

电商信用评价体系对企业融资能力的影响研究

张自琦

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年6月30日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月18日

摘要

电商信用评价体系通过整合交易数据与行为记录等多维信息, 构建了覆盖信用状况与经营能力的综合评价机制, 已成为数字经济时代企业融资生态的重要组成部分。该体系运用实时动态的信用评估方法, 能够精准识别企业风险水平, 显著提升中小企业融资可得性, 有效降低融资成本, 明显提高融资效率。通过建立统一的信用评分计算方法、规范的数据查询纠错流程、独立的第三方监督机制以及标准化的银行数据接口, 电商信用评价体系可进一步优化其在促进企业融资能力提升方面的功能效果, 为构建普惠金融服务体系提供重要支撑。

关键词

电商信用评价, 企业融资能力, 信用体系, 数字金融, 风险评估

Research on the Impact of E-Commerce Credit Evaluation System on Enterprise Financing Capability

Ziqi Zhang

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jun. 30th, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Aug. 18th, 2025

Abstract

The e-commerce credit evaluation system has become a vital component of the corporate financing ecosystem in the digital economy era by integrating multi-dimensional information such as transaction data and behavioral records to construct a comprehensive evaluation mechanism covering credit status and operational capabilities. This system employs real-time dynamic credit assessment methods to accurately identify enterprise risk levels, significantly enhancing financing accessibility for

small and medium enterprises, effectively reducing financing costs, and markedly improving financing efficiency. Through establishing unified credit scoring calculation methods, standardized data inquiry and correction procedures, independent third-party supervision mechanisms, and standardized bank data interfaces, the e-commerce credit evaluation system can further optimize its functional effectiveness in promoting enterprise financing capability enhancement, providing crucial support for building an inclusive financial service system.

Keywords

E-Commerce Credit Evaluation, Corporate Financing Capability, Credit System, Digital Finance, Risk Assessment

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

在数字经济深度融合的时代背景下，电子商务平台积累的海量交易数据正在重塑传统金融服务模式。电商信用评价体系运用大数据分析与人工智能技术，将企业在平台上的各类经营行为转化为标准化的信用指标，形成了具备实时性与动态性特征的新型评价机制。这一体系能够有效补充传统征信体系的覆盖范围，为金融机构提供更加全面准确的企业信用画像。电商信用评价在缓解信息不对称与提高风险识别精度以及优化资源配置效率等方面展现出独特优势。深入研究电商信用评价体系对企业融资能力的影响机制并探索其完善路径，对于推动数字金融创新发展与普惠金融体系建设具有重要意义。

2. 电商信用评价体系与企业融资能力概述

电商信用评价体系作为数字经济时代的重要制度创新，已成为影响企业融资能力的关键变量，准确界定电商信用评价体系的内涵特征与企业融资能力的构成要素，是深入分析两者关系的理论前提。

2.1. 电商信用评价体系的界定与构成要素

电商信用评价体系是指在电子商务交易环境中，针对参与交易的多方主体进行诚信度评估的制度化机制。该体系通过量化与非量化相结合的标准，对市场主体在平台上的交易行为与服务质量以及履约能力与用户反馈等方面进行综合评估，并以信用等级与评分以及评论等形式呈现评价结果。电商信用评价体系具有复杂性以及动态性特征，涉及电子商务平台、消费者、平台内经营者以及第三方信用评价机构等多方主体[1]。该体系的构成要素主要涵盖信用信息采集系统、信用评价指标体系、信用评价算法模型以及信用结果应用机制，信用信息采集系统承担着收集以及整理各类信用数据的任务，信用评价指标体系明确了评价的维度以及设定了相应权重，信用评价算法模型达成了对信用状况的量化计算工作，信用结果应用机制把评价结果转化成了实际的信用价值。

2.2. 企业融资能力的内涵特征与评价维度

企业融资能力是指企业在特定经济环境下，通过各种融资渠道以及方式获取所需资金的综合能力。该能力体现了企业在资本市场中的竞争地位以及资源配置效率，直接影响企业的生存发展以及战略实施，企业融资能力具有多维性、动态性以及相对性特征，受到企业内部条件与外部环境双重因素影响[2]。企

业融资能力的评价维度主要涵盖融资可得性、融资成本以及融资效率这三个方面，融资可得性反映企业获取资金的难易程度，体现为金融机构对企业的授信意愿以及额度情况，融资成本衡量企业获取资金所需付出的代价，包含利息费用与手续费等显性成本以及时间成本与机会成本等隐性成本，融资效率体现企业从提出融资需求到获得资金的时间长短以及流程复杂程度。这三个维度相互关联且相互影响，共同构成企业融资能力的完整评价体系。

3. 电商信用评价体系重塑企业融资能力的多维影响机制

电商信用评价体系通过信息透明化、风险量化以及流程优化等机制，对企业融资能力产生深层次影响，该体系有效提升企业融资可得性，降低融资成本，优化融资效率，重构了传统融资生态。

3.1. 对企业融资可得性的提升作用

电商信用评价体系通过构建多维度信用画像，显著缓解了银企之间的信息不对称问题，提升了企业融资可得性。传统金融机构依赖财务报表等静态信息评估企业信用状况，往往存在信息滞后以及覆盖面不足的局限，电商信用评价体系整合了企业在平台上的交易频次与交易金额以及履约记录与客户评价等实时动态数据，形成了更加全面准确的信用档案，金融机构通过获取这些多维度信用信息，能够更精准地识别优质客户，降低逆向选择风险，从而增强对企业的授信意愿[3]。特别是对于缺乏抵押担保的中小企业，电商信用评价体系提供了新的信用增进手段，使其能够凭借良好的平台信用记录获得金融机构认可，该体系还通过建立信用激励机制，引导企业主动维护信用状况，形成了良性的信用建设循环，进一步扩大了企业融资机会。

3.2. 对企业融资成本的降低效应

电商信用评价体系凭借提升风险定价精度以及降低信息搜集成本，有效实现了企业融资成本的降低。该体系运用大数据分析 with 人工智能技术，对企业信用风险开展精准量化评估，让金融机构能依据企业真实风险水平制定差异化定价策略，信用状况良好的企业能够享受到更低的利率水平，而非采用一刀切的高风险溢价方式，电商平台的实时数据监控能力削减了金融机构的尽职调查成本以及持续监管费用，这部分成本节约最终传导到企业端体现为融资成本下降[4]。电商信用评价体系还促进了金融产品创新，推动供应链金融与订单融资等新型融资模式的发展，这些模式通过业务场景嵌入以及风险分散机制进一步降低融资成本。该体系所建立的信用担保机制减少了企业对传统抵押担保的依赖，降低了担保费用等相关附加成本。

3.3. 对企业融资效率的优化影响

电商信用评价体系借助数字化流程与自动化审批，明显提升了企业的融资效率。传统融资模式当中，企业要准备大量纸质材料且经历复杂审批流程，融资周期通常较长，电商信用评价体系达成了信用信息的标准化以及数字化，企业能够通过平台直接提交融资申请，系统自动调取相关信用数据来评估，自动化风控模型可在短时间内完成风险评估以及授信决策，大幅缩短了融资审批所需的时间，线上化操作流程减少了人工干预的环节，提高了融资服务的标准化程度以及处理效率。电商信用评价体系支持的融资产品具有随借随还与循环授信等特点，企业可以根据资金需求灵活使用，避免了资金闲置成本[5]。该体系还通过建立预授信机制，使企业可以提前获得授信额度，在资金需求出现时快速获得资金支持，大大提升了融资的及时性以及便利性。

4. 电商信用评价体系促进企业融资能力提升的实现方案

电商信用评价体系的优化需要从技术标准、数据管理、监督机制、系统对接四个核心环节入手，通

过建立可量化的评分方法、规范化的数据处理流程、独立的监督体系与标准化的技术接口，形成系统性的制度保障框架，推动信用评价结果在金融领域的有效应用。

4.1. 制定电商平台信用评分统一计算方法

电商平台信用评分统一计算方法应建立包含基础信息、经营能力、服务水平、交易记录与综合信誉五个一级指标的综合评价体系，严格参照商务部《电子商务信用评价指标体系 网络零售》标准(SB/T 11051-2013)执行。基础信息主要考察企业的工商注册信息、资质证明文件以及身份认证情况；经营能力重点评估企业的业务规模、商品管理水平、库存周转效率以及供应链稳定性等关键指标；服务水平通过客户服务响应效率、售后处理能力、服务满意度以及投诉处理情况进行综合衡量；交易记录深入分析企业的交易频次、交易金额变化趋势、履约表现以及客户复购率等数据[6]；综合信誉综合评价企业的信用记录、违规处罚情况、市场声誉以及行业地位等因素。评价等级按照标准规定分为 A、B、C 三个等级，其中 A 等信用为累计得分 70 分~100 分(含 70 分与 100 分)，B 等信用为累计得分 40 分~70 分(含 40 分)，C 等信用为累计得分不足 40 分。评分计算采用加权综合评价法，各项指标根据其重要程度设定相应的权重系数，通过量化评分与定性评价相结合的方式形成最终评价结果。各电商平台应严格按照国家标准执行，建立规范化的评价流程与数据采集机制，确保评价结果的客观性与权威性。

4.2. 建立企业信用数据查询纠错流程

企业信用数据查询纠错流程需要建立标准化的操作规范与处理机制，查询系统应提供统一的身份认证接口，企业通过营业执照号码与法定代表人身份证号码以及银行预留手机号码等要素完成身份验证，查询服务分为基础版与详细版两种类型，基础版免费提供企业当前信用评分、信用等级分类以及历史评分走势等核心信息；详细版需要适当收费，提供更加全面的信用分析报告，包括各维度得分明细、具体交易数据、负面记录详情以及行业对比分析等内容[7]。企业每年可以享受一定次数的免费详细查询额度，超出部分按照合理标准收费。纠错流程设计为三级处理机制：第一级由平台内部客服团队负责处理，企业发现数据错误后可以通过在线系统提交纠错申请，附上相关证明材料，平台需要在规定时间内核实并给出处理结果；第二级由行业协会或第三方调解机构处理，对平台处理结果不满意的企业可以申请行业调解，由专业人员组成调解小组进行公正处理；第三级由政府监管部门进行最终裁决，确保纠错程序的权威性与有效性[8]。纠错成功后，平台必须及时更新相关数据，并主动通知已经查询过该企业信用信息的金融机构与其他相关方，确保错误信息得到及时纠正与更新。

4.3. 设立电商信用评价第三方监督机制

第三方监督机制的建立是确保电商信用评价体系公正透明运行的重要保障，监督机构应由具备独立性与专业性的行业组织牵头组建，如中国电子商务协会与中国互联网协会等，吸纳电商行业专家、法律专业人士以及技术专家等组成监督委员会。监督范围应涵盖信用评价算法的科学性与公正性、数据处理的合规性与安全性、评价结果的准确性与时效性等关键环节；算法监督重点检查各平台评分模型的合理性，包括指标权重设置是否科学、算法更新是否及时公开、是否存在人为操控等问题；数据监督主要关注个人信息保护、数据采集范围以及存储安全措施等方面的合规情况；结果监督通过抽样验证与交叉比对等方式检验评分准确度。监督程序采用定期检查与随机抽查相结合的方式，建立常态化的监督机制，对于发现的问题，根据严重程度实施不同级别的处罚措施，包括责令整改、暂停服务以及公开通报等。监督结果应向社会公开发布，接受公众监督。监督机构的运行经费可以通过向被监督平台收取合理费用的方式解决，收费标准根据平台规模与业务量确定。建立监督员制度，定期轮换监督人员，确保监督工作的独立性与有效性。

4.4. 推动银行接入电商平台信用数据接口

银行接入电商平台信用数据接口是实现信用评价金融应用的关键技术环节，接口设计应遵循金融行业相关技术标准与安全规范，采用标准化的 API 架构，支持实时查询与批量处理两种模式，根据银行业务需求的不同，接口服务可以分为基础版、标准版以及高级版三个层次。基础版适用于小额信贷业务，提供企业基本信用评分与等级信息；标准版满足一般企业贷款需求，增加详细的交易数据与履约记录；高级版服务于大额授信与供应链金融业务，包含完整的风险分析报告与预警信息[9]。技术实现方面，接口应采用高安全等级的加密传输协议，建立严格的身份认证机制，确保数据传输的安全性与可靠性，数据格式应统一标准，便于银行系统集成与处理，响应时间要求应根据不同服务等级设定合理标准，保证查询效率，收费机制可以按查询次数或服务等级制定差异化价格，对查询量大的机构给予适当优惠，银行接入需要经过资质审核与技术测试以及协议签署等环节，确保接入机构具备相应的技术能力与风控水平[10]。可以选择部分大型银行与头部电商平台先行开展试点合作，验证接口稳定性与数据有效性，积累经验后逐步推广到更多金融机构与电商平台。

5. 结语

电商信用评价体系作为数字经济时代的重要制度创新，通过多维度信用评估机制的构建，在提升企业融资可得性、降低融资成本以及优化融资效率方面发挥了积极作用，为中小企业融资开辟了新的有效途径。该体系的持续完善需要从技术标准统一、数据管理规范、监督机制健全以及系统对接优化等多个层面协同推进。通过建立科学的评分方法、完善的查询纠错流程、独立的监督体系与标准化的技术接口，可以进一步提升电商信用评价体系的规范化水平与应用效果。未来应继续推动电商信用评价体系与传统金融体系的深度融合，不断拓展其应用场景与服务范围，为企业融资能力提升与金融服务创新提供持续动力。

参考文献

- [1] 吴成新. 电商平台信用风险评价指标研究[J]. 中国标准化, 2025(9): 65-68.
- [2] 潘大鹏, 王乐, 王博文, 等. 联盟链在平台型电商信用评级系统中的作用机制研究[J/OL]. 中国管理科学, 1-21. <https://doi.org/10.16381/j.cnki.issn1003-207x.2022.1667>, 2025-07-15.
- [3] 常广庶, 刘少卿. 大数据背景下跨境电商信用管理体系建设研究[J]. 征信, 2024, 42(4): 50-56.
- [4] 王超. 电商信用评价制度运行逻辑及完善建议[J]. 中国信用, 2024(4): 80-84.
- [5] 鲍新中, 李佳航, 李莹, 等. 考虑状态指标和时序指标的电商小微企业信用风险动态预警[J]. 系统管理学报, 2023, 32(5): 1103-1115.
- [6] 王楠. 大数据背景下电商信用体系的法律监管问题及对策[J]. 产业创新研究, 2022(5): 97-99.
- [7] 黄东坡. 电商小贷支持小微企业融资研究[J]. 征信, 2022, 40(4): 74-78.
- [8] 王娟. 互联网金融背景下中小企业融资路径探析[J]. 四川文理学院学报, 2021, 31(5): 83-89.
- [9] 顾洲一, 楼裕胜, 毛通. 基层治理中的信用环境监测研究[J]. 征信, 2022, 40(2): 21-27.
- [10] 王禹心. 电商供应链融资模式探究[J]. 商业文化, 2021(21): 100-101.