

聚焦多元化、场景化特征 金融全周期服务跨境电商

中经记者 郝亚娟 夏欣
上海 北京报道

跨境电商成为外贸新引擎之一。据海关总署初步测算,今年1—

银行创新跨境金融产品

跨境电商企业的金融需求呈现多元化、场景化特征,核心围绕资金周转、风险规避与全球扩张三大主线展开。

随着中国跨境电商企业从“卖全球”到“经营全球”,跨境电商企业的金融需求也从单一的收付款,升级为更复杂的资金管理、风险管理与增长融资等覆盖业务全周期的需求。

跨境商贸和全球支付的金融平台派安盈方面告诉记者,跨境电商企业的需求主要有资金管理、风控、融资以及资源对接等。一是高效集成的资金管理需求。跨境卖家在不同国家和地区、不同平台经营,需面对多币种、多渠道、多监管体系。如何用一个账户安全高效地管理全球收付款、快速结汇,是企业最基础也是最迫切的需求。二是专业的风控需求。面对全球市场的汇率波动、不断演进的平台政策与各地合规要求,企业需要专业的产品与服务进行汇率风险管理、构建合规体系与资金安全保障。三是灵活的增长融资需求。为应对库存备货、营销推广、渠道扩张等增长节点,企业需灵活、快速的流动资金支持。四是生态体系拓展需求。在“走出去”到“走进去”的转型中,企业需要的不只是资金,更包括市场洞察、平台资源、物流税务服务等包括生态资源对接在内的金融服务。

“跨境电商企业的金融需求呈现多元化、场景化特征,核心围绕资金周转、风险规避与全球扩张三大主线展开。”薛洪言也指出,企业既需要高频小额的流动资金支持以应对采购备货、海外仓储等环节的周期性资金占用,也依赖高效的多币种结算和汇率风险管理服务来降低跨境交易成本,对信用保险、供应链金融等衍生服务也有着强烈需求。这些需求的突出特点是与

9月跨境电商进出口额增长6.4%。顺应这一快速增长趋势,银行加速推出多样化的跨境电商金融服务,以满足企业在融资、支付及资金结算方面不断扩大

的需求。

苏商银行特约研究员薛洪言在接受《中国经营报》记者采访时指出,跨境电商企业的金融需求呈现多元化、场景化特征,核心围

绕资金周转、风险规避与全球扩张三大主线展开。对此,银行可与第三方机构构建“数据互通—流程嵌入—生态共建”的协同合作模式。

跨境电商专属服务

为跨境电商企业提供高效、安全、合规、经济的全场景跨境金融服务方案

跨境收款

- 支持多平台
- 支持多账户
本外币结算账户、FTN账户、NRA账户



专属福利

- 专属优惠
结汇优惠、融资优惠券.....
- 服务商建联
知识产权服务商、物流服务商.....

存贷服务

- 本外币资金融通
出口易贷、杭跨贷
- 本外币存款/理财
活期、定期、定制

跨境支付

- 跨境服贸直通车
物流费、广告费、VAT税费、海外仓储.......
- 单一窗口“一键汇”
境外采购
- 支持多币种

本报资料室/图

某城商银行跨境电商金融服务内容。

其数字化交易场景深度绑定,即融资需求呈现“短、小、频、急”的特征,与传统大额授信模式形成鲜明对比;支付需求因涉及多国货币、多种支付习惯而格外复杂,且对资金到账时效的要求远高于传统贸易。

围绕这些需求,银行业持续推出创新解决方案。比如,中国银行(601988.SH)升级跨境电商全球化解方案——“中银跨境电商通”,实现跨境电商境内外、进出口、本外币等场景服务全覆盖,具有系统处理高效、交易模式灵活、业务安全合规等特色优势。其中,全新推出的境外收款等解决方案,将方案服务链条进一步

延伸至海外。目前,“中银跨境电商通”已与超80%市场头部支付机构及跨境电商平台或独立站达成合作,今年前三季度交易规模较同期增速近50%,远高于市场增速。

在融资方面,广东华兴银行推出“跨境电商贷”,依托大数据分析与智能风控等科技赋能手段,为跨境电商企业提供高效、灵活的短期流动资金支持,精准缓解企业在备货、账期等方面的压力。在资金周转方面,宁波银行(002142.SZ)“外汇管家”帮助跨境电商企业提升资金周转效率。据了解,该平台直连全球主流电商平台(Amazon、eBay、Shopee等),

实现销售资金T+0到账。2024年累计处理跨境结算金额超1200亿美元,跨境电商结算占比35%,最快实现资金2小时到账。

在资源对接方面,杭州银行(600926.SH)完成覆盖亚马逊全站点、TikTok本土店及Wayfair、Shein等主流平台的直联对接,高效的跨境收款服务网络已延伸至全国超30个跨境电商产业园区,为跨境电商企业提供高效、便捷的跨境金融解决方案。同时,杭州银行加速布局全国重点跨境电商产业带,针对本地工厂在收款、账户管理、汇率波动、海外主体资金管理等实操环节的痛点,推出定制化解决方案。

在资源对接方面,杭州银行(600926.SH)完成覆盖亚马逊全

如何完善金融支持体系?

银行应与物流企业、保险公司等合作打造综合服务方案,从而形成覆盖跨境电商全生命周期的金融服务生态。

跨境电商作为新业态,其高度复杂的交易结构也进一步加剧了企业的融资难度。

派安盈方面指出,跨境电商企业通常面临多平台、多币种资金分散的问题,资金归集效率低;多个收款账户并行也使资金管理更加复杂。与此同时,频繁的币种转换不仅带来汇兑损失,汇率波动还会使利润充满不确定性。此外,各国税务和海关政策复杂多变,中小卖家难以凭借自身力量全面应对,合规成本随之攀升。

“银行传统信贷模式与跨境电商企业轻资产运营结构不匹配。”薛洪言表示,由于缺乏可供抵押的固定资产,而核心资产又多为库存、店铺账号等难以评估的数字化资产,银行往往因信息不对称而难以提供足够的信贷支持。同时,跨境交易中不确定的账期与平台回款周期进一步加剧了企业的资金周转压力。

在支付方面,企业普遍面临成本高、效率低、风险复杂三重困境:传统银行电汇手续费较高且到账周期长,第三方支付平台虽便捷但面临汇率波动和费率问题,而不同国家的支付合规要求与支付习惯差异更增加了企业搭建全球支付网络的难度,部分中小卖家甚至因支付渠道单一而面临订单流失风险。

北京银通智略投资咨询有限公司公众号文章指出,虽然跨境电商行业快速发展,但是商业银行跨境电商融资也面临着诸多挑战。首先,由于跨境电商的贷款周期短,许多跨境电商企业融资一般都是为了满足自身的短期资金周转需求,贷款金额较低且频率较高,贷款时效性较强,由于受到行业类型的限制,跨境电商行业的内部资金腾挪空间有限,且普遍存在缺乏质押物等问题,无法为其融资进行有效的担保。基于以上特点,造成了商业银行对跨境电商融资中风险成本、运营成本、服务成本高等问题的产生。

其次,跨境电商企业相较于境内电商企业,对于商业银行融资的风险相对较大,因为跨境电商活动

涉及全球多个国家和地区,每个地区的意识形态、商业结构与经济发展水平都不相同,所以造成了商业银行对于跨境电商企业的融资管理难度较大。同时,因为国际货币汇率的不稳定性与全球贸易冲突和地缘政治摩擦现象时常发生,也为跨境电商交易附加了不可确定性,这些都为商业银行开展跨境电商融资业务增加了风险。

最后,目前我国的跨境电商交易信息平台构建还不算特别完善,许多跨境电商平台的信息还不足以满足商业银行对跨境电商的融资要求,这也在一定程度上阻碍了商业银行对跨境电商融资的顺利进行。许多跨境电商平台由于信息不顺畅,导致了商业银行无法全面评估跨境电商企业的经营状况,使商业银行对于跨境电商企业的融资行为不能及时作出有效的融资决策。

今年,国家出台多项跨境电商扶持政策,围绕出口退税、通关便利、海外仓建设、试点扩容和生态体系完善等重点领域密集发力。

3月,中国银行、国家金融监督管理总局、国家外汇管理局、上海市人民政府联合印发《上海国际金融中心进一步提升跨境金融服务便利化行动方案》提出了18条重点举措,主要包括五个方面:提高跨境结算效率,便利企业全球资金管理;优化汇率避险服务,提高外汇风险管理与应对能力;强化融资服务,助力企业全球投融资;加强保险保障,提升风险管理水平;完善综合金融服务,提升全球配置能力。

薛洪言建议,银行可通过与电商平台、独立站服务商的数据共享,基于企业的真实交易数据开发纯信用融资产品,实现融资额度随经营状况动态调整。此外,银行还应与物流企业、保险公司等合作打造综合服务方案,例如基于库存数据的仓单质押融资、覆盖交易风险的联合保险产品等,从而形成覆盖跨境电商全生命周期的金融服务生态。

私人银行业务进阶:综合服务转型+科技赋能

中经记者 慈玉鹏 北京报道

今年前三季度,私行银行业务延续上升态势。

截至今年9月末,私人银行客户超过10万户的机构扩容至7家。多家上市银行私人银行客户

收入结构正经历根本性重塑

目前,上市银行三季报披露基本完毕。截至今年9月末,私人银行客户超过10万户的机构扩容至7家,分别为工商银行(601398.SH)、农业银行(601288.SH)、中国银行(601988.SH)、建设银行(601939.SH)、交通银行(601328.SH)、招商银行(600036.SH)、平安银行(000001.SZ)。其中,平安银行为三季度新晋机构。

截至9月末,平安银行私行客户10.33万户,较上年年末增长6.7%;私行客户AUM余额19746.59亿元;另一家股份行招商银行私人银行客户(指在该公司月日均全折人民币总资产在1000万元及以上)的零售客户19.14万户,较上年末增长13.20%。

当然,国有银行私行客户数仍较大幅度领先。从此前公示数据看,截至6月末,农业银行私人银行客户27.9万户,建设银行26.55万户,中国银行21.69万户,交通银行10.26万户。截至2024年年末,工商银行客户为28.90万户。

从增幅看,今年前三季度,多家银行私人银行客户数增幅超过

数前三季度相比2024年年底增加10%以上。

《中国经营报》记者采访了解到,私行业务呈现上升态势的同时,亦存在一定挑战,核心是银行私人银行业务板块从“规模扩张”向“价值深耕”转型相对缓慢,在投

研、产品创新、服务模式以及数字化能力方面存在结构性短板。

业内人士指出,私行业务应进一步加强扁平化管理及部门间融合,提升综合服务效率,加快转型步伐。同时,客户分层应进一步细化。

目前,民生银行(600016.SH)私人银行客户7.34万户,比上年末增长18.21%;私人银行客户总资产10147.22亿元,比上年年末增加1487.53亿元,增幅17.18%。北京银行(601169.SH)私行客户达2.06万户,较年初增长3126户,增幅17.90%;私行AUM规模2240亿元,较年初增长282亿元,增幅14.39%。南京银行(601009.SH)私人银行客户较上年年末增长15.43%。

值得注意的是,目前我国商业银行私行业务,正在从单一产品收入向综合服务转型收入转变。

某华东地区银行人士表示,私人银行业务收入结构正经历着根本性重塑,传统的金融行业私行业务收入是以理财产品销售为主导的单一模式正在逐步弱化,而转向了多元化服务收入。随着高净值客户需求升级,家族信托、税务规划、跨境资产配置等综合服务在总收入中的贡献度显著提升,非利息收入占比持续扩大。部分机构通过模式创新,如与第三方机构合作

度反映了客户对私行业务长期价值管理的需求,促使商业银行从短期交易驱动转向全生命周期服务。

在上述情况下,前三季度银行纷纷加强权益服务能力建设。例如,北京银行公告表示,该行前三季度持续完善权益功能,强化增值服务体系化建设,推进京彩私享汇系列活动。投顾队伍专业化建设成效显著,举办私行投资顾问专家培训,开展线下轮训实战营,私行代销业务规模增长显著。

再例如,平安银行前三季度深化客户分层服务策略,通过做深综合金融、强化公私联动,提供差异化的理财产品及服务组合,为私行客户提供综合化资产配置和财富传承方案,并打造医养、教育、慈善等王牌权益。

同时,平安银行围绕顶级私行客户需求,定制家族办公室等个性化解决方案,升级打造“1+1+N”服务模式(1个专属私行金融顾问、1个总行顶级私行综合顾问及N个细分领域专家顾问)。队伍方面,提升财富队伍综合化经营服务能力,借助智能化资产配置工具,帮助客户实现资产配置、风险管理、税务筹划等综合服务。

向“价值深耕”转型步伐相对缓慢

虽然私行业务呈现上升态势,但发展亦存在一定挑战。

华北地区某银行私行业务负责人告诉记者,挑战根源在于私人银行从“规模扩张”向“价值深耕”转型缓慢。客户分流和资产承压不仅是市场周期问题,

更反映了银行在投研、产品创新、服务模式以及数字化能力方面结构性的短板。这些内容涉及银行体制内的架构,需要组织形式的大幅度变化才能解决。而银行体量相对较大,迭代速度较慢。

上述人士告诉记者,银行数字化转型方面较券商有着明显短板。私人银行依赖传统理财经理服务的模式,在数字化服务、投研支持和资产配置工具上投入不足。相比之下,券商和基金机构更擅长数据驱动的精准服务。还有券商产品质量和服务能力会更专业。不过银行的优势在于面广,比如客户的非金融服务体系,银行资源整合的能力和服务能力要更强。

上海大学上海科技大学金融研究所高级研究员陆岷峰告诉记者,目前私行业务客户需求升级与服务体系滞后。高净值人群财富管理需求已从过去单一资产配置需求转向家族传承、税务规划、跨境服务等综合解决方案的多元化需求,但目前有些私人银行业务仍然是以产品销售为主体,缺乏全生命周期的服务能力。客户经理考核机制偏重于短期业绩,导致“重交易轻关

系”现象较为普遍,难以建立与客户间的长期信任。部分机构虽推出家族办公室、ESG投资等创新业务,但由于其专业人才储备不足,服务深度与客户预期仍然存在着显著的差距。

“同时,市场竞争加剧与同质化的困境。”陆岷峰表示,“国有大行凭借品牌、规模、人才和渠道等方面优势占据主导地位,股份制银行则通过差异化的服务来抢占细分市场,而中小商业银行却面临人才流失和资源约束。因此,整个行业整体呈现一种‘大而全’的竞争格局,服务模式趋同,产品同质化严重,尤其在理财产品设计、增值服务供给上更缺乏创新。

部分机构为争夺客户资源还过度依赖收益率承诺,导致风险定价能力弱化,长期可持续发展面临严重的挑战。”

上述华北地区银行私行业务负责人提及,银行私行业务应强化综合服务能力,尤其需要更扁平化管理、更广的部门间融合,以及更深入的科技内嵌。

根据当前的经济金融形势判断,我国私行业务发展正呈现一定趋势。陆岷峰表示,一是专业化与生态化服务深度融合。未来私人银行业务将突破传统金融边界,向“金融+非金融”生态体系转型。随着高净值客户对家族传承、税务规划、跨境资产配置等综合需求激增,商业银行需整合法律、税务、教育等第三方资源,构建一站式服务平台。例如,通过家族办公室模式

提供遗产规划、慈善信托等定制化服务,同时利用科技手段实现多机构协同。这种生态化发展提升了客户黏性,推动私行收入结构从产品佣金转向服务费、咨询费等可持续模式。

二是科技驱动服务升级。数字化转型进一步重塑私行业务价值链,智能投顾、区块链结算等数字科技成为私行业务的真正核心竞争力。通过大数据分析客户行为,银行可精准匹配投资策略,提供动态资产配置建议。智能风控系统能实时监测市场风险,增强服务安全性。此外,线上平台将打破地域限制,使中小商业银行也能触达高净值客户,缓解资源不均、失衡等问题。此外,客户经理角色从“销售者”转向“价值顾问”,长期陪伴式服务成为主流趋势。

三是监管导向与市场分层下的精细化经营成私行业务新常态。监管政策趋严将进一步推动私行业务合规化、透明化发展,商业银行必须强化业务的风险管理,避免过度依赖短期收益承诺。同时,客户分层管理将进一步细化,要针对不同资产规模、风险偏好的群体提供差异化的服务。例如,对超高净值客户侧重跨境金融、离岸业务,对新兴富裕阶层则聚焦养老规划、ESG投资。此外,市场竞争的加剧也将促使私行业务机构更加聚焦细分领域,如绿色金融、科技企业股权等新兴赛道,从而形成差异化的竞争优势。