

商业银行电商客户信贷风险管理研究

董文秀

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年5月11日; 录用日期: 2026年6月2日; 发布日期: 2026年10月23日

摘要

数字经济不断深入发展, 推动电商客户群体的信贷需求持续释放。商业银行将电商客户纳入信贷服务体系具有重要价值。然而, 电商客户存在轻资产、高平台依赖、财务透明度低等特征, 使传统信贷风险管理框架面临显著适配困境, 风险识别存在盲区、评估模型失准、贷中监控滞后与贷后处置被动等问题相互叠加。破解这些困境, 需从数据共享与金融科技融合、评估体系重构、多元风险共担机制建立及全流程动态管控四个维度协同推进, 方能实现电商信贷业务的可持续健康发展。

关键词

商业银行, 电商客户, 信贷风险, 风险管理, 金融科技

Research on Credit Risk Management for E-Commerce Customers in Commercial Banks

Wenxiu Dong

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: May 11, 2026; accepted: June 2, 2026; published: October 23, 2026

Abstract

The continuous development of the digital economy has led to a sustained release of credit demand from e-commerce customers. Integrating e-commerce customers into the credit service system is of significant value for commercial banks. E-commerce customers are characterized by light assets, high platform dependence, and low financial transparency, which presents a significant adaptation challenge to traditional credit risk management frameworks. Problems such as blind spots in risk identification, inaccurate assessment models, lagging mid-loan monitoring, and passive post-

loan handling are compounded. Overcoming these challenges requires a coordinated approach across four dimensions: data sharing and integration with financial technology, reconstruction of the assessment system, establishment of a diversified risk-sharing mechanism, and dynamic full-process control. Only in this way can the sustainable and healthy development of e-commerce lending be achieved.

Keywords

Commercial Bank, E-Commerce Customer, Credit Risk, Risk Management, Financial Technology

Copyright © 2026 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

电子商务规模不断扩张，催生了大量电商经营主体。这些主体的融资需求和商业银行传统信贷产品之间存在显著结构性错位：电商客户固定资产规模普遍偏小且经营数据高度沉淀于第三方平台，导致信息不对称问题十分突出，进而使得道德风险与逆向选择情况随之上升。与此同时，传统风险管理框架在客户识别、模型评估、动态监控与不良处置等环节都显现出明显局限。

在现有的相关研究中，王瑞瑞[1] (2026)从人工智能应用和穿透式监管角度探讨商业银行信贷风险控制；林慧[2] (2025)系统地梳理了小微企业信贷风险管理的具体路径；付程晨[3] (2022)则针对电商消费金融风险管理和跨境电商融资机制开展研究。综上可知，这些研究成果要么聚焦于消费端的信贷问题，要么缺少针对电商经营性客户的全流程整合分析。因此，围绕电商客户信贷风险管理困境与完善路径展开系统论证具有重要现实意义。

2. 商业银行电商客户信贷风险的特征与类型

(一) 电商客户的经营模式特征与信贷需求分析

电商客户将线上平台当作核心经营载体，商业活动高度依靠平台流量、用户评价和供应链响应能力，经营边界具有虚拟化、轻资产化的显著特征。此外，与传统工商企业相比，电商客户固定资产规模普遍偏小，账面财务信息存在不完整情况，经营数据主要沉淀在第三方平台而非企业自身财务体系中。

在信贷需求层面，电商客户资金缺口集中在备货周期、促销节点以及供应链账期等特定阶段，呈现出额度小、频次高且时效性强的典型特征。这种碎片化、季节性的融资需求和商业银行传统信贷产品长周期、重抵押的设计存在明显错位，客观上要求银行在产品结构与服务模式方面进行针对性调整。

从细分群体角度来看，跨境电商卖家面临结算周期长且汇率波动大的资金压力，直播带货商家呈现备货集中、退货率高且收入波动强的特征，不同细分群体的资金需求差异十分显著，风险管理策略也应该有所区分。

(二) 电商客户信贷风险的主要类型

电商客户信贷风险在类型上呈现多元并存格局。信用风险作为最基础的风险形态，源于电商客户财务透明度不足且还款能力波动较大，使银行难以准确评估其真实偿债能力。流动性风险同样较为突出，电商客户的现金流受平台结算周期、退货率以及促销波动影响较大，导致资金链断裂概率相对较高。

同时，操作风险也不容忽视。部分电商客户存在虚构交易、刷单造假等行为，会导致银行对其经营

规模出现误判。平台政策风险同样是重要隐患，平台规则调整、账号封禁或者流量算法变动，都可能在短期内严重冲击电商客户经营收入，进而引发还款违约情况。上述风险类型相互交织，共同构成了电商信贷风险的复合结构。以直播带货商家为例，他们还额外面临主播账号被封禁、流量算法突然改变等特有风险，且这些风险的突发性和不可预测性更为突出。

(三) 电商客户信贷风险的形成机理

电商客户信贷风险的形成根源在于信息不对称这一核心矛盾。电商客户真实经营数据分散在多个平台系统中，商业银行获取数据的渠道比较有限，难以对客户实际经营状况、资金流转以及负债规模形成完整判断，进而产生逆向选择问题，即高风险客户更倾向于主动寻求银行融资。

信贷关系建立之后，道德风险进一步显现。部分借款人获得资金后改变资金用途，还有部分借款人通过平台数据操纵规避银行监控，而银行的贷后管理能力又受数据壁垒制约。此外，电商行业竞争激烈、市场波动频繁，外部经营环境的不确定性持续放大了个体客户违约概率。信息壁垒、行为失范与外部冲击三重因素相互叠加，共同驱动电商客户信贷风险的积聚与爆发。

需要关注的是，上述三重因素并非相互独立，而是存在内在强化逻辑：信息壁垒为行为失范提供了一定操作空间，行为失范反过来加剧了银行信息获取的困难程度，外部冲击在两者共同作用基础上进一步压缩风险缓冲余地，使电商客户信贷风险的演化呈现较强的系统性特征。

3. 商业银行电商客户信贷风险管理的困境

(一) 风险识别困难：信息不对称与数据采集局限

电商客户的经营信息高度集中在第三方平台，商业银行在没有直接数据接口的状况下，很难获取客户真实交易流水、退货记录以及平台信用评级等核心数据。现有征信体系主要服务线下企业，对电商客户覆盖广度和数据维度均严重不足，使得银行在贷前审查阶段掌握的信息极其有限。

与此同时，部分电商客户存在多平台分散经营情况，其总体负债规模与资金占用状况难以经单一渠道核实。银行若仅依赖客户自主申报的财务材料，极易受到信息造假情况的干扰。数据显示，近七成小微企业存在信贷需求，然而，仅有约 20% 能获得银行贷款支持。对于数据更为分散的电商客户来说，信息来源单一和采集手段滞后相叠加，使得风险识别在起点就存在较大盲区，这直接影响后续信贷决策的准确性[4]。

(二) 风险评估失准：传统信用评估模型适配性不足

商业银行目前实行的信用评估体系将财务报表分析、抵押资产评估以及历史信贷记录当作核心支柱。该框架在面对电商客户时表现出明显的结构性缺陷：电商客户普遍缺少完整的经审计财务报告，固定资产规模较为有限，难以满足传统模型对于抵押物的基本要求，致使大量拥有实际还款能力的优质客户被错误判定成高风险群体。市场监管总局 2023 年“铁拳”行动查处案例表明，浙江杭州一家电商企业在多个平台一共开设 9 家网店，累计虚构交易达到 12,573 单、虚构交易额超过 6900 余万元，此类刷单行为导致平台交易数据严重失真，让依赖交易规模授信的传统评估模型陷入系统性误判[5]。

传统评估模型的指标体系着重于静态财务数据，对电商客户动态经营能力的刻画能力不够充足，平台销售增长率、复购率以及供应链稳定性等可真实反映电商客户偿债潜力的非财务指标，还未被系统地纳入评估框架之中。模型设计和客户特征之间存在错位情况，这不仅会造成信贷资源的错误配置，还会使银行在风险定价方面缺乏科学依据。

(三) 贷中监控缺位：动态预警机制尚不健全

信贷资金发放之后商业银行对电商客户经营状况持续跟踪能力明显不足，受制于数据获取渠道的局限，银行难以实时掌握借款人平台销售动态资金流向及经营异常信号，贷中管理很大程度上仍停留在定

期报告审阅与人工走访的传统模式，监控频率和信息颗粒度都难以满足电商业务快速变化的风险管理需求。

当前，现有的预警指标体系大多以财务阈值为触发条件，对于平台封号、差评激增以及物流异常等电商特有的风险信号缺少有效识别与响应机制。2021年，亚马逊平台针对涉嫌刷单的中国卖家开展大规模整治行动。依据深圳市跨境电子商务协会统计情况来看，两个月内被封店的卖家数量大约超过5万家，该行业损失预估超过千亿元。与涉事卖家存在信贷关系的银行，其预警系统普遍未将“平台封号”纳入监控指标范畴，只能在违约情况发生之后进行被动响应，从而错失早期干预的良好窗口，预警机制存在的滞后性致使风险在贷中阶段无法得到有效遏制[6]。

(四) 贷后处置被动：不良资产化解能力薄弱

电商客户不良贷款的处置面临与传统信贷业务不同的特殊困境。电商客户核心资产主要是平台账号、品牌声誉及供应链关系，这类无形资产在司法处置程序中缺乏明确的价值评估标准，变现渠道也较为狭窄。以2021年亚马逊封号事件为例，深圳大卖“有棵树”大约340个店铺被封且冻结资金约1.3亿元[6]，与其存在信贷关联的银行面临账号无法司法处置以及库存变现困难的双重困境，抵押物实际处置价值远远低于贷款敞口，这导致损失回收率严重偏低。

与此同时，电商客户经营主体中个体工商户及小微企业占比相对较高，这类主体抗风险能力较弱，一旦出现违约，常伴随经营停摆，后续追偿面临的法律成本与时间成本也相对较高。商业银行在不良资产重组、债务重整及第三方处置合作等方面机制尚不完善，处置手段单一，整体上呈现事后被动应对而非主动化解的管理状态，不良资产的处置效率需要系统性提升。

4. 商业银行电商客户信贷风险管理的完善

(一) 推进数据共享与金融科技融合，夯实风险管理技术基础

破解电商客户信息不对称困境的根本办法是拓展数据来源边界，推动银行和电商平台、第三方支付机构、物流企业建立合规的数据共享机制。通过应用程序接口对接、联合建模等方式，将平台交易数据、资金结算数据及物流履约数据引入银行风险管理体系，显著提升客户信息的完整性与真实性，从数据层面弥补传统征信体系的覆盖盲区[7]。

在技术工具层面，商业银行要积极引入大数据分析、机器学习以及自然语言处理等金融科技手段，对海量非结构化数据进行深度挖掘与特征提取。基于电商客户的多维行为数据构建风险画像，能够更精准地刻画客户的经营能力与还款意愿。此外，区块链技术在交易数据存证与防篡改方面的应用潜力值得关注，其不可篡改的账本特性有助于从技术层面压缩数据造假空间，提升风险识别的可信度与可靠性，为后续评估与监控工作奠定坚实的数据基础。

(二) 重构电商信贷准入标准与评估体系，完善制度规范框架

商业银行要立足电商客户经营特征，需对现行信贷准入标准做系统性重构，将平台运营年限、店铺信用评级、历史成交规模、退货率及买家满意度等电商特有指标纳入准入评估维度，以此替代或补充对固定资产抵押的过度依赖，这一调整核心逻辑是，利用客户动态经营能力与现金流偿债潜力取代静态资产规模作为信用判断主要依据。

在评估模型方面，构建融合财务与非财务数据的复合型信用评分体系。针对平台自营商家、跨境电商卖家及社交电商经营者等不同类型电商客户，分类设计差异化评估参数与权重结构，以此来提升模型的场景适配精度。与此同时，在制度层面，需明确电商信贷业务的审批权限、风险容忍度边界以及信息披露要求，形成标准化的操作规程。通过制度规范和模型工具双轮驱动，推动电商信贷评估从经验判断向数据驱动的科学决策模式转型[8]。

对于直播带货商家,可重点纳入场均 GMV、退货率走势、主播账号评级等相关指标;对于跨境电商卖家则应侧重结汇周期、海外仓库存周转率等具体维度,以此实现评估体系的细分适配。

(三) 强化银行与电商平台协同联动, 构建多元风险共担机制

单一银行主体承担全部电商信贷风险的模式结构存在内在脆弱性,引入多方参与的风险共担机制是提升整体风险韧性的关键举措。商业银行可与主要电商平台建立合作关系,探索由平台提供部分增信支持、银行提供融资资金的联合授信模式。平台凭借对商家经营数据的天然掌握优势,可在风险识别与早期预警方面发挥重要信息中介作用,实现银行与平台之间的优势互补。

在设计风险分担机制上,可引入供应链金融逻辑,将电商客户的上下游交易对手纳入风险管理视野范围,通过应收账款质押以及核心企业担保等结构化安排分散个体客户违约风险。除此之外,鼓励银行与融资担保机构和保险公司开展业务合作,借助担保增信与信用保险工具对冲潜在损失,形成“银行 + 平台 + 担保 + 保险”的多层次风险缓释体系,从根本上改变风险过度集中于银行单一主体的失衡格局。

(四) 建立全流程动态监控与处置闭环, 提升系统性管控能力

风险管理效能的真正提升,有赖于贷前、贷中、贷后各环节的有机贯通,而非各阶段的孤立操作。在贷中管理方面,商业银行要依托数据共享机制构建实时监控平台,对电商客户平台经营指标、资金流动状况及异常行为信号持续追踪,将预警触发条件从单一财务阈值扩展到涵盖平台评分下滑、退款率异常、账号活跃度骤降等电商特有风险维度,以此提升预警响应的时效性与精准度。

在贷后处置层面,商业银行应改变被动等待违约发生后再处置的惯性做法,建立主动介入机制。对于出现早期风险信号的客户,优先采用贷款重组、还款计划调整等柔性化解手段,以降低违约转化率;对于已经形成不良状态的资产,应积极拓展处置工具箱,可探索引入专业资产管理公司,并开展不良资产证券化等市场化处置渠道。

5. 结语

电商客户信贷风险管理之所以复杂,根源在于电商经营模式和传统信贷逻辑间存在结构性张力。上述四个维度相互支撑,共同构成电商信贷风险管理的系统性解决框架。在数字经济不断持续演进的大背景下,商业银行需要始终保持对新型风险信号的敏感性,并且要持续不断地优化风险管理工具以及制度安排,以此来实现业务发展和风险管控的长期动态平衡。

参考文献

- [1] 王瑞瑞. 人工智能技术在商业银行信贷风险控制中的应用研究[J]. 质量与市场, 2026(3): 100-102.
- [2] 林慧. T 城商行小微企业信贷风险管理研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海外国语大学, 2025.
- [3] 付程晨. X 电商消费金融业务风险管理优化研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海外国语大学, 2022.
- [4] 国家金融监督管理总局发布《关于做好 2024 年普惠信贷工作的通知》[EB/OL]. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202403/content_6942236.htm, 2024-03-29.
- [5] [曝光失信案例]市场监管总局公布 2023“铁拳”行动第五批典型案例[EB/OL]. https://www.qinshui.gov.cn/ztzl_369/cxxcjj_25/bgsx_36/202309/t20230901_1847663.shtml, 2023-09-01.
- [6] 账号恢复无望, 千亿资金打水漂? 亚马逊卖家疯狂找出路! [EB/OL]. <https://www.kuajingyan.com/article/19319>, 2021-07-29.
- [7] 黄方亮, 王静娴, 马一川. 商业银行数字化对信贷风险的影响分析——基于银行信贷行为的视角[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2025(3): 135-149.
- [8] 方意, 王琦. 数字金融影响商业银行信贷供给和风险的研究进展[J]. 财经问题研究, 2025(1): 15-28.