支付宝回收 · 渠道合作政策说明（2026-11-09 最新口径 · v3.0）

旧衣回收 渠道合伙人阶梯计划

把每家每户的闲置旧衣，变成你场景里的新增收入

0 垫资 · 0 库存 · 0 履约负担 | 可自建活动页 | 最高 12.8 元/单

政策期 2026.10.01 — 12.31

4 档阶梯 10.4 — 12.8 元/单

单月封顶 30 万元

适合： 物业 / 驿站 / 门店 / 流量主 / 宝妈 KOL

本资料为渠道版政策解读，最终以支付宝官方政策及双方签署协议为准。

你出场景和流量，平台出履约，我们出结算

12.8 元/单

S 战略档 | 月≥5,000 单

12.0 元/单

A 核心档 | 月 2,000 单

11.2 元/单

B 成长档 | 月 500 单

10.4 元/单

C 起步档 | 月<500 单

渠道只需做 3 件事

- **领介质：**获取你的专属推广二维码 / 链接
- **放场景：**海报、台卡、社群、朋友圈
- **让用户扫码预约：**快递免费上门

剩下的不用你管

- **履约（平台）：**快递免费上门、签收称重、回收款线上直结
- **系统（我方）：**订单归因、数据对账、月度账单
- **服务（平台 + 我方）：**客诉协同、异常订单复核

上海/浙江 11 月阶梯价：10.4 / 11.2 / 12.0 / 12.8 元/单；江苏等 9.1 / 9.8 / 10.5 / 11.2；天津 7.8 / 8.4 / 9.0 / 9.6；其余城市按 8 元基础价折算。

政策依据：支付宝《旧衣回收服务商推广激励(7.0.0)》· 工单 #719 · 2026-11-09 渠道版 v3.0

一条已经跑通的旧衣回收链路

平台

支付宝「回收」频道

旧衣回收已上线
双权益：回收换钱 / 回收种树

模式

回收联盟（合伙人模式）

平台履约：快递 / 称重 / 打款
我方做渠道运营与结算

渠道

你负责场景与流量

把用户引导到回收频道
按阶梯价获得推广佣金

用户侧履约链路

1 **一键预约**

支付宝内选择重量档位
填写地址与时间

→

2 **快递免费上门**

承运方上门取件
用户不用自己搬

→

3 **签收称重**

按实际重量计价
页面实时可查

→

4 **极速打款**

打款到支付宝
回收完成

官方 11-09 明确：履约环节渠道不用管——快递免费上门、回收款线上直结，快递费不由渠道承担。

用户只需 4 步，快递免费上门

1 选重量档位

3-5kg / 5-10kg / 10-30kg / 30kg 以上，页面显示预估回收价

2 填地址和时间

一键预约，快递免费上门取件，用户不用自己搬

3 签收称重

按实际重量结算，1kg = ¥0.70（页面实时计价）

4 确认收款

签署《回收用户须知》《支付宝支付服务合同》，开通收款后打款到余额

用户看到的价格是 C 端回收价，**不是渠道佣金**；渠道按有效订单单独结算。



支付宝回收用户端页面（工单附件）

政策依据：支付宝《旧衣回收服务商推广激励(7.0.0)》· 工单 #719 · 2026-11-09 渠道版 v3.0

给用户三个理由：换钱、种树、腾空间

换钱

闲置衣物现金回收

按重量计价，打款到支付宝余额；不用挂闲鱼、不用等买家。

种树

回收种树 • 蚂蚁森林

回收行为可转化为绿色能量，参与蚂蚁森林公益。

腾空间

释放衣柜与储物间

3-5kg 旧衣可省 30-75L，约一个衣柜抽屉。

一句话钩子： “旧衣别扔，快递免费上门，称重直接打款，还能在蚂蚁森林种棵树。”

两个口径，别混淆

用户端：回收计价

1kg = ¥0.70，按实际重量结算；3-5kg 预估 ¥2.1-4.2（页面实时显示）。

渠道端：阶梯结算价

11 月上海/浙江 10.4—12.8 元/单，按当月有效单量定档；书籍为同档 50%。

政策依据：支付宝《旧衣回收服务商推广激励(7.0.0)》· 工单 #719 · 2026-11-09 渠道版 v3.0

三方分工：平台管履约，我方管结算，你管触达

一条有效订单，四个角色各司其职——渠道只做最擅长的事：触达用户。

支付宝平台

- 提供回收频道与流量阵地
- 承接履约：快递 / 称重 / 打款
- 制定推广激励政策

→

服务商（我方）

- 渠道运营与培训
- 系统对接、订单归因
- 对账结算与异常协同

→

渠道合伙人（你）

- 场景 + 流量 + 用户触达
- 投放专属推广介质
- 按阶梯价获得佣金

→

用户

- 支付宝内一键预约
- 快递免费上门
- 称重后收款

渠道“三不沾”

不碰货 · 不垫资 · 不做履约客服。快递、称重、打款、客诉由平台履约体系承接。

渠道收益来源

有效订单 × 当月对应档位单价；书籍为同档 50%；单量越高，单价越高。

五类渠道，五种现成的做法

社区 / 物业

电梯海报 + 公告栏 + 业主群；周末做“旧衣换现金”地推，管家现场讲解，用户本人扫码下单。

“衣柜腾一格，现金到余额。”

快递驿站 / 便利店

取件台立牌、包裹贴、收银台台卡；只做曝光，不代收、不代下单、不集中收货。

“取快递，顺手把家里的旧衣约走。”

异业门店

洗衣店、家政、房产中介；服务结束顺口推荐，用户回自己家下单，门店不集中收货。

“洗衣机清出来的旧衣，别扔。”

线上流量主

公众号推文、社群、短视频挂专属链接；可自建活动页，下单跳转支付宝回收页。

“一次上门，清掉三年不穿的衣服。”

宝妈 / KOL

朋友圈、小区群、邻里口碑；邻居各自扫码下单，不组织团收。

“邻居都在用，快递上门不收钱。”

共通打法

定点位 → 放物料 → 教一句话 → 每周复盘扫码与完成数据。

先跑通 1 个点位，再复制到 10 个。

门店只做曝光，不代收、不代下单：把旧衣集中到店再统一下单，会被判定为“黑料区”，直接无法下单。

07 • 官方答疑（11-09）

最新 6 个问题，官方给了明确答复

来源：工单 #719 回复 R:5432 / R:5433（2026-11-09）；以下为渠道沟通口径，最终以支付宝官方政策及协议为准。

Q1 快递上门谁付费?

平台承担。履约环节渠道不用管，快递免费上门；用户回收款线上直接结算，渠道不付快递费。

→ 渠道不承担快递成本

Q2 能自建页面吗?

可以自建前端收单页 / 活动页做宣传与留资；但最终下单必须跳转支付宝回收页面，下单页不能自建。

→ 活动页可做，下单页不可做

Q3 门店能集中收货再下单?

不可以。门店 / 工厂 / 商铺地址会被判定为“黑料区”，无法下单；代下单会被限制。

→ 只做曝光，不碰货、不代下单

Q4 结算周期多久?

平台次月 25 日前出账单；渠道结算在账单确认后，按双方协议账期执行。

→ 现金流按次月 25 日规划

Q5 准入有什么要求?

当前为定向邀约制，需提报主体、场景、点位、预估单量等信息，由平台审核判断。

→ 先报资料，再谈点位

Q6 全国价格一样吗?

全国基础价固定 8 元/单；每月更新次月加码城市与系数（11 月：上海/浙江 16、江苏等 14、天津 12）。偏远地区部分地址无法下单。

→ 报价按城市分列，不能一口价

一句话记住：履约平台管，页面可自建但下单回支付宝，单必须用户本人下，账单次月 25 日前出。

从申请到首单，只需 5 步

01

提交资料

城市、渠道类型、点位数、预估月单量、联系人

→

02

平台提报

定向邀约制：我方统一提报，平台审核准入

→

03

签约开通

签署渠道合作协议，开通推广账号

→

04

领物料 + 培训

海报、台卡、话术；15 分钟上手

→

05

投放与结算

开始获客，按周看数据；月末按有效单量定档结算

申请前准备好这 7 项资料

主体名称 | 联系人 | 手机号 | 所在城市 | 渠道类型 | 点位数 | 预估月有效单量

当前为定向邀约制：资料齐全后由我方统一提报，是否准入由平台判断。

定档规则：按当月全部城市有效单量合计定档，月末结算时统一套用；新渠道首月即参与定档，不用等次月。

谁最后触达，订单就算谁

下单当天，用户最后一次访问的推广介质，拿走这一单。

- **一渠道一介质：**每个渠道、每个点位单独生成二维码/链接
- **末次访问归因：**用户先扫 A 再扫 B，订单算 B
- **介质要求：**政策期内创建；自建活动页可做，下单须跳回支付宝

这样做，结算时一定对不上

✗ 所有渠道共用一个码，订单无法拆分

✓ 一渠道一码、一点位一码

✗ 物料混放，用户扫了别家的码

✓ 每个物料只放本点位专属码

✗ 月底才发现数据对不上

✓ 每周核对扫码 / 预约 / 完成

介质命名建议：城市-渠道名-点位-日期（例：上海-XX物业-3号楼-202611）。每周用同一张表核对，月末直接对账。

注：政策原文为“下单前同一用户使用多个推广介质访问的，订单结算至下单当天最后一次访问使用的推广介质”。

政策六件事：期限、品类、单价、加码、封顶、结算

政策期

2026.10.01 — 12.31

介质须在政策期内创建；12 月系数以月底通知为准。

激励品类

旧衣统收 / 书籍回收

旧衣单件不激励；同一用户同一商户每月最多 2 笔。

官方激励价

16 / 14 / 12 元

上海浙江 / 江苏等 / 天津；其余城市基础价 8 元；书籍同档 50%。

月加码系数

11 月最高 2.0

每月更新次月加码城市与系数，月底通知，以双方确认为准。

单月封顶

30 万元 / 服务商

同一服务商单月激励上限 30 万元。

结算与准入

次月 25 日前

平台出账单；当前定向邀约制，需提报资料由平台审核。

官方结算 = 有效订单 × 官方单价 ｜ 渠道佣金 = 有效订单 × 渠道阶梯单价（书籍 × 50%）

政策原文：旧衣回收服务商推广激励（7.0.0）· opendocs.alipay.com/p/JY26RECYCLE；本页为渠道版摘要，未改变原文口径。

11 • 阶梯价目表

4 档阶梯：服务费率 35% → 20%

渠道价 = 当月官方单价 ×（1−服务费率）；按所在城市列取价，其他城市按 8 元/单折算，跨区分别结算。

等级	月有效单量（全城市合计）	上海 / 浙江	江苏 / 四川 / 北京 / 广东	天津	平台服务费
S 战略	**≥ 5,000 单**	12.8 元	11.2 元	9.6 元	**20%**
A 核心	**2,000 — 4,999**	12.0 元	10.5 元	9.0 元	**25%**
B 成长	**500 — 1,999**	11.2 元	9.8 元	8.4 元	**30%**
C 起步	**< 500 单**	10.4 元	9.1 元	7.8 元	**35%**

书籍回收（同档 × 50%）

S：6.4 / 5.6 / 4.8 元 ｜ A：6.0 / 5.25 / 4.5 元 ｜ B：5.6 / 4.9 / 4.2 元 ｜ C：5.2 / 4.55 / 3.9 元

其他城市（未加码）：旧衣 S 6.4 / A 6.0 / B 5.6 / C 5.2 元；书籍减半。

平台服务费覆盖什么

渠道运营、系统与归因对账、物料培训、异常协同、结算与资金占用。

12 月怎么变

官方系数调整时，渠道价同步调整；服务费率档位不变，按单量走。

官方 11 月激励价：16 / 14 / 12 元/单（上海浙江 / 江苏等 / 天津）；其余城市 8 元/单；渠道价四舍五入到 0.1 元，最终以协议为准。

数据来源：工单 #719 附件「11 月返佣政策」（回复 R:5142）· 最终以支付宝结算账单为准

等级怎么定，怎么升

三条规则

- **按月核定**：当月全部城市有效单量合计，月末结算时套用对应档位。
- **就高结算**：达到高档位，当月所有有效订单按高档单价结算，不拆分、不追溯
- **首月参与**：新渠道第一个月按实际单量定档；跨城市合计定档，按各城市单价分别结算。

从 C 到 S：单量翻 10 倍，单价 +23%

C 起步	< 500 单	10.4 元	服务费 35%
B 成长	500 — 1,999	11.2 元	服务费 30%
A 核心	2,000 — 4,999	12.0 元	服务费 25%
S 战略	≥ 5,000 单	12.8 元	服务费 20%

升级只差临门一脚（上海/浙江）：C→B 500 单，10.4→11.2；B→A 2,000 单，11.2→12.0；A→S 5,000 单，12.0→12.8。

江苏等每档 +0.7 元，天津每档 +0.6 元；官方月度系数变化只调单价，不调档位。

佣金 = 有效订单 × 档位单价

渠道佣金 = 有效订单数 × 当月官方单价 × （1 − 服务费率）

C 档 • 300 单（上海）

300 × 16 × 65%

3,120 元

B 档 • 1,000 单（上海）

1,000 × 16 × 70%

11,200 元

S 档 • 5,000 单（上海）

5,000 × 16 × 80%

64,000 元

混合品类示例（上海 S 档）： 4,000 单旧衣 × 12.8 + 1,000 单书籍 × 6.4 = **57,600 元**

四个提醒

① 取消/未完成订单不计　② 同一用户同一商户每月最多 2 笔　③ 单服务商单月封顶 30 万元　④ 江苏等 ×0.875、天津 ×0.75

一个月能赚多少：按渠道类型测算

渠道类型	典型月单量	典型档位	上海/浙江	江苏等	天津
单点位小店 / 宝妈 KOL	50 — 150	**C**	520 — 1,560	455 — 1,365	390 — 1,170
快递驿站 / 便利店（仅曝光）	200 — 500	**C → B**	2,080 — 5,600	1,820 — 4,900	1,560 — 4,200
社区物业（1000 户）	100 — 300	**C**	1,040 — 3,120	910 — 2,730	780 — 2,340
区域团队（10 — 30 点位）	1,000 — 5,000	**B → S**	11,200 — 64,000	9,800 — 56,000	8,400 — 48,000

冲档的临门一脚（上海/浙江）

500 单：C 5,200 → B 5,600（+400）
2,000 单：B 22,400 → A 24,000（+1,600）
5,000 单：A 60,000 → S 64,000（+4,000）

单点位也能起步

100 单 C 档 ≈ 1,040 元/月；做到 500 单升 B 档 ≈ 5,600 元/月。
书籍回收按同档 50% 叠加，不占额外名额。

测算说明：按旧衣统收、单人单月 2 笔上限内估算；区间下限按低档单价、上限按高档单价，实际以月末定档和有效订单账单为准。

全渠道合计受“同一服务商单月 30 万元”封顶约束，大渠道请在月初报备预估单量，便于排期。

红线提示：门店 / 工厂 / 商铺地址会被判为黑料区；集中收货、代下单不计佣金，产出按“用户各自在家下单”估算。

月度对账，账单说话

订单完成

用户签收称重
回收交易完成

→

平台账单

次月 25 日前
按推广介质出账单

→

渠道确认

核对单量、品类
档位与单价

→

结算打款

账单确认后
按协议账期结算

账单里有什么

- 推广介质 / 渠道名 / 点位
- 订单号与完成时间
- 品类（旧衣统收 / 书籍）与有效状态
- 当月档位、平台服务费率、结算单价
- 结算金额与合计

口径与异常

- 以支付宝结算金额账单为准
- 取消、退款、称重争议订单剔除
- 发票与结算主体按双方协议
- 平台次月 25 日前出账单；渠道结算按协议账期

建议节奏：每周核对扫码/预约/完成数据；平台账单出来后 3 个工作日内确认，异常订单当月提出。

注：次月 25 日前出账单为官方 2026-11-09 明确口径；渠道结算账期与发票要求以双方签署协议为准。

哪些订单算钱，哪些不算

✓ 有效订单（计佣金）

- 回收交易真实完成，无取消等无效情形
- 品类为「旧衣统收」或「书籍回收」
- 用户通过你的专属推广介质进入
- 下单当天最后一次访问的是你的介质
- 用户本人账号下单，地址为本人居住地址

✗ 无效订单（不计佣金）

- 旧衣「单件回收」——政策明确不激励
- 下单后取消、未完成、未签收
- 同一用户同一商户当月第 3 笔起
- 门店 / 工厂 / 商铺地址——黑料区无法下单
- 集中收货、代下单、刷单、虚假交易

最容易踩的坑：把「旧衣单件回收」当普通旧衣推广（不激励）；门店集中收货再统一下单（黑料区，直接无法下单）。

口径依据：政策 2.2 有效交易订单定义、3.5 同一用户限次规则；黑料区 / 代下单限制为 2026-11-09 官方答复。

六条红线，碰了就没得玩

刷单 / 虚假交易

伪造回收订单、空包、虚假签收

集中收货 / 代下单

把旧衣集中到门店/仓库，用店主或员工账号代下单

黑料区地址下单

门店、工厂、商铺等地址会被判定为黑料区

冒用官方名义

擅自使用支付宝/回收联盟名义对外承诺

夸大回收价

向用户承诺“高价回收” “每单 12.8 元”

混码抢单 / 篡改物料

共用介质、覆盖他人投放、修改官方海报或规则

违规处理

订单不计 → 限制下单 / 封禁 → 暂停合作 → 追回已发激励。

对外宣传口径

用户回收价以页面实时显示为准；12.8 元/单是 S 档渠道价，不是用户到手价；快递免费不等于加价回收。

政策依据：支付宝《旧衣回收服务商推广激励(7.0.0)》· 工单 #719 · 2026-11-09 渠道版 v3.0

同样一个点位，这样做可以，那样做不行

官方 11-09 明确：门店 / 工厂 / 商铺地址会被判定为“黑料区”，集中下单无法履约。

场景	✓ 可以这样做	✗ 不能这样做
社区 / 物业	放海报、群内宣传、现场讲解	管家用自己的账号替老人下单
快递驿站 / 便利店	摆台卡、贴包裹贴、顺口推荐	把旧衣收在驿站，攒够一车统一下单
洗衣店 / 家政 / 中介	服务结束口头推荐、放二维码	把客户旧衣集中到店，店主代下单
企业 / 工厂	工会发通知，员工各自回家预约	用工厂地址集中下单（黑料区）
线上流量主	自建活动页 / 推文挂码，跳转支付宝回收页	自建下单页、代收用户订单信息
宝妈 / KOL	邻居各自扫码下单	组织“团收”，集中到一个地址

一句话：人可以帮，码可以放，单必须用户本人下，货必须从用户自己家里走。

你只管获客，履约交给平台

物料支持

电梯海报、台卡、包裹贴、
朋友圈九宫格、社群话术

开箱即用

培训支持

15 分钟上手培训
用户异议处理与地推话术

当天上手

数据支持

专属介质数据
扫码 / 预约 / 完成漏斗

按点位看数

运营支持

渠道运营 1v1 对接
周度复盘与活动建议

有人兜底

履约由平台承接

快递免费上门 · 签收称重 · 回收款线上直结 · 客诉受理，渠道和我方都不用建履约团队。

首批物料怎么配

按点位配：1 张海报 + 1 个台卡 + 20 张包裹贴 + 1 份话术；线上渠道配 1 套九宫格 + 3 条朋友圈文案。

30 天启动：先跑通，再放量

第 1 周

开通

- 完成签约与开户
- 领取物料与话术
- 选定 3 个首批点位
- 确认点位不做集中收货

第 2 周

首投

- 首场地推 / 首篇推文
- 跑通用户本人扫码下单
- 目标：首 10 单
- 记录用户最常问的 3 个问题

第 3 — 4 周

放量

- 按“各自下单”模型复制
- 每周复盘转化率
- 目标：冲 500 单到 B 档
- 沉淀本渠道的标准话术

每周只看 3 个指标

扫码 → 预约转化率

预约 → 完成率

单点位月有效单量

冲档节奏：500 → B，2,000 → A，5,000 → S；不压货、不代收、不代下单；政策期到 12 月 31 日。

渠道最关心的 9 个问题

Q 一单能赚多少?

按档位：C 10.4 / B 11.2 / A 12.0 / S 12.8 元（上海/浙江）；江苏等、天津见价目表。

Q 快递费谁出?

平台承担。快递免费上门，回收款线上直结；渠道不付快递费，也不做履约。

Q 能自建页面吗?

可自建活动页做宣传；最终下单须跳转支付宝回收页，下单页不能自建。

Q 门店能集中收货再下单吗?

不能。门店/工厂/商铺地址属黑料区，代下单受限。必须用户本人下单。

Q 什么时候结算?

平台次月 25 日前出账单；渠道结算按协议账期执行。

Q 准入有什么要求?

定向邀约制：提报主体、场景、点位、单量，平台审核

Q 一个用户能算几单?

同一用户在同一商户处，每月最多 2 笔有效订单。

Q 哪些订单不算?

旧衣单件、取消/未完成、第3笔起、黑料区地址、代下单。

Q 12 月价格会变吗?

全国基础价 8 元固定；加码城市每月更新，档位不变。

下一步：拿到你的专属推广链接

申请合作

准备以下信息，联系渠道运营组：

- 主体名称 / 联系人 / 手机号
- 所在城市与覆盖点位
- 渠道类型（物业 / 驿站 / 门店 / 线上 / KOL）
- 预估月有效单量

流程：提交 → 平台提报审核 → 签约 → 开通 → 领专属码

当前为定向邀约制：资料齐全后由我方统一提报平台审核，通过后 1v1 开通。

先扫码体验用户端

看用户如何选重量、填地址、预约上门。

示例推广链接

https://u.alipay.cn/_593U8biCexuhS4AfyE4PkX

示例链接仅用于体验流程；渠道专属链接由运营按点位单独生成，避免混码抢单。

可自建活动页 / 落地页承接，但下单必须跳转支付宝回收页面。

现在就可以开始：第一周先跑通 1 个点位，首月冲 500 单到 B 档。

渠道运营对接：由我方运营 1v1 跟进 | 政策咨询与物料申领同渠道

政策依据：支付宝《旧衣回收服务商推广激励(7.0.0)》· 工单 #719 · 2026-11-09 渠道版 v3.0