

直播电商背景下南极电商轻资产运营管理绩效分析

向巴达吉¹, 史兹国²

¹南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

²南京晓庄学院商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年7月31日; 录用日期: 2026年8月12日; 发布日期: 2026年10月28日

摘要

随着直播电商、社交电商及平台经济快速发展, 电商行业竞争逐渐由流量扩张转向品牌价值、供应链效率和运营质量竞争。南极电商作为典型的轻资产品牌授权型企业, 其“品牌授权 + 供应链服务”模式曾具有较强扩张优势, 但近年来受平台流量成本上升、内容电商冲击及消费者偏好变化等因素影响, 公司盈利能力和经营现金流出现明显波动。文章以南极电商为研究对象, 基于杜邦分析法, 对其2021~2025年财务数据进行分析, 并结合偿债能力、营运能力、发展能力与盈利能力等指标, 对企业轻资产运营管理绩效进行评价。研究发现, 南极电商净资产收益率整体下降, 毛利率和净利率持续承压, 经营现金流稳定性不足, 品牌授权模式优势逐渐减弱。针对上述问题, 文章提出加强现金流管理、优化品牌授权模式、提升资产运营效率和完善成本费用控制体系等建议, 以期以轻资产电商企业运营绩效优化提供参考。

关键词

直播电商, 南极电商, 轻资产运营, 杜邦分析法, 财务绩效

Analysis of the Operational Management Performance of Nanji E-Commerce's Asset-Light Model in the Context of Livestreaming E-Commerce

Xiangba Daji¹, Ziguo Shi²

¹School of Business, Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing Jiangsu

²School of Business, Nanjing Xiaozhuang University, Nanjing Jiangsu

Received: July 31, 2026; accepted: August 12, 2026; published: October 28, 2026

文章引用: 向巴达吉, 史兹国. 直播电商背景下南极电商轻资产运营管理绩效分析[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 746-752. DOI: 10.12677/ecl.2026.15101177

Abstract

With the rapid development of livestream e-commerce, social e-commerce, and platform economies, competition in the e-commerce industry has gradually shifted from traffic expansion to competition in brand value, supply chain efficiency, and operational quality. As a typical asset-light enterprise adopting a brand authorization model, Nanji E-commerce once had strong expansion advantages through its “brand authorization + supply chain service” business model. However, in recent years, rising platform traffic costs, the emergence of content-driven e-commerce, and changing consumer preferences have led to significant fluctuations in the company’s profitability and operating cash flow. This study takes Nanji E-commerce as a case company and evaluates its asset-light operational management performance based on the DuPont Analysis Method. Using financial data from 2021 to 2025, the study comprehensively analyzes the company’s solvency, operating capability, development capability, and profitability. The results indicate that the company’s return on equity has shown an overall downward trend, while gross profit margin and net profit margin have remained under pressure. In addition, the stability of operating cash flow is insufficient, and the competitive advantage of the brand authorization model has gradually declined. To address these issues, this paper proposes several measures, including strengthening cash flow management, optimizing the brand authorization model, improving asset utilization efficiency, and enhancing cost and expense control systems. The findings provide useful references for improving the operational performance of asset-light e-commerce enterprises.

Keywords

Livestream E-Commerce, Nanji E-Commerce, Asset-Light Operation, DuPont Analysis, Financial Performance

Copyright © 2026 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. 研究背景

近年来，随着直播电商、内容电商和社交电商快速发展，电商行业竞争模式发生深刻变化，企业竞争重点逐渐由传统流量获取转向品牌运营、供应链协同和用户运营能力竞争。对于以品牌授权为核心的轻资产电商企业而言，直播带货、短视频营销和平台算法推荐改变了消费者购买决策方式，传统依赖品牌知名度和平台搜索流量的发展模式受到明显冲击。在此背景下，部分品牌授权型企业面临品牌溢价下降、产品同质化加剧、流量成本上升以及盈利空间压缩等问题，其运营管理能力和持续发展能力受到挑战。南极电商作为国内典型的轻资产品牌授权企业，长期依靠“品牌授权 + 供应链服务”模式实现快速扩张，但近年来营业收入、盈利水平和经营现金流均出现不同程度波动，反映出企业在运营管理方面面临新的发展压力。因此，研究直播电商背景下南极电商运营绩效变化及其影响因素，分析品牌授权模式存在的问题，并提出针对性的优化路径，对于提升轻资产电商企业运营管理水平和增强市场竞争力具有一定的理论与现实意义。

2. 文献综述

2.1. 杜邦分析法与企业绩效评价研究

杜邦分析法(DuPont Analysis)通过将净资产收益率分解为销售净利率、总资产周转率和权益乘数等指

标, 揭示企业盈利能力、资产运营效率与资本结构之间的关系。Gitman [1] 认为企业财务绩效受到盈利能力、资产利用效率和资本结构的共同影响; Brigham 和 Houston [2] 指出杜邦分析体系能够有效识别企业经营绩效变化的驱动因素; Palepu 等 [3] 进一步强调财务分析应结合企业策略与行业环境进行综合评价。国内学者也广泛将杜邦分析法应用于企业绩效研究。王珺 [4] 认为传统杜邦分析法能够较全面反映企业财务状况, 但应结合现金流指标进行补充分析; 潘薪霖 [5] 指出销售净利率和总资产周转率是影响企业盈利能力的重要因素; 胥如意 [6] 认为企业应加强成本控制与资产管理以提升净资产收益率; 张相乾 [7] 提出提高企业盈利水平需要兼顾盈利能力、运营效率和资本结构优化; 张学聪 [8] 在研究电商企业时发现, 平台流量获取能力和运营效率已成为影响企业盈利能力的重要因素。

2.2. 电商企业运营绩效研究

随着数字经济和平台经济的发展, 电商企业绩效研究逐渐成为学术界关注的重要议题。Laudon 和 Traver [9] 认为电子商务企业竞争优势不仅来源于盈利能力, 还来源于平台资源整合能力和用户价值创造能力; Porter [10] 强调企业绩效与行业竞争环境密切相关; Afuah 和 Tucci [11] 认为互联网企业应从商业模式角度分析其竞争优势与经营绩效。

国内学者主要从平台运营、商业模式创新和财务绩效等方面展开研究。武慧娟等 [12] 发现电商企业财务绩效受到盈利能力、资产运营效率及市场竞争能力等多重因素影响; 刘运国等 [13] 认为互联网平台企业商业模式创新能够提升企业绩效, 但同时会增加经营风险; 周莹 [14] 指出直播电商的发展推动企业竞争由传统价格竞争转向内容营销和流量运营竞争; 师文源 [15] 认为数字经济背景下企业绩效不仅受到成本与盈利能力影响, 还与平台流量分配机制、线上营销效率以及消费者行为变化密切相关。对于轻资产运营企业, 已有研究普遍认为该模式具有投入成本低、扩张速度快和资产周转效率高等优势, 但同时存在品牌依赖度高、供应链控制能力弱以及盈利稳定性不足等问题。尤其是在直播电商快速发展的背景下, 传统品牌授权模式面临品牌溢价下降、产品同质化加剧以及流量成本持续上升等挑战。

2.3. 文献评述与研究问题

综上所述, 现有研究多聚焦于杜邦分析法的应用及电商企业财务绩效评价, 但针对直播电商情境下品牌授权型轻资产企业运营绩效演变机制的探讨尚显不足。特别是在内容电商迅猛发展的当下, 学界鲜有将宏观行业环境变迁与微观企业绩效相结合, 缺乏对品牌授权模式竞争优势演变及其对企业运营绩效深层影响的系统性分析。

南极电商作为典型的品牌授权型轻资产电商企业, 其经营模式转型与绩效变化具有较强代表性。因此, 本文以南极电商为研究对象, 在杜邦分析框架基础上, 结合偿债能力、营运能力、发展能力和盈利能力指标, 分析直播电商背景下企业运营绩效变化特征及其影响因素, 重点回答以下问题:

- 1) 在直播电商兴起的背景下, 南极电商运营绩效呈现怎样的变化趋势?
- 2) 品牌授权型轻资产运营模式面临哪些主要问题与挑战?
- 3) 如何通过优化运营管理提升企业经营绩效与可持续发展能力?

3. 直播电商背景下南极电商运营绩效分析与问题识别

3.1. 行业环境变化分析

近年来, 随着抖音、快手、小红书等内容平台快速发展, 直播电商逐渐成为网络零售市场的重要增长动力。消费者的购物方式由传统搜索式消费转向“内容推荐 + 直播带货”模式, 企业流量获取方式也由自然流量向付费流量转变。与此同时, 平台广告投流费用、达人合作费用以及线上营销成本持续增长,

企业获客成本不断提高。此外，直播电商模式下服装、家居等品类普遍存在较高退货率，进一步增加了企业运营成本和资金回收压力。在此背景下，传统依赖品牌授权和平台流量发展的企业面临品牌竞争力下降、利润空间收缩以及经营风险增加等问题。

南极电商作为典型的品牌授权型轻资产电商企业，其经营模式高度依赖品牌影响力和平台流量。随着内容电商快速发展，企业原有依靠品牌授权实现规模扩张的发展模式受到一定冲击，其经营绩效变化能够较好反映行业环境变化对传统轻资产电商企业的影响。

3.2. 偿债能力分析和问题识别

从表 1 和表 2 可以看出，南极电商整体偿债能力仍保持较高水平，流动比率和速动比率始终高于行业平均水平，说明企业短期债务风险整体可控。然而，流动比率由 2021 年的 6.457 下降至 2024 年的 4.275，速动比率由 6.451 下降至 4.142，表明企业流动资产对流动负债的覆盖能力有所减弱。

相比之下，现金流量比率变化更为明显。该指标由 2022 年的 0.903 下降至 2024 年的-0.205，2025 年虽恢复为 0.033，但仍处于较低水平，反映出企业经营活动现金流稳定性不足。在直播电商环境下，平台账期延长、营销费用增加以及较高退货率均会影响企业资金回收效率，导致经营现金流波动加剧。

总体来看，尽管南极电商整体负债水平较低，但其经营活动的现金流保障能力正趋于减弱。经营现金流对短期债务覆盖率的下降，已成为威胁企业财务稳定性的重要隐患。

Table 1. Analysis of short-term solvency of Nanji e-commerce

表 1. 南极电商短期偿债能力分析表

指标名称	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
流动比率(倍)	6.457	5.700	5.003	4.275	5.680
速动比率(倍)	6.451	5.546	4.960	4.142	5.592
现金流量比率(倍)	0.624	0.903	0.513	-0.205	0.033
资产负债率(%)	11.97	13.21	15.21	17.30	14.05

数据来源：东方财富 Choice 数据库整理。

Table 2. Analysis of long-term solvency of Nanji e-commerce

表 2. 南极电商长期偿债能力分析表

指标名称	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
资产负债率(%)	11.97	13.21	15.21	17.30	14.05
产权比率(%)	13.60	15.22	17.94	20.92	16.35
经营活动净现金流/总负债(倍)	0.58	-0.44	0.49	-0.20	0.03
利润总额(亿元)	5.37	-2.54	1.31	-2.54	-2.50

数据来源：东方财富 Choice 数据库整理。

3.3. 营运能力分析和问题识别

从表 3 营运能力指标来看，南极电商依靠轻资产运营模式长期保持较高的存货周转效率，但整体资产运营效率呈下降趋势。2021~2025 年，公司总资产周转率由 0.646 次下降至 0.543 次，总资产周转天数由 556.8 天增加至 662.9 天，表明企业资产利用效率有所下降。应收账款周转率虽然总体有所改善，但 2025 年再次出现回落，应收账款周转天数由 2024 年的 40.92 天上升至 50.22 天，说明企业资

金回收效率仍存在一定波动。随着直播电商竞争加剧，企业为了维持销售规模可能需要延长账期或增加促销活动，从而影响资金周转效率。总体来看，南极电商存货管理压力较小，但资产利用效率和资金周转效率下降，反映出企业运营效率有所减弱。因此，资产运营效率下降已成为影响企业经营绩效的重要因素。

Table 3. Analysis of operating capability of Nanji e-commerce
表 3. 南极电商营运能力分析表

指标名称	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
存货周转天数(天)	0.399	6.702	10.45	9.348	13.32
应收账款周转天数(天)	94.62	82.86	66.01	40.92	50.22
总资产周转天数(天)	556.8	575.4	699.6	562.4	662.9
存货周转率(次)	901.4	53.72	34.45	38.51	27.03
应收账款周转率(次)	3.805	4.345	5.454	8.797	7.168
总资产周转率(次)	0.646	0.626	0.515	0.640	0.543

数据来源：东方财富 Choice 数据库整理。

3.4. 发展能力分析和问题识别

如表 4 所示，从发展能力指标来看，南极电商营业收入增长缺乏持续性。2021 年至 2023 年营业收入连续下降，2024 年虽实现 24.75% 的增长，但 2025 年再次下降 22.59%，表明企业增长动力不足。利润指标波动更为明显。净利润增长率由 2021 年的-59.84% 下降至 2024 年的-312.04%，企业盈利能力持续承压。经营活动净现金流增长率也呈现较大波动，反映出企业主营业务现金创造能力不稳定。造成上述变化的重要原因在于行业竞争格局变化。随着内容电商快速发展，大量新消费品牌通过短视频营销、直播带货和社交媒体传播快速获取市场份额，传统品牌授权模式竞争优势逐渐减弱。与此同时，平台流量成本持续提高，进一步压缩企业发展空间。总体来看，南极电商收入增长、利润增长以及现金流增长均缺乏稳定性，因此，增长动能不足已成为制约企业持续发展的重要问题。

Table 4. Analysis of development capability of Nanji e-commerce
表 4. 南极电商发展能力分析表

指标名称	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
营业总收入同比增长率(%)	-6.80	-14.88	-18.66	24.75	-22.59
营业收入同比增长率(%)	-6.80	-14.88	-18.66	24.75	-22.59
利润总额同比增长率(%)	-56.98	-147.28	151.38	-294.56	1.57
营业利润同比增长率(%)	-57.37	-156.70	143.41	-310.27	5.07
净利润同比增长率(%)	-59.84	-162.39	137.49	-312.04	-19.00
经营活动净现金流同比增长率(%)	-50.91	51.29	-30.42	-144.09	111.16
总资产增长率(%)	-8.38	-8.39	6.84	-5.87	-11.85
总负债增长率(%)	-0.61	1.15	22.98	7.12	-28.43
每股净资产增长率(%)	-15.92	-9.78	4.45	-8.00	-8.37

数据来源：东方财富 Choice 数据库整理。

3.5. 盈利能力分析与问题识别

从表 5 可以看出，南极电商近年来盈利能力整体呈下降趋势，企业利润创造能力明显减弱。这一变化不仅与企业内部经营管理有关，也受到外部行业环境变化的影响。近年来，直播电商和内容电商快速发展，改变了传统电商企业的竞争模式。《直播电商高质量发展报告(2024)》¹显示，2024 年我国直播电商市场规模已超过 5.8 万亿元，直播电商已成为网络零售市场的重要增长动力。同时，《2020 年中国直播电商行业研究报告》²指出，直播电商平均退货率为 30%~50%，明显高于传统电商 10%~15%的退货率。在此背景下，企业获取流量越来越依赖广告投放、达人合作和直播推广，线上营销成本持续上升，品牌授权型企业面临更大的经营压力。

Table 5. Analysis of profitability of Nanji e-commerce
表 5. 南极电商盈利能力分析表

指标名称	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
净资产收益率(加权) (%)	9.54	-6.47	2.51	-5.44	-7.01
总资产收益率(加权) (%)	7.94	-5.56	2.07	-4.64	-5.88
毛利率(%)	22.32	17.38	15.73	15.04	12.78
净利率(%)	12.28	-8.89	4.02	-7.25	-10.83
销售净现金流/营业总收入	0.214	0.174	0.149	-0.053	0.008
经营净现金流/营业总收入	0.098	0.174	0.149	-0.053	0.008
资产负债率(%)	11.97	13.21	15.21	17.30	14.05
权益乘数	1.136	1.152	1.179	1.209	1.163

数据来源：东方财富 Choice 数据库整理。

行业环境变化已逐渐传导至南极电商内部经营绩效。数据显示，公司销售费用由 2023 年的 1.108 亿元大幅增长至 2024 年的 5.876 亿元，销售费用率由 4.12%上升至 17.50%，反映出企业为维持市场曝光度和销售规模而增加了营销投入。然而，销售费用的大幅增长并未带来利润同步提升，净利润由 2023 年的 1.082 亿元下降至 2024 年的-2.436 亿元。同时，经营活动现金流波动明显，反映出企业资金回收效率受到一定影响。

综上所述，直播电商发展带来的流量成本上升、退货率提高以及品牌竞争加剧，通过营销费用增加、现金流波动和利润空间收缩等途径传导至企业内部经营活动，最终表现为盈利能力下降。因此，品牌授权模式竞争优势减弱已成为影响南极电商经营绩效的核心问题。

4. 南极电商运营绩效优化对策

4.1. 建立现金流预警与回款管理机制

针对经营活动现金流保障能力减弱的问题，公司应建立现金流预警机制，将经营活动净现金流、现金流量比率及应收账款周转天数等指标纳入动态监测体系，及时识别潜在资金风险。同时，应加强授权商回款管理，优化结算方式，缩短资金回收周期，提高资金使用效率，增强企业现金流稳定性和短期偿债能力。

¹<https://ciecc.ec.com.cn/upload/article/20250508/20250508102036216.pdf>
²https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202012041436556022_1.pdf?1607092275000.pdf

4.2. 数据赋能授权商产品创新

针对增长动能不足和品牌授权模式竞争优势减弱的问题, 公司应充分利用平台销售数据、消费者评价数据及退货数据, 深入分析市场需求变化趋势, 并将相关信息反馈给授权商, 指导其开展产品创新和产品升级。通过建立数据共享机制, 提高授权商对消费者需求变化的响应速度, 增强产品差异化水平, 提升品牌竞争力和市场适应能力。

4.3. 建立分级授权体系并优化供应链协同

针对品牌授权模式竞争优势减弱的问题, 公司应建立分级授权管理体系, 根据产品质量、消费者满意度、退货率及市场表现等指标, 对授权商实施差异化管理。对于优质授权商给予更多品牌资源支持和市场推广机会, 对于表现不佳的授权商则实施整改或退出机制。同时, 加强与核心授权商之间的供应链协同, 提高产品质量控制水平, 降低运营成本, 维护品牌形象和消费者信任。

参考文献

- [1] Gitman, L.J. (1997) *Principles of Managerial Finance*. 8th Edition, Addison-Wesley.
- [2] Brigham, E.F. and Houston, J.F. (2004) *Fundamentals of Financial Management*. 10th Edition, South-Western College Publishing.
- [3] Palepu, K.G., Healy, P.M. and Peek, E. (2013) *Business Analysis and Valuation*. Cengage Learning.
- [4] 王珺. 基于改进杜邦分析法的公司盈利能力分析——以 A 股份公司为例[J]. 财会学习, 2022(17): 15-17.
- [5] 潘薪霖. 基于杜邦分析法的上市电商企业盈利能力分析——以 A 集团为例[J]. 投资与营销, 2021(3): 36-37.
- [6] 胥如意. 基于杜邦分析法的 Y 公司盈利能力分析[J]. 商业观察, 2026, 12(11): 126-130.
- [7] 张相乾. 提高企业净资产收益率的有效途径[J]. 财会学习, 2021(21): 90-92.
- [8] 张学聪. 基于杜邦分析法对电商企业盈利能力的研究——以格力电器为例[J]. 中国储运, 2024(12): 70-71.
- [9] Laudon, K.C. and Traver, C.G. (2021) *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Pearson Education.
- [10] Porter, M.E. (1998) *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- [11] Afuah, A. and Tucci, C.L. (2003) *Internet Business Models and Strategies*. McGraw-Hill.
- [12] 武慧娟, 徐瑞红, 赵钰萱. 电子商务上市公司财务绩效影响因素研究[J]. 投资与创业, 2022, 33(6): 72-74.
- [13] 刘运国, 金淞宇, 王睿. 互联网财富管理平台商业模式对企业财务绩效的影响研究——以东方财富为例[J]. 财会通讯, 2024(8): 3-10, 25.
- [14] 周莹. 社交电商企业拼多多盈利模式研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京审计大学, 2023.
- [15] 师文源. 数字经济赋能背景下云南省跨境电商企业创新与财务绩效的协同效应研究[J]. 中国市场, 2025(35): 180-184.