

数字经济下电商企业财务柔性管理问题 与对策研究

刘雨桐, 闫国东*, 孙晨耀

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年10月17日; 录用日期: 2024年11月4日; 发布日期: 2025年1月14日

摘 要

在数字经济时代, 电商企业蓬勃发展的同时也面临着市场环境不确定性带来的风险。本研究聚焦于大数据环境下电商企业的财务柔性管理, 通过对电商企业的现金柔性、负债柔性以及大数据应用在财务管理中的现状分析, 梳理电商企业在财务柔性管理方面所存在的一系列问题, 并提出相关对策, 为电商企业在数字经济下提升财务柔性管理水平提供了理论参考和实践指导, 具有重要的现实意义。

关键词

数字经济, 电商企业, 现金柔性, 负债柔性, 大数据视角

Research on Financial Flexibility Management Issues and Countermeasures for E-Commerce Enterprises in the Digital Economy

Yutong Liu, Guodong Yan*, Chenyao Sun

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Oct. 17th, 2024; accepted: Nov. 4th, 2024; published: Jan. 14th, 2025

Abstract

In the era of the digital economy, while e-commerce enterprises are thriving, they also face risks

*通讯作者。

文章引用: 刘雨桐, 闫国东, 孙晨耀. 数字经济下电商企业财务柔性管理问题与对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 1368-1374. DOI: 10.12677/ec.2025.141170

arising from the uncertainties of the market environment. This study focuses on the financial flexibility management of e-commerce enterprises in the context of big data. By analyzing the current status of cash flexibility, debt flexibility, and the application of big data in financial management among e-commerce enterprises, it identifies a series of issues in their financial flexibility management and proposes relevant countermeasures. This study provides theoretical reference and practical guidance for e-commerce enterprises to enhance their financial flexibility management capabilities in the digital economy, holding significant practical significance.

Keywords

Digital Economy, E-Commerce Enterprise, Cash Flexibility, Debt Flexibility, Big Data Perspective

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

随着互联网技术的不断进步，中国已经进入了数字化高速发展的时代。电商企业以其高效、便捷的交易模式不断崛起，打破了传统商业的时空限制，为消费者带来全新的购物体验，美国商务部发布的《浮现中的数字经济 I》中明确指出：“电子商务是经济增长的发动机”。然而这也为其带来了一定的机遇与挑战。一方面，海量的数据资源为企业提供了更精准的市场洞察、客户需求分析以及销售预测，有助于企业优化决策、提升运营效率。另一方面，快速变化的市场环境、激烈的竞争以及不确定的经济形势也对电商企业的财务管理提出了更高的要求。财务柔性管理作为一种适应动态环境变化的财务管理理念和方法，在大数据时代的电商企业中具有至关重要的意义。它强调企业在财务管理过程中应具备灵活的应变能力和充足的财务缓冲以及快速的决策响应机制，以应对各种不确定性因素。通过财务柔性管理，电商企业可以更好地利用大数据资源，优化财务资源配置，提升企业的抗风险能力和竞争力。因此，数字经济时代下电商企业财务柔性管理的研究具有重要的理论价值和现实意义。过往的研究虽然在财务柔性管理和大数据应用方面分别取得了一定的成果，但对于大数据背景下电商企业财务柔性管理的综合研究还相对较少。因此，本研究通过深入探讨大数据时代下电商企业财务柔性管理的现状及问题，并提出相应的策略和建议，为电商企业在复杂多变的市场环境中实现可持续发展提供有益的参考和借鉴。

2. 相关理论概述

2.1. 数字经济

数字经济是一种新的经济形态，最早在 1985 年由 Don Tapscott 提出，早期文献主要围绕数字经济与 IT 相关技术的关系来进行探讨。在中国，现有研究普遍认同的是 2016 年 G20 杭州峰会通过的《二十国集团数字经济发展与合作倡议》对数字经济的界定，即：“以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动”。近年来有关数字经济与电商企业的文献研究不断涌现，数字经济能够通过数据统计与分析来实现精准化的营销推送，从而提升消费者体验与品牌忠诚[1]。随着数字丝绸之路的建设，中欧各国在数字政策理念、跨境电商市场等方面存在多元合作基础，共同促进数字经济的健康发展成为共识[2]。其余研究重点则放在数字经济对乡村振兴的助力与推动作用上[3] [4]。

2.2. 财务柔性

财务柔性是指企业及时获取或调用财务资源来应对面临不确定风险的能力[5]。由于我国公司对股权融资的监管比较严格,所以拥有权益柔性的企业很少。立足于我国企业经营内外部环境,目前国内学者对于企业财务柔性研究大多是从现金流与剩余举债能力两方面展开,现有相关研究多是从现金柔性与负债柔性之和来衡量财务柔性[6]。现金柔性是指企业持有现金及现金等价物的水平。在数字经济下,电商企业的业务模式具有快速变化的特点,充足的现金储备可以帮助企业应对市场波动、突发的资金需求以及投资机会。例如,在促销活动期间,企业需要大量资金来采购商品、支持物流配送等,现金柔性能够确保企业有足够的资金来满足这些需求。负债柔性是指企业在需要时获取外部债务融资的能力。电商企业在发展过程中,可能会面临大规模的业务扩张、技术研发投入等情况,仅依靠内部资金往往难以满足需求。此时,负债柔性就显得尤为重要。企业通过建立良好的信用记录、优化债务结构等方式,提高在市场上获取债务融资的能力,从而为企业的发展提供资金支持。

3. 大数据下电商企业财务柔性管理的现状

3.1. 电商企业的经营特点与财务特征

电商企业凭借互联网平台的灵活优势,融合了实体经济与虚拟经济,克服了传统商业存在的时空限制[7]。首先,电商企业涵盖了多种运营模式,如B2B(企业对企业)、B2C(企业对消费者)、C2C(消费者对消费者)等。不同模式下企业的业务流程、目标客户群体和盈利方式存在差异。其次,电商企业的大部分商业活动展现出较为明显的数字化特征,且相较于其他传统企业,电商企业在运营过程中的透明度也比较高[8]。消费者在进行购物决策时,可以通过查看商品详情、用户评价、销售数据等多方面信息,对商品和企业有更为清晰的了解。这种高透明度的运营模式,在很大程度上有利于减轻消费者所面临的价格歧视问题。在财务管理特征方面,电商企业的资金周转速度快,这是由于线上交易的便捷性,商品销售和资金回笼的周期相对较短。消费者下单后,资金迅速流入企业账户,企业可以在短时间内对资金进行再分配和利用,现金流波动较大。此外电商企业通常采用轻资产运营模式,即其固定资产占总资产的比重相对较低,这使得电商企业面临着较高的信用风险,在这种运营模式下,企业的核心资产更多地集中在品牌价值、用户数据、技术研发、供应链管理等无形资产方面。这种轻资产运营模式赋予了企业能够更加灵活地应对市场变化的能力,使其在面对市场波动、行业竞争加剧等情况时,可以迅速调整经营策略,降低经营风险。然而,这种运营模式也给企业的资产管理和价值评估带来了更高的要求。由于无形资产的评估难度较大,其价值的稳定性相对较差,这就使得企业在进行财务管理时,需要更加精细地考量资产的配置、价值的衡量以及风险的防控等诸多方面,无疑增加了财务管理的复杂性。企业不仅要确保无形资产的有效利用和保值增值,还要在面对可能出现的信用风险时,有足够的应对措施,以保障企业的稳健运营。

3.2. 大数据在电商企业财务管理中的应用现状

目前大部分学者均认为大数据能够给企业带来良好的经济影响。通过与各大物流供应商的系统深度对接以及对物流信息的实时采集与分析,数字化平台可以使电商企业得以迅速且灵活地做出反应,及时调整运输策略以有效应对市场变化[9]。电商企业可以依据数据统计与反馈,进一步调整策略,从而满足市场需求。电商企业还能通过广泛收集各种用户数据及交易数据,为企业的决策提供有力支持。在财务决策方面,大数据为电商企业提供了更全面、准确的信息。根据分析历史销售市场数据的结果,综合考虑企业自身的财务状况、未来的现金流预测、市场利率的波动趋势以及不同融资渠道的特点和成本等诸多因素,通过对这些因素进行系统分析和权衡,企业能够及时调整预算,制定更合理的预算方案来评估

投资项目的可行性、选择最优的融资方案,以确保企业资源的合理配置,实现企业在财务层面的稳健运营以及在市场竞争中的持续发展。但电商企业收集的数据来源广泛,部分数据可能存在不准确的情况,如用户随意填写的信息、数据传输过程中的错误等,这会影响大数据分析的结果,导致决策失误。大数据时代,数据的存储、传输和使用过程中也存在一定的泄露风险[10]。电商企业掌握着大量的用户敏感信息和企业财务数据,这些数据一旦泄露,不仅会给用户带来损失,也会对企业的声誉和财务状况造成严重影响。

3.3. 大数据下电商企业财务柔性管理的现状

3.3.1. 现金持有水平

在电商企业刚刚成立的阶段需要扩大市场,这便离不开大量资金的有力支撑。因此绝大部分电商企业都承担着巨额举债和较高的债务利息成本[11]。一些电商企业由于资金周转效率较高,为了更高的资金回报率,将现金大部分投入到生产经营中,企业闲置资金过少导致企业无法应对突发情况,从而造成企业破产。这些企业通常依赖快速的销售回款和短期融资来满足资金需求,但有时大数据的时效性与准确性并不能正确分析和处理数据,导致现金流量预测偏差,影响企业的财务决策。同时,电商企业由于其自身特性,应收账款所占比例要高于其他行业,且库存积压或缺货现象时有发生,这也会影响现金的使用效率。

3.3.2. 现金获取能力

一些规模较大、市场份额较高的电商企业,凭借其强大的品牌影响力和用户基础,能够实现稳定的销售收入和现金流。企业可以通过多种方式获取外部资金,良好的业绩表现和市场声誉更容易获得金融机构的支持和投资者的青睐,从而具备较强的外部融资能力[12]。然而,对于一些中小电商企业来说,由于规模较小,在市场竞争中往往处于劣势地位,现金获取能力相对较弱[13]。它们的品牌知名度和用户基础相对薄弱,销售收入和现金流的稳定性也较差。金融机构在对其进行评估时,会认为这些企业的风险较高,从而在贷款审批时更加谨慎,贷款条件也更为苛刻。

3.3.3. 债务结构

从债务期限结构来看,一些企业短期债务融资明显高于长期债务[14],因为短期债务的融资成本相对较低,且资金使用较为灵活,但短期债务也存在到期偿还压力较大的风险。另一些企业则注重平衡短期债务和长期债务的比例,通过合理安排债务期限结构,降低偿债风险。从债务类型结构来看,电商企业的债务类型包括信用贷款、抵押贷款、担保贷款等。在偿债能力方面,大部分电商企业的流动比率都在1.5以下,这意味着企业的短期偿债能力处于弱势水平,不利于企业的长远发展。

4. 大数据下电商企业财务柔性管理存在的问题

4.1. 大数据应用方面的问题

4.1.1. 数据质量与数据安全问题

在大数据时代,电商企业虽然能够获取海量的数据,但数据来源的多样性和复杂性导致数据的准确性难以保证。不同渠道收集的数据可能存在重复、错误或不一致的情况,这给数据分析和应用带来了很大的困扰。同时,随着电商企业数据量的不断增加,数据泄露的风险也随之增大。据阿里巴巴集团公开数据,淘宝的企业卖家数量过万家,个人卖家数百万家,年度活跃消费者达4.88亿人[15]。用户数据存在被窃取或滥用的风险。数据安全不仅关系到企业的声誉和客户信任,还可能引发法律风险,影响企业的正常运营。

4.1.2. 数据分析能力不足与人才短缺

尽管企业收集了大量的数据，但由于缺乏专业的数据分析工具和技术，以及有效的数据分析方法，很难从海量数据中提取有价值的信息。许多企业仍然停留在数据的简单统计和描述性分析阶段，无法深入挖掘数据背后的潜在规律和趋势。此外，数据分析人才的短缺也是制约电商企业大数据应用的重要因素。具备数据分析专业知识和技能的人才在市场上供不应求，电商企业往往难以吸引和留住优秀的数据分析人才。这导致企业在数据分析方面缺乏专业的指导和支持，无法充分发挥大数据的优势，影响了财务柔性管理的效果。

4.2. 财务柔性管理问题

4.2.1. 现金柔性管理策略的缺陷

现金柔性管理是电商企业财务柔性管理的重要组成部分，但在实际操作中，企业往往存在现金储备过度或不足的问题。一些电商企业为了应对可能出现的风险，过度储备现金，导致资金闲置，降低了资金的使用效率。过多的现金储备可能会使企业错过一些投资机会，增加机会成本。还有部分企业由于对市场变化和风险评估不足，现金储备不足，无法满足企业在突发情况下的资金需求。在面临市场需求突然下降、供应商货款支付压力增大等情况时，企业可能会因为现金短缺而陷入财务困境，影响企业的正常运营和发展。

4.2.2. 负债柔性管理问题

债务融资成本过高是许多电商企业面临的挑战之一。由于电商行业的竞争激烈，一些企业在融资过程中可能会面临较高的利率和手续费，增加了企业的财务负担。一些企业过于依赖短期债务融资，导致债务期限结构失衡。短期债务虽然在短期内能够满足企业的资金需求，但到期偿还压力较大，一旦企业经营出现波动，可能会面临资金链断裂的风险。

4.3. 内外部环境因素的影响

4.3.1. 市场竞争压力

在当今激烈的市场竞争环境下，电商企业面临着巨大的竞争压力，企业需要不断投入资金进行市场推广、产品创新和服务优化，以吸引消费者和保持竞争力。过度的市场竞争可能导致企业利润空间被压缩，资金回流速度减慢。竞争对手的快速发展和市场份额的变化也可能使企业面临更大的不确定性，增加了企业预测市场需求和制定财务策略的难度。

4.3.2. 宏观经济政策变化

货币政策的调整会直接影响企业的融资环境和资金成本。当央行采取紧缩性货币政策时，市场利率上升，企业的债务融资成本增加，融资难度加大。这可能导致企业的负债柔性下降，难以通过债务融资获取所需资金。此外，税收政策的调整可能增加企业的税负，减少企业的利润，从而影响企业的现金储备和投资能力。政府补贴政策的变化则可能影响企业的资金来源和发展方向。

5. 大数据下电商企业财务柔性管理的优化策略

5.1. 强化大数据应用能力

5.1.1. 建立完善的数据治理体系，确保数据质量与安全

在大数据时代，电商企业要建立一套完善的数据治理体系，以确保数据的质量和安全性。首先，企业应制定明确的数据治理策略和规范，涵盖数据的采集、存储、处理、共享和销毁等全生命周期。在数据

采集阶段，要明确数据的来源和采集方法，确保数据的准确性和完整性。通过建立严格的数据审核机制，对采集到的数据进行筛选和验证，剔除错误或无效的数据。同时，规范数据的存储方式，采用先进的数据库技术和存储设备，确保数据的安全性和可访问性。

5.1.2. 培养和引进大数据分析人才，提升数据分析水平

电商企业要重视大数据分析人才的培养和引进，以提升数据分析水平。企业可以通过内部培训和教育计划，培养现有员工的数据分析能力。为员工提供数据分析课程和培训，邀请行业专家进行讲座和指导，使员工掌握数据分析的基本方法和工具。同时，鼓励员工在实际工作中应用数据分析，积累经验，提高分析能力。企业也要积极引进外部的大数据分析人才。通过招聘具有丰富经验和专业知识的数据分析专家，充实企业的数据分析团队。这些专业人才能够带来先进的数据分析理念和技术，为企业的数据分析工作提供新的思路和方法。此外，企业还可以与高校、科研机构等合作，开展产学研合作项目，共同培养大数据分析人才。通过建立实习基地、联合培养研究生等方式，吸引优秀的学生加入企业，为企业的未来发展储备人才。

5.2. 优化财务柔性管理策略

5.2.1. 制定合理的现金柔性策略，平衡现金持有成本与收益

电商企业需要制定合理的现金柔性策略，以平衡现金持有成本与收益。首先，企业要根据自身的经营状况、市场环境和发展战略，确定最佳的现金持有量。通过对历史现金流量数据的分析和对未来市场趋势的预测，评估企业在不同情况下的资金需求。在确定现金持有量的基础上，企业要优化现金的配置结构。合理安排现金在不同货币、不同期限的存款或理财产品中的比例，以提高现金的收益。企业还可以利用现金储备进行短期投资，在保证资金安全性的前提下增加收益。此外，企业应建立现金预警机制，实时监控现金流量的变化情况。当现金流量出现异常波动时，及时发出预警信号，以便企业及时调整资金使用计划、加快应收账款回收，确保企业的现金持有量始终保持在合理范围内。

5.2.2. 优化负债柔性策略，调整债务期限结构

优化负债柔性策略是电商企业财务柔性管理的重要内容。企业要通过多种途径降低融资成本，首先，加强与金融机构的合作与沟通，建立长期稳定的合作关系。通过向金融机构展示企业的良好经营状况和发展前景，争取更优惠的贷款利率和融资条件。企业可以利用自身的信用优势，发行债券等直接融资工具，拓宽融资渠道，降低对银行贷款的依赖，从而降低融资成本。其次，企业要合理调整债务期限结构。根据企业的资金需求特点和经营风险状况，确定短期债务和长期债务的比例。对于短期资金需求，可以适当增加短期债务的比例，但要注意控制到期偿还风险。对于长期投资项目，应尽量选择长期债务融资，以避免短期债务集中到期带来的资金压力。企业还可以通过提前偿还高成本债务、债务重组等方式，优化债务结构，降低融资成本。

5.3. 积极应对内外部环境变化

5.3.1. 加强市场监测与竞争分析，提高市场竞争力

电商企业要加强市场监测与竞争分析，以提高应对市场竞争的能力。企业应建立专业的市场监测团队或借助专业的市场调研机构，实时跟踪市场动态，通过收集和分析市场数据，企业能够及时发现市场机会和潜在风险，为制定财务柔性管理策略提供依据。企业可以深入研究竞争对手的优势和劣势，分析其市场份额、产品价格、营销策略、成本结构等方面的情况。通过与竞争对手进行对比，找出自身的竞争优势和差距，制定差异化的竞争策略。

5.3.2. 关注宏观经济政策动态

电商企业必须密切关注宏观经济政策动态,以便及时调整财务柔性管理策略。企业要关注货币政策的变化,如利率调整、货币供应量变化等,因为这些政策会直接影响企业的融资成本和资金来源。当货币政策趋于宽松时,企业可以抓住时机,通过债务融资或股权融资等方式筹集资金,扩大投资规模。当货币政策收紧时,企业则要谨慎融资,优化债务结构,降低财务风险。企业要关注宏观经济形势的波动。在经济增长放缓时,企业要加强风险管理,降低成本,提高资金周转速度,确保企业的财务稳定。

6. 结论

在竞争激烈的电商市场中,企业的财务健康状况直接影响其生存和发展能力。电商企业经营和财务具有独特特征,大数据在财务管理中得到广泛应用。电商企业现金持有水平受多种因素影响,现金获取能力因企业规模和声誉有别,债务结构呈现多样化特点。电商企业要强化大数据应用能力,优化财务柔性管理策略,积极应对内外部环境变化,以更好地应对市场竞争压力和内外部环境变化,降低财务风险,提高企业的整体竞争力,进而促进整个电商行业的健康稳定发展。

参考文献

- [1] 刘小维,李潇潇.数字经济背景下跨境电商企业品牌营销策略创新研究[J].中国商论,2024,33(16):48-51.
- [2] 任婉婉,林天汉,郝宇倩.“丝路电商”合作与中国对外贸易增长[J].国际贸易问题,2024(9):123-139.
- [3] 贾宁.数字经济赋能汉中市县域乡村旅游发展的路径研究[J].中国集体经济,2024(23):26-29.
- [4] 刘晓峰,朴宗根.数字经济赋能农业现代化的内在逻辑、困境检视及破解路径[J].西安财经大学学报,2024,37(5):55-66.
- [5] 曾爱民,张纯,魏志华.金融危机冲击、财务柔性储备与企业投资行为——来自中国上市公司的经验证据[J].管理世界,2013(4):107-120.
- [6] 徐晓莉,徐文超.经济政策不确定性、财务柔性与企业财务绩效[J].会计之友,2021(18):49-55.
- [7] 白瑾曦.经济新常态下的电子商务发展特点及趋势分析[J].上海商业,2022(5):40-42.
- [8] 计国良.电商模式下企业成本控制研究重点分析[J].全国流通经济,2021(2):17-19.
- [9] 刘思丹.宏观经济视域下电商发展前景探析[J].老字号品牌营销,2024(20):26-28.
- [10] 张鑫,马东伟,胡铭,等.推进合规管理标准化构建电商平台发展新格局[J].中国标准化,2024(18):40-45.
- [11] 卢思羽.电商企业财务风险管控研究[J].中国集体经济,2022(15):144-146.
- [12] 沈昊.中小企业融资能力影响因素分析[J].商讯,2023(22):85-88.
- [13] 王德宝.中小电商企业基于电商平台的供应链融资研究[J].国际商务财会,2023(8):20-23.
- [14] 岳昕.电商企业的财务风险及应对[J].中国管理信息化,2021,24(10):34-35.
- [15] 朱民武,张乐,黄宇元,等.电商企业金融业务和商业银行电商业务:发展逻辑、面临困境及未来趋势[J].西南金融,2018(5):72-76.