



电商供应链金融： 重在生态而非主体

供应链金融科技平台不是单靠某家企业就能发挥作用，而是需要多方参与，才能为产业协同提供基础。。

文 | 沈浪

中共中央政治局7月28日召开会议指出，要提高产业链供应链稳定性和国际竞争力，畅通交通物流，优化国内产业链布局，支持中西部地区改善基础设施和营商环境。

这再次引发业界对供应链金融的关注。作为打通产业链上下游的服务模式，供应链金融以数字技术促进产业融合发展，以金融服务推进产业链上企业的数字化转型。我国的供应链金融虽然起步很晚，但发展趋势一路向好。根据灼识咨询数据，按融资余额计量，我国供应链金融市场规模从2015年的15万亿元迅速增长至2019年的23万亿元，预计2024年这一数字将达到40.3万亿元。

中国供应链金融能够实现超常规、跨越式的发展，一个重要原因就是其有一个非常重要的增长引擎——电商供应链金融。

源于“四流合一”优势

最先试水电商供应链金融的阿里巴巴，2007年就已经开展小企业融资领域业务。众所周知，买家在淘宝上下单后，资金不会立刻进入卖家账户，而是躺在平台的担保账户，只有买家确认收货后货款才会正式支付给卖家。该模式对于保护双方的利益具有关键作用，但硬币的另一面是，卖家的销量越大，占用的资金量就越大。许多企业不是死于订单匮乏，而是被应收货款活活拖垮的，当应收货款足够庞大时，稍有不慎就可能出现资金链断裂的问题。

阿里巴巴敏锐地发现了商机，并第一时间开发出了“订单贷”。卖家只需在后台轻轻点击几下鼠标，就可以收到相当于合格订单金额一定比例的贷款，以盘活沉淀的资金。尝到甜头后，2010年，阿里巴巴成立了阿里小贷公司。随后，这股风吹到了京东、苏宁易购等B2C、B2B玩家，电商供应链金融风靡全国。

盯上供应链金融生意的人很多，但电商供应链金融的快速崛起并非由于产品逻辑方面的

革新，主要原因在于阿里、京东、苏宁易购等平台掌握大量用户和商户资源，拥有先进的互联网、大数据技术和人才储备，具备信息流、商流、物流和资金流“四流合一”优势。平台掌握全部的用户信息和交易流程，可以把潜在风险控制在自己所能承受的范围之内，这在过去是难以想象的。

传统的供应链金融手续繁琐且效率低下，生态链上不同参与者之间存在严重的信息不对称，从而导致较低的数据可靠度和透明度，验证交易详细信息、评估和管理运营风险非常困难，还要防范与纸质工作和人工处理有关的人为错误和欺诈风险。同时，随着需求不断变化，基于传统业务和场景的供应链金融模式灵活性不足，无法为新业务和场景升级定制解决方案。这些因素长期以来使供应链金融无法迅速扩大规模、满足快速发展的相关企业融资需求。

在早期，电商平台用于放贷的资金比较有限，一般都是自有闲置资金；上了规模后，传统金融机构纷纷介入，阿里、京东、苏宁易购将企业每年数以百亿元计的巨额现金流作为担保，从银行获取打包的授信额度，可以动用的资金体量空前增加。此后，为了降低资金成本，获得最大的利润，阿里、京东还打通了资本市场的大门，将产品包装成供应链金融保理资产支持证券（Asset Backed Securities，），克服了自有资金、银行授信不足的问题，理论上永远不用担心没有钱拿出去放贷。

一位年销售额稳定在数千万元规模的网络卖家表示，自己能够从“光杆司令”一步步变身拥有近百人团队的小老板，电商供应链金融发挥了重要作用。如果没有该服务，他和许多同行都不可能参加“6·18”“双十一”这样的热门活动。

警惕电商供应链金融异化

数据显示，2021年我国数字经济规模达到

电商供应链金融快速崛起的主要原因在于，平台掌握大量用户和商户资源，拥有先进的互联网、大数据技术和人才储备，具备信息流、商流、物流和资金流“四流合一”优势。

部分电商平台的供应链金融产品



注：胖猫金融隶属于找钢网，网库金服隶属于网库集团

> 资料来源：根据公开信息整理

45.5 万亿元，占整个国民生产总值的 39.8%。随着移动互联网技术的进步和智能终端的普及，电商平台交易规模逐渐扩大，电商供应链金融预计还将获得进一步的发展，这对于推动整个供应链金融壮大具有重要意义。

中小微企业数量众多，在国民经济和社会发展中的作用日益显著。如此重要的一个群体长期以来却饱受资金匮乏的困扰，有关部门一直在努力帮助中小微企业解决融资难、融资贵的问题。阿里、京东、苏宁易购等平台以中小微企业为主，电商供应链金融在某种意义上就是帮助他们解决融资问题，推动了金融产业、互联网平台与实体经济相结合并以此促进中国

经济脱虚向实。

当然，我们也要警惕一个问题，那就是电商供应链金融的异化现象。

流通环节具有天然的垄断性，比如，方圆三公里之内有一家家乐福超市，沃尔玛选址时就需要慎重决策，反之亦然。电商领域更是赢家通吃，阿里、京东、拼多多之后，再没有出现新的重量级综合性电商平台，即使是贝索斯、马化腾也玩不转。在这样的背景下，制造商的话语权非常有限，电商巨头有可能会滥用自己的市场支配地位，恶意延长账期，迫使供应商通过供应链金融的形式结算货款，也就是说，平台在获得商品差价后，又以贷款的形式再次

从供应商身上谋利。

如果大型互联网平台没有受到合理的制衡，很容易滥用自己的市场地位，炮制出伪电商供应链金融产品，大大增加实体经济的负担。业内人士建议，监管部门对流通环节的账期政策应有所约束，至少要明确结算周期上限，否则，当平台出现资金链问题时，也会造成严重的连锁反应。

这并非杞人忧天。

2011年，某电商平台平均账期为38天，到了2015年，该平台已要求大幅延长账期，一些品类甚至达到120天。国内电商品牌阿芙精油曾经是其供应商，就因长时间收不到货款，公开向该平台讨债。可以想象一下：平台从商家进货1亿元，约定账期是120天，但只用20天就售罄，剩下的100天货款就趴在平台账户上，这是不是很震撼？

自营模式的实践

在三大电商平台中，京东与阿里、拼多多明显不同，其一直以自营为特色，虽然后来也加大了打造开放式平台的力度，不过，采销制至今仍然是京东的利器。这种模式的优势除了品控更优，还可以和京东物流结合起来进一步提升配送时效，为供应链金融做好支撑。

在自营模式下，京东对供应链的资质、产能、订单等核心信息掌握得更充分，后者的应收货款牢牢控制在平台手里，订单有无风险，京东比任何人都清楚。也正因为如此，在国内几大电商中，京东启动供应链金融服务的时间较阿里晚四年多，与苏宁易购基本同时，但其在供应链方面的探索可能要多得多。自2012年以来，京东供应链金融逐步落地了京小贷、企业金采、京保贝等六款供应链金融产品，不论品种还是产品深度都非其

他电商平台可以比拟。

京小贷是一款京东平台商家专属的供应链金融科技产品，根据商家的经营情况和不同阶段的不同需求，为商家提供融资服务。

企业金采为京东优质企业用户、个体工商户用户提供企业经营性贷款产品，提供“先采购后付款、账期管理”等服务。

京保贝是基于京东与供应商的真实贸易背景所形成的应收账款进行保理融资的融资产品，无抵押、无担保、灵活取用、“供货即收款”。

动产融资可为企业提供存货融资，支持快消品及大宗商品等多种品类，帮助京东生态内外商家盘活库存，加速资金周转。

今年5月，京东科技推出京东供应链金融科技平台，为政府机构、大型产业集团和金融机构提供新型数字化产融联结平台，助力更高效精准服务产业链上的中小微企业，化解实体经济与金融融合的难点。

京东内部人士表示：在传统供应链金融中，大多数金融机构采取的是“1+N”的模式，其中，“1”是指核心企业，“N”是供应链上的其他授信企业；京东供应链金融科技平台则致力于打造“3+N³”一体化供应链金融科技体系。

据其介绍，前一个“3”代表平台服务的三个客户群体：金融机构、企业、政府；后一个“3”是立方之意。对京东而言，核心企业、上游供应商、下游分销商和零售商没有主次之分，需要充分“去中心化”，发挥各方的加乘效应。京东供应链金融科技平台产品与解决方案专家表示：“供应链金融的最大特点不是强调主体而是强调网络、强调生态，供应链金融科技平台不是单纯某家企业就能发挥作用，而是需要多方参与，才能为产业协同提供基础。”

供应链金融的最大特点不是强调主体而是强调网络和生态。