担保模式两大类。

1. 直付模式

直付模式也被称作纯粹支付模式。在这种模式中跨境支付平台并没有单独的交易平台，单纯作为支付中间平台而存在，买卖双方在该平台都设有用户账号，买方从银行账户将虚拟货币打入平台账户，平台将钱划拨入卖方账户。这种交易方式简单快捷，并且避免了银行真实账户进行交易，具有一定的安全防欺诈性。此模式代表性支付平台为美国的Payoneer。此支付模式如图2-2。

图2-2直付模式

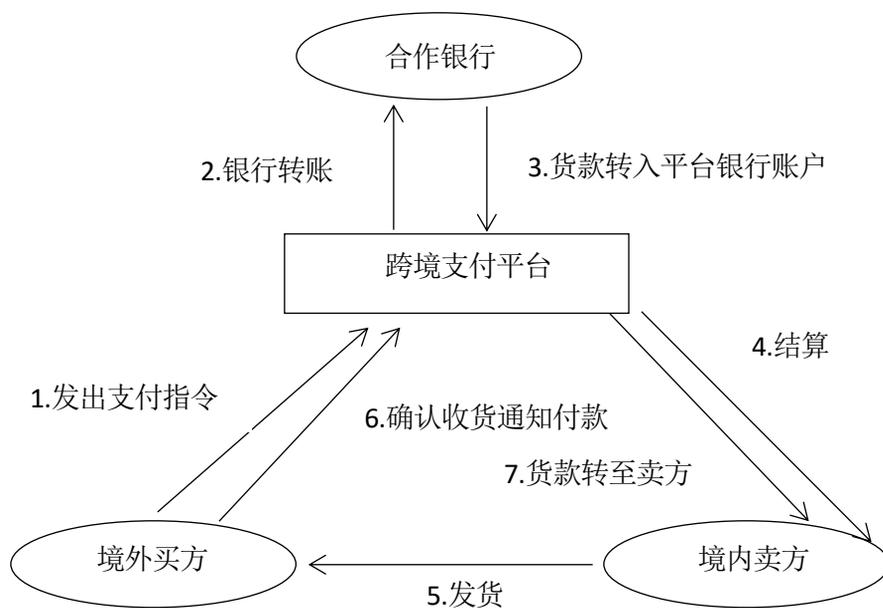


资料来源：笔者自行绘制

2. 信用担保模式

信用担保模式，顾名思义，指的是在跨境支付过程中，除了起代收代付的作用，另外还承担信用担保的功能。这也是信用担保模式与直付模式最大的不同之处。在付款人将资金打入平台账户后，平台并不立即将资金转入收款人账户，而是作为第三方对货款进行暂时保存，在收到买方的收货确认后，再将货款打入商家账户。阿里巴巴的支付宝是信用担保支付模式的典型代表，操作流程如下图2-3所示。

图2-3 信用担保模式



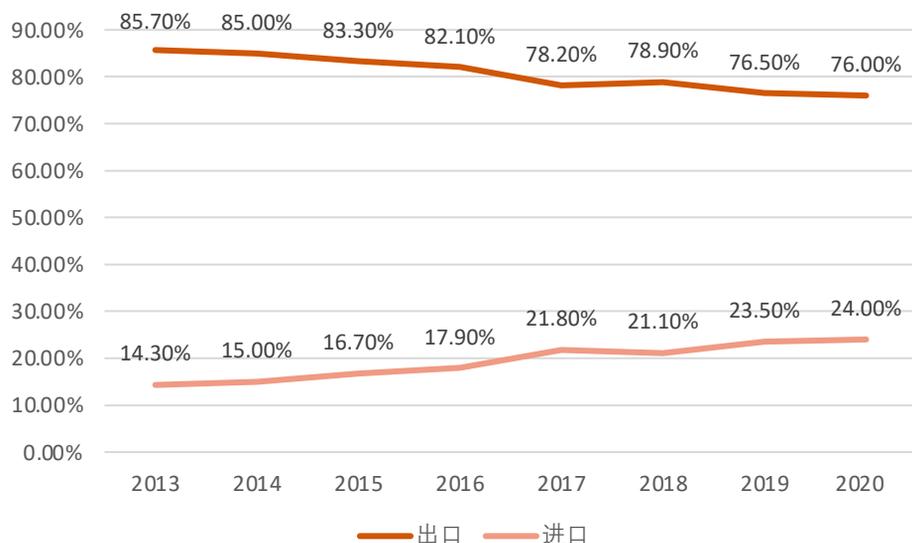
资料来源：笔者自行绘制

■ 中国跨境电商平台的金融特点

1. 中国跨境电商平台交易规模

2020年跨境电商的发展大大加速了我国对外贸易的升级转型，目前我国的跨境电商主要以出口为主，2013-2020年的跨境电商进出口交易市场规模结构如图2-4所示，预计2020年跨境电商交易规模的76%左右为出口跨境电商，品牌国际化成为了企业贸易升级的重要趋势。中国跨境电商领域拥有前所未有的发展契机，正在迅速发展。

图2-4 2013-2020年中国跨境电商进出口交易市场规模结构及预测



数据来源：中国电子商务研究中心、智研咨询、笔者根据资料整理

受疫情影响，预计2020年中国跨境电商进出口交易市场规模将达到12.8万亿元，同比增长21.9%，见图2-5。

图2-5 2014-2020年中国跨境电商进出口交易市场规模及预测



数据来源：中国电子商务研究中心、网经社、笔者根据相关资料整理。

预计到2020年跨境电商进口交易市场规模占比24.0%，进口交易市场规模占比76.0%，见图2-6。

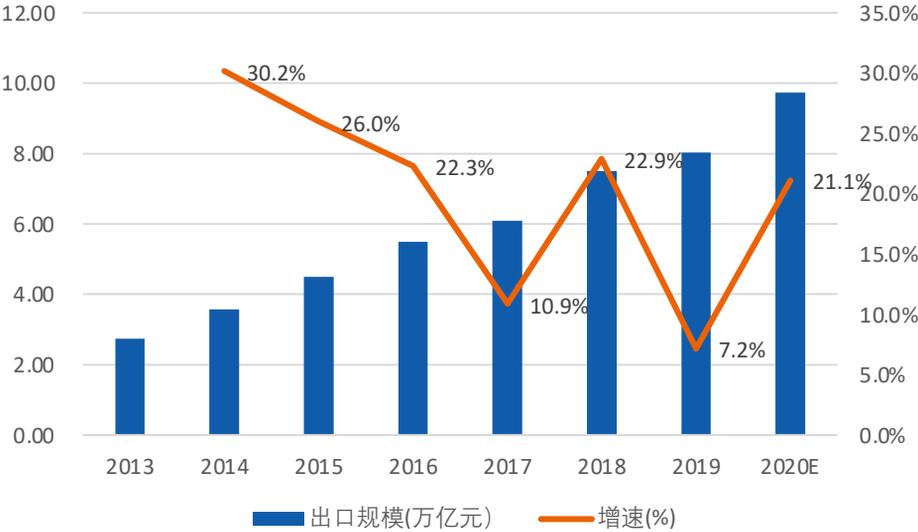
图2-6 2011-2020年中国跨境电商进出口交易市场规模占比及预测



数据来源：中国电子商务研究中心、智研咨询、笔者根据相关资料整理。

同时，中国出口跨境电商业务规模总体上呈现出扩大的趋势，这得益于中国经济发展水平的快速提升和疫情防控的科学有序。中国跨境电商平台的快速发展，对我国外贸业务的发展起到了良好的促进作用。逐渐上升且庞大的海外市场需求及外贸企业转型升级等种种因素都促进了出口跨境电商行业的蓬勃发展。就出口跨境电商行业的市场规模而言，据电子商务研究中心监测数据显示，2020年跨境电商出口规模预计超过9.6万亿元，同比增长21.1%，见下图2-7。跨境出口电商带动了整个产业链协同发展，助推了中国品牌走向海外，也拉动了国内经济的增长。

图2-7 2013-2020年中国出口跨境电商零售规模及增速



数据来源：网经社，笔者根据资料整理

持续的资金投入有助于跨境电商企业的健康成长，伴随着大量的资本流入，出口跨境电商行业也将迎来新一轮洗牌。大卖家凭借融资得来的资金快速扩大规模、打造品牌、提升自身竞争力；小卖家因缺乏支持，存货限制和资金周转困难等原因，难以进行全产业链布局。中国出口跨境电商行业将出现严重的两极分化格局。

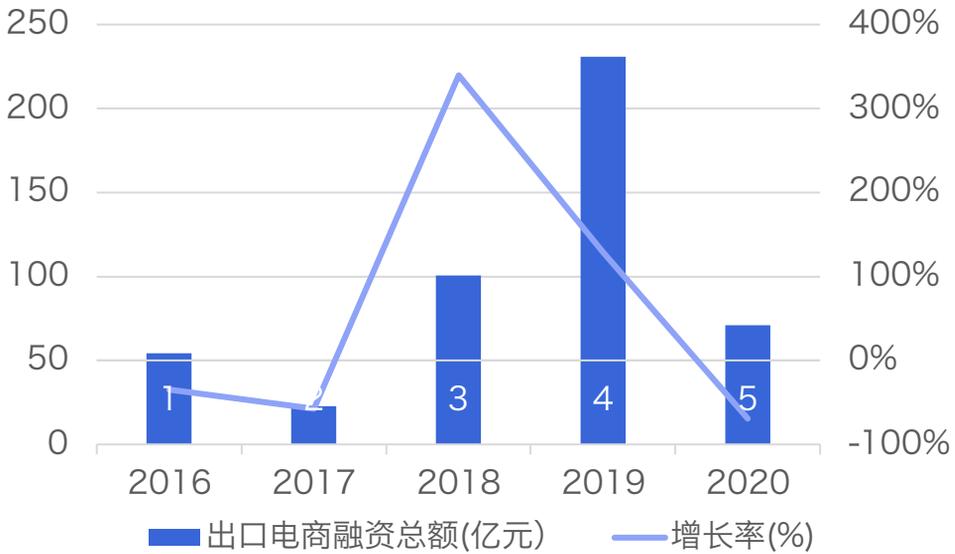
据电子商务研究中心研究发现，2020年中国跨境电商平均融资额2.6亿元，下滑较严重。2016-2019年平均融资金额分别为：2016年5508.1万元、2017年6442.1万元、2018年2.8亿元、2019年8.5亿元，如图2-8所示。2020年跨境电商融资方包括为：行云集团、连连数字、KK集团、SHEIN、纵腾集团、豌豆公主、万拓科创、斯达领科、大健云仓、全速在线、妃鱼时尚、EMQ、你好世界、泛鼎国际、小满科技、澳鹏网络、洋码头、领星、飞盒跨境、店匠、易仓科技、马帮ERP、KKS、Qbit趣比汇、澳萌Ausmall、欧税通、美刻生活、芥舟科技、飞书互动、ECVV、致欧科技、领工云商，如表2-2所示。

表2-2 2020年中国跨境电商融资数据榜

序号	融资方	所属行业	所在地	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
1	行云集团	进口电商	深圳	9月24日	C轮	2亿人民币	泰康人寿、弘晖资本等
2	连连数字	跨境服务商	杭州	10月26日	股权融资	10亿人民币	泰康人寿等
3	KK集团	进口电商	深圳	7月2日	E轮及以后	10亿人民币	CMC资本、黑蚁资本等
4	SHEIN	出口电商	南京	8月4日	E轮	数亿美元	未透露
5	纵腾集团	跨境服务商	深圳	7月6日	C1轮	5亿人民币	泰康人寿、厦门建发等
6	豌豆公主	进口电商	北京	1月10日	战略投资	3.4亿人民币	SBI Holdings、信金控股等
7	万拓科创	出口电商	深圳	10月26日	A轮	3亿人民币	红杉资本
8	斯达领科	出口电商	深圳	9月18日	A轮	3亿人民币	祥峰投资、天图投资等
9	大健云仓	出口电商	苏州	11月24日	战略投资	2.6亿人民币	元禾控股、京东
10	全速在线	出口电商	北京	7月30日	天使轮	3000万美元	今日资本、山行资本等
11	妃鱼时尚	进口电商	上海	2月28日	A轮	数千万美元	五岳资本、经纬中国等
12	EMQ	跨境服务商	香港	7月29日	B轮	2000万美元	中经合集团等
13	你好世界	进口电商	杭州	12月24日	B轮	亿级人民币	广发乾和、创钰投资等
14	泛鼎国际	跨境服务商	杭州	11月23日	A轮	数亿人民币	概念资本、惟一资本等
15	小满科技	跨境服务商	深圳	8月26日	D轮	数亿人民币	阿里巴巴
16	澳鹏网络	出口电商	西安	2月20日	B轮	1亿人民币	个人投资者、微创投
17	洋码头	进口电商	上海	1月13日	D轮	数亿人民币	顺为资本、蓝湖资本等
18	领星	跨境服务商	深圳	10月19日	A轮	7000万人民币	元璟资本
19	飞盒跨境	跨境服务商	杭州	11月30日	天使轮	千万级美元	红杉资本、云九资本等
20	店匠	跨境服务商	深圳	10月12日	B轮	千万级美元	五岳资本、真格基金

数据来源：网经社，笔者根据资料整理

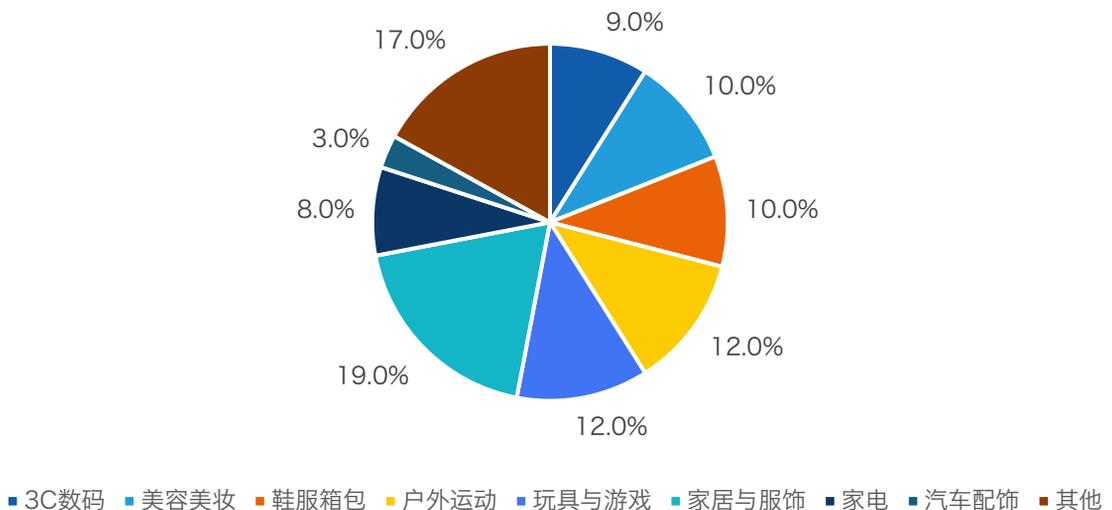
图2-8 2016-2020年我国出口跨境电商融资总额



数据来源：网经社，笔者根据资料整理

对跨境电商销售品类进行分析发现（如下图 2-9所示），2020年3C电子产品、服装服饰配件等消费品是全球销售量最多的几大品类，与此同时，户外用品和家居园艺等品类的需求也在逐渐上升。针对消费者对于品类的需求，许多地域形成了自己独特的产业带经济，如南通家纺、佛山童装、广州的女装箱包、温州电器城等。跨境电商正在快速赋能国内传统优势产业更好地发展。

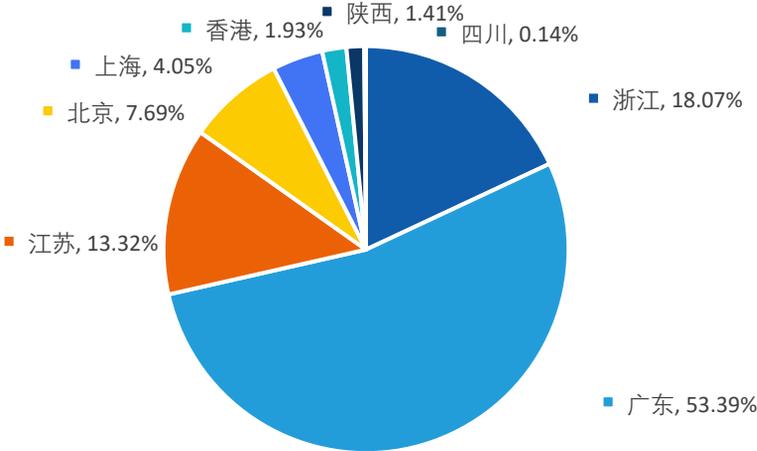
图2-9 2020年中国出口跨境电商卖家品类结构



数据来源：艾瑞咨询，笔者根据资料整理

主要的卖家地域分布如下图 2-10所示，2020 年广东、浙江、江苏、福建四个省的跨境交易额占据了我国出口跨境电商交易总额的七成以上。沿海地区成为了目前中国出口跨境卖家的主要聚集地，因为它们有着相对优越的地理位置，总体经济实力较强，且这几个省份在之前就是外贸大省，有着众多的电商生产企业、跨境电商平台、良好的跨境配套设施、以及一系列的政府相关利好政策，种种条件一同构建起了一个相对良好的跨境生态圈。与此同时，出口跨境电商行业在中西部地区的发展也有较大的潜力。国务院在 2018-2020年加设了数十个跨境电商综合试验区，向中西部和东北地区倾斜。政策的加持也将促进各地跨境电商呈现平衡且快速发展的趋势。

图2-10 2020年中国跨境电商融资总金额省份图



数据来源：网经社，笔者根据资料整理

第三章 跨境电商平台的优势与挑战

■ 中国跨境电商平台的发展特点

1. 出口跨境电商开始自建平台，成长趋势加速

出口跨境电商企业一般采取两种方式进行商品销售：第一是依托第三方平台销售商品，比如亚马逊、速卖通、wish等，这样的方式无需企业自建销售平台。第三方平台既帮助企业获取了流量，又可以帮助企业节约搭建平台的成本；第二种是自建独立网站和开发专属APP，企业创建自己的独立域名，自行搭建服务器以及销售平台，比如兰亭集势，环球易购等。大部分中小企业选择第三方平台作为企业初期发展的依托，然而第三方平台涌入大量卖家会导致竞争激烈，卖家需要寻找新的增长渠道。从2018年开始，出口跨境电商领域掀起了跨境电商企业自建独立站的浪潮，特别是2020年新冠肺炎疫情之后，企业通过独立站的方式把产品销售给消费者，从第三方平台销售转化为自建网站销售，标志着出口跨境电商企业迎来了进一步成长。

2. 出口跨境电商企业的品牌竞争力的提升

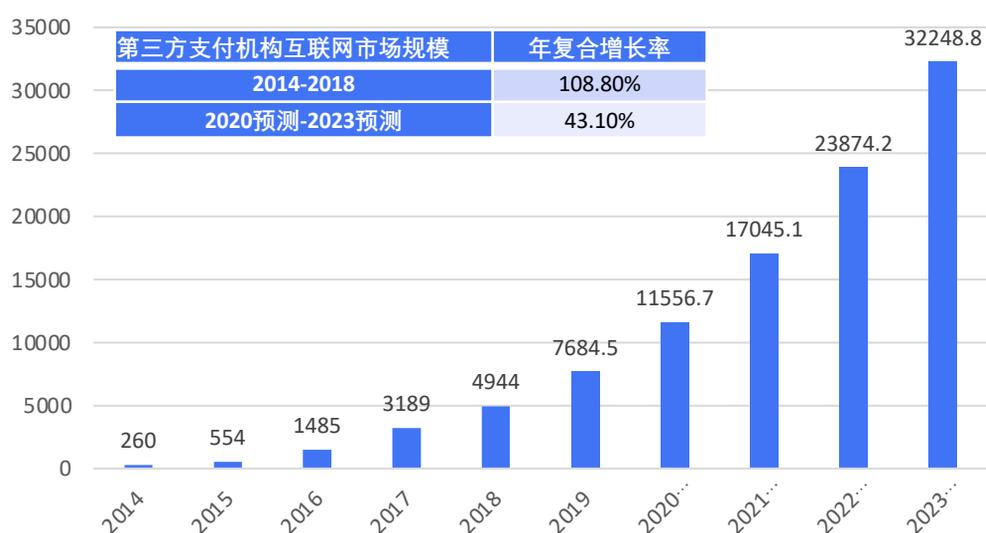
在品牌化方面，越来越多的出口跨境电商企业选择自建品牌的方式进行海外市场的运营。从出口跨境电商刚起步至现在经历了三个阶段，第一阶段，随着Amazon和eBay的入驻中国市场，部分小卖家开始以出售一些盗版游戏软件、仿冒商品等产品起家，此时的出口跨境电商企业并无品牌意识。第二阶段，跨境出口自营电商DX控股、兰亭集势、环球易购先后成立，以销售电子产品、家居、服饰等商品为主，逐步建立电商品牌。第三个阶段，出口卖家逐渐增多，市场竞争激烈，为了抢夺更多的市场份额，企业通过定制化、品牌化的方式，形成自身产品的差异化优势，从而提高品牌知名度，通过品牌溢价提升产品利润率。例如，当前的前海帕拓逊、安可创新、赛维电商、傲基电商等出口自营型企业龙头均建立了自己的品牌^[1]。

[1]李言知. 出口跨境电商企业的成长能力评估[D].浙江大学,2020.

3. 金融服务升级加速，支付结算助力生态发展

目前，中国跨境支付企业、跨境物流企业借势科技的创新，得到了快速的发展。跨境支付是完成跨境交易业务的重要组成部分，2018年，中国跨境支付交易规模达到4944亿元，增长率为55%，见图3-1，发展非常迅速。2013年，国家外汇管理局给17家机构发放了跨境支付牌照，跨境支付逐步法制化、规范化^[2]。截至2020年底，中国拥有跨境支付资格的机构数量达到30家^[3]。中国跨境支付服务不断升级，为跨境电商的发展提供了良好的支持作用。一方面，中国跨境支付企业的服务地域不断扩大，中国第三方支付机构通过在目的国申请支付牌照、设立分支机构等方式，拓展跨境支付业务，确保跨境电商支、付、汇通畅，实现退税服务。目前，中国多家跨境支付机构业务已经覆盖40多个国家和地区。目前常用的第三方跨境支付平台的安全性、可靠性均得到了保障。而且，当前跨境支付企业运用新技术实现服务升级。例如，跨境支付机构在电子钱包跨境汇款服务上运用区块链技术，实现了跨境汇款实时到账，提升了用户的体验感，使得跨境支付更加便利化。随着跨境支付企业的服务升级，跨境电商的发展将得到良好保障。

图3-1 中国第三方支付机构互联网交易市场规模，2014-2023年预测



数据来源：中国支付清算协会，沙利文数据中心编制，头豹研究金融服务系列深度研究

[2] 2013年10月，国家外汇管理局批准17家第三方支付机构开展跨境电商外汇支付业务试点。

[3] 国家外汇管理局：<http://www.safe.gov.cn/>。

4. 跨境电商政策环境日益改善

跨境电商平台生态系统的外部环境日益改善，促进了生态系统内部物种的健康发展。在政治环境方面，近年来，国家十分重视跨境电商行业的发展，出台了多项政策法规，保障跨境电商行业的健康发展。如表3-1所示，2015至2020年之间，国家出台了多项政策支持跨境电商的发展。2020年6月，海关总署发布的《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》对跨境出口货物进行了规范，进一步明确了适用于跨境电商出口海外仓的货物，有效提升了跨境电商企业的竞争力，为跨境电商企业出海保驾护航。

表3-1 2012-2020年有关跨境电商的部分重要政策文件

发文机构	政策名称	发文时间
发改委高新技术司	《关于促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》	2012年2月
国务院	《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》	2013年8月
税务总局	《关于外贸综合服务企业出口货物退（免）税有关问题的公告》	2014年2月
国家外汇管理局	《支付机构跨境外汇支付业务试点指导意见》	2015年1月
国务院	《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》	2015年5月
质检总局	《关于进一步发挥检验检疫职能作用促进跨境电商发展的意见》	2015年7月
国家发改委、中央网信办、商务部	《促进电商发展三年行动实施方案》	2016年12月
商务部	《关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	2017年1月
商务部、发改委、人民银行等	《关于进一步推进开放型经济新体制综合试点试验的若干意见》	2017年4月
全国人大	《中华人民共和国电子商务法》	2018年8月
财政部	《关于完善跨境电子商务零售进口税收政策的通知》	2018年11月
财政部、海关总署、国家税务总局	《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》	2019年10月
海关总署	《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》	2020年6月

资料来源：海关总署、财政部等，作者自行整理
数据来源：艾媒咨询，《2018-2020中国跨境电商市场研究报告》

在技术环境方面，大数据和云技术给跨境电商带来了更加丰富、有效的数据信息，跨境电商平台可使用大数据和云技术分析消费者的偏好和特征，从而有针对性地提供服务，进行精准营销，更好地满足消费者的个性化需求，获取更高的利润。同时，区块链技术的发展可以对跨境商品进行全程溯源，保障了商品的质量，为跨境交易提供了强有力的技术保障。

随着人工智能技术在电子商务等领域的应用加深，各行业数字化转型与模式创新加快，全场景产业智能战略成为包括电商在内的各行业战略咨询的重要方向，尤其是跨境电商企业在营销推广、数据采集和分析、产品研发及服务、流程管理、物流和供应链管理、用户体验等各个环节，对技术和服务的咨询需求依赖程度进一步加深，以人工智能为主的战略咨询成为跨境电商企业提升核心竞争力的有力工具。

跨境金融服务随着贸易发展，其服务模式及内容也在不断地更新。跨境电商是近些年才发展起来的贸易新业态，其发展历史才短短的十几年。在新冠肺炎和新业态发展的前提下，金融机构应积极参与到跨境电商企业或平台当中，并以此为切入口，深入接触各行业、各产业、各企业、以及深入到业务各个环节之中，才能有针对性地提供更优质的服务。

■ 跨境支付平台的应用现状

跨境支付平台服务跨境电商的主要内容包括基础类的贸易结算、贸易融资、信用担保，和增值类的保值避险，财务管理等几大块。具体内容方面：传统型贸易金融产品包括单证或非单证项下的产品，例如信用证、托收、保函汇款项下的各类产品、存货、应收账款项下的各类产品等；创新型贸易金融产品包括保理，信保融资、供应链金融、结构化融资、账户托管等。一系列活动都是可以推动经济发展及产业转型的助推器，创新设计赋能商业变革。

1. 支付结算在跨境电商平台中的应用现状

贸易支付结算是跨境支付平台服务跨境电商平台的基础业务，也是跨境支付平台和银行开展最多的跨境金融服务产品。

支付结算主要针对不同的主体，采用不同的方式：ToC类的跨境电商平台贸易支付方式目前主要有第三方支付、跨境支付平台转账、跨国信用卡等等。

ToB类的跨境电商平台支付涉及传统的贸易结算方式和新型的贸易结算方式。传统的贸易结算方式主要有汇付、托收、信用证及保函。

新型的贸易结算方式有BPO(跨境支付平台付款责任)、区块链技术支持下的传统业务结算创新，但这两种新型的贸易结算方式仍处在初探阶段，各行应用极其稀少。

目前ToC类跨境电商平台的支付，大多是通过第三方支付平台来进行，境内平台主要有网联，境外支付机构主要有PAYPAL、WORLDFIRST。支付结算币种因贸易需要呈现多样化，值得一提的是，随着人民币国际化，有些境外电商平台接受人民币支付。

此外，当前国际支付宝支持的支付方式有信用卡、T/T跨境支付平台汇款，但国际支付宝只是一种第三方担保，不能称是真正意义上的支付工具。由于现行外管政策加支付金额的限制（单笔5万美金），第三方支付机构较少涉及跨境B2B的支付结算。因此，传统汇付、托收、信用证、保函仍是B2B业务的主要结算方式。

跨境支付平台在贸易支付结算上，还是主要的参与方。但是跨境电商平台上的客户还是更多偏向于第三方支付平台结算，原因主要体现在跨境支付平台的支付结算效率低，费率高等。

2. 贸易融资在跨境电商平台中的应用现状

贸易融资是基于国际结算基础上，对进出口双方提供的融资，因其具有流动性强，收益率高，风险相对可控的特点，是跨境支付平台传统国际业务的重要收入来源。当下跨境支付平台贸易融资对经营B2C、C2C的跨境电商平台，产品单一，金额受限；对经营B2B模式下的跨境电商平台，保理和福费廷居多，供应链融资和结构化融资应用较少。

3. 信用担保在跨境电商平台中的应用现状

信用担保是跨境支付平台为了增强贸易主体的信用，为贸易参与方提供的一项增值服务，帮助买卖双方建立互信、促进交易的达成。例如以跨境支付平台自身资信担保的各类信用证、保函等服务，占用他行授信的代理类业务以及在贸易链或供应链中承担第二性付款责任的各类担保业务。信用担保更多体现在跨境电商平台构建的供应链当中。

4. 保值避险在跨境电商平台中的应用现状

保值避险主要是跨境支付平台帮助客户规避因商品价格、利率、汇率波动导致的相应损失或风险。例如远期结售汇、外汇期权、反向汇兑、人民币货币远期、掉期、利率互换、利率上限期权以及利率互换选择权等业务。我国跨境电商由于基本是互联网公司起家，在保值避险上一直存在空白。利率风险规避跨境电商有所涉及，但是研究发现，目前有40%的跨境电商完全没有汇率风险意识，只有不到两成的跨境电商对风险规避有认知并在做风险规避。与此同时，也很少有跨境支付平台为跨境电商平台或其客户设计保值避险产品，国内还没有专门为跨境电商量身定制的整体避险方案，跨境支付平台可在此方面进行发力。

5. 财务管理咨询在跨境电商平台中的应用现状

目前以Payoneer为代表的跨境支付平台进行财务管理咨询，财务管理则是以资金管理和报表优化为目的，为贸易产业链中一些重点企业或大型客户，提供的一些增值服务，包括应收账款管理、财务报表优化、现金管理，账户管理等众多内容。

■ 跨境金融服务面临的问题

跨境金融服务在迅速发展的同时，也面临着新的问题和挑战，影响跨境金融服务于跨境电商的因素有金融机构自身原因，有跨境电商平台的原因，也有二者共同作用的原因。主要包括以下几方面：

1. 支付结算资费高、效率低

ToC类的跨境电商平台贸易支付方式目前主要有第三方支付、金融机构转账、跨国信用卡等。ToB类的跨境电商平台支付涉及传统的贸易结算方式和新型的贸易结算方式。支付方式存在一定的兼容性，比如采用第三方支付机构例如国际支付宝，可能会采用信用卡、TT等方式；选择传统贸易结算，也可能是信用证和TT同时采用。我国的跨境电商平台依据交易的主体不同，也会选择不同的支付结算方式，比如一达通，较多采用传统贸易结算方式；全球速卖通较多采用国际支付宝；WISH平台客户多采用信用卡等。各种支付方式的适用场景主要是以下几个方面：

①类似于Payoneer等的第三方支付机构：用于中小企业或个人的跨境电商卖家，以低成本和高效方式获得海外营收的支付解决方案。

②海外银行金融机构：适用于大型企业客户以及海外有注册实体的企业，可以获得海外银行账户，并将收入确认在海外的企业。

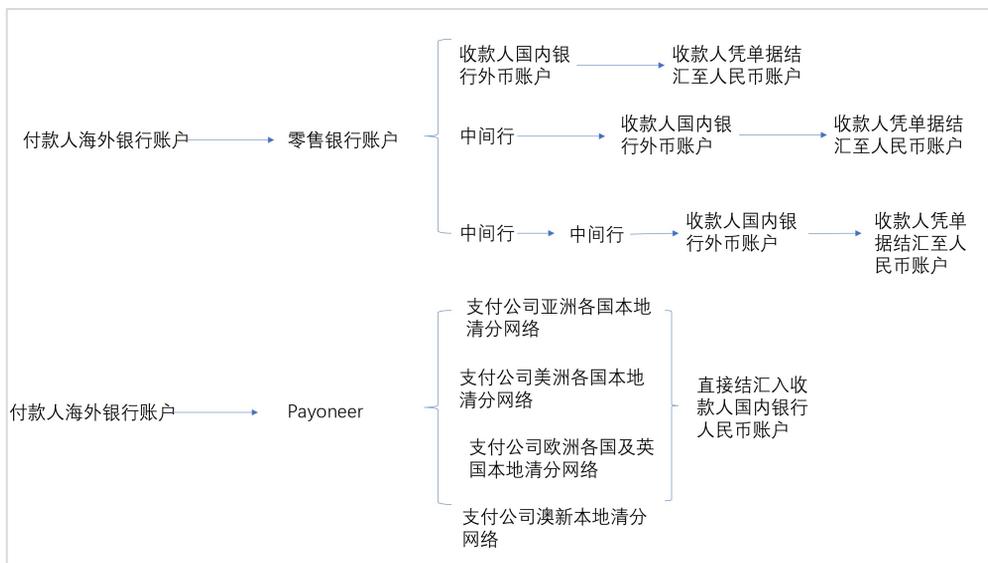
③西联：传统汇款，适用于个人或偶发业务汇款

④信用卡：适用于线上线下付款。

⑤信用证保函：适用于大型企业客户以及大额订单。

跨境电商收款的方式对比最鲜明的就是使用零售银行账户和第三方支付平台账户付款的付款人。其具体流程见下图3-2：

图3-2 跨境电商收款的收款方式对比



上图跨境电商收款方式中第一种是传统模式中付款人愿意直接通过电汇的方式付款至收款人海外银行账户，一般的电商平台是只接受本国银行账户作为收款账户的，所以第一种模式基本无法实现跨境中小企业卖家的业务需求，因为中小企业一般没有境外实体与完整的海外金融机构布局。大多数中小企业无法大规模到海外开立银行账户。另外，第一种模式可能需要中转多家中间行，除了时间长，收费贵以外，对于卖家这种小额高频的收款需求也不适用。

反之，通过有完整全球合规体系的第三方支付平台如Payoneer，就可满足这种高频小额的收款需求，提供便利快速收取费用的合理解决方案。

因此，可以看出，银行始终是结算方式的主要参与方。但使用过程中，很多商家普遍反应银行的支付结算消耗较多的人力，同时对于中小跨境电商企业客户来说，收费没有优惠，资费较高。银行同时受传统业务影响、汇款路径、结算体系的影响，支付结算效率也较低，客户在支付结算过程中尽量选择第三方支付平台机构。

2. 贸易融资难担保弱

目前来说，各类支付机构，包括第三方支付平台的贸易融资内容和服务对象基本雷同，我国支付机构主要的贸易融资产品内容还是基于贸易结算，如国际信用证、保函项下的各类融资、担保产品等，为进出口特别是跨境电商企业量体裁衣设计的贸易融资产品和金融服务则了了无几。从服务对象上来看，跨境金融服务整体偏向于实体经济，偏向于银行服务的传统企业，主要原因是跨境电商在境外的国际地位低、账户不稳定，再加上国际政治制裁反洗钱等等因素的影响，金融机构的融资和信用担保等风险加大。

截止2020年12月末统计，我国的跨境电商平台有5000多家，跨境电商平台上服务的中小电商企业客户20多万家。未来跨境电商平台的发展，企业会产生更多的资金需求。

3. 增值类产品少、风险大

单一的结算融资产品已经不能满足大多数企业的需求，如何帮助企业有效管理资金，实现收益最大化是跨境电商企业的最终目标。同时，规避价格、利率和汇率风险，是跨境电商金融服务平台金融服务产品内容设计的趋势。相对于结算和融资产品来说，金融机构的增值产品更是面临信息需求不对称带来的产品少、风险大的问题。

而且我国第三方支付机构缺乏相应的市场准入和相关管理的条件，我国金融机构支持电商平台上各类交易的合规性都有待研究，电商平台因此存在着诸多经营风险。国际方面，中外金融监管是有差异的，特别是涉嫌反洗钱的制裁法律法规等，对我国跨境电商平台来说是个盲区。金融机构的保值避险业务，财务综合管理业务，涉及的内容和政策比较广，一定要在合规的基础上去进行。

4. 跨境电商贸易金融复合型人才缺乏、需求旺

金融机构服务于跨境电商的金融服务人才，不仅要懂贸易金融产品，还要懂电子商务、信息技术，具备基础宽厚、知识面宽，综合能力强，创新意识强等特征。然而，国家的学科体系尚未建立相应领域的人才培养，尤其是既懂得跨境电商又懂得贸易金融的复合型人才更加匮乏。

以区块链、大数据、机器学习为主的技术是创新化的数据技术，目前已逐步被广泛应用于国际金融跨境支付相关业务当中，这些技术的优势很多，最突出的莫过于透明、高效、便捷。在跨境电商的贸易金融业务中，区块链等技术也正处于摸索阶段。目前，区块链技术在国际支付结算和贸易融资数字化方面有了一些应用。

数据化等新兴技术优化了客户的投资组合，有利于客户进行风险收益预测分析，并对相关内容进行了升级，特别是在信息透明方面，区块链技术可以有效控制客户欺诈行为，减少由于信息不对称发生的逆向选择和道德风险。对于支付机构来说，需要维护社会金融经济秩序，同时也需要维护普通客户的权益，以免客户合法权益受到不法行为的侵害。例如Payoneer等第三方支付平台投入大量资金在数据化和机器学习技术上，为了维护信息安全、网络信息安全，数据安全，并防止黑客的相关攻击。

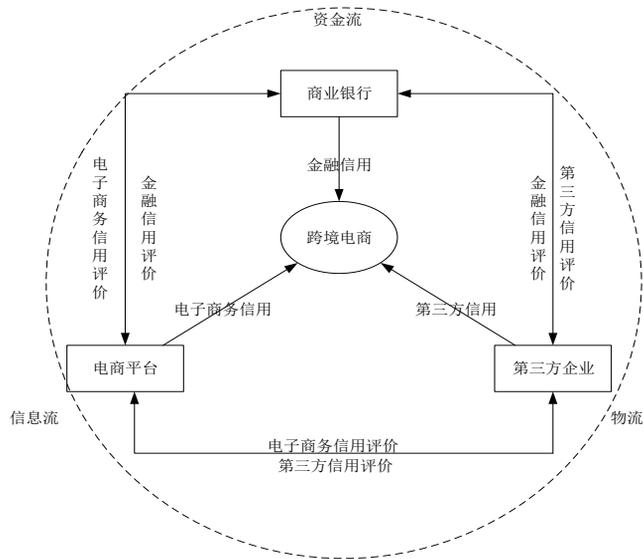
2. 应用BPO结算技术提高效率

BPO结算技术是第三方支付平台公司发展贸易支付结算优势的重要途径之一。跨境电商平台订单品种多、分散，金额少，对于自营型跨境电商平台，平台成批进出口的商品无法与进出口企业的需求做到一一对应，如果在跨境电商平台嵌入国际结算电子化最新技术BPO，可有效解决跨境电商平台的这些问题，加快支付结算的速度，加速平台商流、货流、资金流的流动性，加速贸易的进程，实现银企共赢。积极利用区块链、BPO结算技术的创新，提高贸易支付结算服务效率，缩减支付结算成本。

■ 跨境金融服务创新缓解贸易融资难担保弱

目前，金融机构的跨境金融服务内容单一，在跨境电商平台上的应用受限。由于跨境电商平台大部分为中小企业，同时区别于传统客户，更存在贸易融资难，担保能力弱的问题。为提高中小企业授信速度，帮助中小企业获得更多融资渠道，在跨境电子商务授信方面推出最新授信流程，缩减授信时间，为中小企业赢得更多融资机会，如图4-2所示。

图4-2 跨境电子商务授信创新流程



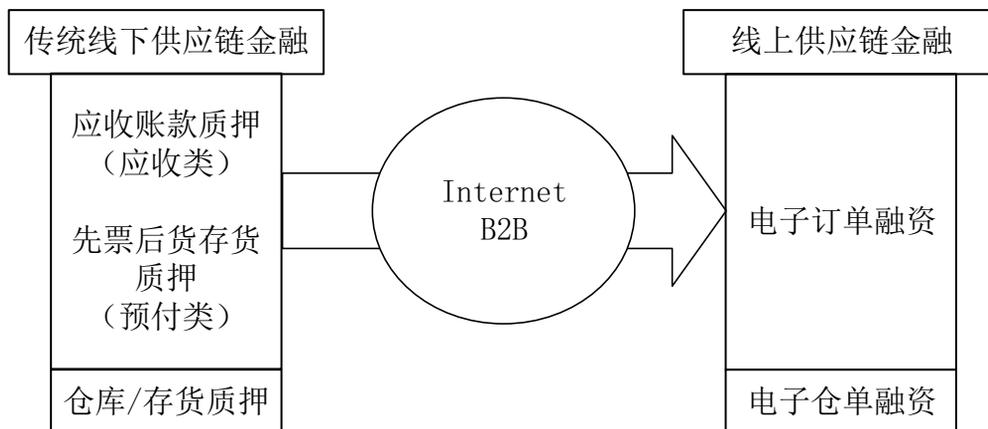
资料来源：笔者自行绘制

1. 加大跨境供应链金融创新

图4-3展示了从传统供应链融资到线上供应链融资的模式演进。专注于交易过程中的“卖方市场”成为供应链金融创新不可或缺的支撑点。跨境支付机构（部分银行和第三方支付平台）为中国跨境电商量身定制的收款方案不仅能够一站式轻松从海外跨境电商平台收款，更拓展到B2B 外贸担保支付以及电商生态圈金融，助力商家的业绩发展。金融机构的电商圈闭环支付系统也是其特色。金融机构和第四方、信息平台、跨境物流等公司合作形成闭环收款系统，卖家只需在合作服务商后台选择某跨境服务金融机构作为缴费方式即可享受零费用、零汇损的即时外币缴费服务，告别某第三方支付或资金回到国内然后再交给服务商的累赘路线，手续费也较低。此外，某些第三方跨境支付平台还与专业的增值税服务提供商合作，免费帮助卖家应对欧洲VAT^[4]增值税问题，卖家可以用跨境支付平台的余额免费支付英国VAT税费，从此不再为做帐，报税和缴纳增值税而伤神。

[4] VAT，Value-added Tax，最早起源于法国，是在欧盟应用的一种税制，等同于中国地区的增值税。

图4-3 传统供应链融资到线上供应链融资的模式演进

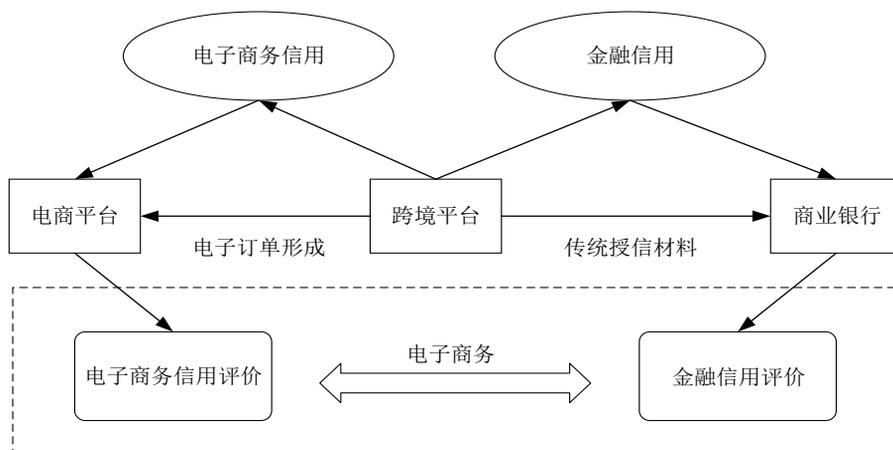


资料来源：笔者自行绘制

2. 跨境电商平台加大与跨境金融服务平台合作

当前跨境电子商务平台建立金融信用的过程如图4-4所示。未来金融机构在跨境电商平台创新发展供应链金融，要着重关注与电商平台进行跨界合作，实现共赢；同时注重跨境电商平台产品差异化设计，跨境电商的供应链金融产品设计方案要结合产业情况、企业规模和资金需求特点，根据区域特点、产业特征，为某一跨境电商企业/行业量身打造个性化的供应链金融产品方案，才能在同质化竞争中脱颖而出。

图4-3 传统供应链融资到线上供应链融资的模式演进

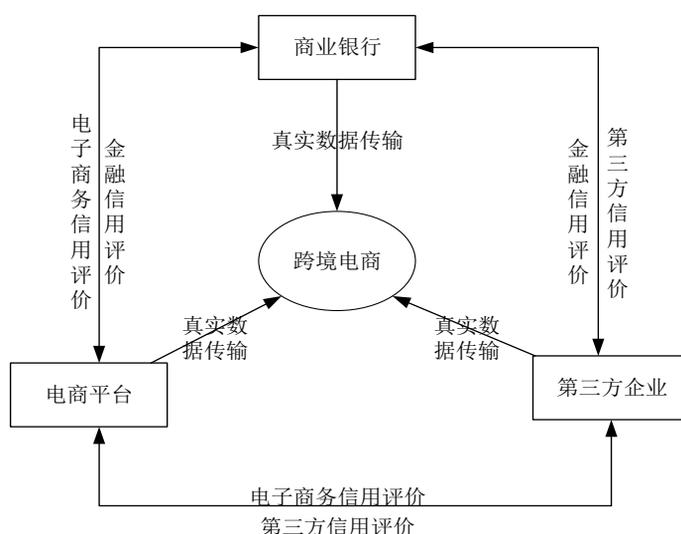


资料来源：笔者自行绘制

3. 跨境电商金融服务要注重跨境电商平台多维度的风险防控

对于跨境电商金融服务的风险防控方面，不仅要关注该融资企业本身的经营状况，还要关注其贸易伙伴、核心企业、该产业链的上下游企业、市场变化、政策导向及消费者需求变化等外部因素。在产品的创新过程中，金融机构要始终以控制资金授信风险为先，再进行对物流、资金流的控制，做好对供应链上有实力的关联方的信誉捆绑。图4-5展示了跨境电商平台信用评价构建情况。

图4-5 跨境电商平台信用评价的构建



资料来源：笔者自行绘制

对于个人信息的风险防控方面，在注册跨境支付平台时，大部分平台都要接入统一建立的支付卡行业数据安全业界标准，其目的是降低持卡人数据在支付处理环节被泄露的安全风险。相比较ISO 27001信息安全管理国际体系标准及其它行业标准，PCI DSS审核【PCI DSS】标准是由VISA、MasterCard、美国运通、JCB和Discovery共同制定，这个标准具有更强的行业针对性，是目前全球最严格、级别最高的金融机构安全认证标准。PayPal和Payoneer都接受了这一标准的认证和检查。

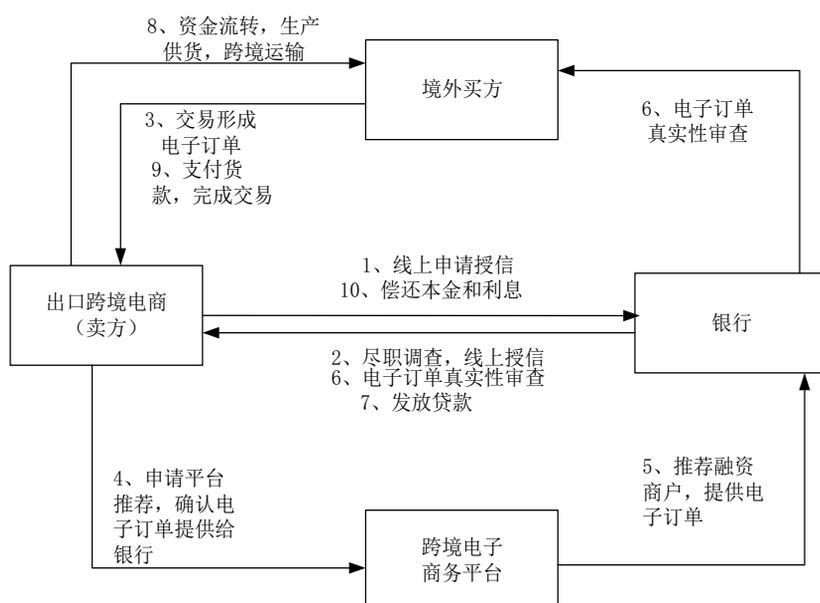
4. 跨境贸易金融产品的组合创新

金融机构为跨境电商平台提供的贸易金融产品，在保值避险、财务管理的创新方面，可以借鉴传统贸易的手法，同时，由于跨境电商发展在人民币币种结算上，有政策支持优势，因此，金融机构对内，可以在币种选择、产品选择等方面进行组合创新，对外，也可加强与外部机构的合作，例如保险机构，信用机构的合作等，突破产品限制，丰富产品内容，达到保值避险及财务优化管理的目的。

5. 借助服务模式的创新和新工具的应用，设计增值类产品规避风险

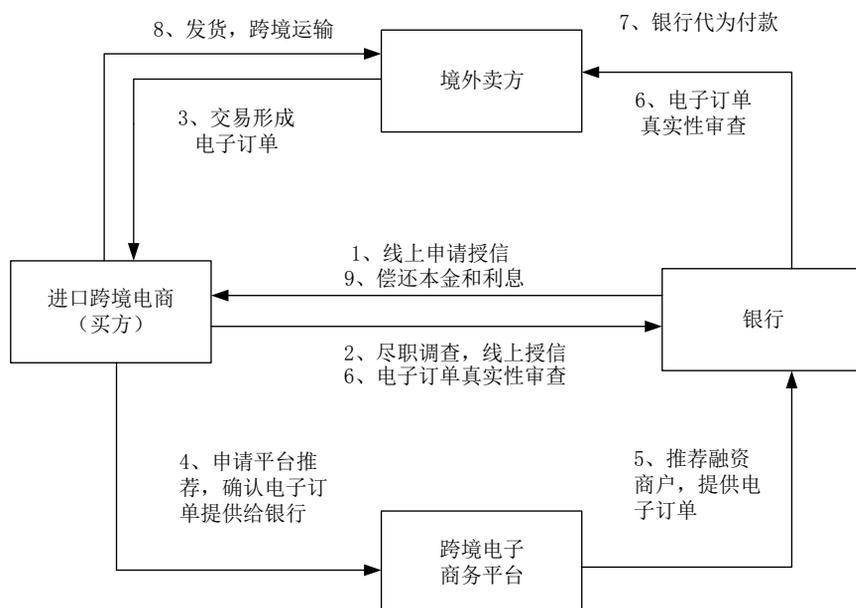
目前，跨境电商平台的电子商务订单融资模式包括出口型和进口型两种，具体流程如图4-6、4-7所示。由于跨境电商平台上的客户广泛，客户资信和企业实力参差不齐，因此可以通过制定平台客户专属定制模式和境内外联动模式来创新贸易金融增值类服务产品，同时由于跨境电商平台四流信息相对集中，可以借助大数据、互联网等新工具的应用，解决需求不对称，并对风险起到规避作用。

图4-6 出口型电子商务订单融资业务流程图模式



资料来源：笔者自行绘制

图4-7 进口型电子商务订单融资业务流程图模式



资料来源：笔者自行绘制

6. 大数据、互联网、人工智能等新型工具的使用

跨境电商平台金融服务将研发人工智能系统，为买卖双方提供24小时的在线服务，处理贸易交易及管理应收、预付账款，在系统中融入供应链金融模型，使客户缩短变现周期、获取实时信息就是人工智能应用于贸易金融的一个案例，通过此案例，也可以给我国国内金融机构一些启发。今后保值避险、财务管理类的贸易金融增值产品，需要人工智能进一步发展，当机器可以理解，会思考，进入到第三个阶段时，金融机构的贸易金融增值类产品无论是产品内容，还是产品风险，都会得到更精确地演算和控制。

7. 培养适应跨境电商金融服务需要的复合型人才

培养适应跨境电商业务发展的金融服务人才，可以从这三方面着手：一是金融机构直接招聘高校培养好的复合型人才；二是金融机构对现有人才的培训或轮岗，专业互补；三是金融机构加强与跨境电商平台的交流互动。

■ 推进跨境电子支付业务建设的建议

跨境电子支付作为跨境人民币贸易结算体系的新突破口，可以通过以下几个方面发力以解决其建设发展问题。

1. 以哈萨克斯坦为突破口推进跨境电子商务与电子支付

推进中亚各国采用人民币计价结算，不能盲目进行，可以首先选取一个国家作为突破口。在中亚五国中，哈萨克斯坦的经济实力最强，而且与中国的贸易往来较为活跃，是中国在中亚地区最大的伙伴国。哈萨克斯坦在新疆启动跨境贸易人民币结算试点后，便实现了人民币对坚戈的兑换。中哈两国已经存在良好的合作基础，中国对哈萨克斯坦的市场环境也有所了解，有利于人民币计价结算在哈萨克斯坦的推进。

2. 在跨境金融领域多国签署双边本币互换协议

加强与中亚国家之间的协商交流，继续与中亚各国签订或完善双边本币互换协议。建立多层次、宽领域的合作关系，消除贸易摩擦，加强双边金融合作。同时，针对中国与中亚各国之间的具体情况，进一步发展双边货币结算机制，并向资本领域进行拓展。

3. 鼓励在重点金融业务地区设置金融分支机构和结算中心

鼓励金融机构在中亚地区设置分支机构，使中国金融机构走向中亚地区，加强与境外商业银行账户往来，根据地区情况设置人民币兑换点和自动存取款设备，为人民币在中亚地区的使用提供基础服务，推进跨境人民币结算业务发展，加强金融业务往来和相互交流，促进金融服务在中亚地区不断推广，为人民币跨境结算提供有力支持。同时，要在中亚地区建立统一的人民币结算中心，方便人民币在丝绸之路经济带的结算，提供安全有效的人民币结算系统。

■ 跨境支付平台选择建议

全球多平台型跨境电商企业选择性价比较高的跨境支付平台，全球型跨境电商企业的目标用户覆盖较多国家和地区，在选择三方跨境支付平台时，首先需要考虑支付平台是否支持多平台以及支付平台的国际影响力。PayPal、Payoneer和PingPong都与国际主流跨境电商平台有合作，尤其PayPal和Payoneer在全球超过200个国家拥有用户，品牌效应是其他跨境支付平台无可比拟的。Payoneer有一大特色是同为国际著名支付平台的PayPal所没有的，Payoneer建立了自己的电商生态圈金融，打造了Payoneer特有的电商圈闭环支付系统。卖家可以通过Payoneer享受零费率、零汇损的即时外币缴费服务，免费支付欧洲VAT税费，这一增值服务极大方便了企业的海外服务业务。在三大平台开展跨境电商业务，追求性价比的商家建议可以选择效率较高、汇损较低的平台。

■ 跨境支付金融服务的选择建议

跨境电商出口型企业，例如速卖通及阿里巴巴国际站企业建议选择信用担保型支付平台，并且通过信用担保型平台企业可以进行广告搜索服务增值，赢得更多的曝光。

跨境电商出口型企业建议选择国际知名度较高的跨境支付平台PayPal和Payoneer。这两个平台在买家怀疑假货、冒牌，或声称信用卡被盗刷、未收到货和货物与描述不符，商家的账号很容易因此被封，因此这些平台的保护政策对于跨境电商来说是把双刃剑，进出和出口企业要确保自己的货物不是冒牌仿牌，同时遇到国际诈骗也要积极申诉，捍卫自己的权利。

第五章 结论

根据上述研究，2020年度中小企业跨境电商金融服务总体结论如下：

1. 从跨境电商的发展历程来看，目前中国的跨境电商处于全产业链时代，跨境交易的各个环节都对行业的发展起着至关重要的作用。政府的政策扶持、线上平台的增多、产品的定制特征显著，使得跨境电商用户规模逐渐扩大，进入全产业链时代后，跨境电商交易规模从2014年的4.2万亿元增长至2019年10.5万亿元，并有望在2022年突破15万亿元大关，说明跨境电商金融服务的前景无量。

2. 从中国跨境电商平台的市场格局来看，市场份额将会进一步向龙头企业聚集，市场集中度将会有所提升，降低中小卖家融资成本，为中小卖家提供一条新的融资渠道。

3. 从跨境电商的平台优势来看，以Payoneer为代表的跨境电商支付企业为进一步提高跨境金融服务质量，适应时代发展趋势，运用前沿新兴技术实现跨境汇款实时到账，提升用户体验感，实现跨境支付便利化，同时加强了支付结算过程当中的安全性。此外部分跨境电商、跨境支付平台还积极推出财务管理咨询服务，为贸易产业链中的重点客户提供专门增值服务，来优化客户财富管理系统。

4. 从跨境金融服务面临的问题来看，虽然跨境金融服务顺应时代不断创新，但在发展过程中仍面临着新的问题和挑战，支付结算成本高、融资困难、产品种类少风险大、人才紧缺等问题亟待解决。可以通过区块链技术来改善信息不对称现象，提高买卖双方信任度，达到缩减成本的目的；跨境电商平台可以加大跨境合作，如提供不同币种账户，降低中小企业的费率成本；在产品种类上，通过区分用户来提供定制性产品，满足不同客户的需求，同时也能达到降低信用风险的目的；进入大数据时代，新型工具的使用必不可少，将大数据技术应用于跨境电商金融服务的同时，也需要注意培养与其相关的复合型人才，推进技术与人才相结合计划。

报告名 中国中小企业跨境电商金融服务白皮书

出品  中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL  智金未来

出品时间 2021年5月

特别鸣谢 中国经营报特聘专家李虹含教授团队

