

昨日（4月10日），中化资本旗下中化保理运营的供应链服务平台正式上线，作为中化资本产融服务开放平台的重要组成部分，其丰富了面向中化上游供应商的产业金融服务。

基于新平台中化国际（控股）股份有限公司向其上游供应商——宜昌市正邦科技有限公司开具了首张金额为1020万元的电子信用凭证——“化彩金”

。

序	产品/平台简称	运营机构	所属集团	企业/平台性质
1	鞍钢惠信	成都天府惠信资产管理有限公司	鞍钢集团	央企
2	鞍钢e融	鞍钢集团	鞍钢集团	央企
3	航信	金网络(北京)数字科技有限公司	中国航空工业集团	央企
4	国机E融	国机商业保理有限公司	中国机械工业集团	央企
5	中建融通	中建云商	中交集团	央企
6	中交e信	中交商业保理有限公司	中交集团	央企
7	中交融安e信	中交融安融资租赁有限公司	中交集团	央企
8	中交金链	中交一公局集团有限公司	中交集团	央企
9	中交链易通	中建云商平台	中国交建	央企
10	二航惠融	中交第二航务工程局有限公司	中国交建	央企
11	云票	中交筑波(集团)股份有限公司	中国交建建设集团	央企
12	中铁E信	中铁商业保理有限公司	中国铁路工程集团	央企
13	Panda链	中远海陆发展股份有限公司	中国远洋海运集团	央企
14	融和e链	北京融和云链科技有限公司	国家电网	央企
15	国能e链	国能(北京)商业保理有限公司	国家能源集团	央企
16	华电e信	华电商业保理(天津)有限公司	华电集团	央企
17	云链通·兆e融	北京云成金融信息服务有限公司	华能集团	央企
18	能信	上海海陆能电子商务有限公司	华能集团	央企
19	南网e链	南方电网互联网服务有限公司	南方电网集团	央企
20	惠融e信通/惠融e链	中电惠融保理	中国电子信息产业集团有限公司	央企
21	瑞宝	上海欧冶宝信信息服务股份有限公司	中国宝武集团	央企
22	华光e	中国兵器装备集团商业保理有限公司	中国兵器装备集团	央企
23	大唐e信	大唐商业保理有限公司	中国大唐集团	央企
24	电建融信	中电建商业保理有限公司	中国电力建设集团	央企
25	西电金单	西安西电商业保理有限公司	中国电气装备集团	央企
26	国新e信	国新商业保理有限公司(国新九景数字科技(北	中国国新	央企
27	核财信	中核(上海)供应链管理有限公司	中国核工业集团	央企
28	核信	中核商业保理有限公司	中国核工业集团	央企
29	化学教科核信	中化学商业保理(广州)有限公司	中国化学工程集团	央企
30	融筑惠惠	中建商业保理有限公司	中国建筑集团	央企
31	E信融	中铝商业保理有限公司	中国铝业集团	央企
32	铁建银信	中铁建资产管理公司	中国铁道建筑集团有限公司	央企
33	通用金票	中国通用技术咨询有限公司	中国通用技术集团	央企
34	通用e链	中国通用技术财务公司	中国通用技术集团	央企
35	三峡融信	三峡财务有限责任公司	中国长江三峡集团有限公司	央企
36	云单e信	中节能商业保理有限公司	中节能集团	央企
37	东风融e单	东风汽车财务公司	东风汽车集团	央企
38	银信	中融资本科技有限责任公司	中融集团	央企
39	惠融通	惠融商业保理有限公司	中国石油化工集团有限公司	央企
40	中融融单	中国船舶集团有限公司	中国船舶集团有限公司	央企
41	一汽电子融单	信这一汽保理	一汽集团	央企
42	建财信证	中国建材集团财务有限公司	中国建材集团	央企
43	和链	安徽移动	中国移动通信集团	央企
44	环球医药数字债权凭证	环球医药租赁	中国通用技术集团	央企
45	化小信	中化保理	中国中化控股集团	央企
46	润信	润联科技	华润集团	央企
47	五矿易付	龙腾云链	中国五矿集团	央企
48	五矿信易链	五矿信托	中国五矿集团	央企
49	e票云链	中广核资本	中广核集团	央企
50	招商局集团供应链金融平台	招商局集团	招商局集团	央企
51	川电云链云票	英大信托	国家电网	央企
52	兵器工业数字债权凭证*	中国兵工物资集团有限公司	中国兵器工业集团	央企
53	中国能建数字债权凭证*	北京能建国化商业保理有限公司	中国能源建设集团	央企

*：为该平台已发标启动建设

部分央企存在其旗下多个子公司分别依托不同业务优势打造不同数字债权凭证供应链金融服务平台的现象。

据不完全统计，在这其中由商业保理公司发起或者运营的平台约20个，其他包括信托公司、财务公司、数字科技公司、电子商务公司以及实业子公司均发起或者运营的案例。

01 多个平台规模超百亿

央企数字债权凭证平台依托强大的产业背景，已有多个平台规模超过百亿元。

铁建资产倾力打造的供应链金融服务平台——**铁建银信平台**

，在2021年9月即已累计为中国铁建产业链中小微企业提供保理融资服务款项突破千亿元，

成为首家“千亿央企供应链金融服务平台”

，它标志着资本集团在服务主业、以融强产上迈入新的里程，在为中小微企业纾困解难、助力普惠金融服务发展上跨向新的发展阶段。

中国电建旗下**电建融信**

，已累计实现电建融信开具规模845亿元（截至2023年3月16日）。

国家电投旗下“**融和e链**”

，截至2022年6月27日平台业务规模突破1000亿元，成功跨入“千亿”俱乐部。

中国电子旗下中电惠融供应链金融平台

，截至2022年底累计交易规模突破610亿元。其中，好链账单已触达九级供应商，向平台申请融资的供应商最深已到七级，单笔融资金额在100万元以下的占90%以上。2022年内降息3次，从4.95%到3.95%。

华能集团旗下华能智链运营的“能信”

数字化应收账款债权凭证平台，

截至2022年底，平台核心企业206家，服务供应商2280家，累计开立“能信”409.29亿元，实现融资70.21亿元。

中交集团旗下

中交上航局数字供应链金融服务平台

自2019年8月上线，目前已入驻集团内核心企业15家。该平台的主要产品为数字债权凭证，该平台目前已经签发凭证超130亿元，融资规模超过100亿元，服务供应商3000家。

中国宝武旗下“通宝”数字债权凭证产品，规模或已超过千亿。

南方电网旗下“南网e链”

于2021年6月发布上线，至当年月底平台服务规模已超过15亿元，至2022年底，该平台交易规模已超过百亿元。

02 一家企业多各平台

以中交集团为例，

其电商平台、资本控股平台以及多家子公司运营多个数字债权凭证供应链金融服务平台

。其中，中交上航局数字供应链金融服务晋级首届“国企数字场景创新专业赛”决赛，该平台自2019年8月上线，目前已入驻集团内核心企业15家。该平台的主要产品为数字债权凭证，该平台目前已经签发凭证超130亿元，融资规模超过100亿元，服务供应商3000家。

通用技术集团

旗下通用技术财务公司、通用技术咨询公司（电商平台）和环球医疗分别建立并运营以数字化应收账款债权凭证为产品的数字供应链金融服务平台。

03 新平台建设速度或放缓

小供注意到去年以来，已有包括中广核“e鹭云链”、东风汽车“东风融E单”、三峡集团“三峡通证”、中核集团中核保理“核信”、五矿集团“五矿易付”、五矿集团五矿信托“五矿信易链”、中化学集团“化学数科银信”、招商局数字债权凭证等平台等上线。包括中建材“建材信证”、中能建旗下能建国化保理数字债权凭证、中化保理“化小信”。

随着越来越多的平台完成数字债权凭证平台的建设，新平台建设速度或放缓。

04 如何建设百亿平台

打造平台就是打造影响力，就是要不断提高平台的能级。

什么是平台的能级提升？

从业务平台发展为集团的统一平台，从公司平台发展为区域平台，从集团平台发展为行业平台，从单一功能平台发展为多元功能平台。

小供注意到部分产业集团在推动供应链金融业务时，虽然带着“自上而下”推动的特征（如“红头文件”等），但如果行业适用性强，产品不能较好地贴合交易习惯，难以自然地嵌入了原有供应链生态，平台仍难以发展。而部分平台，虽然政策一时难以到位，但依靠需求真实完整地理解、基于需求的定制化产品设计、平台开放带来的产融生态力量等平台依然取得了快速成功。

特别是，如果一个大型产业集团内部存在部分组织功能重叠的情况下，面对供应链金融会天然地产生“赛马”机制：财务口（金融口）天然具有金融机构对接

优势、采购口掌握着大量的供应链资源、科技口具备科技能力具有建设平台得天独厚的优势。这种情况下，一个集团内部做着同样供应链金融事情的多个组织、多个平台的事情并不鲜见。

不论在何种情况下，小供认为平台要冲百亿，首要的就是持续打造平台影响力的终极目标是提升平台能级，最终实现从业务平台多统一平台，从单一平台到区域平台，从区域平台到行业平台的转换。

这种平台能级的取得不论是来自“自上而下而推动”抑或是来自“自下而上”的求索，但通常都离不开贴合交易习惯和客户需求的场景服务能力提升、技术不断优化带来的客户体验提升、开放平台建设带来的充裕资金活水、通过善用政策带来的影响力扩大以及最终形成的平台能级提升。

第一，贴合场景和需求设计产品。

仅以应用最广、最简单的数字债权凭证产品为例，电建融信推出的“下游业主融信”，不仅解决了成员单位与业主单位上下游供应链的中短期资金压力，助力成员企业压降两金，还增强了电建成员企业与地方政府的业务合作粘性。

三一金票推出的“金易换”业务，供应商以数字债权凭证为标的进行质押，可将数字债权凭证额度置换为等金额的银行授信额度并用于可用于银票、信用证、保函、流动性贷款等多种业务场景，实现了商业银行向银行信用的转换，改变了供应商对数字债权凭证的接受意愿，大大提升了数字债权凭证的流动性。

比亚迪推出的“现金折扣”业务，

以数字债权凭证为载体，引入“可变对价”，在无账户限制、无需合同发票、无需签收凭证以及更低的折扣率的情况下，支持供应商变现应收账款。

某平台推出“不完全强确权”

业务，通过引入外部增信机构和内部流动性支持机构，解决了核心企业账期不固定，以往业务难以开展、金融机构难以授信等的难题。

这些贴合具体场景和核心企业真正痛点的产品，在特定场景下，因为更针对产业链需求痛点而大大改变了用户对于平台的接受度和使用习惯。

第二，开放平台，接入多个或多类型金融机构。

对于产业类平台来说，“开放、共享”是大势所趋。金融资源是平台运营的关键资源，产品和价格层次分明金融机构体系是平台持续扩大影响的关键一招。

小供注意

到，多数成熟平台

在过去一年的发力重点亦是对接金融机构

：一是，以产业资源整体而非单个业务实现与金融机构整体的合作沟通，这样可以大大提升平台在产融生态构建的主导权，提升平台影响力；二是，发挥协同优势，分别从产业端和资金端，寻找满足用户需求的更安全、高效和低成本方案；三是，发挥区域银行优势，用好本地化资源。

小供注意到某央企平台自2018年建立以来，已累计对接29家各类金融机构，从产品、成本和个性化需求等各个方面，有效地满足了供应链上用户的各类需求。

第三，善用政策、扩大影响。

平台

要善用政

策，不断扩大平台

影响，小供认为这是提升平台能级的

利器。一是，积极参与各类试点创新

。如将供应链金融与绿色金融、普惠金融、支持实体经济、乡村振兴、产业链供应链高质量发展、数字经济、数字人民币、支持实体经济等结合起来，积极参与各类监管创新试点（如国电投融和e链入选人行监管沙盒试点），畅通监管沟通渠道。二是，积极向上争取政策

。企业孵化出来的平台积极向集团申请政策支持，地方国有企业积极联合当地金融机构向主管部门申请政策支持，争取将平台能力提升一个维度（从业务平台到集团平台或从公司平台到区域平台）。

三是，分享行业领先实践，赋能

行业其他用户

，将集团平台发展为行业平台，真正为集团发挥产业链中的关键地贡献力量。

第四，协同赋能、争取主动

能级提升之后，平台要积极发挥平台影响力，从较大能级层面吸引、赋能其他平台。吸引力越大，说明该平台能力越强。如科技公司搭建的平台，可将集团内的金融单位作为资金方吸引过来，避免“重复造轮子”。如金融公司搭建的平台，要通过推动系统直连的方式，实现对产业场景的互联互通，发展成为内部数据流通和传递的基础设施。