

基于哈佛分析框架对电商平台的财务分析

——以拼多多为例

陈士纬

贵州大学, 经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年1月11日; 录用日期: 2024年1月29日; 发布日期: 2024年2月29日

摘要

随着电子商务的蓬勃发展, 电商平台已成为全球商业的重要组成部分。本文以拼多多为例, 运用哈佛分析框架, 聚焦于拼多多在2018~2022年的财务状况, 从战略、会计、财务和前景四个角度对拼多多进行综合的分析和评价。通过深入审视公司的战略布局、会计指标、财务健康状况以及未来发展前景, 全面评估了拼多多在这一时期内的经营表现。通过综合的财务分析, 并结合拼多多的实际情况, 进一步提出优化建议。

关键词

哈佛分析框架, 电商平台, 财务分析, 拼多多

Financial Analysis of E-Commerce Platforms Based on the Harvard Analytical Framework —Taking Pinduoduo as an Example

Shiwei Chen

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 11th, 2024; accepted: Jan. 29th, 2024; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

With the booming development of e-commerce, e-commerce platforms have become an important part of global commerce. Taking Pinduoduo as an example, this paper uses the Harvard analytical framework to focus on Pinduoduo's financial status from 2018 to 2022, and comprehensively analyzes and evaluates Pinduoduo from four perspectives: Strategy, accounting, finance, and

prospects. Through an in-depth review of the company's strategic layout, accounting indicators, financial health and future development prospects, Pinduoduo's operating performance during this period was comprehensively evaluated. Through a comprehensive financial analysis and combined with the actual situation of Pinduoduo, further optimization suggestions are proposed.

Keywords

Harvard Analytical Framework, E-Commerce Platforms, Financial Analysis, Pinduoduo

Copyright © 2024 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

随着全球经济的不断发展和商业竞争的日益激烈，互联网信息技术与电商行业迅速发展，对现代企业的经营和管理有了更高要求[1]。电子商务的崛起不仅改变了传统商业模式，也为企业提供了更多的发展机遇。拼多多作为中国电商领域的代表性企业，其独特的社交电商模式和快速的发展引起了广泛关注。社交电商成为电商行业的新起之秀，而社交情境和消费情境相融合是社交电商的关键[2]，作为一种全新的去中心化商业模式，社交电商借助微信、微博等消费者熟知的社交平台，和一定的营销手段，传播、分享、销售相关的信息以及商品[3]，在渠道深度、品牌广度和价格优势等方面具备独有的优势。社交电商的兴起也表明消费者在购物时更加注重社交体验和社群感，这也对传统电商模式提出了新的挑战。同时，社交电商也为小型商家和个体创业者提供了更平等的机会，通过社交网络建立起自己的品牌和销售渠道。这种新型的电商模式在不同国家和地区都呈现出蓬勃发展的趋势。

在这一背景下，财务分析作为企业管理和决策制定的核心工具，企业对自身财务状况及其变动情况进行自我剖析[4]，成为评估企业健康状况、优化资源配置不可或缺的一部分。本文通过哈佛分析框架，以拼多多为案例，深入研究其财务状况，挖掘其经营模式的内在逻辑，为研究者和从业者提供电商平台客观的财务信息，也为同类电商企业创新商业模式提供借鉴意义。

2. 研究方法和研究对象

2.1. 研究方法

财务分析理论起源于美国 20 世纪初，此时企业的规模和复杂性增加，投资者、债权人和管理者渴求更全面、系统地了解企业财务状况，由此产生一系列财务分析方法[5]。美国经济学家托马斯·乌杜洛在 1900 年首次提出财务分析的概念及方法[6]，财务分析是在会计分析的前提下，系统的对企业绩效进行评估，是一个非常重要的工具[7]。财务分析理论的发展经历了不断的演变和完善。早期主要关注企业的偿债能力和盈利能力，随着时间的推移，财务分析的范围逐渐扩大，包括了更多的财务指标和分析方法。郭显光(1997) [8]认为，随着经济体制改革的变化和各项企业准则的颁布实施，分析企业财务只有用现代财务分析评价方法，才能适应社会主义市场经济的需要。刘刚和曹志鹏(2015) [9]指出企业的经营发展受到内外部环境的影响，对企业的财务分析应从内外两方面入手。而哈佛分析框架既分析企业的财务数据，也重视企业的外部因素，能够更全面地反映企业整体的发展状况。由此可见，财务分析是一项重要而细致的工作，可以预测企业发展趋势，为企业决策提供服务[10]，也帮助企业了解财务状况，评估企业的经营成果[11]。

哈佛分析框架是由哈佛商学院三位学者提出的一种广泛应用于商业战略分析的方法。它是一个比较全面和系统的财务分析框架，全方位地考虑了影响企业发展的各种因素[12]。传统的财务分析方法通常只回答“是什么”，而哈佛分析框架将财务报表分析分为了战略分析、会计分析、财务分析和前景分析四个步骤[13]。并将定性与定量分析结合、战略分析与财务分析有机结合[14]，从各种复杂的信息中把握分析逻辑，形成分析框架，获取有价值的信息[15]。并在保证会计信息质量的基础上评价企业业绩的可持续性，预判企业的发展方向，完美填补了传统财务分析的缺陷[12]。与传统财务分析体系相比，哈佛分析框架也体现出了更为实用的价值优势[16]。

SWOT 分析主要用于评估一个组织、项目或个人的内部优势(Strengths)、内部劣势(Weaknesses)、外部机会(Opportunities)和外部威胁(Threats)。通过系统性地审视内外部因素，帮助企业更好地制定战略。内部优势分析主要从组织的核心能力和资源优势入手，内部劣势聚焦于组织存在的瓶颈和限制，市场趋势、科技发展和流行趋势则是组织面临的外部机会，而竞争加剧、法规变动和经济衰退则是组织面临的威胁。SWOT 分析帮助决策者对企业进行全面的了解，使其更明智地制定战略并规避风险，从而更有效地实现企业目标。

2.2. 研究对象

拼多多成立于 2015 年，以社交电商为特色，通过社交互动和团购模式为用户提供更方便的购物体验。社交电商将社交网络和电子商务相结合，通过社交媒体的互动来促进商品的销售。拼多多的定位是“便宜实惠”，为 B 端和 C 端用户均提供了便利。对于消费者来说，首先可以通过百亿补贴购买大牌优惠产品，且保证买假必赔；其次消费者利用平台可以参与团购活动，享受商品更低的价格；最后拼多多实现了“不论价格，均包邮费”的亮点，吸引了大批消费者。而对于商家，拼多多不仅推广原产地农产品，解决了大批果农的忧虑，还涵盖了日常生活所需的各个品类，包括家居用品、服装、食品、电子产品等，给商户提供了更广阔的平台。拼多多通过去除中间环节，直接连接生产者和消费者，降低商品成本，为双方都提供了便利。这种运营模式在中国市场取得了一定的成功，特别是在二三线城市和农村地区，吸引了大量用户。短时间内拼多多用户暴涨，市场份额迅速扩张，就此成为中国电商领域的一支重要力量。

3. 哈佛分析框架下对拼多多的财务分析

3.1. 战略分析

本文采用 SWOT 分析法对拼多多进行战略分析，如下：

内部优势(S): 通过提升用户社交分享的兴趣和团购互动的体验，拼多多建立了一个庞大而活跃的用户群体，形成了独特的社交购物氛围。这不仅提升了用户购物体验，还极大的提高了用户黏性和企业的盈利水平。此外，拼多多对技术创新不断加大投入力度，利用先进的科技手段来提高平台的运营效率，积极推动用户界面的优化和功能的升级。这些举措给用户带来了“性价比高、体验感好”的购物体验，吸引了更多用户的关注和参与。

内部劣势(W): 在企业扩大规模的过程中，组织结构的复杂化和决策链条的冗杂等都会导致管理效率降低，影响企业的敏捷性和决策效率。此外，一线城市高端用户的品牌认知相对较低，也是拼多多品牌形象建立的一个挑战，这极大制约了拼多多向高端用户市场发展的脚步。此外，电商市场竞争日益加剧，消费者对于平台的服务质量和用户体验提升的需求，也是拼多多需要考虑的问题。

外部机会(O): 随着居民生活水平的提高，拼多多及时适应市场发展，通过服务不同消费层次的消费者，来实现企业盈利和市场份额的扩张。此外，拼多多积极跟进人工智能、大数据分析和物联网等技术

创新，通过不断积累来扩展业务边界，使平台更智能化和个性化来满足用户需求。拼多多力求可持续发展，通过积极参与国际贸易、合作和拓展海外用户群，实现多元化发展来降低业务风险。

外部威胁(T): 首先，电商和传统零售商的竞争压力促使拼多多不断的提升自身的竞争力；其次，数据隐私、跨境电商等领域的政策变动给拼多多的业务模式和运营成本提出了考验；此外，全球外部环境发生动荡，对拼多多的国际业务和供应链安全也带了一定的压力；最后，网络安全问题、数据泄露等技术风险更是防不胜防。为此，如何有效面对竞争压力、政策变动、环境动荡和技术风险等外部威胁，保持战略敏感性，灵活应对并制定相应的风险管理策略，来确保业务的可持续稳健发展，需要拼多多更进一步的思考。

3.2. 会计分析

从表 1 可以看出，拼多多的收入在过去五年增长近十倍。近两年，拼多多提高了市场知名度，因其实惠方便的特点迅速获得了消费者的喜爱，买家数量暴增，这也是拼多多收入迅速增长的主要原因。从 2018 年之后，拼多多的营销费用一直居高不下，因为在发展初期，拼多多为了抢占市场份额，提高知名度，投入大量的广告费用，并给知名电视节目提供赞助来吸引消费者注意力，因此产生高额营销费用。通过不断开发平台新功能，拼多多增加对研发费用的投入来增强市场竞争力，因此研发费用迅速攀升。此外，拼多多的总费用也呈现一路上升的趋势，费用的大量投入一方面使得拼多多增强了市场竞争力，吸引了大批客户并提高了销售收入，但另一方面，高额的费用也限制了企业的利润。在发展初期，企业利润一直为负，近两年通过收入的暴增，并将费用的重心从营销转向研发，企业在 2021 年终于实现正利润。

Table 1. Pinduoduo's revenue, expenses and operating profit

表 1. 拼多多收入、费用及营业利润情况

项目(亿元)	年份				
	2018	2019	2020	2021	2022
收入	131.2	301.4	594.9	939.5	1306.0
研发费用	11.1	38.7	68.9	89.9	103.8
营销费用	134.4	271.7	411.9	448.0	543.4
一般及行政费用	64.6	12.9	15.1	15.4	39.7
费用合计	210.1	323.3	495.9	553.3	686.9
营业利润	-108.0	-85.4	-93.8	69.0	304.0

3.3. 财务分析

对拼多多进行财务分析，如表 2 所示：

从偿债能力来看，拼多多的流动比率和速动比率一直维持在 1.57~1.85 之间，而同行业平均水平维持在 1.5 左右，由此可见拼多多的短期偿债能力较强，有足够的流动性来覆盖短期债务。在此期间，拼多多的资产负债率维持在 50%~68% 之间，基本处于安全范围。总体来看，拼多多的偿债能力较好，公司在此基础上应进行有效的资产负债管理，确保资金使用的效率。

从营运能力来看，拼多多应收账款变现速度较快，企业的管理效率较好，应收账款周转率整体呈上升态势，从 2018 年的 78.15 上升至 2022 年的 207，从上文分析可知，近两年拼多多收入大幅增长，并且增速远超应收账款的增长，使得应收账款周转率也快速增长。总资产周转率也在逐步上升，拼多多资产的使用效率也在逐渐提高，有利于公司发展。

从盈利能力来看,拼多多在2018~2022年的销售毛利率一直维持在65%~70%之间,整体表现比较好。前文分析拼多多的收入大幅增长,对应的业务成本比较低,因此企业的毛利率较高。企业的销售净利率也在逐年上升,在2018~2020年一直为负数,是因为企业发展前期投入了过多的营销费用,而在这两年,收入暴增,拼多多又调整了管理战略,费用得到控制,且重心从营销逐渐转向研发,在2021年营业利润实现正数,销售净利率也相应由负转正,并逐渐上涨。由此可见,拼多多发展势头正猛,其盈利能力还有很大的提升空间。

从成长能力来看,拼多多近几年一直在发展壮大,抢占商场份额并提高竞争能力,总资产逐年增加但增速放缓。通过投放大量的广告来吸引群众,使其收入大幅增长,但增长速度放缓,增长态势没有前两年迅猛。在2021年之前,企业投入大量的营销费用,使得营业利润为负,限制了企业的发展能力。后期企业改变营销策略,控制企业成本,收入又大幅增加,企业扭转局势,改变了盈利状况,在2021年实现了正利润,净利润增长率在2021年也达到了208.2%,2022年更是增长至305.96%,由此可见,拼多多仍有很大的成长空间。

Table 2. Pinduoduo financial indicator analysis
表 2. 拼多多财务指标分析

财务指标		年度				
		2018	2019	2020	2021	2022
偿债能力	资产负债率(%)	56.41	67.59	62.13	58.55	50.33
	速动比率	1.62	1.57	1.72	1.68	1.85
	流动比率	1.66	1.60	1.78	1.72	1.85
营运能力	应收账款周转率	78.15	46.42	66.83	133.90	207.00
	总资产周转率	0.46	0.51	0.51	0.55	0.62
盈利能力(%)	销售毛利率	77.86	78.97	67.59	66.24	75.90
	销售净利率	-77.87	-23.12	-12.07	8.27	24.16
成长能力(%)	总资产增长率	224.32	76.13	108.93	14.03	30.85
	营业收入增长率	652.26	129.74	97.37	57.92	38.97
	净利润增长率	-1845.69	31.80	-3.04	208.20	305.96

3.4. 前景分析

作为一个电商界新秀,拼多多利用深入的商业模式创新和市场拓展,在较短的时间内交出了一份令人满意的答卷。首先,拼多多创造性地开创了社交电商模式,成功引来二、三线城市和农村地区的广大消费群体。这种创新性的购物体验以及团体性质的活动形式,让购物平台不再局限于简单购物;其次,价格优势也是拼多多的一个亮点,通过去除中间环节,让生产商和消费者直接沟通,降低商品成本,吸引了追求性价比的用户;最后,面对农村市场的需求,拼多多积极利用农村社区团购等方式,成功的满足了农民对各类商品的需求。不过如何在激烈的竞争中保持差异化和创新活力,仍是拼多多未来亟待解决的关键问题。

综合来看,拼多多目前已经取得了一定的成果,为未来的发展做了一个铺垫。然而,可持续发展带来的压力要求拼多多要不断创新、积极提升用户体验,灵活应对市场的变化。在不断变化的电商格局中,拼多多有望继续发挥其独特优势,成为中国电商领域的重要参与者。

4. 结论及建议

通过对拼多多的战略、会计、财务和前景四大板块进行分析,可以看出拼多多的发展趋势稳步向好,市场份额与竞争力随着公司发展也在不断发展壮大。虽然公司的收入已经大幅增长,但是面对广大的市场还有很大的成长空间。在看到进步的同时也要注意问题,企业营销费用占比依然很高,研发投入占比相对较低,在后续发展中企业应该注意成本管理并提高资金的使用效率。此外,企业应加大对平台研发的投入,不断开发平台新功能,借此来提高客户的体验感从而吸引顾客。未来拼多多需要提升自身实力,增强企业的创新能力,给用户更好的体验,以此来增加用户黏性,从而取得企业的长期发展。

参考文献

- [1] 杨刚. 现代物流企业财务管理机制的构建思考——《物流财务分析》评鉴[J]. 商业经济研究, 2021(18): 193.
- [2] 崔庆安, 王亚茹. 多维情境下社交电商用户消费意愿与购买行为决策研究——以“小红书”用户作为数据收集对象的分析[J]. 价格理论与实践, 2020(12): 95-98+163.
- [3] 董葆茗, 孟萍莉, 周璐璐. 社交电商背景下零售企业营销模式研究[J]. 商业经济研究, 2020(6): 56-59.
- [4] 李辰雨焉. 企业财务分析的误区与对策[J]. 财务与会计, 2022(13): 73-74.
- [5] 邱柳方. 基于哈佛分析框架的拼多多公司财务分析研究[D]: [硕士学位论文]. 抚州: 东华理工大学, 2023.
- [6] 托马斯·乌杜洛. 铁道财务诸表分析[M]. London: Longman, Hurst, Rees, Orme, and Brown, 1900.
- [7] Clyde, P.S. (1999) *Financial Statement Analysis and Valuation: A Strategic Perspective*. Dryden: Dryden Press.
- [8] 郭显光. 现代财务分析评价方法及其应用[J]. 数量经济技术经济研究, 1997(7): 54-59.
- [9] 刘刚, 曹志鹏. 现代财务分析新视角——哈佛分析框架[J]. 交通财会, 2015(5): 55-58.
- [10] 吴涛. 2008-2010 年中国石油天然气股份有限公司财务分析报告——基于哈佛分析框架的运用[J]. 会计之友, 2012(11): 65-67.
- [11] 倪淑芹, 方嵩峰. 财务报表分析在企业财务管理中的运用分析与研究[J]. 商场现代化, 2018(2): 154-155.
- [12] 石冬莲, 王博. 全球哈佛分析框架: 文献综述与研究展望[J]. 财会月刊, 2019(6): 53.
- [13] 魏明良, 王雪, 黎精明. 哈佛框架下的百货业财务报表分析——以王府井百货(600859)为例[J]. 会计之友, 2016(7): 82-86.
- [14] 兰洪华. 哈佛分析框架下财务报表分析理论基础研究[J]. 经济研究导刊, 2019(34): 102+108.
- [15] 陈艺妮, 付韬, 张金玲. 基于哈佛分析框架下的康恩贝财务分析[J]. 财会月刊, 2017(13): 100-105.
- [16] Hajek, P. (2019) *Interpretable Fuzzy Rule-Based Systems for Detecting Financial Statement Fraud*. In: MacIntyre, J., Maglogiannis, I., Iliadis, L. and Pimenidis, E., Eds., *Artificial Intelligence Applications and Innovations, IFIP Advances in Information and Communication Technology*, Vol. 559, Springer, Cham, 425-436.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-19823-7_36