

“盈”风加速 | 东南亚聚焦

跨境电商东南亚市场进入战略白皮书

序言

东南亚电商,正以惊人的速度复刻中国电商高速增长的黄金时代。

2024年东南亚电商GMV达到1284亿美元,短短5年涨幅超过3倍。全球电商2024年GMV增幅最快的十大市场中,东南亚独占四席。

东南亚是拥有约6.7亿人口的广阔市场,在现今全球关税的不确定性大格局下,因其电商基建完善,利好的贸易政策,和更高的年轻人口占比,成为跨境卖家生意拓张焦点之一。

面对如此历史性的机遇,卖家应如何精准把握时间窗口,搭上这趟增长快车,从而在东南亚市场的浪潮中“盈”风加速,乘势而上?

为了帮助卖家进一步了解东南亚市场,派安盈特别推出《东南亚聚焦:跨境电商市场进入战略白皮书》。

本白皮书致力于:

1. 深入解析东南亚市场的增长机会与经营挑战,助力卖家消除信息壁垒,精准把握市场先机。
2. 提供市场进入策略、本地化运营方案及渠道布局的实战指南,帮助卖家高效开拓东南亚市场,找到确定性。

声明:

1. 本白皮书基于我们认为可靠的公开信息编制,但对其准确性、完整性不作任何保证。白皮书中的观点、结论仅供参考,不构成对您的建议。
2. 白皮书中提及的信息和数据可能随着时间推移、法律法规变化、市场环境变动等因素而不再准确或适用,建议核实最新政策。
3. 您应自主作出业务决策并自行承担风险。如您需要财税、外汇、法律专家意见,应该向具有相关资格的专业人士寻求咨询帮助。
4. 未经书面授权,禁止转载、引用或公开发布。

PART 1. Payoneer派安盈关税调研

根据Payoneer派安盈于近期开展的专项调研数据显示,在针对不同业务类型及规模层级的跨境出口企业调查中,东南亚市场的战略布局与资源投入呈现以下核心趋势特征:

市场格局现状	东南亚市场的战略地位日益凸显。调研显示,50%的中型跨境卖家将其列为首要核心市场;同时,约40%的大型卖家和中小企业则视其为第二大关键市场。
海外实体布局现状	在已设立海外实体的受访企业中,逾44%选择落地东南亚,占比显著高于香港、美国等传统枢纽,使其成为企业海外布局的首选目的地。核心入驻国为:马来西亚(MY)、新加坡(SG)、印度尼西亚(ID)、越南(VN)、菲律宾(PH)。
产能转移规划	超过30%受访的跨境电商和外贸出口企业认可东南亚(SEA)在以下三大领域的投资价值: 1. 市场销售拓展、2. 供应链迁移,及3. 本地化布局(设厂/办公室)。

PART 2. 决策判断- 东南亚市场的潜在机会

东南亚正以惊人速度复刻中国电商的黄金时代。

东南亚电商市场飞速增长,从2019至2024年,东南亚电商GMV从371亿美元飙升至1284亿美元,短短5年涨幅超过3倍。2024年全球电商GMV增幅前10名中,东南亚六国占据了4个席位。

371亿 1284亿

• 营商政策

从营商政策来看,东南亚各国与中国贸易关系密切,文化相似性高。东南亚各国纷纷出台利好政策,推动电商行业发展。

• 基础设施

从基础设施来看,东南亚移动互联网普及,移动数据成本下降,物流效率大幅提升,电商基建已基本完善。

• 消费者

从消费者来看,年轻人口红利凸显,在线购物消费习惯、电子支付习惯已形成,且愿意超前消费。

• 电商平台

从电商平台来看,本土电商Shopee、Lazada等全面发力,2022年后跨境电商TikTok Shop、Temu、SHEIN等纷纷加速布局,东南亚电商市场迎来了爆发式增长。

将东南亚与中国大陆电商市场整体成熟度对比,可以发现,东南亚正复刻中国电商高速增长黄金时代的黄金时代。

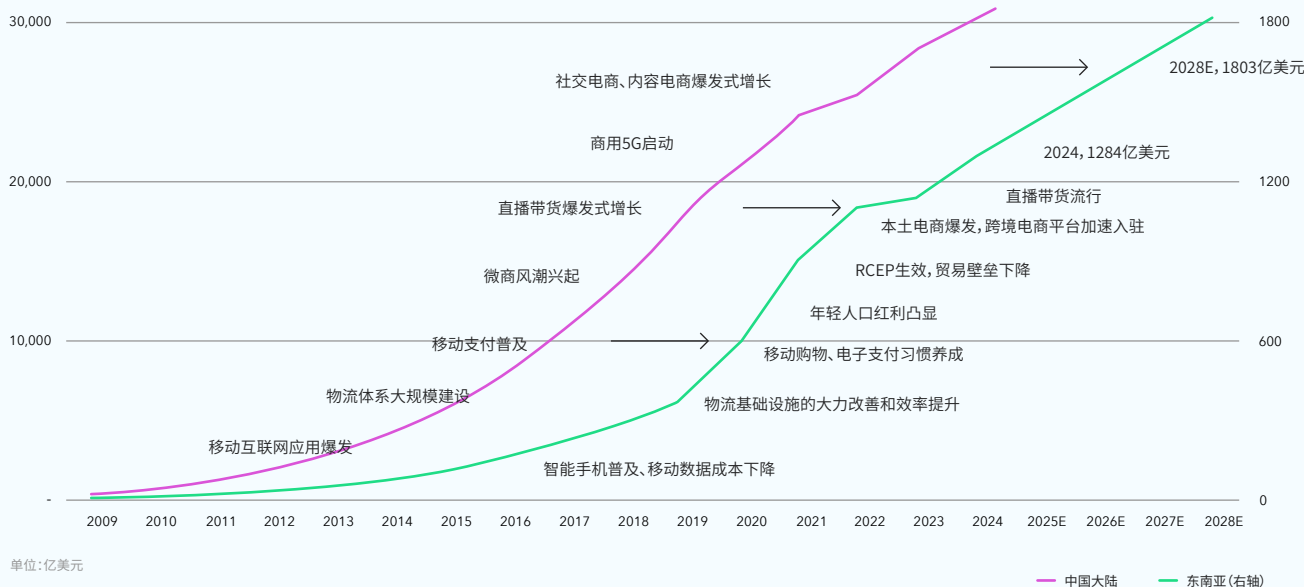


图1 中国和东南亚电商平台GMV

*图1东南亚数据统计范围包括新加坡、印尼、马来西亚、泰国、越南、菲律宾。

然而,更重要的是,东南亚正借鉴复制中国已验证的模式和经验,在细分领域涨势更猛、速度更快。

主要消费市场:新加坡、印尼、马来西亚、泰国、越南

前面我们分析的是东南亚整体情况,如果单独拆分来看,每个市场都是亮点频出。

- **2024年人口年龄中位数**——反映市场活力,与选品、营销策略有关

菲律宾(25.7) < 印尼(30.1) < 马来西亚(30.5) < 越南(32.9) < 泰国(35.7) < 新加坡(40.1)

数据来源:联合国经济和社会事务部人口司,《世界人口展望》,2024年12月

- **2024年人均GDP(单位:美元)**——反映经济水平与消费力,与选品、定价有关

新加坡(90,674) > 马来西亚(12,541) > 泰国(7,492) > 印尼(4,958) > 越南(4,536) > 马来西亚(4,079)

数据来源:国际货币基金组织,《World Economic Outlook》,2025年4月

新加坡:高消费的优质市场

2024年单用户平均收入(ARPU)为1258美元,与中国旗鼓相当(2024年ARPU1207美元),是其他东南亚国家的两倍以上。绝大多数商品免进口关税,低于400新加坡元商品还可以免商品和劳务税(GST),跨境小商品有竞争力。

印度尼西亚:体量最大的市场

印尼是整个东南亚体量最大、人口最多的市场,2024年GMV843亿美元,约占东南亚市场的六成。电商市场活跃,需求极为旺盛。

菲律宾、泰国、马来西亚、越南:电商增长“尖子生”

2024年电商GMV分别增长了24%、23%、18%和15%,增幅位列全球前十。强劲的增长势头,主要得益于年轻的人口结构、不断提升的收入水平、高度普及移动互联网。近年各大电商平台加速布局、拉新,交易量节节攀升。

马来西亚:细分市场机会多

马来西亚是一个多民族、多元文化并存的國家。70%为马来裔,22.7%为华裔,6.6%为印度裔。语言以马来文、英文、中文、印度语为主。国民富足,年轻人众多,38%的人口在25岁以下,且愿意超前消费。

泰国:电商渗透率高

泰国是东南亚第二经济体,中产阶级(日人均家庭消费超过15美元)约占总人口37.5%。电商用户渗透率高,网购用户数超1600万,当地年轻人热衷于追逐日韩潮流美妆与时尚单品。

越南:人口年轻化

有庞大的网购用户基数,人口结构年轻,市场有活力,35岁以下人口占比超过半数,消费者对价格敏感,促销活动十分有吸引力。制造业崛起,生产和供应链极具优势。

菲律宾:增长全球第二

是东南亚第二大人口国,年轻人比例大,英语普及率高。2024年电商GMV34亿美元,在东南亚最低,但增幅24.5%,位列全球第二。

主要供应链中心:越南、泰国、马来西亚

东南亚是转移供应链的热门选择,主要原因是相对低廉的迁移成本,东南亚在劳动力成本、土地成本仍有一定竞争力。地理上的邻近以及文化上一定程度的相似性,使得企业在管理和沟通上相对更为顺畅,降低了跨文化运营的门槛。

主要供应链中心及优势产业

越南	电子、纺织与鞋类、家具制造、医疗器械
马来西亚	半导体与电子配件、家电制造、汽车相关产
泰国	汽车制造及零配件、食品加工、电子电器、物流与基建

【案例】某企业在越南设厂,生产大件家具,一部分成品直接出口至美国,通过的双边利好外贸政策,以规避高昂的关税。还有一部分高性价比商品、尾货销往东南亚各国。

越南、马来西亚、泰国既有生产端优势,又是潜力巨大的消费市场,对寻求海外扩张的中国卖家来说,意味着多维度的机遇,是品牌出海、产业带出海、寻求生产与外贸一体化卖家的布局优选。

PART 3. 营商挑战- 东南亚市场运营的实操要点

东南亚市场潜力大,关税友好、进入成本低、上手快,是多数卖家对东南亚市场的印象。正因如此,许多商家将东南亚作为出海的桥头堡。

派安盈市场调研数据显示,跨境卖家对税务合规及汇率风险管理等专业知识的需求显著突出。然而,东南亚各国政策体系复杂且动态变化,理解及适应这一监管环境存在较高门槛。

本文将基于业务实践,以通俗易懂的方式汇总并整理税务与汇率方面的资讯及关注要点,助力企业自主决策、高效应对跨境经营中的财务挑战。

RCEP政策降低贸易壁垒

《区域全面经济伙伴关系协定》(Regional Comprehensive Economic Partnership,RCEP)自2022年生效以来,降低了东南亚市场贸易壁垒,为跨境卖家带来真金白银的关税减让。

RCEP

RCEP共有15个成员国, 包括:

东盟10国:新加坡、马来西亚、泰国、印尼、越南、菲律宾、文莱、柬埔寨、老挝、缅甸

5个对话伙伴国:中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰

三大核心利好

成本更低:关税少了, 商品价格更有优势

根据RCEP的降税安排, 区域内90%以上的产品要逐步实现零关税。

速度更快:通关快了, 货物能更快送达

简化的海关程序, 通关更便利, 加快物流效率。

门槛更低:原产地规则灵活了, 跨国采购与组装更自由

零部件在多个RCEP国家加工仍可视作“区域原产”(40%及以上价值来源于区域内), 使得商品更容易达到RCEP规定的原产地标准, 从而享受关税减免。

• 案例1

福建某纸面巾跨境卖家:有一款抽纸, 最早的定价大概是在285泰铢, RCEP生效后, 纸面巾类产品在泰国进口关税税率从生效前的10%直接降为0, 就直接减免了差不多将近90泰铢。单单一个月时间, GMV就从5万块钱一个月做到200万元左右。

• 案例2

厦门某花卉运输的物流企业:鲜切花比较特殊, 如果没有在尽可能短的时间内完成出口, 可能会产生枯萎或者腐烂等问题。RCEP实施后, 出口新加坡的鲜切花最快可在2小时内完成海关申报、查验、放行全流程, 较以往节省了至少12小时。

• 案例3

某企业计划出口某商品至马来西亚, 越南、泰国、印尼分别提供原产材料10%, 中国原材料及加工增值10%, 区域外国家提供其他材料60%。根据“区域原产地累积规则”(区域价值成分达40%以上)可享受免关税, 门槛大幅度降低!

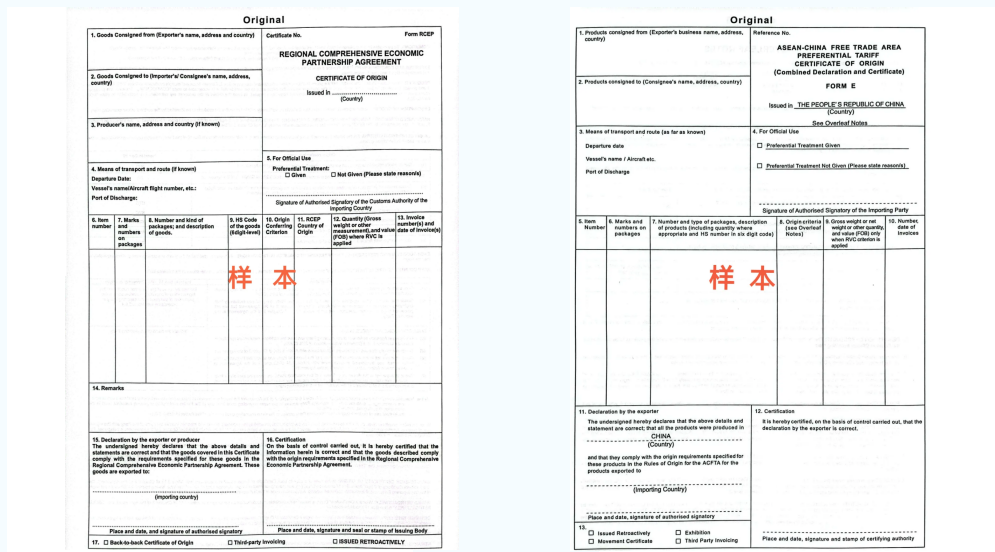
值得注意的是, 某一个具体商品可能同时适用多个自贸协定, 比如中国与泰国的进出口货物, 既可以适用RCEP, 也可以适用中国-东盟自贸协定。

在不确定应当使用哪个协定的时候, 可以登录中国自由贸易区服务网查询比较, 自主选择最适合的自贸协定, 享受最大的优惠力度。

常用网址

1. 中国自由贸易区服务网 (fta.mofcom.gov.cn)。获取贸易协定文本、优惠税率和原产地规则信息。输入HS编码、原产地、目标国家,就能查到具体的税率。哪个协定税率最优惠,就用哪个。
2. 中国海关优惠原产地服务平台 (https://www.singlewindow.cn/#/ycdServer),通过“原产地政策法规查询”模块,查询原产地业务的政策法规,看看自己的产品是否符合申请条件。
3. RCEP秘书处官方网站 (rcepsec.org),提供RCEP协定文本、各成员国实施指南(包括原产地规则实施细则)、各成员国原产地证书签发机构名录等信息。

原产地证书类型	国家/地区
RCEP证书	中国、泰国、马来西亚、缅甸、新加坡、印度尼西亚、文莱、菲律宾、越南、老挝、柬埔寨、日本、韩国、澳大利亚、新西兰
东盟证书	中国、泰国、马来西亚、缅甸、新加坡、印度尼西亚、文莱、菲律宾、越南、老挝、柬埔寨



图片来源:宁波海关,2025年5月

关税

一般来说,一件商品从中国出口到东南亚(例如泰国),在中国海关出口时是不用交关税的(极少数应税品除外,具体请以官方要求为准)。到了进口国(如泰国)清关时,要缴关税+增值税,有减免政策,例如符合RCEP、东盟协定减免,低价值商品减免。

关税查询网址

中国商务部国际贸易税费查询系统

网址: <https://mysf.mofcom.gov.cn/>

方法:输入商品的HS编码,选择原产地国、目的地,即可查询进口关税、增值税、监管条件、到岸成本等。

该系统查询适用于市场初步调研,卖家可快速了解目标市场需要缴哪些税。

但有时部分数据没来得及更新,如果还需要进一步确认,则需要到各国海关官网进行查询,或咨询报关行。

东南亚各主流国家的进口关税可在下列网站查询。

- 新加坡海关 (Singapore Customs) <https://www.customs.gov.sg/>
- 印度尼西亚海关 (Direktorat Jenderal Bea dan Cukai) <https://www.beacukai.go.id/>
- 印尼国家贸易门户 (Indonesia National Single Window) <https://insw.go.id/intr>
- 马来西亚皇家关税局 (Royal Malaysian Customs Department) <https://www.customs.gov.my/en/>
- 泰国海关 (Thai Customs Department) <http://www.customs.go.th/>
- 泰国综合关税数据库 https://itd.customs.go.th/igtf/en/main_frame.jsp
- 越南海关 (Tổng cục Hải quan) <http://www.customs.gov.vn/English/>
- 越南国家贸易信息门户 (Vietnam National Trade Repository) <https://vntr.moit.gov.vn/>
- 菲律宾海关局 (Bureau of Customs) <https://customs.gov.ph/>
- 菲律宾关税委员会 (Tariff Commission) <https://finder.tariffcommission.gov.ph/>
- 东盟关税查询器 (ASEAN Tariff Finder) <https://tariff-finder.asean.org/>



图2 商务部关税查询示意图

低价值进口商品税费

为了支持小商品进口,各国出台了低价值商品税费优惠政策。

起量测品时,多数卖家采用跨境直邮模式,一方面减少备货压力,另一方面低价值商品B2C直邮可享税费减让。

为了方便用户更全面的了解东南亚各国的豁免税费情况,我们根据上述国家官方链接整理了截至白皮书发布之日东南亚各国低价值商品仍可豁免进口关税的情况,部分国家可能存在调整的动向,以供参考。

东南亚各国低价值进口商品豁免税费情况

国家	低价值商品标准	折合人民币 (2025年6月1日汇率)	进口关税	其他税费
新加坡	CIF不超过400新加坡元	2230	免征	免征货物及劳务税GST (9%)
印尼	FOB不超过3美元	22	免征	2020年1月30日起不再享受增值税豁免, 需缴增值税 (12%、11%)
马来西亚	售价不超过500马来西亚林吉特	846	免征	2024年1月1日起不再享受销售豁免, 需缴销售税 (10%)
泰国	CIF不超过1500泰铢	329	免征	2024年7月5日起不再享受增值税豁免, 需缴增值税 (7%)
越南	FOB不超过100万越南盾	277	免征, 可能有调整	2025年2月18日起不再享受增值税豁免, 需缴增值税 (7%)
菲律宾	FOB或FCA价值不超过10,000 菲律宾比索	1293	免征	免征增值税 (12%)

*说明:

- 1、低价值商品一般是指通过空运或邮寄方式B2C进口的, 且价值低于一定金额的商品。也有部分国家不限定运输方式。
- 2、一般来说符合标准的低价值商品可豁免进口关税, 但少数应税商品 (例如酒精饮料、烟草制品等) 不适用这种普遍的进口关税豁免。
- 3、其他税费仅列举标准税率, 部分商品服务可享更低税率或免税。税收政策可能随时变化, 建议核实最新情况。

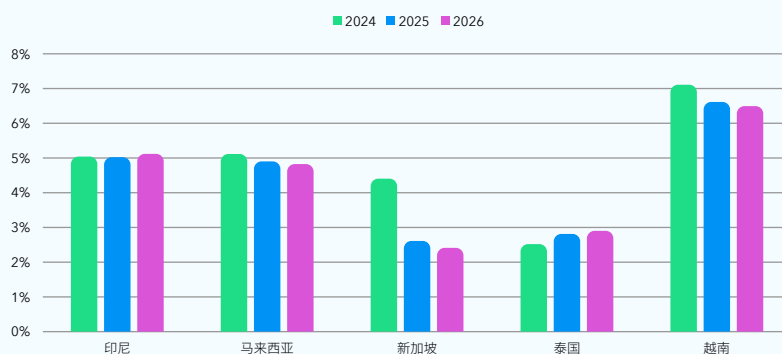
如果是批量备货到海外仓, 税费和一般外贸出口类似, 税费正常缴纳。具体税率可通过前面提到的商务部/海关网站查询。

声明: 本内容仅供参考, 不构成任何形式的税务建议或意见。建议您在做出任何与税务相关的决策之前, 咨询当地税务机关或具有相关资质的专业税务顾问。

汇率

东南亚主要贸易货币为新加坡元 (SGD), 越南盾 (VND), 泰铢 (THB) 和马来西亚林吉特 (MYR)。东南亚六大经济体中, 新加坡、越南、泰国、马来西亚四国的贸易额占GDP比重均突破100%, 这些国家的对外贸易会更容易影响本国经济增长, 从而影响对应货币汇率的波动。截至白皮书发表前, 根据亚洲发展银行的预测数据, 2025年大部分对外依存度较高的东南亚国家GDP增速都将出现下行。

主要东南亚国家GDP预测

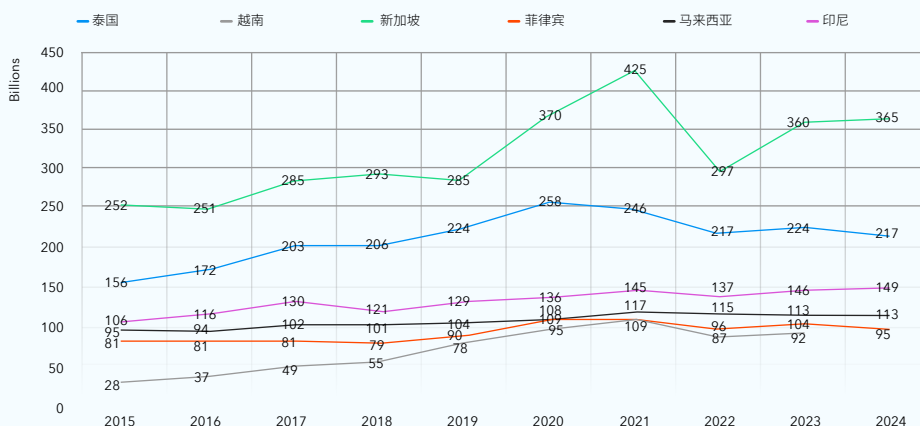


资料来源: 亚洲发展银行, Key Indicators Database (KIDB), 2025年6月

对于依赖出口贸易程度高的国家而言,外需下降会令其对应货币贬值,贬值幅度取决于外需下降的程度。在美国对全球加征关税的长期背景下,预计东南亚主要货币中印尼盾和泰铢受到的贬值压力较小。主要的考量因素包括:印尼因其经济主要受家庭消费驱动,在此次外需走低的情况下,经济受到的影响相对较小;泰国因其经济增长主要依赖旅游及服务业出口,受到美关税政策的影响也有限。跨境商品卖家在选择东南亚贸易对象时,可充分考虑出口国家的经济稳健度,以寻求相对具备持续增长潜力的东南亚市场。

作为各国央行对本国货币汇率的调控手段之一,当本币因贸易条件变化承受较大贬值压力时,拥有更多外汇及黄金储备的央行会在外汇市场抛售外汇及黄金,同时购买本币,以维持本币汇率的稳定。除新加坡外,主要东南亚国家的外汇及黄金储备都在3000亿美金以下,尤其是越南和菲律宾外汇及黄金储备已降至100亿美金以下,这两国央行对本币汇率的调控能力有限,对应越南盾及菲律宾比索在外需变化时的汇率波动相对更大。跨境卖家可考虑将产业链转移至越南及菲律宾以期获得因潜在货币贬值带来的成本优势,并绕开针对中国产业链潜在的高关税壁垒。

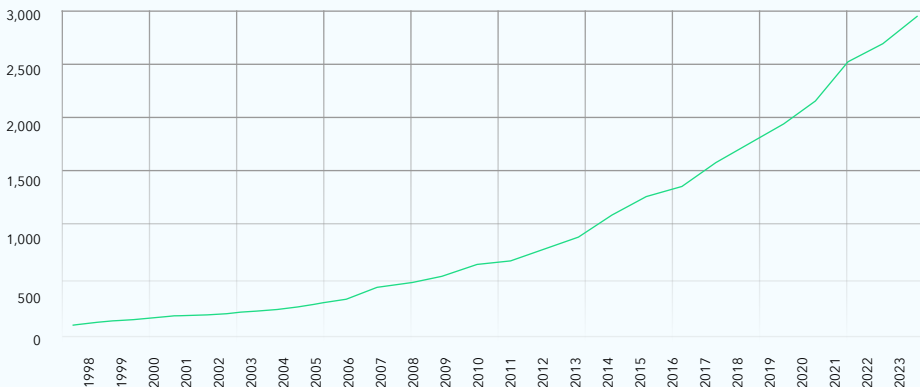
主要东南亚国家外汇与黄金储备(单位:10亿 USD)



资料来源:World Development Indicators, 2025年4月

作为东南亚地区唯一的发达经济体,新加坡秉承“稳定安排”的汇率机制,其超3000亿美金的外汇及黄金储备令其央行有能力保持新加坡元汇率稳定。从贸易结构来看,新加坡虽亦为外向型经济体,但其资本项账户受益于芯片产业的发展,外商直接投资规模持续扩大,对商品及服务贸易的依赖程度在东南亚国家中最低。新加坡经济受到美国关税政策长期影响极其有限。目前美国对新加坡加征额外10%的关税,总税率达到20%,低于其他东南亚国家。新加坡元稳定的汇率预期降低跨境卖家利润空间的不确定性,在全球贸易格局变革中,其转口贸易优势也将逐渐凸显。

新加坡外商直接投资规模(单位:10亿 SGD)



资料来源:SINGAPORE DEPARTMENT OF STATISTICS, 2025年2月

声明:本内容仅为信息分享、研学之用。Payoneer Inc.是一家注册在美国持有FINCEN签发的Money Services Business牌照的公司,在中国不持有支付、金融咨询或外汇相关牌照。本内容不构成在中国境内的支付服务、投资或交易建议或金融交易的招揽,且所述的观点、分析或预判均为基于公开信息的一般性观点,不应作为任何金融或交易决策的依据。

PART4 平台拓张- 东南亚电商平台如何选择

平台拓张选择

东南亚主流电商平台包括Shopee、TikTok Shop、Lazada、SHEIN、Temu。

表2 电商平台东南亚站点

电商平台	新加坡	印尼	马来西亚	泰国	越南	菲律宾
Shopee	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lazada	✓	✓	✓	✓	✓	✓
TikTok Shop	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Temu	✓		✓	✓		✓
SHEIN	✓	✓	✓	✓		✓
Blibli		✓				

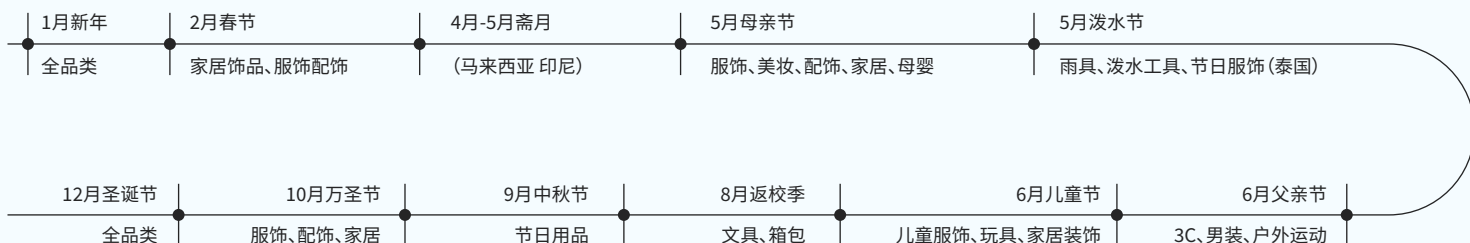
在跨境出海的产品策略中,常规路径是优先进行国家市场定位,精准锁定目标客群画像。

基于初期资本投入、团队核心运营能力等关键因素,综合评估后选定首站入驻的电商平台,建立市场切入点。

类目选择

热门类目包括电子配件、时尚配饰、女装、美妆护理、家居生活。

各平台一年至少有10次大促活动,卖家可根据各平台营销日历提前备货。



此外,还有特定日期的大型购物节活动,例如9.9、10.10、11.11、12.12等,全品类大促。卖家结合自身优势类目,抓住关键时机可事半功倍。各平台都有公布产品合规要求,需要特别注意的是宗教禁忌、包装规范等。

语言

【核心挑战】

东南亚地区存在多元语言环境(泰语、越南语、马来语等超12种常用语言),跨境卖家主要面临:

- 交易沟通障碍:买家咨询与订单处理中的语言隔阂
- 信息本地化需求:产品图文需适配当地语言及文化习惯

01 | 实时沟通:平台智能化工具

主流电商平台大多配备多语言即时翻译系统:
 自动转换买家消息为卖家常用语言(如中文/英文)
 将卖家回复实时翻译为买家本地语言

02 | 产品本地化:双轨支持体系

• 供应链协同:

成熟供应商普遍提供预翻译产品包(含多语种图文/标签/包装)

• 智能技术工具:

AI图文处理工具(如Canva Magic Translate)

一键翻译产品图文字幕,保持原始版式

支持文化元素自动适配(如宗教符号避讳)

• 实施效益

沟通效率提升:跨语言咨询响应速度缩短至5分钟内

本地化成本降低:单产品图文适配耗时<1小时(传统方式需1-3天)

转化率验证:经本地化优化的商品点击率平均提升25%

通过平台工具+智能技术+供应链协同三重保障,卖家无需掌握小语种即可高效运营东南亚市场。

站点	新加坡	印尼	马来西亚	泰国	越南	菲律宾
官方语言	英文、马来文、中文	英文、印尼文	英文、马来文、中文	英文、泰文	英文、越南文	英文、菲律宾文

物流选择

直邮---适合起量测品阶段

从国内直发到海外客户手里,买家从下单到收货,需7-9个自然日。

海外仓---适合业务扩张阶段

备货到海外仓库,再发货到客户手里,买家从下单到收货,大约1-3个自然日左右。

电商平台在推广的“本地化履约”，就是指用户下单后，商品就直接从东南亚海外仓发出。如果多个海外仓都有备货，就近仓库发货。有更快的时效、更低的成本，更好的客户体验。因此，针对本地有库存的商品，电商平台也更愿意会给予流量扶持。

【案例】某鞋类品牌案例：一双鞋走空运邮寄成本需要100元左右，虽然鞋子不重，但鞋盒体积大，走小包运输实在是不划算。改走海运先运到海外本地仓，再从仓库发出后，成本降了一半，买家可以更快收到货，转化率也更高了。

利润测算

有人说东南亚利润薄，到底能赚到钱吗？

与欧美市场相比，东南亚客单价、ARPU确实更低。但东南亚用户并不是全部都追求绝对性价比，用户对品质和服务的需求正在上升。卖家总体利润空间怎么样，要落到具体产品、具体运营方式中。这里涉及到定价、销量的问题。

商品定价测算公式=商品成本+利润+境内途运费+跨境运输成本+佣金+交易手续费。

境内运输费：是将包裹送到境内转运仓费用

跨境运输费：是指使用跨境物流所产生的成本

佣金：是电商平台向卖家收取的店铺费用和服务费

交易手续费：是支付给交易清算服务商的费用

商品定价测算公式

卖家可以根据这个公式做测算，然后到电商平台找类似产品，看看竞品的定价和销量，才知道有多少利润空间，才知道怎么调整运营和营销策略。

现阶段东南亚市场是一个百花齐放的增量市场，电商市场细分赛道很多，通过发掘用户的具体需求，以轻资产轻投入的形式打开市场。例如近年来大热的POD模式，通过在Printbelle这样的POD平台，根据东南亚市场的消费需求灵活定制产品。



灵活打开文化碎片市场

文化定制敏捷性，直接按需印制，无需预研批量生产

语言无缝适配，支持小语种文案按需印刷，规避多语言库存滞销风险

降低备货及试错门槛

成本维度	POD模式	传统模式
单次试错成本	上新10款设计 ≤\$150	单款备货成本 ≥\$500
启动资金	< \$100	> \$5000
库存沉没风险	趋近于0	滞销率可能超30%

满足小众或长尾需求

可经济化测试超细分客群 (如电竞或二次元市场/穆斯林群体斋月限定) 实时迭代能力

发现设计滞销可 24小时内下架，传统模式需清库存才能改款

PART 5. 生态赋能- Payoneer派安盈跨境生态解决方案



入驻绿色通道

Payoneer派安盈橄榄枝计划

Payoneer派安盈橄榄枝计划助力中国企业扬帆出海!作为跨境蓝海平台专家,该计划覆盖全球40+主流电商平台及100+国家/地区的消费市场,拥有15家平台大中华区首家官方合作伙伴身份,并独家掌握10家电商平台的全球核心资源。



电商平台收款

多功能账户满足东南亚业务拓展需求

秉承“世界每个机会,你都有机会”的理念,一个Payoneer派安盈账户,即可对接TikTok Shop、Shopee、Lazada、Temu等全球电商平台,以及Bilibli等东南亚本土平台,通过海外本地收款账户或与平台API对接的方式以美金、或者本地币种回款。款项入账后,用户可以进行人民币、外币提现,或是在多币种间自由转换货币,亦或是支付海内外客户及供应商款项。一个功能全面的Payoneer派安盈账户都能为您的业务拓展提供强力支持。



运营干货快速启动

Payoneer派安盈蒲公英计划

Payoneer派安盈蒲公英计划依托平台强大的行业影响力和生态网络,为VIP客户提供行业名师指导、专业课程培训、孵化陪跑服务、平台资源对接、前沿行业资讯及优质社群资源,专注于通过一站式解决方案加速客户业务增长。



扫码关注Payoneer派安盈小程序



获取一手业务资讯和促销信息