



介入供应链金融， 大公司构筑新“护城河”

有条件的企业要突出行业“链长”优势，合理借助上下游业务、资金等信息，发挥数据和服务支撑作用，引入优质金融资源，搭建供应链金融服务平台。

文 | 沈浪

在相当长一段时间里，谈到供应链金融，人们总是将其直观地理解为金融扶持实体经济的方式之一。其实，这种观点存在巨大的误解，远远低估了供应链金融的价值，同时制约了供应链金融的发展与壮大。

“核心企业”的顾虑与野望

不论是最传统的“1+N”还是后来衍生出来的“N+1+N”“N×N”等模式，主流的供应链金融模式都离不开核心企业，这是因为金融机构虽然坐拥大量资金，但直接对接中小企业存在不小难度，这些用户的实力普遍较弱，而且各种财务数据不够透明、真伪难辨、可靠性低、贷后管理难度高，对金融机构的风控能力提出了严峻的挑战。

核心企业弥补了这一真空，他们掌握着成千上万合作伙伴的诸多关键数据，除了基本的工商信息，还包括财务状况、信用情况、偿付能力和每一笔交易的信息。比如，一家大型制造商的合作伙伴涉及海量的上游供应商、下游分销商和零售商；一家大型零售商要和众多供应商开展业务合作，并且掌握着这些合作伙伴最翔实的订单数据。有了如此丰富的大数据，任何一家金融机构都可以为这些中小企业制订出个性化的信贷产品。

业内人士表示，大型制造类企业做核心企业时，在账期、付款等方面都表现得很规范，能把这部分的授信额度赋予他们非常稳定的供应商，合作伙伴之间的互信程度也比较高，非常有利于供应链金融业务的开展。

当前，供应链金融正在快速发展，已经涵盖汽车、煤炭、钢铁、化工、有色金属、电子电器及物流行业等。一部分大型企业表现得不够积极，不愿意充当核心企业：有的嫌麻烦，多一事不如少一事；有的担心合作伙伴出现问题，影响自己的信用。

还有一部分大型企业则选择自己做供应链

金融生意。

美的、小米、格力、海尔等公司都建有供应链金融平台。这种现象在电商平台中更加流行，从阿里巴巴、京东到拼多多，几乎所有主流购物平台都有自己的供应链金融解决方案。

这些大型企业热衷自建供应链金融平台，帮助合作伙伴解决融资难题并非优先考虑项目，赚钱才是第一位的，重要原因是地位不对等——供应商与大型企业的合作都涉及账期的问题。对供应商而言，生意做得越大，资金占用越多，承受的压力越大。如果强势的大型企业建立一个金融平台，就很容易使供应商以贷款的形式回收自己应得的货款。

不过，这样的供应链金融似乎容易被供应商认为多多少少有一点“不顾吃相”。如果由第三方金融机构主导会好得多，在此过程中，大型企业通过提供大数据服务会获得一定的回报，也可以摆脱赚取“最后一枚铜板”的猜疑。

供应链金融的隐形价值

任何一个有抱负的大公司都不应该放弃供应链金融业务，而应该主动跟金融机构合作，打造领先的供应链金融解决方案，帮助合作伙伴做大做强。今年年初，国务院国资委印发《关于推动中央企业加快司库体系建设 进一步加强资金管理的意见》提出，有条件的企业要突出行业链长优势，合理借助上下游业务、资金等信息，发挥数据和服务支撑作用，引入优质金融资源，搭建供应链金融服务平台。

事实上，大型企业介入供应链金融不仅符合国家扶持实体经济的战略方针，也可以借机构筑自己的“护城河”。当一家企业做到一定程度后，除了必须在管理、产品、技术、营销、战略等方面做得比竞争对手更好，上下游产业链的竞争力同样不容忽视。

最极端的例子是，在过去两年的缺芯大潮中，所有消费电子、新能源汽车品牌都受到了

任何一个有抱负的大公司都不应该放弃供应链金融业务，而应该主动跟金融机构合作，打造领先的供应链金融解决方案，帮助合作伙伴做大做强。

比亚迪的上游供应商

产品类别	供应商
动力系统	泉峰汽车
	长城科技
	福达股份
	精达股份
	蓝黛科技
电子系统	欣锐科技
	长信科技
	科大讯飞
	联创电子
热管理	奥特佳
	银轮股份
	三花智控
小型金属件	盾安环境
	文灿股份
	凌云股份
大型金属件	广东鸿图
	拓普集团
	和胜股份
内外饰	隆基机械
	福耀玻璃
	银宝山新
电池	中鼎股份
	紫江企业
智能网联	恩捷股份
汽车电子	德赛西威
电气系统	华阳集团
电气电子系统	宏发股份
	安泰科技



严重影响，苹果、特斯拉却成为不多的几个例外，几乎保持了全量供应，这主要得益于其稳定的供应链。有人可能会说，这是因为库克、马斯克的采购量足够大，台积电、三星、德州仪器、英飞凌不得不对超级VIP客户优先保障。这只能解释一部分，对于规模较大但又无法跟苹果、特斯拉相提并论的企业来说，打造最强供应链，提高合作伙伴的抗风险能力、改进双方的关系确实非常重要。

更为常见的是，我们经常看到许多企业热衷于高喊共赢的口号，实际效果却非常有限，原因在于喊口号的一方与听口号的一方互不相信，采购方与供应商都习惯于追求自身利益最大化，很少顾及对方挣不挣钱。供应链金融为大型企业提供了一个重要机会——不需要付出额外成本就可以改善双方关系。

中小企业的最大问题是在生产经营中，受到经营周期和其他因素的影响，预付账款、存货、应收账款等流动资产占用大量的资金。在供应链金融模式中，核心企业将自己的信用扩展到节点企业（中小企业）并相应地提升节点企业的信用，帮助他们通过货权质押、应收账款转让等方式从银行取得融资，盘活中小企业资产，将有限的资金用于业务扩张，从而减少资金占用。

当核心企业帮助中小企业提高资金利用效率时，后者不至于不念前者的情。更重要的是，当合作伙伴做大做强后，抗风险能力提高了，核心企业的供应链保障能力必然也随之提高，反之亦然。否则，任何一个合作伙伴出现问题，都会影响到订单的履约能力，核心企业不得不寻找替代方案，机会成本与时间成本很大。

当然，大型企业在作为核心企业参与整个贷款过程为节点企业提供信用担保，承诺回购

>> 资料来源：根据公开信息整理

质押货物、承诺付款，保证整个供应链畅通的同时，也不能做甩手掌柜，应该对节点企业（中小企业）生产中的各个环节进行监督，从而有效地提高节点企业的还款能力和意愿，从而降低违约风险。

最近几年，受国内新冠肺炎疫情反复与国外局势动荡的叠加影响，依靠资本扩张带动的粗放式经营受限，中小企业更是“压力山大”，亟待扶持。在产业分工越来越精细，产业集群化加速推进的背景下，大型企业通过聚焦主业实现内生增长，利用供应链金融实现跨越式成长很有必要。

比亚迪运作“迪链”

在刚刚过去的9月份，比亚迪卖出了20.13万辆新能源汽车，同比增长183%，单月销量首次突破20万辆大关，其中，海外销售新能源乘用车7736辆。今年前9个月，该公司新能源汽车累计产销分别为119.16万辆、118.01万辆，同比增长249%和250%。值得注意的是，在第三季度，比亚迪的新能源汽车销量已近54万辆，同期特斯拉交付了34.4万辆，这意味着中国新能源汽车“一哥”的销量已超过后者近20万辆，登顶全球新能源汽车销售排行榜。

厚积才能薄发。比亚迪之所以能取得如此业绩，与其深厚的造车行业积淀、强大的供应链金融控制能力不无关系。

早在2018年11月，比亚迪就推出了“迪链”。这是一种由比亚迪集团成员企业签发给供应商的电子债权凭证——指付款人根据平台业务办理规则成功签发的、显示基础合同项下付款人与基础合同交易对方之间债权债务关系的电子记录凭证。

“迪链”问世后，受到了供应商的欢迎。

签发规模从0到100亿元，迪链用了大约两年的时间，此后便进入快速增长时代，仅仅两个月就从100亿元变成了200亿元。截至2022年1月，迪链总签发规模已超过1000亿元，服务供应商企业超过1万家，签发笔数在10万单以上。

“迪链”的创新体现在，以真实的贸易背景为基础整合供应链企业，通过核心企业或其成员企业对供应商应付账款进行债权确权，确权后的债权使得中小企业能够轻松获得银行等资金提供方的信贷支持，也可以便捷地在迪链供应链信息平台上实现全线上流转，当合作伙伴需要资金周转而应收账款又没有到期时能轻松变现。

今年4月底，比亚迪上线了重构后的“迪链”供应链信息平台。新平台界面更加友好，业务更加多元，信息更加安全，对接资金方除了集团的保理公司，也包括工商银行、建设银行、农业银行、中信银行、中国银行、民生银行、浙商银行等国有商业银行和全国性股份制商业银行，成为聚焦供应链金融生态、助力绿色能源产业发展的一个典型。

不久前，“迪链”供应链信息平台的部分金融产品再次下调融资费用，整体融资成本最高下调达0.4%。在现有的数字债权凭证基础上，“迪链”平台还上线了现金折扣产品，用户没有账户限制，无需合同发票，无需签收“迪链”凭证就可以享受到超低的折扣率。

截至2021年年末，比亚迪应付票据余额为73.31亿元，应付账款余额为731.60亿元，应付账款是应付票据的近10倍，这意味着比亚迪通过“迪链”产品有效地推动了产业支付结算生态的构建，各类供应商的资金链稳定高效运行，助力比亚迪能够超越特斯拉，拿下全球新能源汽车“一哥”的宝座。□

在产业分工越来越精细，产业集群化加速推进的背景下，大型企业通过聚焦主业实现内生增长，利用供应链金融实现跨越式成长很有必要。