

电商平台供应链信用风险分析

——以拼多多平台为例的微观视角

邓连武

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月25日; 发布日期: 2025年5月31日

摘要

防止信用风险向金融体系扩散, 本文分析了拼多多的成长路径与平台特点, 发现以破坏性创新发展起来的该平台, 在个人用户注册店铺的流程中, 存在一定的逆向选择和道德风险问题。个人可能通过冒用他人身份信息, 在平台注册店铺后, 利用供应链体系中的账期付款方式, 通过低价倾销或者其它引流方式扩大销量后, 对供应商违约。由于拼多多平台的低门槛入驻和供应链与银行信贷的关联, 可能导致个人的信用违约由供应链体系向金融体系扩散, 造成系统性风险。本文梳理了该信用风险的产生过程与可能性, 并从平台和供应链商家的视角提出针对性的对策。

关键词

供应链信用风险, 破坏性创新, 网络零售

Analysis of Supply Chain Credit Risk in E-Commerce Platforms

—A Micro Perspective Using Pinduoduo Platform as an Example

Lianwu Deng

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 25th, 2025; published: May 31st, 2025

Abstract

To prevent the spread of credit risks to the financial system, this paper analyzes the growth path and platform characteristics of Pinduoduo, a well-known e-commerce platform. The analysis reveals that this platform, which has grown through disruptive innovation, faces certain adverse

selection and moral hazard problems in its personal user registration process. Individuals may use others' identity information to register shops on the platform and then take advantage of the accounts payable method in the supply chain system. They expand sales through low-price dumping or other traffic-driving methods and default on suppliers afterward. Due to Pinduoduo's low-threshold entry and the connection between its supply chain and bank credit, individual credit defaults may spread from the supply chain system to the financial system, causing systemic risks. This paper outlines the process and possibilities of such credit risks and proposes targeted countermeasures from the perspectives of the platform and supply chain merchants.

Keywords

Supply Chain Credit Risk, Disruptive Innovation, Online Retailing

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

自 2014 年“天猫”平台“双十一”的第一个三分钟，交易额突破 10 亿元，全天销售额突破 570 亿元以来，中国的电子商务迎来了爆发式的增长[1]。根据中国国家统计局及商务部发布的数据，2014 年中国的网络零售额突破 2.7 万亿，到 2024 年中国全国网上零售额高达 15.5 万亿。中国互联网络信息中心发布的第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，中国已建成全球规模最大、技术领先的互联网基础设施，构建起了全球最大的网络零售市场和网民群体。网民规模于 2024 年已达 11.08 亿人，互联网普及率升至 78.6%。结合电子商务技术展开业务将是传统零售企业未来的必然选择[2]。而拼多多平台在仅仅成立的五年时间里，从一家初创企业发展为一家成交额超万亿的平台企业，离不开其独特的商业创新[3]。移动互联网的普及与社交媒体的爆发，为社交电商模式的兴起提供了土壤。拼多多抓住这一机遇，通过“拼团 + 分享”模式重构消费链路，将社交关系转化为交易动力，迅速覆盖下沉市场及农村用户群体。中国经济的高速发展加剧了消费分层，一二线城市用户追求品质与品牌，而低线城市及农村用户更注重性价比与实用性。拼多多的低价策略精准匹配了这一需求，通过“非品牌商品”和“农产品直供”填补市场空白。其成功离不开技术驱动下的供应链革新，通过分布式 AI 算法优化商品推荐与流量分配，广告点击率高达 25% (行业平均约 18%)，显著提升商家 ROI (投资回报率达 1:8) [4]。此外，平台利用大数据反向指导生产端，推动“新质供给”战略。回顾拼多多的发展历程，是将“破坏性创新”理论作为自己发展的利器[5]，从低端细分市场逐步发展而来的[6]。这也导致了其较低的准入门槛，使得普通人可以在较少资金与无需生产的情况下，凭借中国发达的供应链体系，成为电商老板，并形成了个人通过平台参与供应链的风险传导路径。供应链金融风险主要包含信用风险、操作风险和市场风险这三大风险[7]，个人卖家的参与带来了更多的不确定性。此外，供应链金融风险度量手段单一，如在操作风险的度量和管理过程中，传统人工调查手段难以识别诸如伪造买方公章、贸易合同、增值税发票和仓单等造假[8]，且不再以房产等不动产做抵押，对中小企业的抵押品要求降低[9]，为供应链信用风险管理提出了更高的要求。由于供应链上下游企业之间存在着连续的产、供、销交易[10]，能使风险在其中快速传递并扩大其影响范围。因此，防范供应链信用风险对电商平台、供应链及其融资体系的健康发展具有重要意义。本文在对拼多多

平台的个人店铺注册、无货源模式和供应链付款周期的梳理后，发现其中潜在的供应链信用风险。

1.2. 研究意义

1.2.1. 理论价值

经济学领域中的强有效市场在现实世界中很难实现。在一个交易市场上通常存在信息不对称、逆向选择和道德风险三个问题。信息不对称是指在交易或者合作过程中，由于互相之间拥有的信息量不同，一方拥有更多或者更关键的信息，可能使得自身获益而他人受损。这是市场失灵的一种表现，其后果是导致资源低效配置。逆向选择问题发生于交易之前，是信息不对称理论的一个重要表现。表现为市场上的劣质商品或高风险参与者驱逐优质商品或低风险参与者。导致资源错配、市场萎缩甚至崩溃。道德风险问题出现在交易发生以后，因一方无需承担全部后果而做出的损害另一方利益的行为。同样源自于信息不对称而产生的事后机会主义行为，对市场信任会造成极大的破坏。在拼多多平台的商业模式下，个人卖家在平台注册店铺并经营，是信息的提供者，而平台作为信息接收方，对相关资料信息进行审核判别，使得个人卖家成为其中的信息优势方。个人卖家隐藏质量信息或伪造关键信息，导致个人卖家和平台双方之间的信息不对称，成为信用风险的起点。拼多多平台的低保证金，导致价格机制无法筛选质量卖家，使高风险个人卖家集中于平台，致使逆向选择问题成为现实。另一方面，平台无法对个人卖家形成强有力的约束，加之低违约成本，提高了个人卖家的违约倾向，从而产生道德风险问题。形成了由信息不对称引发个人卖家的信用风险，个人信用风险由平台传导到供应链，破坏供应链的商业信用，再由供应链和银行的信贷关系将风险进一步向金融机构扩散的传导机制，给平台、供应链体系以及金融机构带来损失。本文从微观层面出发，分析拼多多平台的商业模式中供应链存在的信用风险并提出对策，提供了该理论的新视角。

1.2.2. 实践价值

通过案例与政策分析，本文研究发现个人可以通过利用拼多多平台的注册规则、中国供应链的付款周期特点以及非正规操作，促成供应链中的信用风险，破坏市场运行，对供应商造成利益损失以及破坏平台的稳定经营，风险还能通过供应链与银行的信贷关系向外传播。基于此，本文从平台以及供应商两个视角提出对策，以规避风险的发生，保障自身的合法权益、营造和谐稳定的经营环境。

2. 拼多多供应链信用风险的来源与典型案例

2.1. 信用风险来源梳理

2.1.1. 非法身份信息交易

首先从交易规模上看，地下市场交易额惊人。据贵阳大数据交易所创始人透露，其数据交易额大概是合法数据交易额的 100 倍。2020 年，全国从事非法信息交易的人员已经超过 40 万人，依托其进行网络诈骗的行业人数至少有 160 万人，地下市场上流通着的公民个人信息，每天以数以万计的交易量辗转在不同人手中。此外，交易涉案金额巨大。如 2019 年，田某通过“暗网”购买了其他黑客非法获取的某科技公司账户数据库后，不断完善该数据库，再通过“暗网”以加密通讯工具联络、比特币结算的方式多次贩卖牟利，该数据库包含公民个人信息 6 亿余组¹。再如，江苏淮安警方依法打击了 7 家涉嫌侵犯公民个人信息犯罪的公司，其中拉卡拉支付旗下的考拉征信涉嫌非法提供身份证返照查询 9800 多万次，获利 3800 万元²。

¹ 数据来源于澎湃新闻：https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_17131390。

² 数据来源于央视网：<https://tv.cctv.com/2019/11/19/VIDE4obtM7C8PGPs8TB9KgiS191119.shtml?spm=C53156045404.P4HrRJ64VBfu.0.0>。

其次是完整的产业链条。上游有多种信息获取渠道。黑客通过制作病毒木马、各种钓鱼手段、网络攻击的方式获取用户信息，如账户密码、用户身份信息、银行卡信息等，此外，还有一些从执法机构或互联网公司内部泄露信息。例如，犯罪嫌疑人何某利用为相关单位、企业建设信息系统之机，非法获取医疗、出行、快递等公民个人信息数十亿条，搭建对外提供非法查询服务的数据库，通过“暗网”发布广告招揽客户，出售牟取不法利益。中游对信息进行整合加工。中间商将从上游获取的信息进行整合、加工、筛选，形成不同类别和用途的数据包。他们可能会对信息进行二次开发，如通过撞库、洗库等方式提炼筛选出更有价值的信息，然后将这些信息在地下市场上进行交易。下游则通过这些信息进行非法的牟利活动。而本文进行预警的第一个风险点是冒用他人的身份信息在拼多多平台开设店铺，利用其准入门槛低，保证金少等特点，进行非法牟利行为，对供应链造成信用风险。

2.1.2. 平台注册分析

拼多多平台的注册流程大致分为以下五步：一、账号注册，个人商家可以通过拼多多的官方网站或者拼多多的手机 App 进行注册。注册时需要提供个人身份证信息和联系方式等相关信息；二、选择店铺类型，登录后进入到入驻选择店铺页面，选择个人店，点击个人店选项，在点击“下一步”按钮；三、填写店铺信息，在这里需要给店铺取一个容易记住的名字，并且还要符合拼多多店铺命名规范，填写开店人的基本信息，上传开店人身份证照片；四、提交审核，提交相关资质审核，审核通过后即可开店。个人店铺和普通企业店铺的审核时效为 2 个工作日；五、缴纳保证金，不同店铺类型和类目的保证金金额有所不同。一般个人店铺保证金在 500~1000 元左右。另外，根据该平台的规则，一个账号可以开设两个店铺，所以一份身份信息，加上 1000~2000 元的保证金，就可以同时运行两个店铺，扩大了违约风险的影响。

在要求和规则方面，注册者需年满 18 周岁，持有中国大陆身份证，且身份证有效时间大于 1 个月；商家需确保所售商品的质量和安全性，不得销售假冒伪劣商品；不得侵犯他人的知识产权，包括商标、专利、著作权等；需遵守平台的交易规则，包括但不限于订单处理、发货时间、退款政策等；需提供良好的售后服务，包括退换货政策、客户投诉处理等。

最后对开设店铺的成本做一个分析。一是保证金，个人店铺一般需要缴纳 500~1000 元保证金，部分特殊类目可能需要更高的保证金；二是手续费，商家在交易提现时会有一定的手续费用，通常为千分之六；三是推广费用，包括自然流量、活动流量和付费流量等，具体金额视店铺运营策略而定；四是硬件费用，拼多多开店需要准备电脑、打印机等硬件设备，有时还需支付场地费；五是运营成本，包括物流、办公场地租金、员工工资等日常开支，这些费用因人而异。

2.1.3. 供应链“无货源”模式

无货源模式是一种创新的电商经营策略，商家无需自己持有商品库存，而是通过在不同电商平台上寻找合适的商品，然后将这些商品信息发布在自己的店铺中，当顾客下单后，再从上游商家处采购商品并直接发货给顾客，从中赚取差价。该模式对个人卖家来说有三个显著的优势，首先是低门槛与低成本，无需大量资金用于采购商品和租赁仓库；其次是运营的灵活性，可以根据市场需求和销售数据，随时调整商品种类和价格；最后是无需担心库存的积压，可以大大降低经营风险。

在该模式下，与供应商签订待发货协议时的付款周期通常有以下几种常见方式：1) 预付款：商家需要先向供应商支付一定的货款，作为订单的预付款。这种方式可以确保供应商有足够的资金进行生产和备货，但对商家的资金周转有一定压力。2) 货到付款：商家在客户收到货物并确认无误后，再将货款支付给供应商。这种方式可以降低商家的资金风险，但可能会增加供应商的顾虑，适用于信誉良好的长期合作伙伴。3) 账期结算：商家与供应商约定一定的账期，例如每月结算一次。这种方式有利于商家的资

金周转，但需要商家具备一定的信誉和谈判能力。4) 佣金制：供应商根据商品的售价和销售数量，向商家支付一定比例的佣金。在这种模式下，商家不需要支付货款，但收入相对较低，更适合推广型的无货源店铺。

在这几种付款周期中，本文强调的风险来自于账期结算方式。在合作初期通过月结账或者在合作一段时间，具备谈判能力与议价能力以后，与供应商重新协议付款期限，获得更长的付款时间。这段时间就是本文预警的信用风险爆发期，并且在该期间内，个人卖家会尽可能的扩大自己的销售额。

2.2. 供应链信用风险的形成

在上文中，已经对本文所预警的供应链风险的相关背景作了说明，图 1 描绘了该信用风险的整个诞生过程。

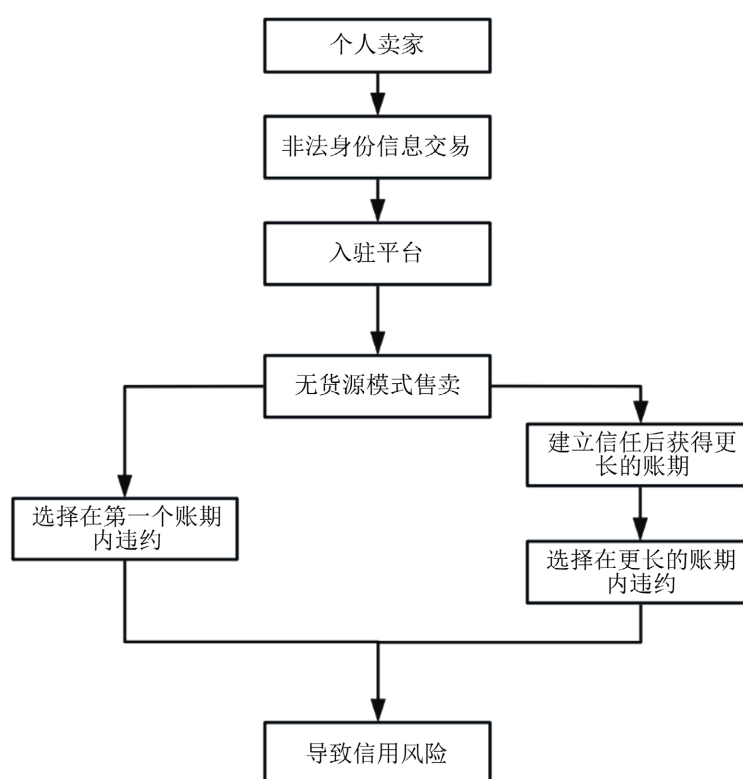


Figure 1. The process of credit risk generation

图 1. 信用风险产生过程

个人卖家通过非法的身份信息交易，入驻平台后，使用账期付款方式参与到无货源的售卖模式中。如果该卖家一开始就存在着逆向选择问题，那么在上述的成本分析中，除了店铺保证金以外，硬件费用和运营成本将被极致压缩，推广费用可以通过极低的利润甚至成本价售卖而被节省。在第一个账期内，可以通过价格战、增加推广费或者其它引流的方式增加销售量；也可以正常经营，以获取供应商的信任后取得更长的付款周期，在更长的周期内增大销售量。然后出现道德风险问题，个人卖家拒绝对供应商付款，那么在该付款周期内的所有销售额都将变成利润，而较低的保证金与购买的身份信息，使得该个人卖家有充分的动机违约。从表 1 不同平台的用户画像分析中[3]，可以进一步理解为什么拼多多平台的供应链信用风险更值得警惕。

Table 1. User profiles on different platforms
表 1. 不同平台用户画像

平台	自主性	品牌	价格	物流时效性
京东	购物目标明确	较强的品牌意识	较低价格敏感度	时效性要求高
淘宝	购物目标明确	较弱的品牌意识	较高价格敏感度	时效性要求较低
拼多多	无意识购物	弱品牌意识或无品牌意识	高价格敏感度	时效性要求低

通过对不同平台的用户画像对比，能更清楚的理解拼多多平台的用户量庞大的基础以及商家注册的低门槛。虽然同一个用户可能同时使用这三个平台进行购物，但是在使用不同平台时，用户对平台的期待和要求是不同的。信用违约者可以在账期内，凭借庞大的用户基础以及用户画像，扩大自己的销量以达到自身利润的最大化。但对供应商来说，违约在越的销量就意味着越大的损失，同时，销量越高的卖家，在供应商那里的议价与谈判能力也就越强，越能造成更大的信用风险。供应商由于拥有自己的固定资产、生产能力等资源，一般更容易与银行建立信贷关系，供应链信用风险还能通过信贷关联向银行传递[11]。如果该类型的个人违约风险发展成规模，平台与供应链的商家没有相应的措施，可能造成道德风险传导进入银行业形成供应商的违约风险，从而形成系统性风险。破坏政策的营商环境与融资环境。

3. 对策及建议

3.1. 平台

3.1.1. 多重验证机制

现行的通用验证方式包括以下四种，首先是身份证件验证，平台可以要求上传身份证正反面照片，并通过 OCR 技术识别身份证信息，确保信息的真实性和完整性。第二是人脸识别技术，在个人商家注册过程中进行活体检测和人脸比对，确保注册者与身份证持有人一致。人脸识别技术可以通过拍摄商家的面部视频或照片，与身份证上的照片进行比对，有效防止他人冒用身份。第三是手机验证，要求商家在注册时绑定手机号码，并通过短信验证码进行验证，确保手机号码的真实性和有效性。第四是邮箱验证，要求商家提供邮箱地址，并通过邮件验证链接进行验证，确保邮箱地址的真实性和有效性。这四种方式可以在一定程度上避免冒用他人身份信息注册店铺。使用单一验证方式，有一定概率无法保证上传信息与实际经营者一致，但是多种方式的交叉验证可能进一步保证信息的真实与一致性。

3.1.2. 定期核验更新

平台应定期对商家的身份信息进行核验，使用人脸识别技术确保信息的准确性和时效性。保证平台上的注册信息与店铺实际经营者的身份信息一致，限制未核验与核验不一致的店铺运营。若商家存在身份信息冒用，则无法满足平台的核验要求。这样可以使首次注册时通过了人脸识别，但由于是购买了他人信息，无法多次重复的进行人脸核验的冒用信息者暴露。定期核验这种方式需要关注周期时长这个问题，如果核验周期短，会导致正常的商家频繁核验，增加他们的精力消耗，分散其商业上的注意力；如果核验周期过长，那么在核验期内，就已经爆发了信用风险，导致该手段失效。平台应该从账期付款的周期、核验的成本两个方面综合考虑，权衡一个既能有效防止在核验期内爆发风险，又不会干扰正常的店铺经营的期限。

3.1.3. 构建风险预警模型

通过技术手段监测商家的异常行为，如上架的商品价格低于正常价格或者成本价、频繁更换注册信

息、异常登录地点、异常引流行为等，借助其庞大的用户基础与历史信息，对各种异常行为进行赋权，构建符合平台自身情况的风险预警模型，对存在潜在风险的店铺赋予不同的风险等级，根据风险等级选择不同频率和周期的验证或者核验更新，及时发现和处理潜在的风险，保障正常经营店铺的营业不受平台政策与规则的影响，同时减少信用风险的发生。

3.2. 商家

3.2.1. 优化货款保障机制

首先可以采用保证金机制，提高个人卖家的违约成本。该机制要考虑两方面的影响，过高的保证金会提高供应商自己的合作门槛，减小自己的市场份额，不利于自身的发展；而过低的保证金可能对合作卖家无法产生有效的约束。其次可以采用预付款机制，根据卖家所需货量，动态调整预付款金额。这种方式可以确保供应商有足够的资金进行生产和备货，但对商家的资金周转有一定压力。最后是借鉴房地产市场的监管账户模式，在平台的支持下，将卖家的货款先进入平台的监管账户，在把货款结算给供应商以后，再将剩余货款转到个人卖家手里。

3.2.2. 动态信用评级

对于稍有规模的供应商，由于客户量较多，为防止政策和规则的僵化与一刀切，供应商可以对自己的客户建立一个信用评级，根据信用评级来对客户使用不同的策略与合作方式。该评级可以纳入客户的历史付款周期、所需货量、店铺开设时间、店铺历史成交额等指标作为依据。对于低评级客户采用短的付款周期或者拒绝使用账期付款的方式合作，可以帮助供应商减少客户的道德风险。

4. 结语

我国的基本国情以及强大的网络基建能力，使得我国的网络零售业务具有巨大的规模和市场。拼多多作为一个拥有庞大用户的平台，连接了无数的消费者、个人卖家和供应链商家，应该优化和完善自己的流程和规则。个人卖家在理论上可以通过平台的低门槛与低违约成本，通过供应链的账期付款模式对正常的营商环境造成破坏，并且该信用风险可以通过供应链和银行的信贷关系进行扩散，破坏市场的商业模式。为防止供应链的信用风险的发生与传播，平台和商家应该在本文提出的两个重要环节警惕风险的产生，一是身份信息的一致性确认；二是保障账期内，减少违约的发生、减小违约时的损失。

参考文献

- [1] 方福前, 邢炜. 居民消费与电商市场规模的 U 型关系研究[J]. 财贸经济, 2015(11): 131-147.
- [2] 史丽芳. 电子商务背景下我国零售业变革的特征趋势与对策[J]. 商业经济研究, 2020(2): 39-42.
- [3] 陈菡, 张佳林, 罗冬秀. 拼多多的崛起路径与创新机理[J]. 财会月刊, 2021(1): 155-160.
- [4] 史泰松. 社交电商拼多多的营销策略分析[J]. 全国流通经济, 2024(13): 24-27.
- [5] Christensen, C.M. (1997) *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Press, 1-256.
- [6] Christensen, C.M., Raynor, M. and McDonald, R. (2015) What Is Disruptive Innovation. *Harvard Business Review*, 12, 44-53.
- [7] 储雪俭, 谢天豪, 庞瑞琪. 电商供应链金融的特点、风险及防控对策[J]. 南方金融, 2018(9): 94-98.
- [8] 田娟娟, 何畅. 共享视角下供应链金融风险管理[J]. 中国金融, 2018(18): 96-97.
- [9] 郑昱, 张凯夕. 供应链金融风险管理研究——基于中小企业融资视角[J]. 金融发展研究, 2020(10): 45-51.
- [10] 林树红. 商业银行供应链融资的风险及其管理[J]. 南方金融, 2010(10): 80-82.
- [11] 黄苒, 冯小钰. 供应链信用风险传染、银行策略与风险控制[J]. 系统管理学报, 2024, 33(1): 137-149.