

零售电商企业盈利能力分析 ——以南极电商为例

张瑞敏

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年1月30日; 录用日期: 2024年3月15日; 发布日期: 2024年5月16日

摘要

中国目前拥有全球最大的电子商务市场,同时随着互联网技术的不断进步和消费者购物习惯的逐步转变,该市场正在享受着由庞大的网络用户群体带来的流量红利。然而,尽管市场前景广阔,但零售电商企业的盈利表现却有着显著差异。为了深入了解这种差异性,本研究选择了南极电商作为案例进行分析。本文首先分析南极电商的财务现状,其次运用杜邦分析法和对比分析法对企业近五年的财务数据进行分析,并结合商品交易总额(GMV)这一关键指标,探讨了影响南极电商企业盈利能力的核心因素。研究发现南极电商具有应收账款管理不当、新业务投入过多、盈利模式单一和不重视研发创新等问题。研究通过分析提出南极电商可以通过加强应收账款管理、收缩风险业务、寻求多元化发展和注重技术研发及数字化转型等措施来提高企业盈利能力的建议,以期帮助南极电商乃至整个行业的企业提升竞争力和盈利能力。

关键词

零售电商, 盈利能力, 杜邦分析体系, GMV, 对比分析

Analysis of Profitability of Retail E-Commerce Enterprises—Taking Antarctic E-Commerce as an Example

Ruimin Zhang

School of Management Studies, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Jan. 30th, 2024; accepted: Mar. 15th, 2024; published: May 16th, 2024

Abstract

At present, China has the largest e-commerce market in the world. At the same time, with the con-

tinuous progress of Internet technology and the gradual change of consumers' shopping habits, the market is enjoying the traffic dividend brought by the huge network user group. However, despite the broad market prospects, there are significant differences in the profitability performance of retail e-commerce enterprises. In order to gain a deeper understanding of these differences, this study chose Antarctic e-commerce as a case study for analysis. This article first analyzes the financial status of Antarctic e-commerce, and then uses DuPont analysis and comparative analysis methods to analyze the financial data of enterprises in the past five years. Combined with the key indicator of total commodity transaction volume (GMV), it explores the core factors that affect the profitability of Antarctic e-commerce enterprises. Research has found that Antarctic e-commerce has problems such as improper accounts receivable management, excessive investment in new businesses, a single profit model, and a lack of emphasis on research and development innovation. The study proposes suggestions for improving the profitability of Antarctic e-commerce by strengthening accounts receivable management, reducing risk businesses, seeking diversified development, and focusing on technology research and digital transformation through analysis, in order to help improve the competitiveness and profitability of Antarctic e-commerce and even the entire industry.

Keywords

Retail E-Commerce, Profitability, DuPont Analysis System, GMV, Comparative Analysis

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,随着线上市场的成熟,中国及全球电子商务行业迅速扩张,电商成为推动国家经济发展的关键力量。网络零售作为平台经济的典型模式,持续实现快速增长,并成为推动消费扩大的关键动力。2023年,我国网上零售额达到13.01万亿元,同比增长8.4%,在社会消费品零售总额中占比27.6%。鉴于电商零售领域的快速发展和其日益显著的影响力,研究如何提升电商平台企业的盈利水平变得极为重要。

在国内,采用杜邦分析系统来研究企业盈利能力的实践相比国外稍晚。初期,国内学者主要依赖传统的经济指标,这限制了对企业运营成果和财务状况的全面理解,同时传统财务评价体系也难以客观评估企业盈利能力。尽管一些学者开始使用杜邦体系来探讨企业财务状况,但相关研究尚未成熟。因此,运用杜邦体系进行企业盈利能力分析,能够拓展研究视野,丰富该领域的学术成果,具有重要的理论价值。同时,针对电商企业的盈利性分析在现有研究和文献中仍然较为稀缺,表明这一领域有较大的探索空间。

目前我国在国内上市的电商企业较少,南极电商便是近年来快速崛起的领军企业之一,曾因其独特的商业模式和高收入增长率受到投资者的青睐。但是,最近几年南极电商的盈利状况出现波动,利润逐步减少,曾经的高毛利商业模式也面临挑战,这使得研究其盈利能力具有紧迫的实际意义。本研究将通过案例分析、对比分析和杜邦分析法,深入探究南极电商的财务状况,识别利润下降的根本原因,并提出相应策略,以帮助南极电商恢复增长,实现可持续发展;同时对于其他电商企业也具有一定的现实借鉴意义。

2. 文献综述

2.1. 国外文献综述

2.1.1. 关于盈利能力分析的研究

1921年出版的《信用分析》是最早的财务分析类书籍，在这之后有更多的学者对盈利能力进行探究。Nurani Fatma 和 Widi Hidayat (2019)提出盈利能力分析是公司财务报告分析的主要部分，同时也是评估公司整体运营水平的重要基础[1]。Habib Ashfaq (2022)等人研究表明，财务约束较少的公司中的正运营资本会对公司的盈利能力产生显著负面影响。相反，财务拮据公司的负运营资本对公司的盈利能力产生显著的积极影响[2]。

2.1.2. 关于杜邦体系在盈利能力分析中的应用研究

杜邦分析体系由美国杜邦公司的唐纳森布朗等人于1919年提出，杜邦公司首先运用杜邦模型进行分析，将有关于经营效率和财务现状比率二者切合的联系一起，作为衡量企业表现的标准，此种办法一直为各企业所沿用。Mahamuni (2021)等人通过杜邦分析法比较印度汽车公司与塔塔汽车有限公司和马恒达有限公司的盈利能力表现。研究人员使用杜邦分析，将净资产收益率拆解为三个部分，即营业净利率、总资产周转率和权益乘数，可以比较并判断企业的财务业绩[3]。Bothra N.和 Gupta S. (2020)认为财务绩效的衡量主要基于净资产收益率(ROE)，通过杜邦分析模型研究测试奢侈品行业和非奢侈品行业中企业盈利能力、资产效率和财务杠杆对净资产收益率的影响[4]。

2.2. 国内文献综述

2.2.1. 关于盈利能力分析的研究

林敏杰(2022)提出从长期而言，盈利能力是企业未来经营中产生现金的能力[5]。孙银英(2011)提出资产的运转效率越高，营运能力越好，盈利能力就越强，即盈利能力与资产运转效率是相辅相成的[6]。王玉伦和孟健(2018)特别关注了期间费用对盈利水平的影响，他们将该企业近年来的期间费用数据进行对比分析，发现该企业的销售费用很大程度上影响了盈利能力水平[7]。王一帆(2017)通过资本经营能力、资产经营能力和商品经营能力三个方面分析凤凰传媒的盈利能力，其中商品经营能力可以利用收入利润率和成本利润率两类指标进行分析[8]。温素彬和杨露(2020)将企业分为多个维度并选取一个维度进行盈利能力分析，这种方法可以为各企业提供更加精确的信息，但这种方法的弊端是要求企业必须具备较高的管理能力和信息管理能力[9]。陈鑫子(2019)选取毛利率、成本费用利润率、非经常性损益比率等指标，通过层次分析法构建互联网行业的盈利能力分析指标并分析了上海钢联的盈利水平、盈利持续稳定性、盈利收现性及盈利成长性[10]。

2.2.2. 关于杜邦体系在盈利能力分析中的应用研究

江岩(2017)认为通过运用杜邦分析法能够为研究者分析企业的盈利能力提供分析框架结构[11]。李雅娟(2015)利用杜邦分析法分析保利地产的财务指标，并结合成本费用与营业收入比率综合分析销售净利率下降的原因[12]。吕立(2017)通过杜邦分析法分析某商业银行的盈利能力，具体分析财务指标变动原因，以此探究其净利润来源和各资产运用情况[13]。马萍(2019)使用了改进的杜邦分析体系，在传统杜邦分析体系基础上又结合了现金流量表，引进了两个指标，即可持续增长率和销售现金比率，把公司的短期收益和现金流量相结合，这样可以综合反映三大报表之间的关系[14]。李玉英(2016)等人利用杜邦分析体系并加入肯尼系数探究非寿险公司盈利能力存在的问题，肯尼系数可以将公司的经营成果放大[15]。如今，杜邦分析法被普遍的应用于国内上市和非上市公司的盈利能力评估。

2.3. 文献述评

综上所述，国外对于盈利能力的研究较早并且侧重于理论方面的完善和改进，对于杜邦体系的研究比较全面。国内对于盈利能力分析的主要是围绕着各种财务指标进行分析，选取指标的角度和侧重点有所不同。同时应用国外的理论基础将杜邦体系更多地应用于实践中，并不断改进杜邦体系，用来分析不同行业 and 企业的盈利能力。近些年关于盈利能力的研究越来越多也更全面，许多不同领域企业的经营状况和盈利能力分析都会应用杜邦分析法，因为这种方法适用于绝大多数企业。而将杜邦分析应用于电商企业的研究相对较少，本文将电商行业中南极电商作为分析对象，利用一般财务指标和杜邦体系结合分析，并加入针对电商企业的一种特殊指标 GMV 综合分析企业的营业状况，探究其盈利能力存在的问题并提供改进建议。

3. 相关基本理论

3.1. 盈利能力概念界定

盈利能力是指企业获取利润的能力，也称为企业的资金或资本增值能力，通常表现为一定时期内企业收益数额的多少及其水平的高低。盈利能力指标主要包括营业利润率、成本费用利润率、盈余现金保障倍数、总资产报酬率、净资产收益率和资本收益率六项。

3.2. GMV 定义

GMV 的全称是 Gross Merchandise Volume，像淘宝、京东、天猫等知名电商，常常用 GMV 代指网站的成交金额，主要包括付款金额和未付款金额。GMV 的计算公式为 $GMV = \text{销售额} + \text{取消订单金额} + \text{拒收订单金额} + \text{退货订单金额}$ 。作为电商平台，利用 GMV 可以进行交易数据分析，虽然 GMV 不是实际的购买交易数据，但是可以作为参考依据来研究顾客的购买意向、顾客发生退单的比率、GMV 与实际成交额的比率等等。

3.3. 杜邦分析体系理论基础

因其最初由美国杜邦公司成功应用，所以得名。杜邦分析法中的几种主要的财务指标关系为：

$\text{净资产收益率} = \text{资产净利率} \times \text{权益乘数}$ ； $\text{资产净利率} = \text{销售净利率} \times \text{资产周转率}$ ； $\text{净资产收益率} = \text{销售净利率} \times \text{资产周转率} \times \text{权益乘数}$ 。杜邦分析法有助于企业管理层更加清晰地看到权益资本收益率的决定因素，以及营业净利率与总资产周转率、债务比率之间的相互关联关系，给管理层提供了一张明晰的考察公司资产管理效率和是否最大化股东投资回报的路线图。

4. 南极电商概况及其财务现状分析

4.1. 南极电商简介

南极电商股份有限公司前身为南极人，成立于 1998 年，总部位于上海，通过借壳上市的方式成为 A 股上市公司，股票代码 002127。公司的主营业务是品牌综合服务、经销商品牌授权服务、移动互联网营销业务及其他业务。品牌综合服务及经销商品牌授权服务即公司向授权供应商、经销商提供品牌授权及综合服务，分别收取品牌综合服务费、经销商品牌授权费；移动互联网营销业务即基于移动互联网端的广告营销业务，作为移动端流量媒体供应方的代理，为客户在供应方平台推广产品、投放广告。

4.2. 南极电商主要经营模式

南极电商的经营主要分为两部分，一个是公司本部，另一个是其全资子公司时间互联。公司本部的

业务主要是品牌授权业务，时间互联的主营业务是移动互联网营销业务，即移动端的数字营销业务。

南极电商的经营特点是毛利较高，通过分析营业收入构成，按产品分类来看占营业收入比重最大的是时间互联的移动互联网营销业务，即移动端的数字营销业务，为广告主提供营销策略制定、创意策划与素材制作、媒体资源整合、短视频定制、投放优化等一站式服务。第二是品牌综合服务业务，即工厂向南极电商采购吊牌，吸引经销商向工厂采购商品，增大其销售量。第三部分收入是经销商加盟南极电商需要缴纳加盟费，加盟商越多该项收入越多，加盟后就可以使用南极电商提供的软件和服务开网店。

4.3. 主要业务现状

南极电商的营业收入构成按照行业分类分为两大类，一个是现代服务业，主要是电商业务，2022 营业收入占比 13.48%，另一个是移动互联网业务，主要是广告代理业务，由其全资子公司时间互联负责，2022 年营业收入占比 84.16%。如图 1 所示，2018~2020 营业收入保持在较高水平，但 2020 年以后开始逐年递减，2021 年营业收入总计 38.88 亿元，同比下降 6.80%，主要是由于公司本部收入下降。2022 年营业收入 33.10 亿元，同比下降 14.88%，其中公司本部营业收入总计完成 5.08 亿元。从整体来看，2022 年公司收入下滑的一个原因是时间互联优化收缩了部分具有不确定性的业务线导致移动互联媒体投放平台业务规模下降。另一个原因是受经济下行及市场需求疲软的影响，公司所服务的产业链中小客户经营承压，进而导致公司本部的收入出现下降。

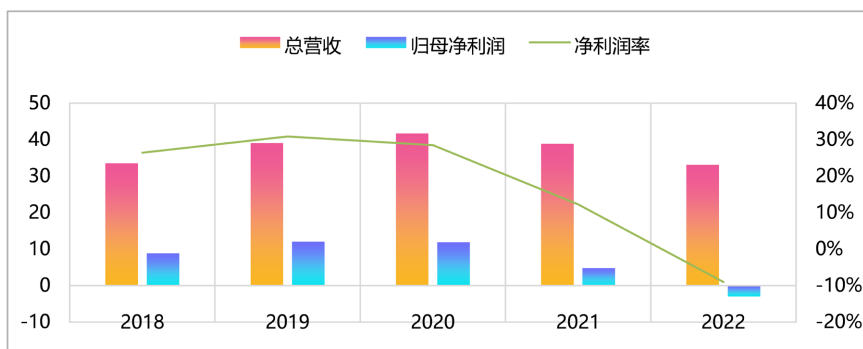


Figure 1. Main business revenue of Antarctic e-commerce in the past five years (unit: 100 million Yuan (left axis))

图 1. 南极电商近五年主营业务收入(单位: 亿元(左轴))

4.4. 盈利能力现状分析

4.4.1. 盈利能力稳定性分析

Table 1. Profit composition of Antarctic e-commerce in the past five years (unit: 100 million Yuan)

表 1. 南极电商近五年利润构成(单位: 亿元)

年份/利润构成	利润总额	营业利润		营业外收支净额	
		金额	比重	金额	比重
2018	9.63	9.37	97.28%	0.26	2.72%
2019	12.78	12.48	97.62%	0.30	2.38%
2020	12.49	12.28	98.30%	0.21	1.70%
2021	5.37	5.23	97.52%	0.13	2.48%
2022	-2.54	-3.01	118.41%	0.47	-18.41%

通过利润总额，营业利润及营业外收支的比例结构对企业进行盈利能力稳定性分析。如表 1 所示，2018~2021 年南极电商营业利润、营业外收支净额比重变化不大，分别维持在 97%和 2%左右，营业利润在利润总额中占比越高，说明企业收入来源较稳定，能反映出公司的盈利稳定性较强，说明公司利润的绝大多数来自营业收入且盈利稳定性较好。但 2022 年利润总额为负，说明企业的盈利稳定性受到一定影响，企业盈利能力存在下降的可能。

4.4.2. 盈利能力持久性分析

Table 2. Profit data of Antarctic e-commerce in the past five years (unit: 100 million Yuan)

表 2. 南极电商近五年利润数据(单位：亿元)

指标/年份	2018	2019	2020	2021	2022
营业收入	33.53	39.07	41.72	38.88	33.10
营业利润	9.37	12.48	12.28	5.23	-3.01
利润总额	9.63	12.78	12.49	5.37	-2.54
净利润	8.87	12.06	11.85	4.78	-2.95
扣非净利润	8.41	11.48	11.05	4.46	-3.54
非经常性损益比率	4.78%	4.54%	6.41%	5.96%	-23.23%

盈利能力持久性是指公司盈利趋势的连续性。如表 2 所示，2018~2021 年公司的利润一直处于正值。可看出 2019 年利润总额相较于 2018 年有大幅度提升，主要是由于其子公司时间互联由亏转盈，营业收入同比增加 16.32%。2019 和 2020 年的利润总额较为稳定。2021 年大幅下降是由于这一年企业对于新渠道、新领域的扩展导致成本费用投入过多，从而使得净利润大幅度减少。利润总额的下降表明南极电商的盈利持久性变差。2022 年利润总额为负，通过查询审计报告发现信用减值损失达到 2.14 亿，较上期增长 77.09%，是应收账款坏账准备计提增加所致。同时资产减值损失本期大幅增加达到 4.82 亿，是本期商誉减值准备增加以及非同一控制下合并子公司百家好的期末存货跌价准备计提增加所致。

5. 杜邦分析法下的盈利能力分析

5.1. 净资产收益率分析

净资产收益率(ROE)是净利润与平均股东权益的百分比，该指标是企业利益能力指标的核心，也是杜邦财务指标系统的核心，是投资者关注的焦点。该指标越高说明净资产的回报越高，股东和债权人的利益就越高，也可以反映资本运用的综合效率。

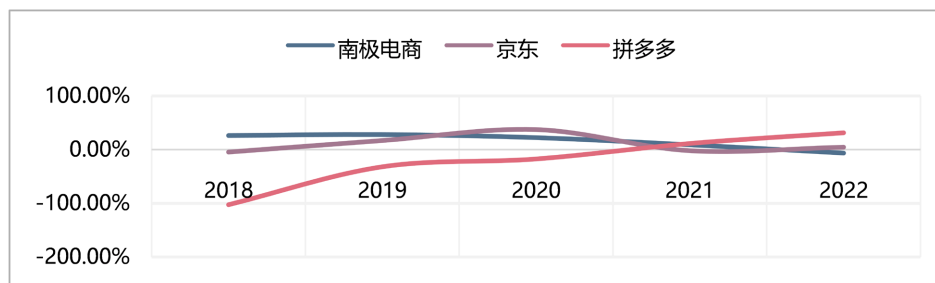


Figure 2. ROE indicators of three companies in the past five years (unit: percentage %)

图 2. 三家企业近五年 ROE 指标(单位：百分比(%))

如图 2 所示, 南极电商 2018~2020 年的 ROE 较高且相对平稳, 2021 年开始大幅下降, 说明其盈利能力不断降低, 运营效益越来越差, 这很可能影响投资者对企业的投资金额。由于权益乘数近五年较为稳定, 说明该指标的降低主要是因为总资产净利率的不稳定。京东的净资产收益率近两年大幅下跌是由于总资产净利率和权益乘数都在下降。而拼多多近几年大幅升高, 由负转正, 一跃成为三家企业中净资产收益率最高的企业, 主要原因是其总资产净利率的高速增长。

5.2. 总资产净利率分析

总资产净利率指公司净利润与平均资产总额的百分比, 即公司每占用一元的资产平均能获得多少利润。如图 3 所示, 南极电商的该指标从 2020 年起不断降低, 通过分析净利润和平均总资产发现平均总资产从 2021 年起下滑, 但净利润下降幅度更大, 该指标的降低主要是因为净利润的下降引起的。由此可以看出公司的投入产出比降低, 资产的利用效率降低。京东近五年规模不断扩大, 平均总资产也不断上升, 总资产净利率上下浮动的原因是净利润的不稳定。而拼多多逐年上升由负转正的原因是在平均总资产稳步上升的基础上净利润的大幅增加。

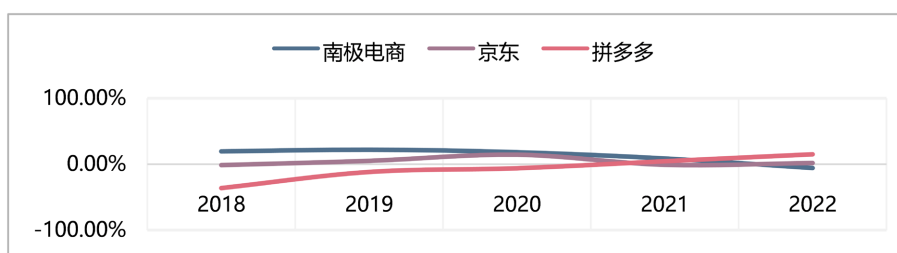


Figure 3. Total asset net profit rate indicators of three enterprises in the past five years (unit: percentage (%))

图 3. 三家企业近五年总资产净利率指标(单位: 百分比(%))

5.3. 营业净利率分析

营业净利率反映了净利润与营业收入的关系, 衡量企业营业收入给企业带来利润的能力。如图 4 所示, 南极电商 2018~2020 年的该指标相对较高但 2020 年后开始大幅下降, 2022 年营业收入同比下降 14.88%且净利润为负, 净利润下跌为负数导致了该指标的急剧下降。与此同时, 与 2021 年相比, 企业 GMV 同比下降 20.16%, 较去年下降了 87.68 亿; 说明南极电商在交易规模和市场占有率方面也出现收缩趋势。通过分析京东的净利润和营业收入发现其营业收入近五年始终稳定增长, 由此得出京东营业净利率的变化主要由净利润的变化引起。2021 年明显下滑是因为新业务经营亏损较多拖累了公司整体营业利润表现。2022 年由负转正因为这一年净利润大幅增长达到 282 亿, 同比增长 64%。拼多多前期营业净利率为负的主要原因是拼多多处于发展阶段, 所以成本费用支出较高, 投入了大量营销费用用于抢占市场, 后期公司盈利能力提升使得净利润升高, 营业净利率也由负转正。

5.4. 总资产周转率分析

总资产周转率等于营业收入除以平均总资产, 数值可以衡量资产的流转速度, 该指标越高说明企业利用资产实现营业收入的能力越强。如图 5 所示, 南极电商总资产周转率五年里持续下降至 0.63, 发现南极电商营业收入和平均总资产都在下降, 但营业收入的下降幅度大于资产总额的下降幅度导致总资产周转率下降。总资产中非流动资产无明显变化, 流动资产自 2021 年起下降较多, 一方面是短期投资减少了, 其中 2021 年与 2020 年相比交易性金融资产减少 5 亿, 因为购买的理财产品到期收回导致相应的投

资收益减少；另一方面是应收账款的回收不理想，2022 年与 2021 年相比，应收账款坏账准备计提增加导致应收款项减少；说明南极电商的流转速度变慢，营运效率仍有待加强。虽然总资产周转率持续下降，但是南极电商 GMV 在 2018~2021 年一直保持着较高的增长态势，只在 2022 年出现了下降，这说明在过去几年南极电商通过自身经营获取了一定的市场占有率，表明企业在行业中依然具有相当的竞争优势。京东的营业收入和总资产都在稳步上升，由于京东大力发展京东物流，使得物业、厂房及设备 and 土地使用权大幅增加用于仓库建设，从而总资产增速较快导致总资产周转率稍有下降。三家企业中京东的总资产周转率最高，说明在资金配置及资源优化方面有一定优势，营运能力较好。拼多多近五年的营业收入和平均总资产都在增长，营业收入增速大于总资产增速使该指标逐渐升高，说明企业的营运能力逐年升高。

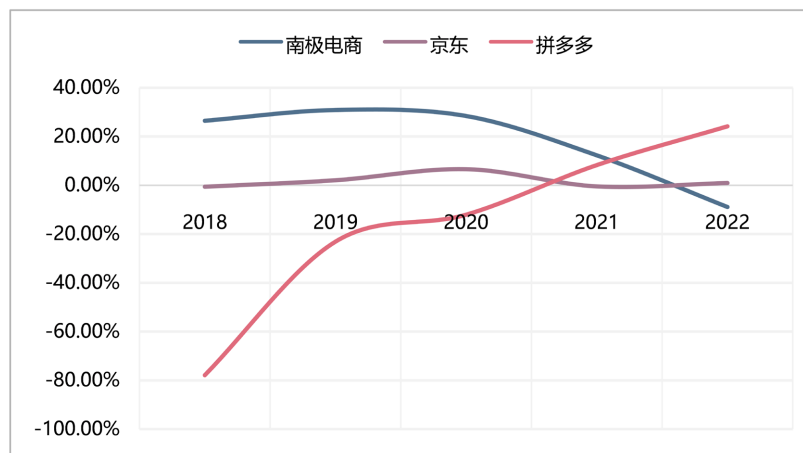


Figure 4. Net operating profit margin indicators of three enterprises in the past five years (unit: percentage (%))

图 4. 三家企业近五年营业净利率指标(单位: 百分比(%))

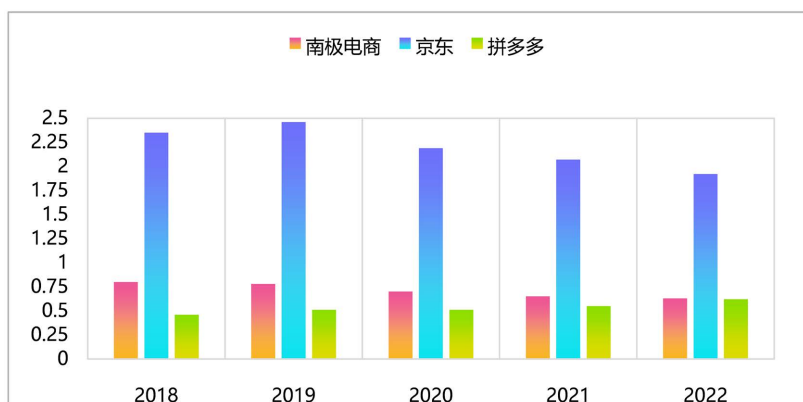


Figure 5. Total asset turnover index of three enterprises in the past five years (unit: times)

图 5. 三家企业近五年总资产周转率指标(单位: 次)

5.5. 权益乘数分析

通过对比权益乘数指标可以知道负债经营程度的高低。如图 6 所示，南极电商近几年的权益乘数基本保持在 1 左右，始终低于京东和拼多多。这说明南极电商的资产负债率稳定，负债程度较低，而且财

务杠杆倍数较低，财务风险相较于另两个企业来说比较小。京东的权益乘数总体逐渐降低，说明企业的负债程度逐渐稳定，缩小了财务杠杆使得偿债能力增强。拼多多则因为销售规模不断扩大，收到大量投资使得公司资产中多数为负债，所以权益乘数相对较高；近两年逐渐回落说明其负债程度降低。

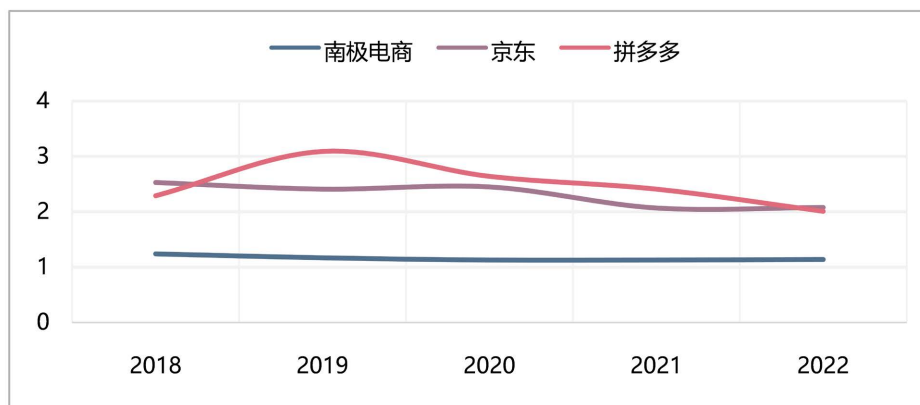


Figure 6. Equity multiplier indicators for three companies in the past five years
图 6. 三家企业近五年权益乘数指标

6. 盈利能力存在的问题及对策

6.1. 盈利能力存在的问题

前述内容主要利用杜邦分析体系对南极电商的盈利能力进行了深度分析，本文基于此发现并提出以下相关问题：

6.1.1. 存在产品质量问题，影响品牌口碑及销量

品牌授权供应商的质量良莠不齐，导致产品质量参差不齐、品牌口碑下降。据长江商报的报道，仅 2018 年一年南极人就上过 14 次产品不合格黑名单，平台投诉也大多指向产品质量问题。由于业务的扩容和大量供应商的增加，企业无法对所有品牌进行管理，更无法把握产品质量，导致消费者对品牌的信任度大幅降低，从而导致销量的减少。

6.1.2. 新业务投入过多，盈利风险大

公司坚持“扩品牌、扩渠道、扩品类”的发展战略，花费大量资金收购股权或公司，主要目的在于进一步拓展市场及品牌矩阵，然而上述项目存在投入大、培育期长、盈利周期不确定等风险，这些风险可能会对企业的盈利情况造成负面影响。

6.1.3. 盈利模式单一，行业竞争激烈

企业的毛利润主要依靠现代服务业，此项业务的收入一旦减少，公司利润会受到很大影响。此外，由于行业逐渐饱和，各品牌企业不断发力电商渠道，整个电商市场已经由当初的增量市场转变为如今的存量市场，导致企业的发展受到较大的冲击。

6.1.4. 不重视研发，数字化程度不高

根据调查分析，南极电商近年的研发费用不断递减。作为在市场上具有一定规模的电商企业，南极电商尚未建立自己的营销渠道，并且其面向客户的产业平台亦未得到充分发展。这种状况可能会对授权分销商和供应商的销售及供应链效率产生不利影响，进而可能对公司的客户收益造成负面影响。

6.1.5. 应收账款的回收不理想，坏账增多

南极电商的应收账款管理存在的问题，2022 年因增加应收账款坏账准备计提导致信用减值损失同比增加 77.09%，严重影响公司利润，是导致净利润为负的主要原因之一。

6.2. 提升南极电商盈利能力的建议

针对南极电商出现的盈利能力问题，本文提出以下相关建议：

6.2.1. 注重产品质量，提升消费忠诚度

南极电商应更加重视品质管理，帮助授权供应商不断提升产品质量，继续推进品牌升级、产品升级，严格按照行业要求选取优质授权供应商；为广大消费者提供高品质商品，吸引更多消费者并致力于提升消费者对品牌的忠诚度，从而增加营业收入。

6.2.2. 合理收缩风险业务，提升现金流效率

在不断拓宽渠道的过程中，南极电商应该保持良好的现金流，合理优化收缩回款风险较大的业务线，提升经营性现金流质量；加速资金周转，促进业务稳步、高质量发展。

6.2.3. 发展营业收入新渠道，尝试转型

南极电商应加速新的投入与转型，拓展新业务，拓宽营业收入的新渠道。国内电商市场竞争激烈，而跨境电商前景广阔，拼多多已于 2022 年在美国上线了跨境电商平台 Temu。南极电商可以以拼多多为例，尝试在跨境电商领域拓展新业务。

6.2.4. 注重技术研发和创新，提高供应链服务

南极电商应加大研发费用的投入，加快完善企业正在进行的雅衣客、零售小程序、南极数云研发项目，通过数字化平台实现授权供应商、授权经销商之间的数据互通，提高客户的产品周转效率，增强其市场竞争优势。

6.2.5. 加强应收账款管理

南极电商应成立专项应收管理小组，以强化对应收账款的清理工作。此外，公司需要对客户的应收账款实施分级管理，通过这种方式增强对应收账款风险的控制力度。与此同时，公司必须严格限制新业务的信贷规模，确保收入的质量得到提高。

7. 研究结论

本文选取当今时代飞速发展的零售电商行业中在国内上市的一家企业南极电商为整体研究对象。作为一家线上线下相结合的零售企业，在当前市场竞争激烈、消费者需求多样化的大环境下，其盈利能力面临着诸多挑战。本文主要通过分析南极电商的财务指标，采用杜邦分析法，对比分析法及电商行业特有的 GMV 数据，对南极电商 2018~2022 年的年度财务报表进行研究分析，通过主要的财务指标变化对其经营情况和盈利能力进行分析，找出其存在的问题并提出建议。本文聚焦于当代中国快速成长的电子商务行业，并选取了在国内上市的南极电商作为研究对象。作为一家线上线下相结合的零售企业，在当前市场竞争激烈、消费者需求多样化的大环境下，其盈利能力面临着诸多挑战。本文主要通过分析南极电商的财务指标，采用杜邦分析法，对比分析法及电商行业特有的 GMV 数据，对南极电商 2018~2022 年的年度财务报表进行研究分析，通过主要的财务指标变化对其经营情况和盈利能力进行分析，找出其存在的问题并提出建议。研究总结出以下几点结论：第一，产品质量问题影响品牌口碑，企业应注重品质管理；第二，拓宽新渠道的前期投入过大，应合理收缩风险业务，提升现金流效率；第三，随着竞争

的加剧，公司盈利模式显得单一，亟需探索新的转型方向；第四，提高供应链服务，提高产品周转效率；第五，加强应收账款管理，减少信用减值损失对利润的影响。

参考文献

- [1] Fatma, N. and Hidayat, W. (2019) Earnings Persistence, Earnings Power, and Equity Valuation in Consumer Goods Firms. *Asian Journal of Accounting Research*, **5**, 3-13. <https://doi.org/10.1108/AJAR-05-2019-0041>
- [2] Habib, A., Khan, M.A., Popp, J. and Rákos, M. (2022) The Influence of Operating Capital and Cash Holding on Firm Profitability. *Economies*, **10**, Article 69. <https://doi.org/10.3390/economies10030069>
- [3] Narayar, M.P. and Ganpatrao, J.A. (2021) Profitability Comparison for Automobile Companies in India Using DuPont Analysis. *ACADEMICIA*, **11**, 779-788. <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.01392.6>
- [4] Bothra, N. and Gupta, S. (2020) DuPont Analysis of Luxury Industry and Market Portfolio: A Comparative Study. *Indian Journal of Finance*, **14**, 24-42. <https://doi.org/10.17010/ijf/2020/v14i10-11/155969>
- [5] 林敏杰. 后疫情时代企业财务风险防控[J]. 中小企业管理与科技, 2022(19): 173-175.
- [6] 孙银英. 影响企业盈利能力的因素分析[J]. 山西财经大学学报, 2011, 33(2): 62.
- [7] 王玉伦, 孟健. Y公司经营盈利能力分析[J]. 河北企业, 2018(10): 88-89.
- [8] 王一帆. 企业财务内部控制与风险管理[J]. 农村经济与科技, 2017, 28(11): 165-166.
- [9] 温素彬, 杨露. 多维度盈利能力分析: 解读与应用案例[J]. 会计之友, 2020(14): 149-156.
- [10] 陈鑫子. 轻资产模式下互联网上市公司盈利能力分析[J]. 财会通讯, 2019(17): 58-62.
- [11] 江岩. 杜邦分析法在D银行盈利能力分析中的应用研究[J]. 经贸实践, 2017(20): 97.
- [12] 李雅娟. 杜邦分析法在房地产企业盈利能力分析中的应用——以保利地产为例[J]. 财会通讯, 2015(14): 93-97.
- [13] 吕立. 杜邦分析法下商业银行支持实体经济情况研究——以山西某银行金融机构为例[J]. 山西财经大学学报, 2017, 39(S2): 23-25.
- [14] 马萍. 淮安地区中小型企业融资难问题研究[J]. 中国集体经济, 2019(13): 85-86.
- [15] 李玉英, 崔健, 梅文馨, 王维. 杜邦分析体系下非寿险公司盈利能力分析[J]. 会计之友, 2016(9): 39-42.