

支付机构依据国家外汇管理局跨境外汇支付试点政策，开展跨境电子商务货物贸易及服务贸易跨境资金结算服务。此前跨境支付试点业务范围主要包括十大行业：货物贸易、酒店住宿、留学教育、航空机票、国际展览、旅游服务、软件服务、国际运输、国际会议、通信服务。以下主要针对目前比较热门的行业领域进行简述。



一、跨境电商（货物贸易）

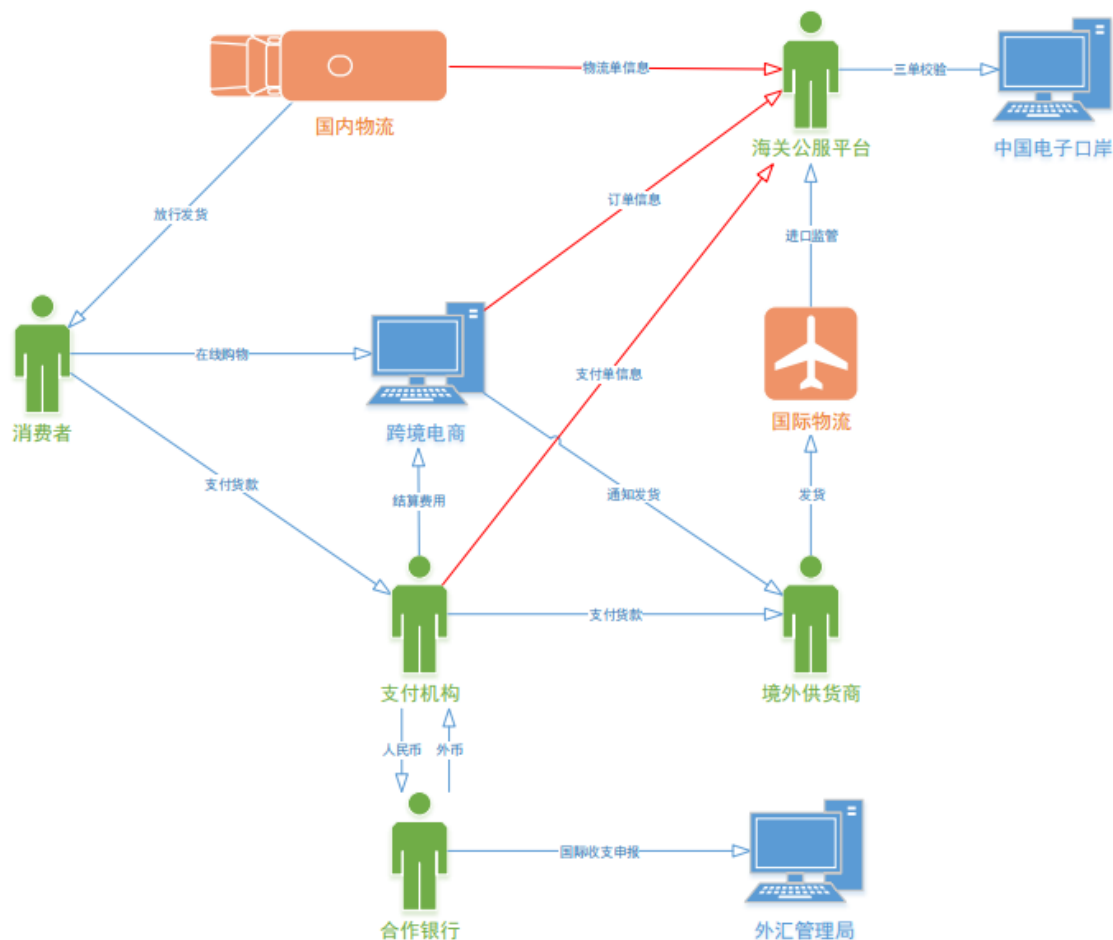
1. 跨境电商的业务模式

一般贸易：传统进出口贸易模式，通过大宗货柜进口或出口，采取一般方式报送海关。其支付服务为大额单笔支付、跨境资金结算、电子化支付及单据及时汇兑、实时牌价、跨境外汇或人民币多币种支持。集货模式：建立海外仓库，通过海外直采，在海外打包分装，然后邮递进中国，集中清关。其支付服务为便捷的在线支付，单笔大额、7×24 小时、外汇无额度限制、实时牌价、多币种支持、三单合一、快速通关。备货模式：采用一般贸易模式从贸易公司或代理商采购，通过保税仓备货，然后分拣发货，报关销售。其支付服务为大额支付、批量集中汇兑、大额资金进出境、海关数据对碰、供应链金融增值服务。

2. 跨境电商的经营模式

M2C 平台模式：跨境平台做大交易量，资金沉淀，规模化效益，入驻商户轻运营，低成本，快速起量。C2C 代购模式：买手服务，SKU 齐全，APP 模式，撮合式交易，资金分散处理，代收代付。B2C 零售模式：自建平台，投入大，导流成本高，品类可控，品牌效益，用户积攒，便捷的支付，资金快速归集，境内外资金灵活处理。

3. 跨境电商的支付流程



境内消费者：通过跨境电商平台进行在线购物；支付货款给到支付机构；跨境电商：在海关总署平台完成电商报关备案；通知境外供货商发货；支付机构：通过合作银行完成购汇；向境外供货商支付货款；向境内跨境电商结算货款；向海关总署平台进行报关备案；合作银行：为支付机构完成换汇；向外汇管理局进行国际收支申报；境外供货商：向境内消费者发货；海关总署平台：通过中国电子口岸完成三单校验（订单、支付单和物流单）；物流公司：向海关总署平台进行报关备案；通关之后向消费者进行发货。

二、留学教育

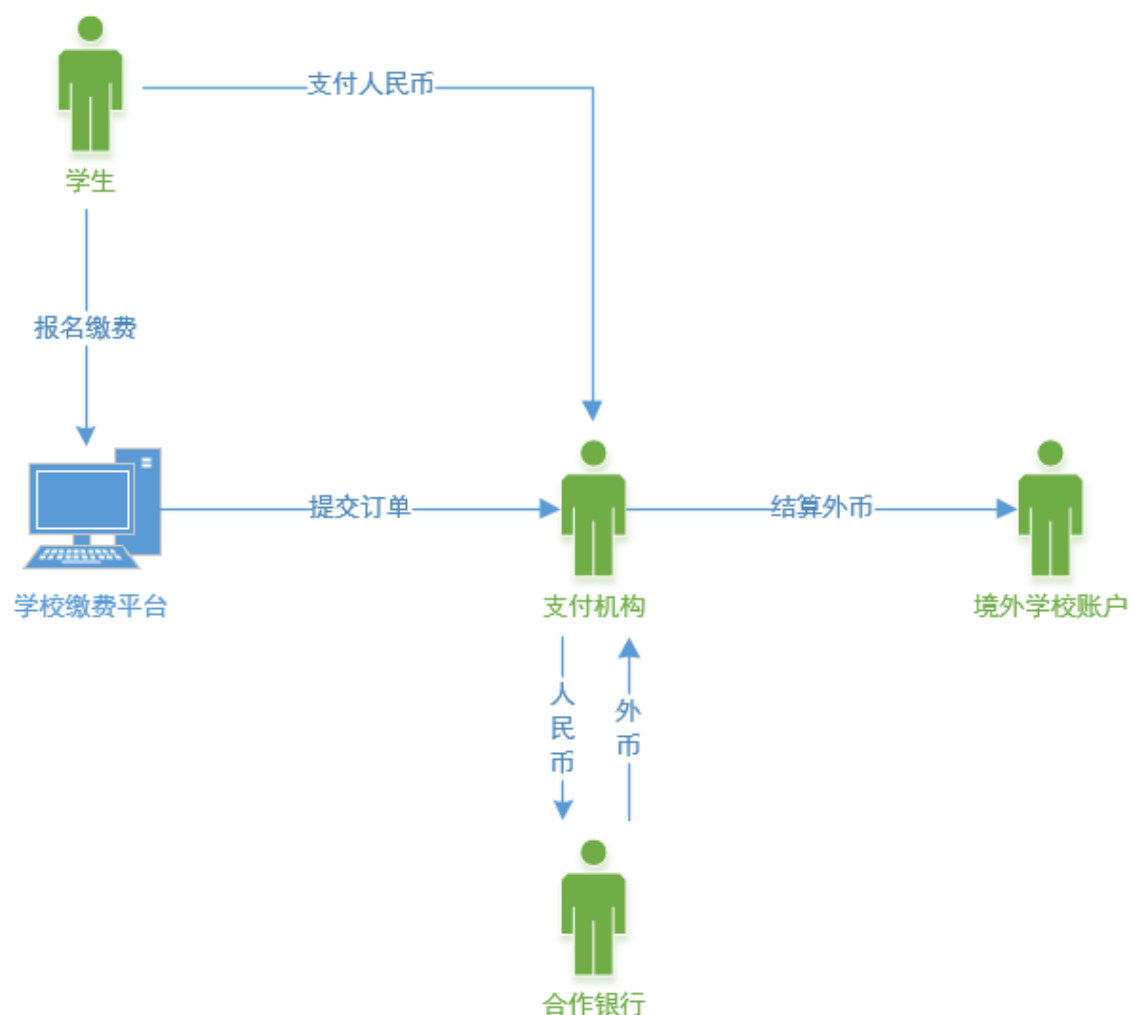
1. 留学教育的业务模式

海外直收：海外学校通过与境内支付机构的合作，面向境内学生及家长直接收费；其交费服务为 B2C 支付、单笔大额支付、及时汇兑、外币标价、实时牌价、及时结算。交费平台：各学校入驻交费平台，统一由交费平台与境内支付机构对接面向境内收费；其交费服务为 B2C 支付、B2B 支付、批量集中汇兑、实时牌价、人民币标价、外币标价、及时结算。境内代收：境内合作机构通过与境外学校代收授权，通过境内支付机构代收学费；其交费服务为 B2C 支付、B2B 支付、人民币标价、订单分账、外币结算、实时牌价。

2. 留学教育的业务特点

集中交费：留学交费季相对固定和集中，支付机构需要承载短期内大量交费，集中收付要求支付便捷，资金结算快速；分期续费：一次交费，信息绑定，续费简单，全年外汇无额度限制，分期续费更轻松；到账及时：实时牌价，及时购汇，及时付汇，全球 3 个工作日到账，最快实现 T+0。

3. 留学教育的支付流程



境内学生：登录学校缴费平台报名缴费；支付费用给到支付机构； 学校缴费平台：向支付机构提交订单； 支付机构：通过合作银行完成购汇；向学校缴费平台海外账户结算外币。

三、旅游服务（酒店住宿、航空机票）

1. 旅游服务的业务模式

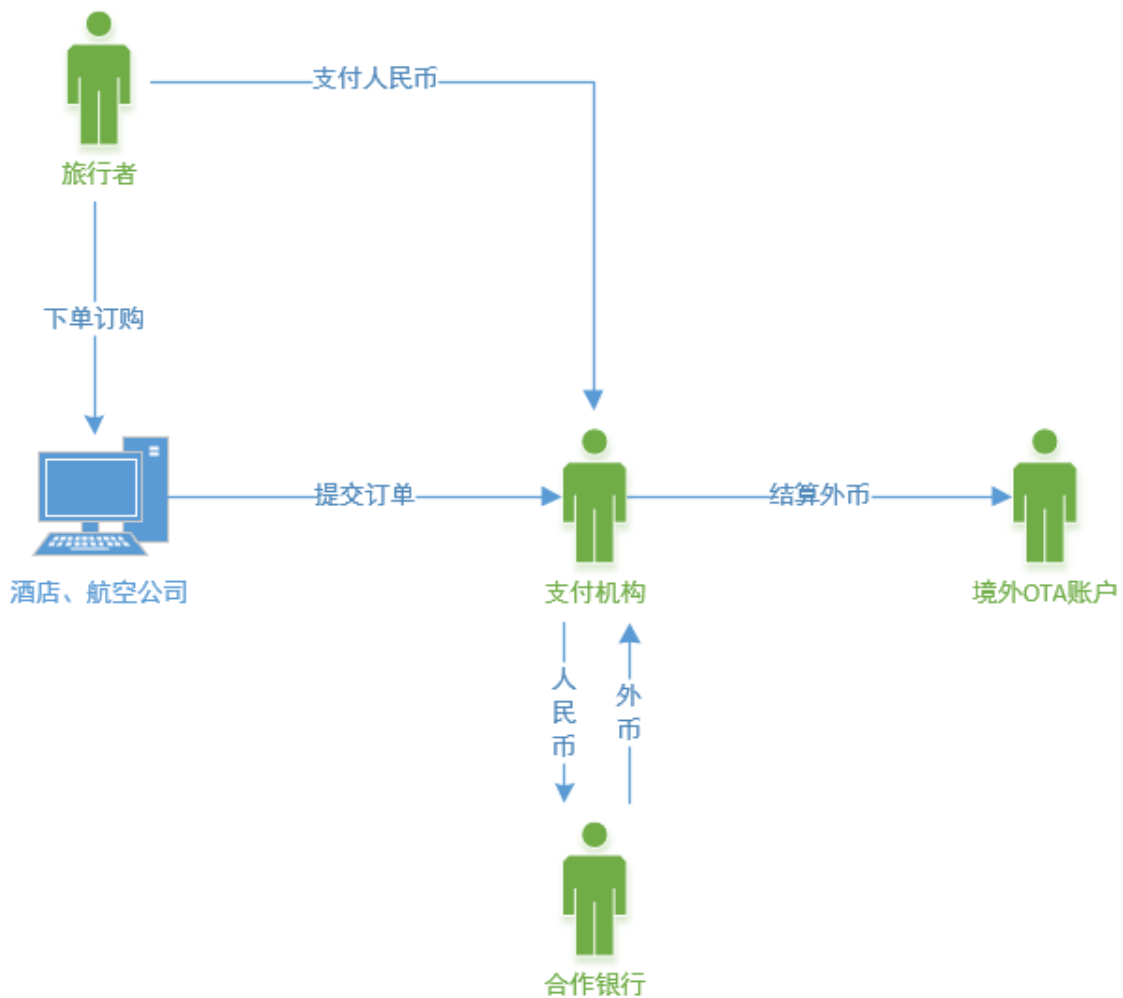
海外直营：海外酒店、航空公司、旅游公司通过网站直接面向客户（中国客户），进行旅游服务销售；其交费服务为 B2C 支付、单笔大额支付、及时汇兑、外币标价、实时牌价、及时结算。 境内分销：旅游服务机构批量采购境外旅游服务产品，在通过境内渠道进行分销；其交费服务为 B2C 支付、B2B 支付、集中批量购汇、人民币标价、外币标价、

实时牌价。旅游平台：以入驻销售、代运营销售模式为主，实现 B2B、B2C、C2C、O2O 等旅游撮合交易；其交费服务为 B2C 支付、B2B 支付、人民币标价、订单分账、外币结算、实时牌价。

2. 旅游服务的支付特点

收单特点：B2B、B2C、Web 端、移动端全网支付、单笔大额、多币种标价、及时汇兑；
用汇主体：还原至终端用户（B2C）、还原至渠道商（B2B）；
汇兑结算：实时牌价、及时购汇、及时付汇、批量集中汇兑、大额资金跨境。

3. 旅游服务的支付流程



境内旅行者：登录 OTA（酒店、航空公司或旅行社）网站平台下单订购旅游产品；支付费用给到支付机构；OTA（酒店、航空公司或旅行社）：向支付机构提交订单；支付机构：通过合作银行完成购汇；向 OTA（酒店、航空公司或旅行社）海外账户结算外币。

四、国际运输

1. 国际运输的业务模式

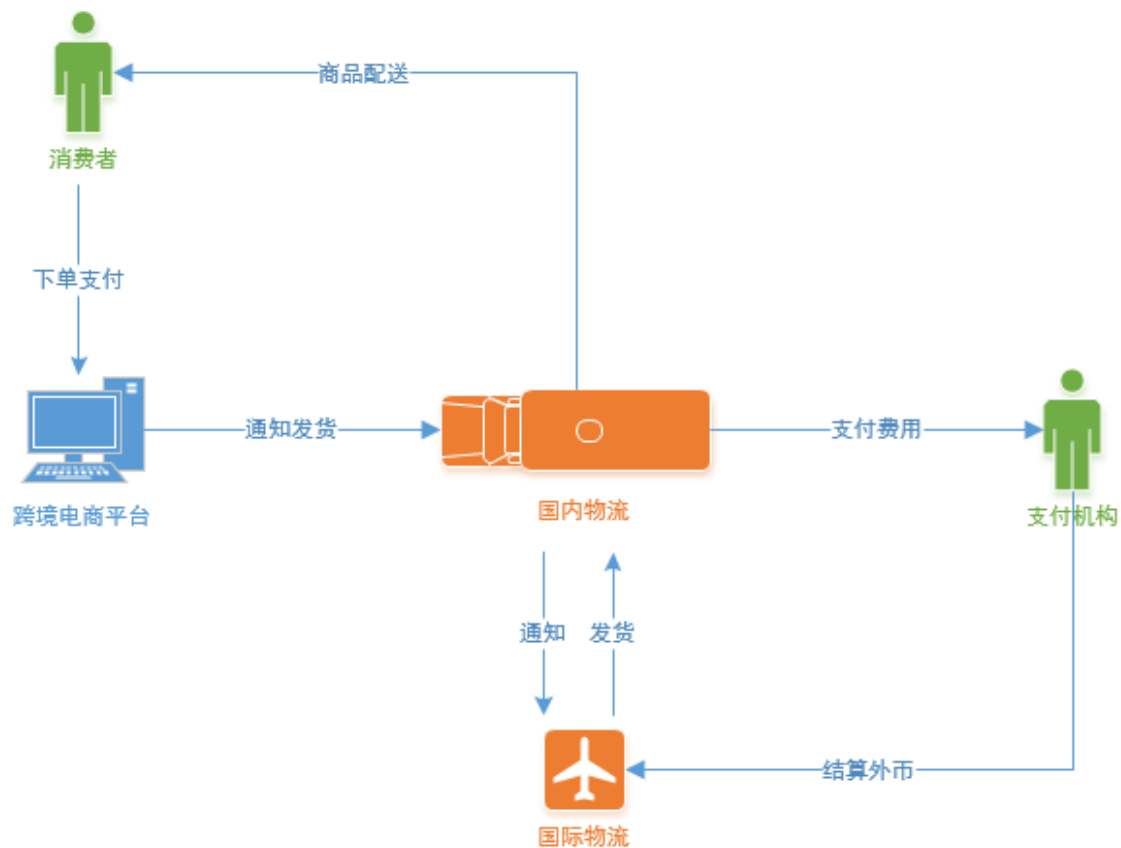
邮政包裹：中国跨境电商出口业务 70% 的包裹都通过邮政系统投递，其中中国邮政占据 50% 左右的份额。虽然邮政网络基本覆盖全球，但运输时间长，丢包率高。国内快递：国内快递主要指 EMS、顺丰和“四通一达”。在国内快递中，EMS 的国际化业务是最完善的。依托邮政渠道，EMS 可以直达全球 60 多个国家，费用相对四大快递巨头要低。

专线物流：一般是通过航空包舱方式将货物运输到国外，再通过合作公司进行目的地国内的派送。这种方式通过规模效应降低成本，但在国内的揽收范围相对有限，覆盖地区有待扩大。国际快递：主要由 UPS、Fedex、DHL、TNT 四大巨头包揽。国际快递速度快、客户体验好，但价格昂贵。例如使用 UPS 从中国寄包裹送到美国，最快可在 48 小时内到达。海外仓：卖家先将货物存储到海外仓库，然后根据订单情况进行货物的分拣、包装以及规模化递送。虽然解决了小包时代成本高昂、配送周期漫长的问题，但也存在容易压货、运维成本高等问题。

2. 国际运输的业务特点

传统国际运输主要以生产型为主，业务占比较高，跨境电商物流主要是消费型，业务占比较低；传统国际运输对时效性、服务质量要求比较高，而跨境电商物流则对价格比较敏感；整体上来说，国际物流属于高频、中低额度，对价格，效率和便利性较为敏感。

3. 国际运输的支付流程



境内消费者：通过跨境电商平台进行下单购物；跨境电商：通知境内物流公司发货；国内物流：通知合作的境外物流公司发货；向消费者完成商品配送；支付物流费用给到支付机构；国际物流：完成发货；支付机构：为境内物流公司完成购汇；向境外物流公司结算物流费用。

作者：辛克；个人微信公号：辛克派

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议