

基于Power BI财务可视化视角的尚品宅配经营业绩研究

李小军, 范少芬, 张冰辉

江西理工大学经济管理学院, 江西 赣州

收稿日期: 2024年1月9日; 录用日期: 2024年1月22日; 发布日期: 2024年2月29日

摘要

在过去几年里, 由于国内外大环境的影响, 各行业的发展都受到了巨大的冲击, 定制家具行业也不例外。本文主要借助Power BI财务分析可视化研究过去几年尚品宅配的经营情况。尚品宅配作为一家定制家具行业的领先企业, 一直在整装模式方面转型升级, 随着过去几年经济的不景气, 消费者的需求下降, 尤其是在家居消费领域, 这对尚品宅配的销售产生了直接的影响。同时, 国内针对大环境实施的措施也导致生产和物流受到阻碍, 影响了尚品宅配的生产 and 供应链。在此期间, 尚品宅配也尝试采取一些积极的措施来应对大环境带来的挑战。例如, 加强线上销售、优化生产流程、增加自营城市招商引资力度, 在技术方面与京东签订技术开发合同等, 这些措施让尚品宅配的业绩有所上升, 但短时间内无法使尚品宅配恢复以往亮眼的业绩, 未来还可以通过拓展线上渠道、完善供应链以及拓宽海外市场等方式加快公司业绩恢复速度。

关键词

尚品宅配, 财务分析, Power BI

Research on Business Performance of Shangpin Home Distribution Based on Financial Visualization Perspective of Power BI

Xiaojun Li, Shaofen Fan, Binghui Zhang

School of Economics and Management, Jiangxi University of Science and Technology, Ganzhou Jiangxi

Received: Jan. 9th, 2024; accepted: Jan. 22nd, 2024; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

In the past few years, due to the influence of the domestic and foreign environment, the development of various industries has been greatly impacted, and the custom furniture industry is no exception. This paper mainly uses Power BI financial analysis visualization to study the management of Shangpin Home Distribution in the past few years. As a leading enterprise in the custom furniture industry, Shangpin Home Distribution has been transforming and upgrading in the whole package model. With the economic downturn in the past few years, consumer demand has declined, especially in the field of home consumption, which has a direct impact on the sales of Shangpin Home Distribution. At the same time, domestic measures implemented for the environment have also led to production and logistics obstacles, affecting the production and supply chain of Shangpin Home Distribution. During this period, Shangpin House Distribution also tried to take some positive measures to deal with the challenges brought by the environment. For example, strengthening online sales, optimizing production processes, increasing investment promotion in self-run cities, and signing technology development contracts with Jingdong in terms of technology, these measures have increased the performance of Shangpin Home Distribution, but in a short time, Shangpin Home Distribution can not restore the previous outstanding performance. In the future, we can speed up the recovery of the company's performance by expanding online channels, improving the supply chain and expanding overseas markets.

Keywords

Shangpin Home Distribution, Financial Analysis, Power BI

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

尚品宅配作为定制家具行业的龙头企业，其业务遍布全国。然而，在过去大环境的影响下，尚品宅配的业绩出现了下滑，营业利润自 2020 以来持续暴跌，基本每股收益从原来的 3.71 跌至 0.23，年平均下降率 82.3%。这种下滑可能是由多种因素造成的，包括企业当前战略、供应链中断和竞争加剧等。本文借助 Power BI 工具在财务分析可视化角度下对尚品宅配业绩下滑内、外部原因进行深入研究，为尚品宅配企业提供有益的建议和解决方案。通过对市场、竞争以及内部管理等方面进行分析，希望能够为尚品宅配恢复业绩提供一些帮助。

2. 文献回顾

2.1. 传统财务报表分析

田高良等人(2019)指出，传统财务分析方法侧重于对财务指标进行研究分析，而忽视对非财务指标信息的利用，不能满足企业的决策需求[1]。张自栋(2016)指出，传统的财务报表分析方法主要是针对过去的财务数据进行计算、比较和分析，不能找到科学的方法进行未来趋势的预测[2]，李雪和何梦卿(2017)认为，管理层对财务分析工作的不重视导致无法准确分析出企业的可持续发展能力[3]。刘偲(2021)认为，财务分析是企业财务管理和决策的重要环节，现如今财务报告模式限制，财务人员进行财务报表编制的过程中往往重视财务报告呈现的模式，而对报告的内容则没有过多的分析和研究[4]。黄世忠(2020)指

出, 继续使用传统理论和分析方法的标尺衡量新经济时代的企业发展已经不合时宜[5]。李雪等人(2018)认为, 虽然近年许多学者提出的改善方法能够提高财务分析的可比性和有效性, 但方法实施的前提是要有配套的会计准则改革和完善的信息披露[6]。

2.2. 财务可视化分析

陈俊丽(2017)指出, 借助 Power BI、Tableau 等可视化工具对财务数据进行分析可以逐步解决上述传统财务分析方法的不足。通过财务可视化可以在眼花缭乱的大数据中提取到与自己企业相关且有用的信息, 以达到综合决策、综合预测以及综合监控的目的[7]。张超等人(2019)对财务可视化进行了文献述评, 研究发现, 联机分析处理又称多维分析, 对大数据仓库进行分析可以解决多维数据视图方面不足的问题[8]。常冬雨(2021)在研究高校内部审计过程中, 提出了大数据环境下的财务审计存在许多问题, 高校财务审计系统有必要智能化转型[9]。刘宝太(2019)利用 Power BI 对财务报表进行了可视化分析, 以丰富的图形形式展示结果, 同时对数据的趋势分析可以使内部审计人员更高效地把握整体数据特征, 明确审计思路[10]。

综上所述, 财务可视化分析在大数据时代的财务智能化转型中扮演着重要的角色。它通过将大量、复杂和实时的财务数据转化为直观和易于理解的可视化形式, 帮助企业从数据中获得洞察和启示, 支持决策制定和战略规划。本文借助 Power BI 工具对尚品宅配 2017~2022 年财务数据进行可视化分析, 通过分析财务数据掌握尚品宅配的经营风险和成本, 找出尚品宅配业绩下滑的原因并提出解决对策, 以期为提升尚品宅配的经营管理水平提供帮助。

3. 行业分析

3.1. 数据来源

本文所用到的数据来源于国泰安数据库、东方财富网以及 Choice 等, 本文主要使用的数据为尚品宅配 2017~2022 年的财报数据以及定制家具龙头企业的部分财报数据。

3.2. 尚品宅配简介

Table 1. Transition stage of Shangpin Home Distribution

表 1. 尚品宅配转型阶段情况

转型阶段	阶段特征
转型前身(1994~2004)	尚品宅配的前身是圆方软件, 专门开发机械设计软件[11]。后来发现装修行业对设计软件的需求很大, 就转型成为装修设计软件, 推出了圆方室内设计系统。
定制化起步阶段(2004~2007)	IT 企业逆袭成家具王朝初, 借助 IT 软件的优势, 尚品宅配决定自己做一个家具定制公司, 正式推出了尚品宅配品牌, 并在广州开了第一家线下店[12]。为了打开市场, 他们开创了“0 元送家具设计方案”的模式, 吸引了大量客户。
定制化拓展阶段(2007~2017)	尚品宅配建立了自己的家具生产工厂, 将家具定制的范围从橱柜扩展到全屋家具定制, 实现了从 B2C 转型为 C2B 的商业模式。同时, 他们成立了新居网平台, 做线上营销和推广, 与线下流量深度结合, 形成了 O2O 闭环[13]。
深度定制化阶段(2017 至今)	尚品宅配加速产业数智化升级, 搭建数字“设计工厂”平台, 打造“随心选”全屋定制新模式, 推动行业进入高质量发展新阶段。他们还推出了 BIM 整装模式, 实现软硬一体设计、销售, 实现软硬一体的数字化、信息化[14]。

尚品宅配成立于 2004 年, 是国内率先提出“全屋定制”概念的家居品牌, 为消费者提供一站式家居定制服务。尚品宅配商业模式转型经历了四个阶段(见表 1), 分别为转型前身、定制化起步阶段、定制化

拓展阶段和深度定制化阶段。

3.3. 定制家具行业发展面临的风险

在过去的几年里，我国经济受到了不小的影响，在制造业中定制家具行业也不例外，以下是定制家具行业中主要几家企业近年来营业总收入综合情况，可以看出，在定制家具行业总收入排名前三位的依次是欧派家居、索菲亚以及尚品宅配，具体见图 1。

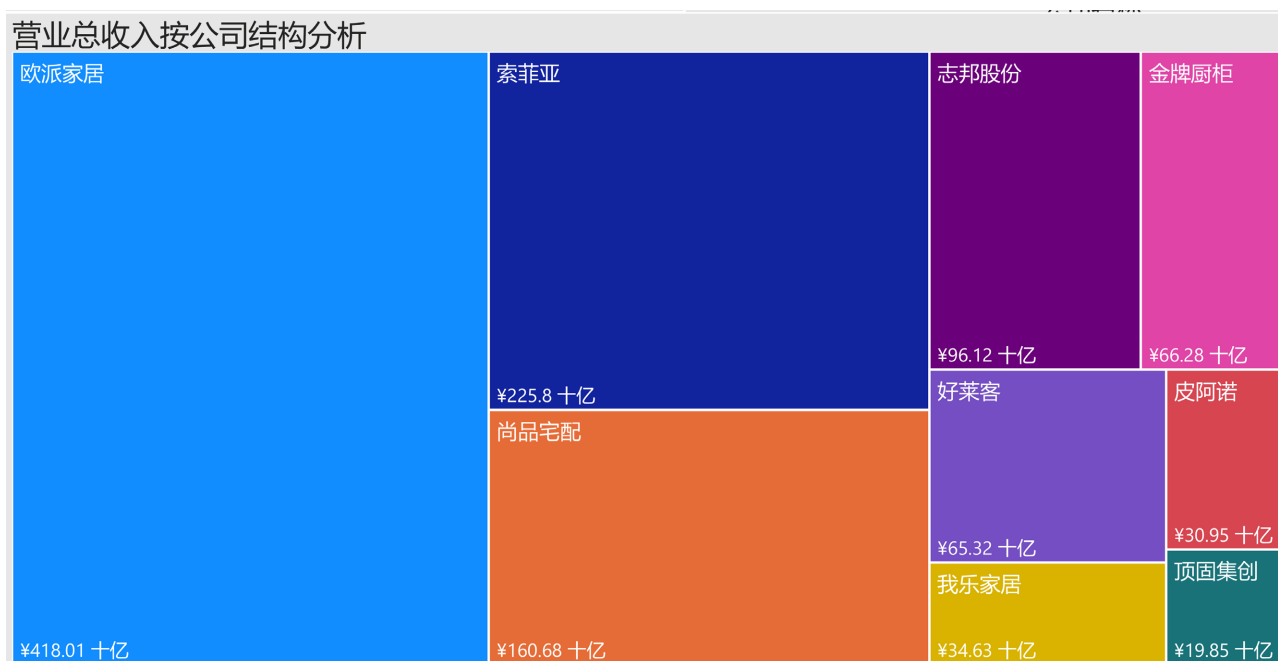


Figure 1. Total revenue by company structure

图 1. 营业总收入按公司结构

3.3.1. 供应链受阻

由于大环境的影响，国内外交通限制、物流延误和关闭工厂等因素可能导致原材料的采购、加工和运输遇到困难。这可能会导致定制家具企业面临材料短缺、生产周期延长以及成本上升的问题。同时，如果订单无法准时交付，客户可能会转向其他竞争对手。

3.3.2. 减少消费者需求，销售量降低

由于经济下滑、不确定性增加，一些家庭会削减开支，包括推迟或取消购买定制家具的计划。消费者可能更倾向于选择经济实惠的替代品或降低装修预算，这将对定制家具行业的需求造成负面影响。

3.3.3. 限制传统销售渠道，利润降低

在过去几年由于大环境影响，人们减少了出行，导致零售店面关闭或客流量大幅减少。这样一来，传统线下销售活动受到限制，无法进行正常的产品展示、销售和客户咨询。这对于依赖实体店面的定制家具企业而言，可能带来较大的冲击。如图所示，2018 年定制家具行业销售毛利率都在 35% 以上，营业利润率也基本保留在 10% 左右(见图 2)，但是 2021 年定制家具行业销售毛利率有所下降，同时营业利润率下降幅度较大(见图 3)。

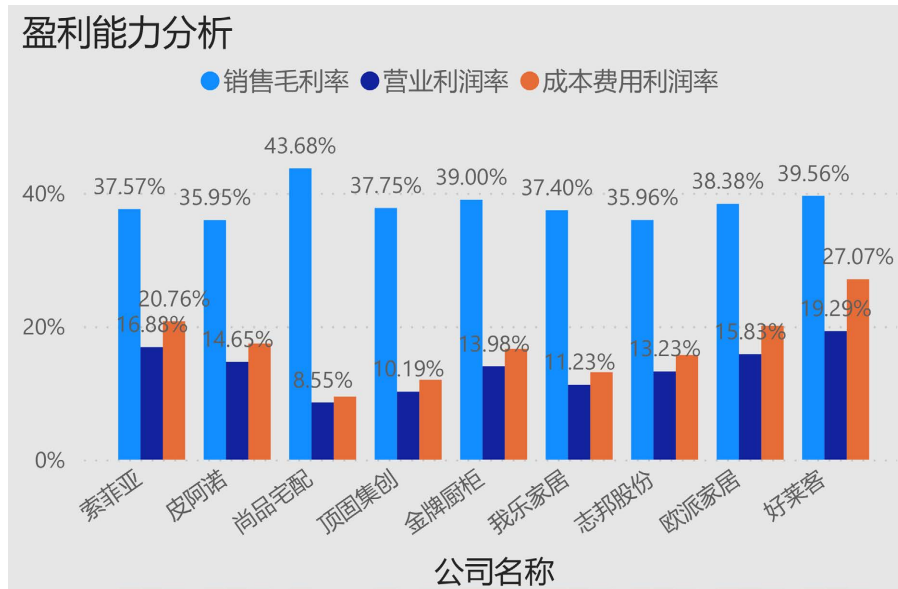


Figure 2. Profitability of custom furniture in 2020
图 2. 2020 年定制家具盈利能力

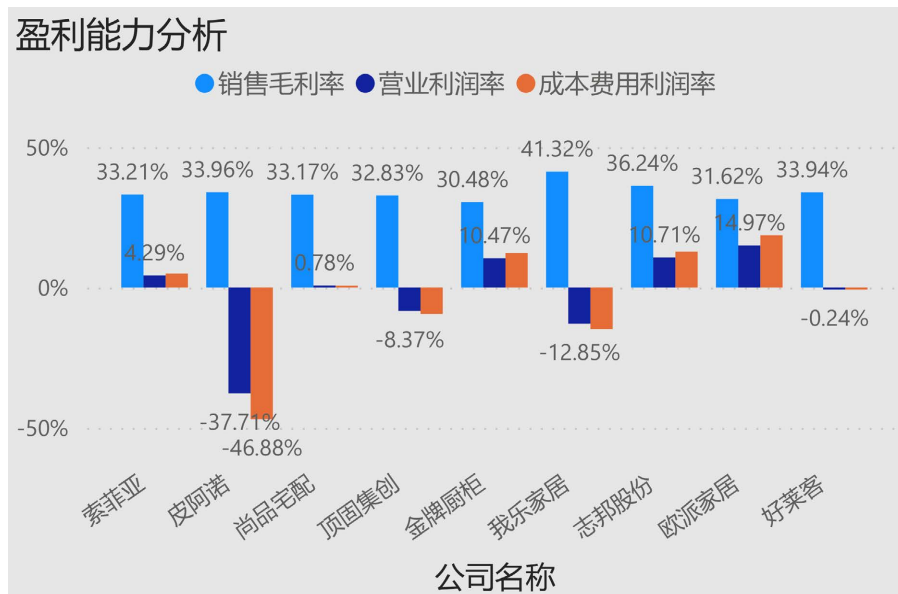


Figure 3. Profitability of custom furniture in 2021
图 3. 2021 年定制家具盈利能力

3.3.4. 不确定的市场环境

过去几年的大环境导致全球经济不稳定，消费者信心下降。在这种不确定的市场环境中，人们更倾向于保守消费，对高风险、高投入的定制家具产品持观望态度。由于消费者需求的减少，企业可能面临销售额下降和订单量骤减的挑战。

3.3.5. 劳动力短缺与成本上升

在大环境的影响下，一些工人无法返回工作岗位，从而导致企业面临劳动力短缺问题。为了确保员工的安全和防疫要求的满足，企业还需要增加相关防疫设施和措施，这可能会增加生产成本。在 2017 年

定制家具行业的成本费用普遍都在低水平阶段，只有少数大企业如欧派家居、尚品宅配以及索菲亚的成本费用较高(见图 4)。但在 2021 年，定制家具行业的成本费用都有所提升(见图 5)。其中，欧派家居、尚品宅配以及索菲亚的成本费用分别由原来的 82.94 亿元、49.23 亿元、50.12 亿元上升到 165.22 亿元、71.10 亿元、88.52 亿元。

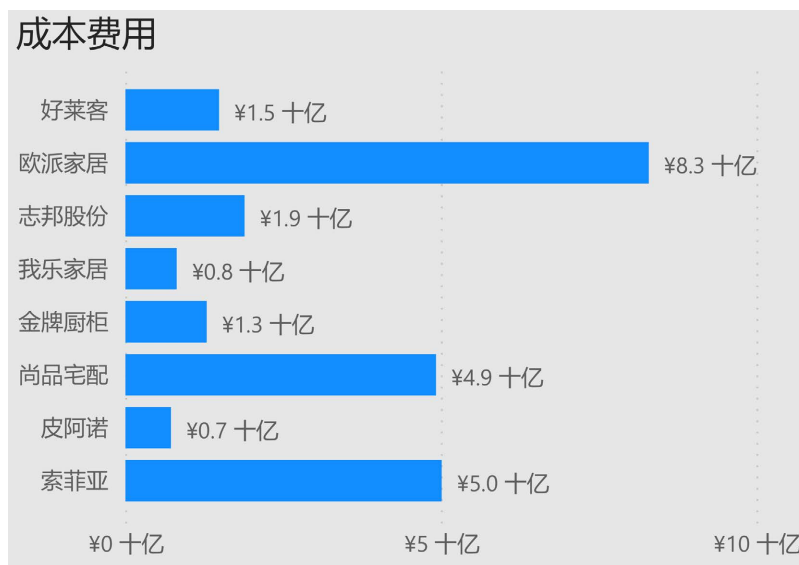


Figure 4. Cost of custom furniture in 2020

图 4. 定制家具 2020 年成本费用情况

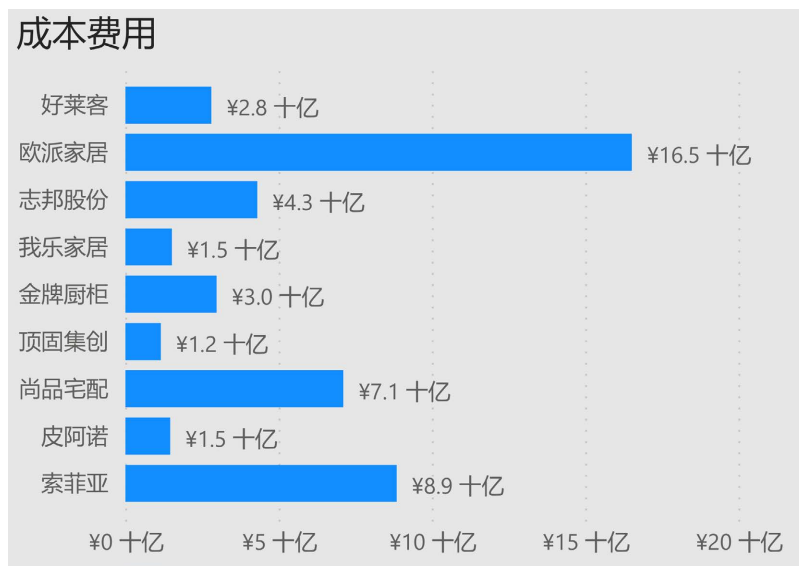


Figure 5. Cost of custom furniture in 2021

图 5. 定制家具 2021 年成本费用情况

3.3.6. 市场竞争加剧

经济不景气和消费者购买力下降意味着市场需求相对疲软。在这样的环境下，一些家具企业可能会采取降价策略，以吸引更多的消费者。这将导致定制家具市场的竞争加剧，企业需要面对更多的竞争对手，进一步降低了市场份额和利润率。

上述问题是定制家具在此次大环境下业绩下滑的共性问题，同时有的企业由于经营战略以及自身内部结构等导致在大环境中经营情况更加严峻，其中就包含尚品宅配公司。

4. 财务分析

4.1. 盈利能力分析

尚品宅配在 2020 年的净利润为 1.01 亿元，较 2019 年暴跌 80.95%。但是进入 2021 年，尚品宅配的盈利状况有所好转。财报显示，2021 年第一季度尚品宅配实现营收 14.07 亿元，同比大增 110.28%，实现净利润 791 万，同比增长 105.09%，继上市后第一季度首次实现盈利(见图 6)。

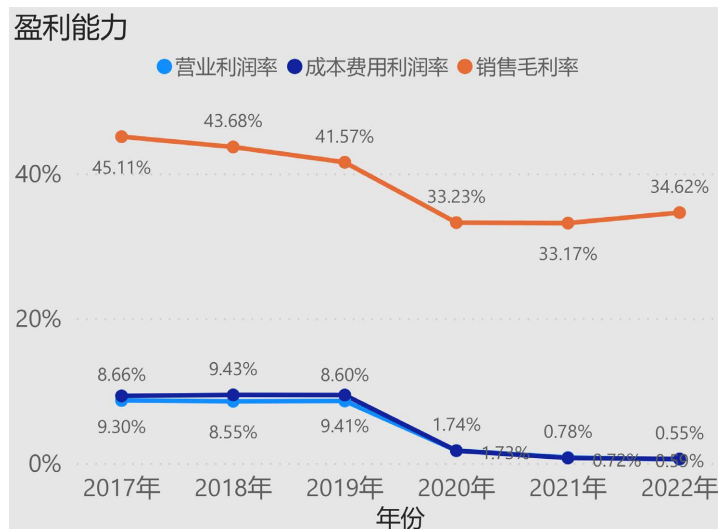


Figure 6. Profitability of Shangpin Home Distribution

图 6. 尚品宅配盈利能力情况

4.2. 债务风险状况

尚品宅配的偿债能力如图所示，此外，尚品宅配曾计划通过定增募集资金 8 亿元，用于成都维尚生产基地建设项目(见图 7、图 8)。

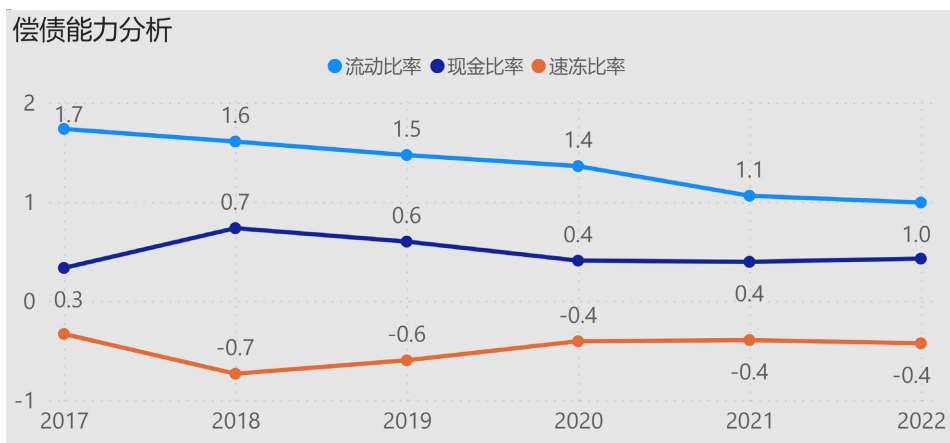


Figure 7. Solvency of Shangpin Home Distribution

图 7. 尚品宅配偿债能力情况

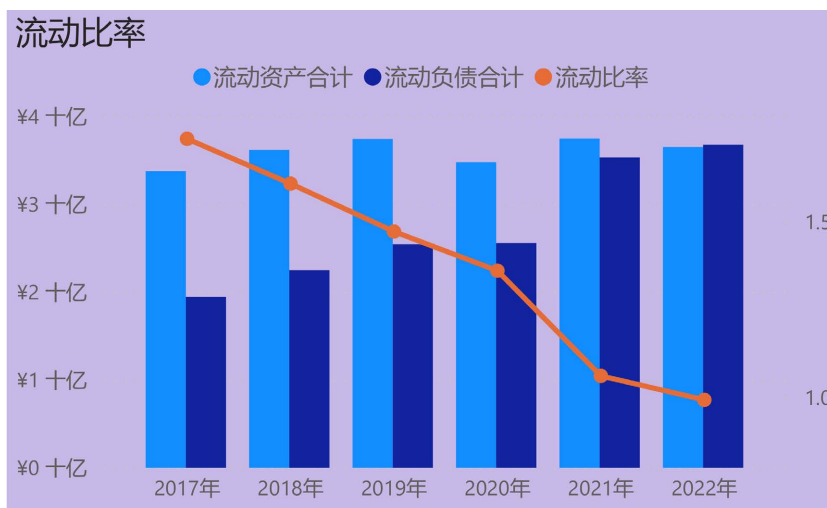


Figure 8. Current ratio of Shangpin Home Distribution
图 8. 尚品宅配流动比率情况

4.3. 经营增长分析

尚品宅配在大环境不稳定、原材上涨等背景下，经营活动产生的现金流量净额持续降低，经营增长整体下降。在 2017 年尚品宅配经营活动产生的现金流量净额为 8.8 亿元，2020 年直接下降到了 1.3 亿元。2021 年尚品宅配实现营业收入 73.1 亿元，同比增长 12.22%；净利润为 8970.47 万元，扣非后归母净利润约 4247 万元，同比增长 6.23%，整体业绩有所增长(见图 9)。



Figure 9. Net cash flow generated by the business activities of Shangpin Home Distribution
图 9. 尚品宅配经营活动产生的现金流量净额情况

4.4. 业绩综合评价

尚品宅配在 2021 年实现营业收入 73.10 亿元，同比增长 12.22%；实现扣非后归属母公司股东的净利

润为 0.42 亿元，同比增长 6.23%。但是在 2022 年第一季度，受到大环境的冲击，公司实现营业收入 10.86 亿元，同比下滑 22.87%；实现扣非后归属母公司股东的净利润为-1.09 亿元，利润水平持续承压。

5. 尚品宅配业绩下滑原因

在过去几年大环境下，尚品宅配的业绩在同行业定制家具企业中下降最为明显，通过分析尚品宅配企业的经营特点和战略选择，发现导致自身业绩下降的原因不仅仅是外部大环境如房地产行业不景气[15]，更重要的是其内部业务直营过高导致成本上升[16]；同时，企业全屋定制转型为整装模式的战略未能起到良好的效果；最后，在一些新兴技术领域也缺乏一定的独立研发的能力。

5.1. 业绩下滑外部原因

5.1.1. 大环境的不稳定

在生产制造方面，由于大环境的不稳定对尚品宅配生产制造和物流配送等方面的工作受到较大影响。许多工厂和仓库关闭，导致公司的订单无法按时完成。在上游供应链上，尚品宅配需要从国内外的供应商处采购原材料和零部件，但由于大环境导致国际货运和供应链受到严重干扰，公司的原材料成本和交付周期也受到了影响。此外，大环境期间对人员管理也非常困难，尚品宅配需要对员工进行应对大环境的防控措施，同时还需要保证员工的安全和福利，这会给企业带来一定的人力和成本压力。

大环境下，尚品宅配的销售业绩迅速下降。尚品宅配主要通过线下店铺和线上平台促销产品，但由于大环境限制客户出行和购物，公司的销售业绩遭受到一定程度的下滑。通过分析定制家具行业九家龙头企业披露的 2020 年上半年年报发现，此次经济不景气使定制家具行业影响非常大。在营收和利润比较 2019 年明显下降，平均营业收入增速为-8.8%，尚品宅配营业收入增速为 27.77%；在净利润方面，九家企业的平均增速为-45.3%，而尚品宅配半年的净利润降幅则达到了 175%，具体情况见表 2。

Table 2. Performance table of nine custom furniture enterprises in the first half of 2020

表 2. 2020 年上半年九家定制家具企业业绩情况表

企业名称	营业收入(亿元)	同比增长(%)	净利润(亿元)	同比增长(%)
欧派家居	49.66	-9.88	4.891	-22.7
索菲亚	25.55	-18.7	3.43	-12.35
尚品宅配	22.66	-27.77	-1.23	-175.08
志邦家居	12.24	6.57	0.51	-53.99
金牌厨柜	8.29	5.51	0.61	-11.93
好莱客	7.41	-21.01	0.77	-48.44
我乐家居	5.38	2.29	0.47	3.8
皮阿诺	5.14	-7.35	0.5	-16.16
顶固集创	3.08	-8.82	0.07	71.63

5.1.2. 房地产市场的萎靡

房地产市场的萎靡对尚品宅配生产经营造成了较大的影响。房地产市场的不景气直接影响了消费者购房和家装的意愿，导致尚品宅配的销量和业绩出现下降。由于房地产市场与家居行业的关联性比较紧密，因此房地产市场的萎靡会进一步影响到整个家居行业。同时，房地产市场萎靡加剧了市场的竞争。在房地产市场低迷的情况下，家居企业面临更为激烈的市场竞争，而尚品宅配作为整装行业的领军企业，在这个环境下也需要采取更为灵活的经营策略以应对来自各方面的压力。

此外,在这个大环境下尚品宅配的各项成本也会随着上升。房地产市场的不景气会导致原材料价格的波动,加之物流和人工成本等方面的上涨,尚品宅配的生产成本相应增加,导致企业利润率的下降。如表3所示,尚品宅配2020年到2022年的营业利润和净利润持续下降,基本每股收益迅速暴跌,由2017年3.71跌至2020年0.23,年平均下降82.30%。

Table 3. Business situation of Shangpin Home Distribution from 2017 to 2022
表 3. 2017~2022 年尚品宅配营业情况表

时间	营业总收入	营业总成本	营业利润	净利润	基本每股收益
2017 年	5,323,447,093	4,930,443,096	461,075,539	380,044,996	3.71
2018 年	6,645,385,450	6,232,173,032	568,394,167	477,084,602	2.46
2019 年	7,260,786,805	6,739,863,698	624,160,861	528,622,541	2.69
2020 年	6,513,432,198	6,473,617,309	113,245,620	100,698,152	0.51
2021 年	7,309,609,541	7,296,139,361	57,004,440	89,443,814	0.45
2022 年	5,314,342,115	5,331,364,040	29,398,017	46,005,484	0.23

5.2. 业绩下滑内部原因

5.2.1. 业务直营过高

业务直营比例是指公司直接经营的业务所占的比例。直营业务通常指公司自己运营的业务,而非通过加盟商或分销商等第三方进行经营。

截至2021年12月31日,尚品宅配集团在全国拥有90家直营店,在同行业中欧派家具直营店仅有47家,我乐家具也只有69家直营店。虽然直营业务可以让公司更好地控制产品质量和服务水平,但也会增加公司的运营成本。由于大环境的影响,尚品宅配的直营店面在一定时期内被迫关闭,造成销售额下降。尤其是公司采取了直营模式,直营店面的销售额占据了整个业务的很大比例,因此直营店面关闭对公司整体业绩的影响较为显著。此外,尚品宅配的直营店面需要支付租金和人员开支等费用,而且直营店面的规模和数量都比较大,因此这些费用也相对较高。过去几年期间直营店面关闭,使得这些费用变得没有意义,这进一步拉低了公司的利润率。

5.2.2. 整装业务营业情况不佳

进入2019年,尚品宅配继续向“整装”业务转型。3月25日,尚品宅配宣布第二代全屋定制商业模式已经诞生。但是如表4所示,整装业务费用方面的增加影响了总体的营业成本不断上升,特别是2021年尚品宅配整装业务的营业成本费用达到11.09亿元,超过了当年整装业务营业收入7.89亿元,具体见表4。

Table 4. Business analysis of Shangpin Home Distribution fittings business from 2017 to 2021
表 4. 2017~2021 年尚品宅配整装业务营业情况分析

时间	营业收入(元)	营业收入同比增长(%)	营业成本(元)	营业成本同比增长(%)
2017 年	2284413.66	-	1646271.54	-
2018 年	194218689.72	8401.91	155947316.02	9372.76
2019 年	430429078.91	121.62	341057032.57	118.70
2020 年	539831621.71	25.42	431182456.77	26.43
2021 年	788927529.91	46.14	1109175903.55	53.69

5.2.3. 新兴领域缺乏思考

在大基建和 5G 家居等新兴领域，尚品宅配随波逐流，缺乏独立思考和创新能力，只是盲目地追求市场份额，而忽视了自我定位和价值观。尚品宅配在营销策略上过于依赖大数据和网络平台，缺少自主研发和创新的思路。当市场上出现新的营销模式或新的推广方式时，公司往往会盲目地跟随潮流，忽视了自身的特点和优势。同时，尚品宅配在产品设计和细节服务上缺乏独特性，与其他公司存在一定的同质化。虽然公司有自己的设计师和工艺师团队，但在产品和服务上缺乏明显的创新点和亮点。最后，尚品宅配在技术研发方面相对薄弱，对于新兴科技和前沿理念缺少探索和投入。这也意味着公司在市场竞争中可能会被其他更具创新性的公司所替代。

6. 提升对策

尚品宅配近几年的业绩下滑，公司采取了一些措施来解决这个问题。例如，公司对原有的渠道持续进行调整，加大自营城市招商力度，将直营门店积累的销售策略、服务与口碑、营销获客方式、套餐工作法等分享复制给自营城市加盟商，以此提升自营城市门店整体的竞争实力和优势。此外，公司还与京东签署了软件销售及技术开发合同，向北京京东销售设计软件、提供前述软件实施服务，旨在为用户提供全新的购物交互体验。公司还与北京京东合作开设了首个线下试点门店。

虽然尚品宅配通过这些措施让公司的业绩有所上升，但短时间内很难使尚品宅配恢复以往亮眼的业绩，未来可以从以下几个方面加以考虑：

6.1. 拓展线上渠道

拓展线上销售渠道是当前家居行业的主要趋势之一，尚品宅配可以拓宽与淘宝、天猫等电商平台的合作领域，例如在电商平台上开展专场活动，针对特定节日或季节推出相应的主题活动，或者联合其他品牌和企业举办联合促销活动。这样可以吸引更多的消费者关注，并提高公司在电商平台上的曝光率。同时，打造自己的官方网站或电商平台，增加曝光度和市场份额。同时，线上销售也能够降低企业的营销成本和库存风险。

6.2. 完善供应链管理

完善供应链管理可以确保企业的生产周期和交付时间，避免因原材料短缺或供应不稳定而影响企业的生产经营。首先，尚品宅配通过优化供应商管理，与更多的优质供应商建立长期合作关系，对现有供应商进行定期审核和评估，以确保产品质量和交货期的准确性。其次，尚品宅配可建立多个自己的仓储物流中心，实现对整个供应链的集中管理和控制，并且可以借助物流技术，实现物流信息的实时跟踪和预测，并可以选择最优的配送方案，提高物流效率和服务质量。最后，强化风险管理。尚品宅配可以加强对供应链的风险管理，建立风险评估机制和应急预案，以应对供应链中出现的各种不确定因素，例如原材料价格波动、物流需求变化、天气灾害等。

6.3. 拓宽海外市场

尚品宅配可以利用自身优势，采用跨境电商、海外物流等方式开拓海外市场。同时，配合当地政策和文化特点，推出适合当地消费者的产品和服务。例如尚品宅配可以在国外的跨境电商平台(Amazon、eBay 等)上开设线上店铺。通过这些跨境电商平台，尚品宅配可以接触到更广泛的海外消费者，而且这些平台一般会提供物流和支付服务，降低了进入海外市场的门槛。同时，尚品宅配可以根据不同国家的文化、习俗、法律法规等因素，推出相应的本地化定制服务，参加各种国际展览会，利用展览会的平台，

与海外同行业企业和消费者进行深度沟通和交流,增强公司在国际市场上的品牌知名度和影响力,从而为进一步扩大海外市场打下良好的基础。

基金项目

江西理工大学研究生科研创新基金(项目编号:XY2023-S190):“作业成本法在制造企业的成本管理研究——以DX家具企业为例”的阶段成果。

参考文献

- [1] 田高良,陈虎,孙彦丛,刘扬.“大智移云物”背景下的财务转型研究[J].财会月刊,2019(20):3-7.
- [2] 张自栋.浅议上市公司财务报表分析存在的问题及解决措施[J].财会学习,2016(11):87.
- [3] 李雪,何梦卿.企业可持续发展能力分析存在的问题及改进[J].财务与会计,2017(22):61.
- [4] 刘偲.企业财务分析的问题与对策研究——评《企业财务分析》[J].财务与会计,2021(1):89.
- [5] 黄世忠.新经济时代财务分析的可比性问题研究——以腾讯为例[J].财会月刊,2020(13):3-7.
- [6] 李雪,王梓,陈翰林.大数据下企业财务分析浅析[J].财务与会计,2018(21):50.
- [7] 陈俊丽.基于云计算的会计大数据分析平台构建[J].财会通讯,2017(16):103-107.
- [8] 张超,肖聪,朱卫东,陈绪龙,李正西.财务智能可视化分析与文献综述[J].财会月刊,2019(3):24-32.
- [9] 常冬雨.高校智能财务审计系统构建研究[J].财会通讯,2021(17):147-151.
- [10] 刘宝太.关于财务报表可视化分析应用的探讨[J].财会学习,2019(35):28-29.
- [11] 荆浩,刘垭.尚品宅配:“互联网+”的商业模式创新[J].企业管理,2016(2):107-109.
- [12] 信海光.尚品宅配:IT逆袭出家具王朝[J].清华管理评论,2014(1):112-118+120.
- [13] 周文辉,王鹏程,陈晓红.价值共创视角下的互联网+大规模定制演化——基于尚品宅配的纵向案例研究[J].管理案例研究与评论,2016,9(4):313-329.
- [14] 王维,孟韬.工业4.0趋势下的管理变革与创新[J].企业管理,2016(1):110-112.
- [15] 柴乔杉.疫情下的定制家居半年考[J].中国品牌,2020(10):66-67.
- [16] 张琪.电子商务模式下中小企业成本控制研究——以尚品宅配公司为例[J].北方经贸,2019(10):130-131.