

哈佛分析框架下跨境电商企业财务分析 ——以赛维时代为例

祝浩敏

浙江理工大学经济管理学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年5月13日; 录用日期: 2025年5月29日; 发布日期: 2025年7月3日

摘要

当前, 国际贸易环境持续波动, 跨境电商行业面临严峻挑战。哈佛分析框架从战略的高度来审视企业的财务状况, 预判企业的发展方向, 填补了传统财务分析体系的缺陷。本文基于哈佛分析框架, 以跨境电商代表企业赛维时代为例, 从战略、会计、财务与前景四个维度系统评估其经营质量与潜在风险。研究建议赛维时代通过研发投入深化数字化转型、拓展欧亚市场以降低单一依赖, 并优化存货与应收账款管理以提升财务绩效, 同时也为其他跨境电商企业提供指导。

关键词

赛维时代, 跨境电商, 哈佛分析框架, 财务分析

Financial Analysis of Cross-Border E-Commerce Enterprises under the Harvard Analytical Framework

—A Case Study of Sailvan Times

Haomin Zhu

School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 13th, 2025; accepted: May 29th, 2025; published: Jul. 3rd, 2025

Abstract

At present, the international trade environment continues to fluctuate, and the cross-border e-commerce industry is facing severe challenges. The Harvard Analysis Framework examines the financial

situation of enterprises from a strategic perspective, predicts their development direction, and fills the gaps in the traditional financial analysis system. Based on the Harvard Analysis Framework, this paper takes Sailvan Times, a representative cross-border e-commerce enterprise, as an example, and systematically evaluates its business quality and potential risks from four dimensions: strategy, accounting, finance, and prospects. The research recommends that Sailvan Times deepen its digital transformation through research and development investment, expand into the Eurasian market to reduce single-source dependence, optimize inventory and accounts receivable management to enhance financial performance, and provide guidance for other cross-border e-commerce enterprises.

Keywords

Sailvan Times, Cross-Border E-Commerce, Harvard Analytical Framework, Financial Analysis

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

近年来，跨境电商作为全球贸易数字化转型的重要引擎，在推动中国外贸高质量发展中扮演着关键角色。据商务部数据显示，2024 年我国跨境电商进出口规模突破 3 万亿元，占外贸比重持续攀升，成为稳外贸的新增长极。然而，随着行业竞争加剧、全球贸易环境动荡，跨境电商企业面临新的挑战。赛维时代作为技术驱动的跨境电商领军企业，凭借品牌矩阵与数字化供应链实现高速增长，但其过度依赖北美市场、存货周转效率下滑等问题亦暴露出潜在风险。

基于这一背景，本文选取赛维时代作为研究对象，从战略、会计、财务以及前景四个维度对其进行全面且系统分析，在哈佛分析框架的指导下为企业提出一系列优化建议，并为赛维时代及其他跨境电商企业在挑战中找到新的发展方向。

2. 文献综述

2.1. 哈佛分析框架

哈佛分析框架由哈佛的三名学者提出，是指在财务报表分析中引进战略分析，从而实现定性分析与定量分析，其所含的四个维度并非孤立存在，而是通过动态互动共同揭示企业的整体价值。战略分析为企业选择会计政策和财务目标提供方向；会计分析通过评估资产质量与会计政策合理性，为财务比率分析奠定基础；财务分析则量化战略执行效果，并为前景预测提供数据支撑；前景分析综合前三者识别风险与机遇。这种层层递进的逻辑关系，使框架更具系统性和预测性，同时立足企业的现实状况，全面解析企业的经营质量与未来潜力[1]。

2.2. 有关跨境电商文献的研究

现有研究多聚焦于跨境电商的规模增长，从供应链韧性与数字技术赋能的角度分别进行了探讨。例如，高鑫通过实证研究证明供应链韧性对跨境电商发展有着明显的促进作用[2]，赖丽萍基于区块链技术应用视角，研究认为区块链技术的应用有望解决我国跨境电商出口贸易中存在的信任、数据安全和效率低下等问题[3]。近年来，数字贸易规则重构和 AI 驱动的需求预测成为新兴议题，将数字技术与供应链韧性

进行综合研究显得尤为重要，本文试图填补这一空白，结合赛维时代案例探讨技术整合与供应链韧性的实践路径。

3. 基于哈佛分析框架的赛维时代财务分析

3.1. 赛维时代简介

赛维时代科技股份有限公司成立于 2012 年，是一家技术驱动的出口跨境品牌电商企业，致力于通过数字化手段和敏捷型组织架构，满足全球消费者对高品质、个性化时尚生活产品的需求。公司通过亚马逊、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台以及自营网站，向全球消费者销售服饰配饰、运动娱乐、百货家居等产品。

赛维时代以“让美好生活触手可及”为使命，构建了集产品开发设计、品牌孵化及运营、供应链整合于一体的全链条品牌运营模式。公司通过自主研发的 ERP 系统和大数据技术，实现从选品、采购到物流的全链路数字化管理，显著提升了运营效率和市场响应速度。此外，赛维时代还通过全球仓储物流布局 and 柔性供应链系统，优化了库存管理和配送时效，进一步巩固了其在跨境电商领域的竞争优势[4]。

3.2. 赛维时代战略分析

本文采用波特五力模型对赛维时代进行战略分析。

3.2.1. 供应商的议价能力

赛维时代将供应商分为优选到备选 6 个等级，且每季度从多方面对供应商进行持续评分，不符合等级分类标准的供应商将被降级。此外，公司与多家供应商建立了长期合作关系，大量多样化的上游供应商降低了单一供应商的依赖，供应商的议价能力相对较弱。

3.2.2. 购买者的议价能力

由于跨境电商市场竞争激烈，消费者的选择较多，购买者的议价能力较强。然而，赛维时代通过品牌化战略和多品牌矩阵提升了品牌影响力，增强了消费者粘性，从而在一定程度上削弱了购买者的议价能力。

3.2.3. 新进入者的威胁

赛维时代作为以技术驱动的高新技术企业，凭借全链路数字化能力和全球仓储物流布局，构建了较高的竞争壁垒。此外，亚马逊等主流电商平台的流量优势和规则限制也增加了新进入者的进入难度。

3.2.4. 替代品的威胁

跨境电商行业的主要替代品为本地电商平台和线下零售。赛维时代积极建设“线上 + 线下”的全渠道一体化商业模式，连接供应商、线上平台、线下门店，物流系统和消费者，形成高效闭环。

3.2.5. 行业内的竞争格局

跨境电商行业竞争格局分散，头部企业凭借供应链、品牌和数字化能力占据优势。赛维时代作为行业内的领先企业，通过品牌矩阵和柔性供应链系统，形成了较强的竞争力。

综上所述，赛维时代通过整合供应链、强化品牌建设和提升数字化运营能力，构建了坚实的竞争力，有效应对外部竞争挑战，巩固了其在行业内的优势地位。

3.3. 赛维时代会计分析

3.3.1. 识别关键会计事项

会计分析目的在于评估会计政策和估计的恰当性以及辨别会计数据的失真程度[5]，因此本节将着重

分析资产的资产质量以判断公司财务数据是否公允，为后续财务分析打下坚实基础。根据表 1 赛维时代资产近 5 年的资产占比情况，本文选取了两个比较具有代表性的资产要素：存货、应收账款。

Table 1. Proportions of major asset composition for Sailvan Times from 2020 to 2024
表 1. 赛维时代 2020~2024 年主要资产构成占比表

	2024	2023	2022	2021	2020
货币资金	19.49%	21.10%	30.61%	17.86%	22.02%
存货	38.06%	22.15%	25.61%	39.77%	52.19%
应收账款	6.31%	6.04%	11.27%	6.91%	16.12%
固定资产	1.39%	1.05%	1.52%	1.43%	1.23%
无形资产	0.06%	0.08%	0.04%	0.09%	0.12%
长期股权投资	0.00%	0.11%	0.17%	0.13%	0.12%
合计	65.31%	50.53%	69.23%	66.18%	91.80%

数据来源：赛维时代 2020~2024 年度报告。

3.3.2. 关键会计科目分析

存货质量分析。赛维时代存货主要包括原材料、库存商品等。在存货成本的核算上，赛维时代因其在存货管理中存在大量的 sku 及出入库操作，采用移动加权平均法，有利于管理层随时掌握存货的最新成本。此外，赛维时代由于存货具有数量繁多、分布广泛、单价较低的特点，分类别按照库龄法和个别法计提存货跌价准备，对于不同库龄的存货计提比例也有所不同，确保了资产负债表上存货价值的真实性和谨慎性。

应收账款质量分析。赛维时代对于存在客观证据表明存在减值的应收账款，单独进行减值测试，而对于不存在减值客观证据的应收账款，按照信用风险特征划分为不同组合，参考历史信用损失经验等计算预期信用损失，充分考虑了不同账龄、不同客户类型等因素对应收账款风险的影响，使减值计提更贴合实际情况，提高了整体计提的准确性。

综上所述，赛维时代根据其业务特征采用恰当的会计政策对资产进行计量和记录，体现了其对财务信息的重视程度，这些会计政策的应用能更客观地反映资产的质量和潜在风险，真实反映企业的资产和经营成果。

3.4. 赛维时代财务分析

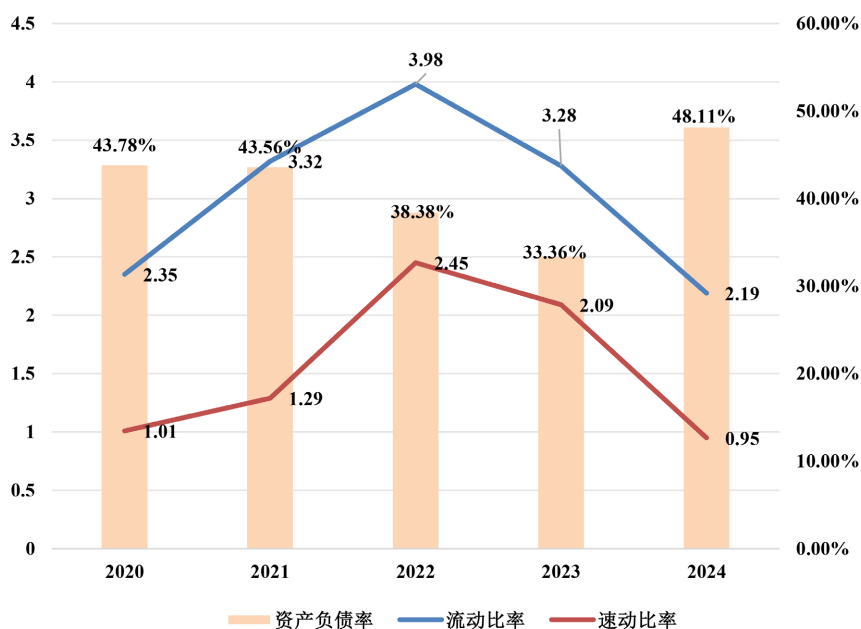
3.4.1. 偿债能力分析

分析企业的偿债能力有助于评估其财务状况的稳定性，帮助企业经营者和投资者及时发现潜在的偿债风险[6]。本文选取流动比率、速动比率以及资产负债率进行分析，如图 1 所示。

从图 1 可以看出，赛维时代近五年流动比率呈现先上升后下降的趋势，但在整个过程中均保持着 2 以上的流动比率，说明其一直具有较强的短期偿债能力。进一步分析，2024 年赛维时代流动资产有显著的增加，主要是由于销售规模增加以及新品研发导致备货增多，但同时流动负债同比增长近一倍，主要是由于企业因运营扩张需要，导致需增加短期借款以获得更多资金。速动比率与流动比率的变化趋势较为一致，尽管短期内波动较大，但仍保持在 1 左右的优秀水平。

从图 1 也可以看出，赛维时代近五年资产负债率呈现波动状态，但总体上维持在 30%~50%的区间内，对比 2023 年跨境电商行业整体资产负债率为 55%，企业的长期负债能力保持在比较优秀的水平。

综上所述，赛维时代不论是短期还是长期偿债能力都保持在优秀水平，但因行业特性较易受外界环境变化影响，短期内波动可能较大。



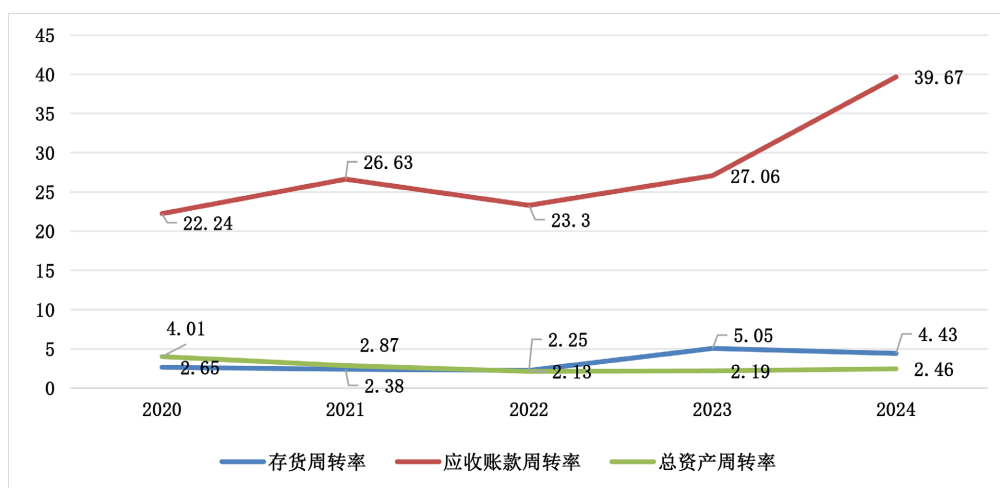
数据来源：雪球网。

Figure 1. Changes in the solvency of Sailvan Times from 2020 to 2024

图 1. 赛维时代 2020~2024 偿债能力变化

3.4.2. 营运能力分析

营运能力分析即分析企业如何运用各项资产赚取利润的能力，由于赛维时代多依托第三方平台或自建站开展业务，固定资产规模较小，因此本文选取了存货周转率、应收账款周转率以及总资产周转率进行分析，如图 2 所示。



数据来源：雪球网。

Figure 2. Changes in operating capability of Sailvan Times from 2020 to 2024

图 2. 赛维时代 2020~2024 营运能力变化

从图 2 可以看出,赛维时代近五年存货周转率呈现波动上升的趋势,在 2023 年达到峰值。不过与同行业存货周转率均值相比(2023 行业均值 7.9),赛维时代存货管理效率仍有提升空间。

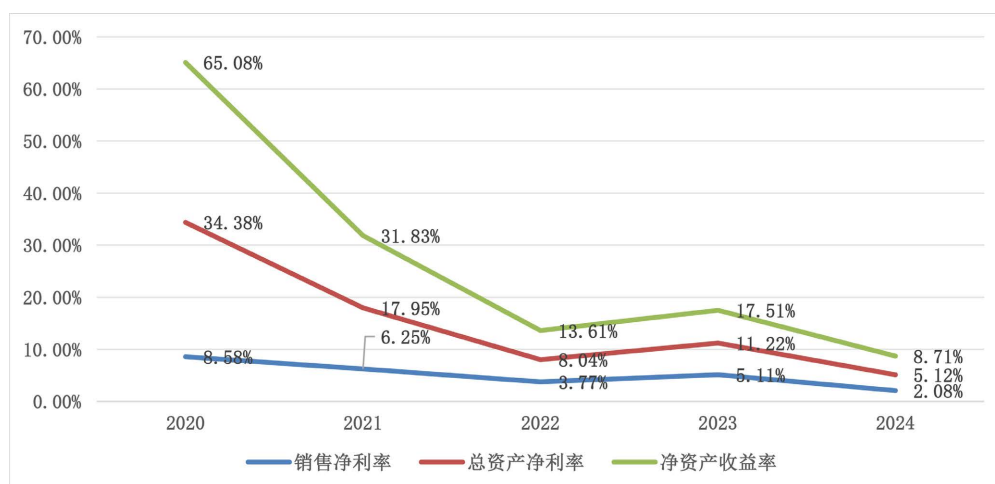
观察图 2 数据可以看出,2020~2023 年期间赛维时代应收账款周转率变化幅度较小,这主要是由于 2024 年跨境电商行业整体稳步发展,市场对赛维时代的需求持续增加,营收规模不断扩大,加速了应收账款的周转。

赛维时代近五年总资产周转率由 2020 年的 4.01 下降至 2024 年的 2.46,这主要是由于公司在这期间不断拓展业务,增加存货,总资产规模相较于 2020 年翻了一倍之多,但由于市场竞争加剧、行业环境变动等因素,收入增长未能跟上资产增长速度,资产利用效率迎来挑战。但相较于行业均值(2023 年行业均值为 1.56),赛维时代总资产周转率仍保持较为良好的水平。

综上所述,赛维时代在营运能力方面既展现出积极进展,也面临着需要进一步优化资产管理效率的问题。在未来赛维时代需继续优化存货和应收账款管理,同时提高资产利用效率,以增强其在市场竞争中的优势。

3.4.3. 盈利能力分析

盈利能力的强弱与企业经营状况息息相关,反映了企业在一定时期内获取利润的能力。本文选取了三个衡量赛维时代盈利能力的财务指标:销售净利率,总资产净利率,净资产收益率,如图 3 所示。



数据来源:雪球网。

Figure 3. Changes in profitability of the Sailvan Times from 2020 to 2024

图 3. 赛维时代 2020~2024 盈利能力变化

从图 3 可以看出赛维时代销售净利率整体上呈现下滑的状态,2024 年仅为 2.08%,这主要是由于近年来市场竞争加剧,赛维时代不断扩展市场,营收规模屡创新高,但成本费用也随之增加,压缩了利润空间。如表 2 所示,2024 年赛维时代销售费用、管理费用、研发费用均同比增长 40%以上,市场份额提升的同时对利润造成了巨大压力。

从图 3 也可以看出,赛维时代总资产净利率总体呈持续下降趋势,仅在 2023 年有些许提高,这足以表明公司在资产利用效率方面面临挑战,主要是由于净利润的不断缩水。

赛维时代净资产收益率近五年的变动趋势与总资产净利率几乎相同,均经历了较大幅度的减少。观察赛维时代近五年股东权益,发现其变化幅度较小,因此净资产收益率的减少也主要是由于各方面成本费用增长,导致净利润不断减少。

Table 2. Expenses of the Sailvan Times from 2020 to 2024 (Unit: 10 million yuan)
表 2. 赛维时代 2020~2024 期间费用(单位: 千万元)

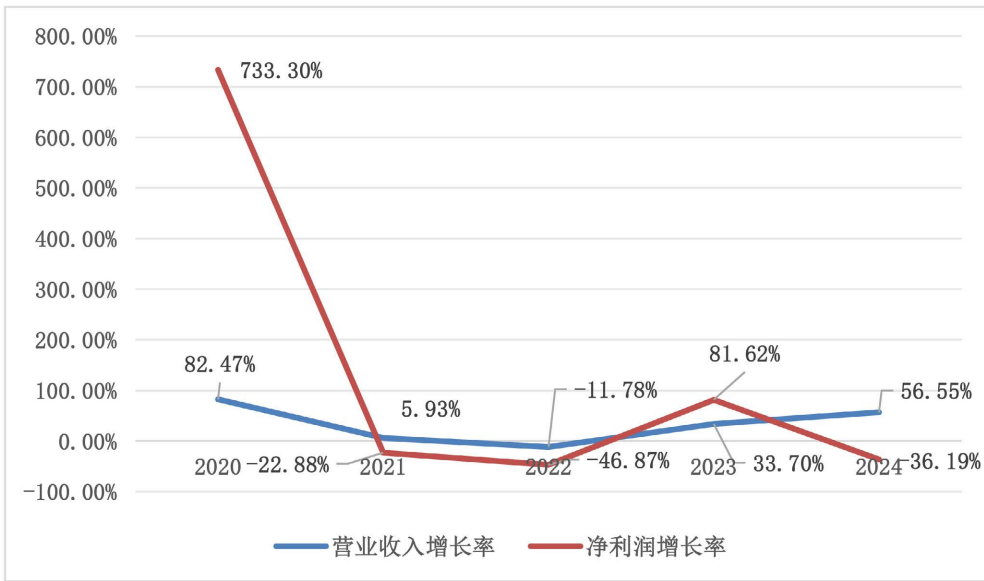
	2020	2021	2022	2023	2024
销售费用	265.3	280.9	173.4	234.2	388.2
管理费用	12.4	14.4	14	15.5	21.9
财务费用	6.9	4.2	-0.7	-0.4	-2.8
研发费用	3.33	3.6	4.8	8.8	11.9

数据来源：赛维时代 2020~2024 年度报告。

综上所述，赛维时代总体盈利能力水平在逐年下滑，面对市场以及国际环境变化，赛维时代需要调整其经营战略，提升资产利用效率。

3.4.4. 发展能力分析

通过对企业发展能力的分析，能够了解企业销售规模，经营利润、资产等的变化情况，进而衡量企业未来的发展潜能。本文选取了营业收入增长率和净利润增长率来判断赛维时代发展能力，如图 4 所示。



数据来源：雪球网。

Figure 4. Changes in the development capacity of the Sailvan Times from 2020 to 2024
图 4. 赛维时代 2020~2024 发展能力变化

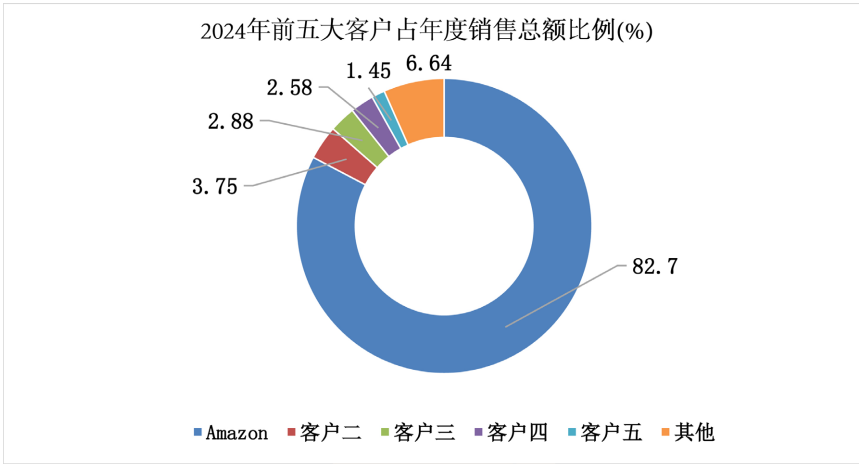
从图 4 可以看出，赛维时代近五年营业收入增长率自 2020 年达到峰值以来就一路下跌至负值，直到 2024 年才归为正值。这主要是由于 2020 年全球疫情爆发，消费者线上购物需求量迅速上升，赛维时代经营的服饰配饰等核心品类需求增长明显，营收表现亮眼。而 2024 年营业收入增长率重新变为正值，主要是由于旗下两大核心品牌 Coofandy 和 Ekouaer 首次登上纽约时装周国际舞台，在当年获得了较大的曝光和品牌知名度，进而推动了销售额的增长。进一步分析赛维时代的营业收入结构，如表 3 所示。分产品来看，赛维时代超过七成的营业收入来自服装配饰销售板块，分地区来看，北美地区的业务占比近九成，营业收入来源较为集中。

Table 3. The operating income structure of Sailvan Times in 2024
表 3. 2024 年赛维时代营业收入结构表

分产品	占营业收入比重	分地区	占营业收入比重
服装配饰商品销售	72.48%	境内	4.59%
非服装配饰商品销售	22.62%	北美地区	88.08%
物流服务	4.42%	欧洲地区	6.88%
其他	0.48%	亚洲地区	0.23%
		其他	0.22%

数据来源：赛维时代 2020~2024 年度报告。

而从图 5 可以看出，亚马逊占据赛维时代超八成以上的营收份额，远远高于其他平台，这说明赛维时代十分依赖亚马逊代表的北美地区市场，销售与北美地区绑定过深，因此公司营收增长极易受到北美地区进口政策、亚马逊平台政策调整等影响，造成营收规模变动幅度较大。



数据来源：赛维时代 2024 年年报。

Figure 5. The proportion of the top five customers in the total annual sales of Sailvan Times in 2024 (%)
图 5. 赛维时代 2024 前五大客户占年度销售总额比例图(%)

从图 4 可以看出，赛维时代净利润增长率在 2020 年达到了惊人的 733.3%，但在之后的年份中就增长乏力，有多年出现负值。2020 年净利润同比增长明显主要是由于营收规模的迅速扩大以及公司大幅优化了成本费用结构。在 2024 年，从表 2 可以看出，赛维时代为摆脱单一平台的依赖，开始增加新兴平台如 Temu、TikTok 等平台的推广投入，同时在存货账面价值上翻了近一倍，非服饰品类积压严重，企业利润空间不断被吞噬。

综上所述，赛维时代在面临跨境电商红利退潮、市场竞争加剧以及国际局势动荡的局面，需要在拓宽销售渠道，扩大市场规模的同时提升资产使用效率，减少低效的成本费用支出以提高未来发展潜力。

3.5. 赛维时代前景分析

3.5.1. 前景分析

产业支持政策持续增加。随着全球数字经济蓬勃发展，跨境电商已成为我国拉动外贸的新动能。2016

年，国务院决定在赛维时代所处的深圳设立跨境电子商务综合试验区，试验区的建设有利于企业减少运营成本并提高资源使用效率，进而扩展供应商网络，降低对单一供应商的依赖[7]。2024 年，国务院通过了《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，提出我国将继续扎实推进跨境电商综试区建设，持续完善配套政策，加快构建适应跨境电商发展需要的产业链和生态圈，税收优惠和便利化政策将助力企业出海。

科技发展注入行业新动能。随着 AI 与大数据应用深化，使得企业能够收集和分析来自不同渠道的海量数据，进而获得消费者偏好，市场趋势等有利信息，不断提高销售转化率，同时伴随区块链技术的极大发展，其通过提供去中心化、透明且不可篡改的交易记录，为跨境电商带来了革命性的变革[8]。在跨境交易中，区块链能够有效降低欺诈风险、增强交易透明度，并简化交易过程，进而增强消费者信任，利好跨境电商企业[9]。

赛维时代步入新发展阶段。公司在品牌运营方面精耕细作，坚定贯彻品牌化出海的发展战略，在品牌建设上不断取得新成效。在研发端，公司持续加大研发投入，推动打造行业标杆级的 AI 应用开发基础设施和产业链协同服务品牌，加快优化公司的经营效率。在海外供应链布局方面，越南工厂已顺利建成投产，未来将通过“自主自产 + 委托加工”的方式提高海外采购在整体采购中的占比，增强供应链的稳定性与灵活性，有效降低贸易风险。

3.5.2. 风险预测

国际环境变化风险。赛维时代作为跨境电商的参与者，受到国际经济周期波动的影响较为显著，不稳定的宏观经济环境可能对赛维时代的盈利能力产生负面影响。此外，国际政治环境的变化也会对赛维时代的业务造成巨大影响。近期国际贸易环境波动背景下，美国对中国部分商品实施的关税政策发生调整，“小额豁免”规则或将直接取消，进一步削弱中国进口商品在美市场的价格竞争优势[10]。同时研究表明，贸易环境变动还将影响消费者的消费行为，国际争端事件特别是国际贸易局势动荡情境下，消费者会降低对争端国产品的购买意愿[11]，进而极大影响赛维时代的跨境出口业务。

行业竞争风险。近年来 Temu、TikTok 等新兴平台迅速崛起，凭借其独特的运营模式和庞大的流量优势，吸引了海量卖家入驻，带来商品供给的爆发式增长。同时，亚马逊也宣布进军超低价市场，开设低价商城 Haul 并降低低价商品佣金，跨境电商行业价格战愈演愈烈，行业竞争进一步加剧。

财务波动风险。长期处于激烈竞争状态和全球贸易环境的不稳定性可能使公司增加运营成本、提高研发投入、加大广告投放力度、商品销售困难、存货积压严重等，导致公司面临成本上升，盈利能力下降的风险。如果这些成本上升超过公司能够提高价格或增加销售量的能力，将直接影响到未来的可持续盈利能力。

4. 基于哈佛分析框架的对策建议

4.1. 定向深化研发投入，推动数字化转型

在哈佛分析框架的指导下，卖家的核心竞争力和运营韧性成为其抵御风险和快速适应市场变化的关键因素，这些关键因素的实现都需要企业加快数字化转型，构建竞争壁垒。目前，赛维时代对商品企划、设计、生产等供应链环节进行了数字化升级，并通过数字化系统整合设计、生产、销售全链路数据，成功打造“线下体验 + 线上消费”的全渠道一体化模式，逐步构建技术壁垒，增强企业核心竞争力。未来赛维时代需定向深化研发投入，参考 Temu 的 AI 选品效率提升案例，将年研发预算 60% 分配至 AI 选品算法与区块链溯源系统开发，例如引入 Transformer 模型，进一步优化选品预测与供应链溯源，提升运营效率。提升自营网站数字化水平，加强私域流量运营，提升用户数据自主性，进而减少对第三方平台依

赖，抵御市场环境变动风险。

4.2. 构建多元市场，建设海外供应链

在哈佛分析框架的指导下，构建多元化市场，加快建设海外供应链是应对贸易环境波动，增加新的营收增长点的关键措施。前文财务分析得出赛维时代长期依赖美国这一单一市场，欧洲、亚洲等市场占比极小，因此公司经营状况极易受国际贸易环境变化影响。故赛维时代应调整发展战略，持续调拨资源到欧亚市场上，将自身知名品牌拓展至欧亚市场，利用数据驱动找到欧亚地区市场特点，进行本土化经营，例如设立欧洲设计中心，根据当地环保偏好推出再生纤维系列产品，并采用“区域仓 + 本地 KOL 营销”组合降低物流与获客成本，进而提高欧亚市场在自身市场份额中的占比，扩大在欧亚地区的品牌知名度和市场影响力，逐渐降低对美国单一市场的依赖。与此同时，随着国际贸易形势变化以及自身拓展多元化市场的需要，赛维时代应加快海外供应链建设，目前已建成的越南仓仍不足以支撑起完整的海外供应链体系，需在印度、菲律宾等地考察平行供应链体系，转移部分订单以转移关税风险，并加大欧洲海外仓布局，降低欧洲市场运营成本，加速拓展欧洲市场建设。

4.3. 定向盘活资产周转

在哈佛分析框架的指导下，盘活资产周转是提升赛维时代财务绩效的关键策略。首先从前文会计分析和财务分析可以看出，赛维时代在存货以及应收账款方面存在明显的优化空间。

在存货管理优化方面，赛维时代应在深化应用自身柔性供应链的基础上，加快 AI 研发，引入 AI 算法分析历史销售数据、季节性趋势及市场动态，提升预测精度，减少备货偏差，并针对服饰产品“快时尚”的特征，运用 AI 结合流行趋势预测缩短设计到上架周期。此外，在国际贸易局势持续波动的形势下，赛维时代美国地区业务可能有所停滞，进而造成美区库存积压。因此赛维时代可以根据区域销售表现动态调配海外仓库存，例如利用 RPA 工具实时监控美亚欧仓库库存，当北美库龄超过 90 天时，自动触发向 TikTok 东南亚直播间的促销清仓流程，从而利用海外开拓的自有供应链和仓库降低调拨成本，最终实现存货动态管理，降本增效。

在应收账款优化方面，首先，赛维时代目前应收账款主要来自电商平台，其中大部分来自亚马逊，若平台政策或合作变动，很可能影响回款和资金流。因此赛维时代应与客户保持良好的沟通，建立长期稳定的合作关系；同时加快自营网站建设，并拓展 Temu 等新兴平台，减少单一平台依赖。其次，赛维时代采用账龄结合法并结合具体信用风险特征计提坏账准备，因此需要对优质客户和新兴平台进行严格信用分级，并利用数字化系统实时跟踪应收账款账龄。最后，赛维时代需借助数字化工具赋能回款效率，在跨境电商平台接入区块链结算系统，实现自动对账与支付，进一步压缩回款周期。

5. 结语

赛维时代作为一家以服饰配饰、非服饰配饰以及物流服务为核心的跨境电商企业，致力于成为技术驱动的智能商业平台。基于这一背景，本文以赛维时代为例，用哈佛分析框架对其所处行业环境、财务状况、发展前景以及面临的风险与机遇进行了全面分析。

赛维时代面临着国际贸易环境波动、行业竞争加剧、技术创新压力大等挑战，同时，公司还需加强存货管理、成本费用控制优化，以提升运营效率和经营绩效。为应对这些挑战，赛维时代需转变发展思路，加大研发投入，完善海外供应链体系，开拓新兴市场，降低对美单一市场依赖。此外，赛维时代应加强与客户、供应商之间的交流与合作，持续优化存货、应收账款等方面的管理，推动财务绩效回暖与提高。通过实施上述举措，赛维时代能够在挑战中获得机遇，在风险中赢得发展，并在跨境电商领域坐实、坐稳龙头地位。

参考文献

- [1] 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(11): 53-60.
- [2] 高鑫. 供应链韧性、零售品牌与跨境电商发展[J]. 商业经济研究, 2025(8): 145-148.
- [3] 赖丽萍. 区块链技术应用视角下我国跨境电商出口贸易问题与对策探讨[J]. 商业经济研究, 2024(16): 126-129.
- [4] 刘利. 跨境电商企业审计风险识别与防范研究[D]: [硕士学位论文]. 扬州: 扬州大学, 2024.
- [5] 张晨, 于斯齐, 肖文娟. 基于 BSC 和哈佛框架的绩效评价体系创新——以科大讯飞为例[J]. 会计之友, 2022(22): 55-61.
- [6] 孙小梅. 基于哈佛分析框架的旅游上市公司财务分析——以中青旅为例[J]. 财会通讯, 2024(20): 124-130+152.
- [7] 张猛. 跨境电商综合试验区建设对流通企业供应链集中度的影响[J]. 商业经济研究, 2025(8): 168-171.
- [8] 李嘉雯. 跨境电商的发展现状与前景研究[J]. 全国流通经济, 2024(7): 60-63.
- [9] 王燕芳. 跨境出口电商高质量发展的现实困境及路径创新——基于区块链赋能视角[J]. 商业经济研究, 2024(23): 136-139.
- [10] 刘斌, 崔楠晨, 潘彤. 美欧跨境电商零售监管政策变化的新趋势与中国应对[J]. 国际贸易, 2025(2): 25-37.
- [11] 宋玉臣, 朱铭祺. 当贸易战遇上购物车: 国际争端如何改变消费者选择[J]. 中国软科学, 2025(2): 196-207.