

跨境电商企业盈利模式及财务绩效分析

徐晓渲

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年5月13日; 录用日期: 2024年6月12日; 发布日期: 2024年8月9日

摘要

随着互联网的发展, 跨境电商贸易在全球发展十分迅速, 而电商企业的盈利模式也引起了很多学者的兴趣, 成为研究的热点。基于以上背景, 本文选取跨境电商企业K公司, 立足盈利模式的五要素, 对其盈利模式进行分析发现其盈利模式较为成熟、供应链管理优秀, 并通过对其2019~2023年这五年内的财务绩效进行分析, 从偿债能力、盈利能力、营运能力和发展能力这四个方面具体评估其财务能力, 发现K公司扩张速度放缓、销售波动情况明显、偿债能力较弱等问题。由此可见, K公司在急剧变化的市场环境中仍面临较大挑战, 如市场竞争加剧、原材料价格上涨、全球贸易不确定性的提高等。所以, 为了进一步提升自身财务表现, K公司应扩展销售渠道, 加强供应链管理, 提升运营效率。希望通过本文的研究, 可以对跨境电商企业的盈利模式和财务能力有一个更深入的认识, 以此提出建议, 以期为后续同类电商企业的研究提供一些参考。

关键词

盈利模式, 财务绩效分析, 电商, 跨境贸易, 企业管理

Analysis of Profit Model and Financial Performance of Cross-Border E-Commerce Enterprises

Xiaoxuan Xu

School of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 13th, 2024; accepted: Jun. 12th, 2024; published: Aug. 9th, 2024

Abstract

With the development of the internet, cross-border e-commerce trade is developing rapidly in the

文章引用: 徐晓渲. 跨境电商企业盈利模式及财务绩效分析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 6221-6227.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133769

world, and the profit model of e-commerce enterprises has also aroused the interest of many scholars and become a research hotspot. Based on the above background, this paper selects cross-border e-commerce Company K. Based on the five elements of the profit model, the analysis of its profit model shows that its profit model is mature and its supply chain management is excellent, and through the analysis of its financial performance during the five-year period from 2019 to 2023, their financial ability is assessed from four aspects: debt paying ability, profitability, operating ability and development ability, finding that the expansion of K company slowed down, sales volatility is obvious, solvency is weak and other issues. Therefore, K company in the rapidly changing market environment is still facing greater challenges, such as increased market competition, rising prices of raw materials, global trade uncertainty and so on. Therefore, in order to further enhance their financial performance, K company should expand sales channels, strengthen supply chain management, improve operational efficiency. I hope that through this study, cross-border e-commerce enterprises can have a more in-depth understanding of the profit model and financial capacity, so as to make recommendations for the follow-up study of similar e-commerce enterprises to provide some reference.

Keywords

Profit Model, Financial Performance Analysis, E-Commerce, Cross-Border Trade, Enterprise Management

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

近年来,互联网更加广泛的融入进了传统行业,这也使得电子商务得到了前所未有的发展,虽然电商发展迅速,但是由于更新换代快的特点,使得行业的不稳定性还是很大[1],这也就要求电商企业对于自身的盈利模式以及财务状况有更清晰的认知,同时根据市场环境不断的调整企业经营战略和盈利模式,这样才能更长久稳定的发展。

2. 企业概况

K 公司是全国第一家跨境贸易的电商平台,其主要经营的商品包括服装、化妆品、家具等品类,且定位中高端,同时,现已有多个境外高端品牌入住 K 电商平台,K 公司致力于将优质商品销往海外,同时将海外的优质产品通过平台引入国内,平台上的所有商户都已经过海关备案,为消费者提供保障。K 公司专营进出口商品,以精细化运营为企业宗旨,不断开拓新的品牌合作,且市场规模不断扩张。

3. K 公司盈利模式分析

3.1. 盈利对象

K 公司前身是一家服装公司,其通过不同地区的店铺扩张形成了特许连锁的经营模式,并通过授权来扩大企业规模,其主要的服务对象是其实体店周围的居民,在传统的零售时代其积累了一定的资本,后在互联网的冲击下,实体零售的销量一路下滑,一直亏损,于是 K 公司开始了其转型之路,将其目标客户由实体店附近的居民转至全国乃至全球的消费者,同时不断实现并购,实现了普通服装公司至跨境电商平台的成功转型。由此,K 公司的利润对象涵盖了服装、美妆、家具、母婴领域的全球性消费者,

其销售渠道不受时间以及空间的限制，加速了企业的转型升级。通过 K 公司的收入结构可以看出，K 公司的业务虽是全品类覆盖但其重要的产品销售还是电子产品，国内知名的电子产品对于国外消费者还是有着很强的吸引力。

3.2. 利润点

消费者在跨境平台上购物最看重的是正品保障，K 公司平台上的所有商户都是经过严格筛选并在海关备案，且保证正品，同时与入驻商户签订合约，在保障消费者权益的同时尽可能多的让利给消费者，在消费者下单之后 K 公司还提供售后保障，积累了企业声誉，以此增强企业的竞争力并给企业的未来发展奠定良好基础。

3.3. 利润杠杆

K 公司在转型后其利润杠杆变得更加的多元化，首先，K 公司搭建的一个计算模型，可以较为准确的预测销售情况，通过分析一段时间的进销情况进行库存的话管理，如果销售情况不佳便减少进货库存，相应的这使得 K 公司的资源浪费减少，资源利用更加合理。其次，为了实现精准化推销，K 公司综合分析企业的销售情况以及不同顾客群体的消费偏好，利用第三方媒体将商品更精准的推送至相匹配的目标顾客，使得 K 公司的销售状况远好于散漫型推销，使得利润杠杆的作用最大化，同时提升顾客的购物体验，积累企业声誉。最后，像所有的电商平台一样，K 公司会在大型节日节点进行促销活动，同时与其他大的平台合作，通过降价或者赠品形式销售库存，尽可能大的发挥利润杠杆的作用。

3.4. 利润来源

第一，K 公司的主要利润来源还是在于商品销售，通过和供应商或者入驻商户签订的协议，用较为划算的价格购入商品，稍作提价在平台售卖，这时形成的差价便可成为 K 公司一部分的利润来源。第二，广告收入盈利，K 公司在其主页平台显眼位置上为客户提供一个广告位，吸引客户投放广告来赚取收入，实现双赢。第三，K 公司和国内一些大的电商平台一样，通过提供会员服务来赚取会员费收入，这也成了 K 公司营业收入的主要来源之一。第四，投资活动。和大部分上市企业一样，K 公司也通过购买房产，收购子公司等措施进行投资，通过售卖等方式赚取差价，也就是企业最常见的投资手段。

3.5. 利润屏障

K 公司在跨境平台上由于其严格的商家入驻政策深得消费者的信赖，同时，K 公司也在不断完善仓储、售后等服务，大大提高了消费者的购物体验，极大程度上保证了消费者的购物权益，同时由于其搭建的分析模型，使得 K 公司的第三方媒体投放也更加精准，大大提升了企业知名度以及企业形象。通过与大型的电商平台合作拓展销售渠道，与友商实现双赢策略。所以，K 公司的利润是有较大保障的。

4. K 公司财务绩效分析

4.1. 偿债能力分析

企业偿债能力的高低与企业、投资者、债权人的利益息息相关，若是一个企业短期偿债能力较弱，那么很有可能影响企业未来的投资营运，甚至有可能导致企业破产[2]。长期偿债能力影响企业的持续发展经营，同时，通过对企业长期偿债能力的分析可以发现企业的资本结构是否存在问题，从而进行调整。

速动比率是衡量公司用高流动性的短期资产偿还短期债务的能力。它是由扣除存货后的流动资产合计除以该公司的流动负债合计而得，速动比率和流动比率都是反应企业短期偿债能力的指标，一般来说，这两个比率越高，企业资产的变现能力越强，短期偿债能力越强；反之越弱。一般认为流动比率应在 2:1

以上，表示流动资产是流动负债的两倍以上，即使资产有一半在短期内不能变现，也能保证全部的流动负债得到偿还，K 公司的速动比率在 2019~2023 年这五年间整体呈上升趋势，从 2019 年的 0.67 上升至 2021 年的 0.87 后又降至 2023 年的 0.75，而其流动比率却整体呈下降趋势，从 2019 年的 2.21 下降至 2023 年的 1.02，在 2019 年之后，K 公司的流动比率保持在 1 左右(见表 1)，这意味着 K 公司流动资产相较于流动负债的覆盖能力在减弱，说明企业的短期偿债能力在下降，主要归因于归还供应商账款导致 K 公司的货币资金在减少，同时，K 公司的合并范围也在减小使得流动资产也在减少。

Table 1. K Corporate solvency indicators during 2019~2023
表 1. K 公司 2019 年~2023 年偿债能力指标

偿债能力		2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
短期	速动比率	0.67	0.42	0.87	0.86	0.75
	流动比率	1.21	0.76	1.11	1.07	1.02
长期	资产负债率	0.57	0.83	0.61	0.64	0.64
	权益乘数	2.30	6.04	2.56	2.75	2.79

近五年来，K 公司的资产负债率均高于 40%，在 2019~2020 年期间，资产负债率增长尤为明显，在 2020 年之后开始回落，但总体来说，还是呈增长趋势，有 2019 年的 0.57 增长至 2023 年的 0.64 (见表 1)，资产负债率表明了负债占资产的比例，说明在此期间，企业的资源不足长期负债能力存在一定的压力，主要原因是近年来跨境业务收缩厉害，企业货款拖欠较多，资金流紧张，K 公司在 2020 年及 2021 年出售了两家子公司，使得其资产负债率有所下降，但整体情况仍不容乐观。特别在 2020 年负债比例大幅增加，主要还是 K 公司为了应对市场变化和扩大自身业务规模。权益乘数是指资产总额相当于股东权益的倍数，表示企业的负债程度，权益乘数越大，企业负债程度越高[3]，K 公司在 2019~2023 年期间权益乘数不断增长，进一步说明其长期负债能力减弱。这些说明了 K 公司的长期复负债压力较大，需要进一步关注优化企业的资本结构。

4.2. 盈利能力分析

Table 2. K Corporate profitability index during 2019~2023
表 2. K 公司 2019~2023 年盈利能力指标

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
销售毛利率(%)	33.64	33.62	16.81	11.45	11.81
销售净利率(%)	-15.24	-12.55	7.68	0.19	-0.19
净资产收益率(%)	-45.83	-73.82	54.57	0.97	-0.90

公司的盈利能力怎样决定了该公司的资本增值能力和可持续发展能力如何[4]。在 2019~2023 年之间，K 公司的销售毛利率在不断下降，由 2019 年的 33.64%下降至 2023 年的 11.81% (见表 2)，主要原因是销售成本增加，原材料的价格上涨、市场竞争加剧，使得其毛利率下降，同时，K 公司在扩展海外市场的过程中，运输和关税成本的增加进一步压缩了毛利率。在进五年间，K 公司的销售净利率经历了先升后降的趋势，从 2019 年的-15.24%升至 2021 年的 7.68%后又一路下降至 2023 年的-0.19% (见表 2)，主要还是因为 K 公司近年来销售的不稳定，中美贸易摩擦增多，国际贸易环境紧张，跨境电商平台大多使用薄利多销的政策，以至于营业收入下滑。同时由于市场环境转暖，块跨境电商平台在销售费用这一块的

投入也逐步加大，在 2022 年 K 公司增加了营销费用用于企业宣传和扩大销售。

近五年来 K 公司的净资产收益率十分不稳定，从 2019 年的-45.83%下降至 2020 年的-73.82%，在 2021 年又猛增至 54.57%，而后又一路下降，在 2023 年后降为负值(见表 2)，净资产收益率的剧烈波动反应的是 K 公司在经营管理上的不稳定。在 2019 年下降的主要原因还是公司人才流失，人工成本升高，同时，公司日常经营的欠款增多，同时公司业务也出现了大幅度下滑，以至于企业亏损较为严重，而在 2020 年之后开始上升归功于在 2020 年签署的 RCEP 协议，享受了相应的国家政策，并拓展了其他的海外市场，在亚洲市场的占有率不断升高。但随着市场环境的变化，2033 年和 2023 年的净资产收益率再次下滑，表明公司需要进一步优化企业管理，提升资产管理效率。

4.3. 营运能力分析

公司的营运能力如何，一般通过投入与产出之间的关系来反映，而公司各项指标完成的快慢则是通过周转率来量化，一般来说，各项科目周转率越大，说明公司运行的越好，也就是说，投资可以快速的得到回报。

Table 3. K Company operating capacity indicators during 2019~2023

表 3. K 公司 2019~2023 年营运能力指标

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
存货周转率	2.93	4.63	7.10	15.90	12.39
应收账款周转率	12.55	16.04	14.01	16.04	15.36
总资产周转率	1.57	1.97	1.78	1.88	1.71

在 2019~2023 年这五年间 K 公司的存货周转率在不断升高，且幅度较大，由 2019 年的 2.93 升高至 2023 年的 12.39 (见表 3)，存货周转率升高就以位置企业能够在更短的时间内将存货转为应收账款和现金，同时企业的存货占用水平在降低，存货流动性变强，企业变现能力增强，主要原因是在前些年由于市场环境的影响，K 公司存货积压较多，在 2020 年之后，整个市场环境有所回暖，跨国贸易也发展较好，同时签订的 RCEP 协议也使得 K 公司抓住机遇，获得新的业务增长，海外市场进一步扩展，贸易伙伴也更加稳定。近五年 K 公司的应收账款周转率总体在在升高，是因为市场环境变好，第三方平台的结算周期缩短，货款周转更快，K 公司平均收账期缩短。K 公司的总资产周转率在近五年的变化趋势也较好，总体升高，营业收入增幅大于总资产平均余额增幅，公司总资产周转速度提升，公司资产管理质量升高，资产能够更有效的转化为销售收入，提升了资产利用率。

4.4. 发展能力分析

评价企业的发展能力主要是为了总结企业以前的发展态势以及预测未来企业的发展潜力和发展空间 [5]，其主要指标有：总资产增长率和营业利润增长率。通过对公司发展能力进行分析，我们也能大致了解该公司的发展前景，因此如果企业想要得到长远稳定的发展，则必须要对发展能力进行客观、理性的分析。

K 公司在 2019 年的净利润增长率低至-544.4%，主要原因是受子公司影响，销售下滑，全年净亏损 27 亿，同时 K 公司用营业收入一方面归还供应商欠款一方面缴纳银行欠款，使得 K 公司的净利润大幅下降。在 2020~2023 年其净利润增长率依旧一路下滑是因为几年来市场竞争加强，K 公司的销售布局还不够完善，需要进一步加强。K 公司的总资产增长率在 2019~2023 年这五年间先降至 2021 年的-39.61%后又升高至 2022 年的 6.77% (见表 4)，总体来说总资产增长不够稳定，主要原因还是子公司的出售使得 K

公司的总资产减少，同时跨境电商平台的性质约束，资产扩张缓慢。而营业收入增长率在 2021 年出现大幅下降的原因也是因为子公司的业务停滞，企业经营不善，使得营业收入下降。

Table 4. K Company capacity indicators during 2019~2023

表 4. K 公司 2019~2023 年发展能力指标

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
净利润增长率(%)	-544.40	23.96	120.05	-97.92	-189.37
总资产增长率(%)	-14.51	-41.14	-39.61	6.77	-6.19
营业收入增长率(%)	-16.99	-8.12	-46.31	-17.73	-8.80

5. 结论与建议

5.1. 结论

通过对 K 公司盈利模式以及财务指标分析，得出以下结论：

(1) K 公司的盈利模式较为成熟

面对激烈的市场竞争，K 公司将眼光放至全球，并在不断探索过程中形成较为成熟的盈利模式，有多元化的利润来源和稳定的利润点[6]，这种全球化的战略不仅拓宽了公司的销售渠道，同时也在提升公司的品牌形象的影响力。

(2) 供应链管理优秀

K 公司通过严格的商家入驻政策和售后保障政策使其深受消费者信赖。有效的供应链管理扩大了企业的销售范围，增强了公司的盈利屏障。

(3) K 公司的扩张速度放缓

尽快 K 公司的扩张速度较快，但由于近些年市场竞争的加强，其整体扩张速度在逐渐变缓；尤其受中美贸易摩擦和全球经济不确定性增加的影响[7]，K 公司面临的挑战在不断增加。

(4) 销售情况波动较为明显

受子公司业务影响，以及全球性的原材料价格上涨，人工成本增加等因素影响，K 公司前两年的销售情况不够乐观，但近年有回升趋势，尤其是在签署 RCEP 协议后，K 公司在亚洲市场的占有率在不断提高，销售情况也在逐渐好转。

(5) 营运能力提升

得益于 2020 年签署的 RCEP 协议，K 公司的营运能力不断增强，应收账款收回情况较好，同时存货销售情况也比较良好，企业资产管理能力显著提升。

5.2. 建议

(1) 优化产品结构

K 公司的自营平台虽是全品类覆盖，但其主要的销售还是电子产品，但由于电子产品本身的更新换代快的特点，使得平台无法依靠其实现稳定的收入，所以 K 公司应继续加强对服装、美妆等产品的营销，转变其在消费者心中单一的销售形象，增强用户粘性，提升市场份额，真正实现全品类的销售。

(2) 优化库存管理

K 公司要继续控制企业的成本费用，应对其供应链进行升级，重视存货的日常管理，加快存货销售，尤其是在 2020 年签署了 RCEP 协议，应在各成员国之间进行更密切的往来，减少海外仓储的压力，降低物流成本，同时提高企业的偿债能力。

(3) 扩展销售渠道

K 公司应更加积极主动寻求商户合作，尤其是有一定全球知名度的商家，与他们建立长久稳定的合作关系可以吸引更多的消费者，同时带动企业形象的提升[8]。与其他友商的合同也不容忽视，充分利用不同平台的优势，扩展营销途径。

(4) 加强品牌建设

K 公司应在品牌建设和品牌口碑打造方面投入更多资源，提升品牌知名度，具体可以通过参加国际展会，赞助国际性大型赛事活动等方式实现，同时，K 公司需要进一步在提升用户体验方面下功夫，通过优质的产品和差异化的服务提升消费者对品牌的忠诚度。

(5) 提升技术水平

如今时代信息科学技术飞快发展，K 公司应紧跟时代潮流不断提升自身的技术水平，优化电商平台的用户使用界面以及顾客操作体验，进一步增强平台的稳定性和安全性，谨防数据信息泄露。

参考文献

- [1] 杨婧. 电商公司财务绩效管理的优化路径研究[J]. 财会学习, 2024(8): 50-52.
- [2] 岳月. B2C 电商企业盈利模式及其财务评价研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 东华大学, 2019.
- [3] 蔡军, 曹亚方. 快手短视频平台的盈利模式研究[J]. 时代经贸, 2024, 21(2): 158-160.
- [4] 张宇瑄. 拼多多电商平台盈利模式及社交营销策略研究——以社交营销策略为例[J]. 商展经济, 2024(3): 43-46.
- [5] 李璐. 关于拼多多企业盈利模式的分析[J]. 老字号品牌营销, 2024(1): 96-98.
- [6] 余冬根, 李阳. 大数据背景下京东的盈利模式优化研究[J]. 全国流通经济, 2023(16): 185-188.
- [7] 李静. B2C 电子商务企业盈利模式研究——以亚马逊公司为例[J]. 财会通讯, 2017(20): 61-65.
- [8] 李淑珍, 李晓宾. 网络零售型电商企业盈利模式分析及其创新发展[J]. 电子商务, 2017(1): 16-17+79.