

电商企业财务风险评估与管理策略

施进鹏

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年11月1日; 录用日期: 2024年11月25日; 发布日期: 2025年1月24日

摘要

全球电商行业快速发展背景下, 市场竞争日益激烈, 企业在享受机遇的同时, 面临着现金流管理不当、信贷等级降低、市场环境恶化和库存积压等多种财务风险。有效的财务风险管理不仅有助于企业降低潜在的损失, 还能提升其抗风险能力和市场竞争力, 从而实现可持续发展。论文分析了电商企业的主要财务风险形成因素, 提出强化现金流管理以增加现金储备、加强信贷管理以提高财务透明度、加大市场布局以提升抗风险能力以及优化库存管理以减少库存积压等措施。希望这些策略有助于提高电商企业财务风险管理能力, 推动电商行业稳定发展。

关键词

电商企业, 财务风险评估, 财务风险管理, 财务抗风险能力, 财务透明度

Financial Risk Assessment and Management Strategies for E-Commerce Enterprises

Jinpeng Shi

College of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Nov. 1st, 2024; accepted: Nov. 25th, 2024; published: Jan. 24th, 2025

Abstract

Against the backdrop of rapid development in the global e-commerce industry, market competition is becoming increasingly fierce. While enjoying opportunities, enterprises are facing various financial risks such as improper cash flow management, reduced credit ratings, deteriorating market environment, and inventory backlog. Effective financial risk management not only helps companies reduce potential losses, but also enhances their risk resistance and market competitiveness, thereby achieving sustainable development. The paper analyzes the main financial risk factors of e-commerce enterprises and proposes measures such as strengthening cash flow management to increase

cash reserves, enhancing credit management to improve financial transparency, increasing market layout to enhance risk resistance, and optimizing inventory management to reduce inventory backlog. I hope these strategies will help improve the financial risk management capabilities of e-commerce companies and promote the stable development of the e-commerce industry.

Keywords

E-Commerce Enterprises, Financial Risk Assessment, Financial Risk Management, Financial Risk Resistance Capability, Financial Transparency

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

数据显示, 2023 年中国电商交易额突破了 45.8 万亿元, 同比增长 8.8%, 显示出中国电商市场巨大的发展潜力[1]。电商行业的快速扩张为企业带来了巨大的市场机会, 但也增加了企业财务风险。在扩展规模的同时, 电商企业面临着成本控制、资金周转、收入不稳定等一系列财务问题。特别是竞争加剧、市场不确定性增加以及消费者需求变化, 可能带来资金链断裂、现金流管理不当、过度依赖短期借款等风险, 随着风险进一步升级, 电商企业可能陷入财务风险困境。如果无法有效识别和管理财务风险, 电商企业可能出现经营失败、破产等问题, 如果企业规模较大, 甚至影响行业整体发展。因此, 建立健全财务风险评估和管理机制对于电商企业的可持续发展尤为重要, 在科学的财务风险体系下, 电商企业方可在激烈的市场竞争中保持足够的竞争活力。

2. 电商企业财务风险评估与管理的作用

2.1. 提高财务管理稳定性

在激烈的市场竞争中, 保持财务稳定性有助于企业应对市场波动、优化资源配置、提高抗风险能力。财务稳定性关系到电商现金流的稳定性, 直接影响着供应链的运转、业务扩展以及投资。财务稳定性差的企业可能会陷入资金链紧张困境, 影响其长期发展。在系统性风险评估下, 电商企业能够及时发现流动资金不足、成本结构不合理、市场需求波动等一系列风险, 并及时采取干预措施。阿里巴巴在全球业务扩展过程中, 面临巨大的资金周转压力。在解决这一问题方面, 阿里巴巴利用智能化财务风险评估系统, 针对电商、云计算、物流、金融服务等 6 个主要部门包括应收账款管理、库存周转、市场需求波动、供应链管理、客户信用、市场变化等在内 64 个潜在财务风险点进行评估和管理。该举措使阿里巴巴在 2020~2023 年扩张过程中, 营业收入实现了 3% 的增长, 现金及现金等价物达到了至少 2247 亿元[2]。从阿里巴巴的案例可以看出, 有效的风险识别与管理可以避免电商企业出现因财务不稳定带来的经营风险, 使其在不确定的市场环境下保持良好的财务状况。

2.2. 增强企业抗风险能力

电商企业抗风险能力是衡量其在面对资金短缺、市场变化、供应链中断等情况下, 能够维持正常运转的关键指标。增强抗风险能力可以提高电商企业在不稳定市场条件下的竞争能力, 使其规避因财务不稳带来的破产或经营失败风险。在财务风险评估阶段, 分析资金流动、债务结构、投资回报以及经营成

本等财务数据，电商企业可以精准识别财务健康影响因素，并以此为参照建立风险预警机制。企业可以提前采取防治对策，降低资金链和供应链不稳定带来的财务风险。京东在扩展国内业务过程中，面临着大量资金投入与回报不确定性的风险。对此京东利用财务数据监测系统，实时跟踪资金流动，对可能出现的资金缺口进行动态预警。2023 年京东第二季度财报显示，其现金及现金等价物达到 106 亿元，资金周转率提高 26.5%，财务暴雷风险控制在 5% 以内[3]。这些措施增强了京东在复杂市场环境下的抗风险能力，帮助其在市场环境恶化的情况下，依然保持较为稳定的运营状态。这也证明财务风险评估与管理能够使电商企业在外部市场环境不稳定时依然良好的财务抗风险能力。

2.3. 提供战略决策支撑

识别、评估和控制财务风险能够为电商企业在制定战略决策时提供风险预判指标，提高战略决策的科学性。电商企业战略决策涵盖市场扩展、投资规划、技术创新等多方面，财务风险管理为这些决策提供了可靠的数据支持和风险评估工具，使企业在资源分配、资金利用和投资方向上做出明智的选择。首先，财务风险数据反映了企业真实的财务状况，企业可参考财务风险数据判断现有的资本配置的合理性，并进行调整。例如，企业计划大规模投资时，财务风险评估数据可以预测企业资金缺口、现金流压力以及融资需求等，为决策者提供风险参考，避免因盲目扩展导致资金压力增加。其次，财务风险管理提供了实时反馈机制，通过监测市场和运营中的财务情况，能够识别运营中的财务风险，防止因外部环境变化而导致财务困境。以拼多多为例，拼多多使用大数据技术分析市场需求、供应链成本和竞争对手的财务状况，以此评估投资风险与回报率，根据资金流动性和市场变化调整资源配置。2022 年拼多多财报显示，营业收入同比增长 39%，达到了 937 亿元，净利润达到 197 亿元，这显示出财务风险管理在支撑企业战略决策方面的成效[4]。可见，有效的财务风险管理不仅为企业提供了准确的数据支持，还通过合理的风险控制措施帮助企业在竞争激烈的市场中获得持续的优势，确保了企业在不断变化的市场中稳步前行。

2.4. 提高企业市场竞争能力

资金周转、市场波动、供应链管理 etc 是电商企业在复杂市场环境下面对的主要挑战，识别潜在风险并实施针对性的控制措施，能够帮助企业优化资源配置，提升运营效率，增强抗风险能力。在电商企业扩展业务过程中，财务风险评估可以识别资金短缺、市场波动以及消费变化等影响因素，为企业提供调整战略参考，确保企业保持良好的竞争力。同时，财务风险评估还能够帮助企业调整库存管理和现金流分配，避免因资金链断裂或库存积压而影响市场表现。京东在该方面表现突出，在京东自营物流体系扩展过程中，京东通过大数据分析，根据自营物流网络扩展计划，预测未来 3~5 年内的资金需求，然后通过发行公司债券筹集了 200 亿元用于物流基础设施和技术升级。同时利用子公司京东物流在 2021 年香港上市这一方式融资 242 亿元[5]。这两项融资计划为京东自营物流扩展提供了充足的资金支持，确保了京东在资金链稳定的情况下扩大其物流网络。这些策略帮助京东在 2023 年第二季度实现了 15% 的营业收入增长，并成功维持了较高的市场份额[6]。这些数据表明，京东通过科学的财务风险管理，保持了资金链的稳定，还优化了资源投放，提升了市场竞争力。证明财务风险评估与管理在提升企业市场竞争能力方面发挥了重要作用。

3. 电商企业财务风险形成的主要因素与影响

3.1. 现金流管理不当

现金流是企业正常运营的“血液”，现金流管理不当可能导致企业面临资金链断裂风险，直接影响企业的生存与发展。调查显示，中国电商企业中约 42% 的企业表示存在着现金流管理不当的问题，超 75%

的电商企业现金流不足资产的 15%，这反映电商企业整体的现金流管理问题严重[7]。例如，双 11 前夕，国内某电商预计交易量将超 3 亿，但由于盲目扩张导致现金流管理不当，出现 1 亿多元的现金流缺口，造成资金周转紧张，影响了库存采购[8]。导致现金流管理不当的原因有很多，一是在销售旺季时，企业无法准确预测销售额和资金需求，导致采购过多，库存积压，资金被占用。二是在与供应商及客户交易中，存在账期过长的现象，使应收账款增加，资金回流缓慢，造成流动性不足。三是部分电商企业未能有效利用财务工具进行现金流管理，导致流动资金储备和使用受到影响。现金流管理不当会导致电商企业无法及时支付供应商款项、限制企业对市场机会的把握、导致企业借款成本上升，形成恶性循环，增加了财务风险。

3.2. 信贷等级降低

信贷等级是反映企业信用状况的重要指标，当企业的信贷等级降低时，意味着其信用风险上升，借款成本增加，融资渠道受限，这将对企业运营和发展产生影响。北京商贸大学调查发现，2022 年中国电商行业的整体信贷等级平均水平较 2021 年下降了 10%，主要原因在于市场竞争加剧和部分企业财务状况恶化[9]。一项针对 100 家电商企业的调查显示，有近 30% 的企业因经营不善或资金链紧张被信贷评级机构降级[10]。这反映了个别企业的信用风险上升，也表明整个行业的融资环境日益严峻。例如，某知名电商企业因销售下滑和库存压力，信贷等级被调降，融资成本上升了 3 个百分点，年利息支出增加了 800 万元[11]。信贷等级降低会显著增加企业融资成本，导致企业财务负担加重，进而提高其财务风险。以国内某电商企业为例，信贷等级降低后，其融资利率由原来的 5% 上升至 8%，每年需支付的利息从 200 万元增加至 320 万元，直接压缩了可用于市场拓展和技术创新的资金[12]。信贷等级降低还会使企业融资渠道变窄，很多银行和金融机构会对低信用等级企业采取更为严格的审查标准，从而导致企业在资金需求紧迫时无法及时获得所需资金。整体来看，信贷等级降低是电商企业财务风险形成的重要因素，其显著增加了融资成本和限制了融资渠道，对企业的盈利能力、市场形象 and 未来发展产生了负面影响。

3.3. 市场环境恶化

市场环境包括经济形势、竞争格局、政策法规及消费者需求等，当这些因素发生不利于电商企业发展的变化时，电商企业往往面临营收下降和成本上升的双重压力，财务风险因此提升。欧盟一项关于“市场环境对企业经营影响”的调查显示，2023 年欧洲 60% 的电商企业受消费者消费能力降低影响收入降低，最大降幅 67.1%，最小降幅 13.5%。以德国闪送购为例，由于经济形势的低迷以及消费者对非必要消费的减少，该平台在 2022 年 4 个季度销售额同比分别下降了 15.2%、24.6%、31.7% 和 28.9% [13]。调查数据还显示，2022 年原材料成本和物流成本普遍上升，导致电商企业的运营成本平均上涨了 8%。物流成本最高上涨 20% [13]。市场环境恶化会导致融资环境收紧，金融机构在面对信贷风险时往往更加谨慎。这使许多企业在资金需求高峰期无法获得资金支持，导致企业流动资金短缺，无法满足日常运营和投资需求。一些电商企业在市场环境不利的情况下，还可能无法快速调整市场策略，导致竞争对手乘虚而入，进一步削弱了自身的市场地位。

3.4. 库存积压严重

库存积压不仅占用了大量资金，还可能导致产品过时或损耗，从而对企业的盈利能力产生负面影响。天猫超市公布数据显示，旗下电商企业 2022 年库存周转天数平均达到了 90 天，较 2019 年的 60 天显著增加，显示出库存管理的压力加大。天猫对 26 万家电商企业库存进行调查，超过 40% 的企业反映面临库存积压问题[14]，近一半的企业表示库存周转率低于行业标准，这直接影响了企业的现金流和资金周转效

率。以某销售电子产品企业为例，该平台因受到市场需求波动的影响，库存积压严重，至 2022 年底，累计库存达到了 50 亿元，较年初增加了 25%，这使企业资金链面临极大压力。库存积压的原因主要与市场需求变化、采购决策失误和销售策略不当等有关[15]。一些企业在采购时未能准确把握市场趋势，导致大量商品无法及时销售，从而造成库存积压。库存占用的资金会直接影响企业的流动性，导致企业在其他业务上资金不足，进而影响日常运营。此外，库存压力大时，企业往往不得不通过降价清理库存，这不仅降低了利润率，还可能影响品牌形象和客户忠诚度。当企业频繁进行打折促销时，消费者可能丧失产品价值信心，从而影响未来的销售。

4. 电商企业财务风险管理策略

4.1. 强化现金流管理，增加现金储备

良好的现金流管理能够确保企业在面对突发市场变化时拥有足够的流动资金支持，为企业提供更大的灵活性，使其抓住市场机会和应对不确定性，保持运营稳定性。为实现强化现金流管理：第一，建立科学的现金流预测体系。通过分析历史销售数据、市场趋势和季节性变化，制定现金流预算，确保在不同的经营阶段都有清晰的资金需求预估。企业可以利用现代化财务软件 and 数据分析工具，对历史现金流进行深度分析，识别潜在的现金流风险，制定相应的应对策略。第二，重视应收账款管理，优化信用政策，严格客户信用评估，建立健全的催收机制，缩短应收账款的回收周期。可以通过提供早期付款折扣等激励措施，鼓励客户及时付款，减少坏账的风险。同时，定期监控客户的支付行为，对信用良好的客户给予适当的信用额度，增强客户的信任感。第三，建立完善的库存管理体系，避免库存积压造成的现金流问题。企业可以运用先进的库存管理技术，如 ABC 分类法和 JIT 管理准确掌握产品的销售情况，及时调整采购计划，保持合理的库存水平，从而提高资金周转率。第四，考虑多元化融资渠道。例如，与金融机构建立良好的合作关系，积极寻求短期贷款和供应链金融服务，确保在资金需求高峰期能快速获得资金支持。同时，定期进行财务分析，削减不必要开支，优化运营成本，提升整体盈利能力。

4.2. 加强信贷管理，提高财务透明度

信贷管理能够降低企业借贷成本，提高资金的利用效率，提升与金融机构的信用评级。提高财务透明度则有助于增强投资者、客户和合作伙伴对企业的信任，从而提升融资能力和市场竞争力。对此企业可以这样做：第一，建立健全信贷政策，包括对客户信用评估和管理，制定详细的信用审核流程，明确不同客户的信用额度和支付条款。企业可以利用数据分析工具，对历史销售记录、客户的支付行为以及行业信用信息进行分析，识别出潜在的信用风险。对信用良好的客户给予更高的信用额度，以鼓励更多的交易，对信用不良的客户则应采取更严格的支付条件，降低坏账风险。第二，在信贷管理过程中，与金融机构保持紧密的沟通。定期向银行和其他金融机构提供企业的财务报告和经营数据，展现企业的稳定性和增长潜力。这种透明的财务沟通将有助于金融机构更好地了解企业的经营状况，从而在信贷评估中给予更高的信用等级和优惠的利率。第三，建立完整的财务报表体系，定期发布财务报告，包括资产负债表、利润表和现金流量表。企业可以考虑采用国际财务报告准则(IFRS)或其他行业公认的财务标准，提升财务报告的可信度。同时，企业还应在官方网站和其他媒体上披露关键的财务数据和经营指标，包括销售额、利润率、流动比率等，以便利益相关者能够及时了解企业的经营状况。第四，定期进行内部审计，确保财务数据的准确性和合规性。通过聘请外部审计机构进行独立审计，进一步增强财务透明度，建立外部信任。企业还应通过股东大会、投资者会议等形式，主动向股东和投资者沟通企业的财务状况和发展战略，以获得他们的理解和支持。

4.3. 加大市场布局, 提高抗风险能力

随着市场竞争的加剧, 电商企业面临的外部环境变得越来越复杂, 多元化市场布局能够有效分散风险, 降低企业对单一市场或客户群的依赖。通过扩大市场份额和丰富产品线, 企业能够在波动的市场条件下保持相对稳定的收入来源, 提升抗风险能力。第一, 企业需要做好市场调研, 分析不同市场潜在机会和风险。评估目标市场的消费者需求、竞争态势和政策环境, 制定切实可行的市场进入策略。例如, 针对新兴市场, 企业应重点关注当地的消费习惯和文化差异, 调整产品定位和营销策略, 以适应当地市场需求。这种精准的市场布局能够为企业带来新的收入增长点, 降低市场波动带来的财务风险。第二, 在市场布局过程中, 电商企业还应注重线上线下的结合。随着消费者购物方式的变化, 线上线下融合成为提升市场竞争力的重要手段。企业可以考虑在核心市场建立线下体验店, 增强客户的购物体验, 同时通过数据分析掌握消费者的偏好和需求, 从而在产品和服务上进行针对性改进。这种多渠道布局不仅能够吸引更多消费者, 还能提高客户黏性, 从而为企业创造更为稳定的收入。第三, 电商企业应考虑产品和服务的多样化。通过拓展产品线、丰富品类, 企业能够在不同市场中实现多元化收入。这种多样化的产品组合能够降低对单一产品或市场的依赖, 增强抗风险能力。企业还可以积极探索跨行业的合作机会, 与其他行业的企业进行资源共享和优势互补, 以扩展市场边界。第四, 建立有效的风险评估机制。定期评估各市场的财务表现和潜在风险, 及时调整市场策略应对不确定性。通过实时监测市场动态和财务数据, 企业能够迅速作出反应, 避免潜在风险的扩大。此外, 加强供应链管理, 确保供应链的灵活性, 应对市场变化带来的挑战。

4.4. 优化库存管理, 减少库存积压

库存积压不仅占用企业的资金, 还增加了存储成本, 降低了产品周转率, 最终导致财务风险的加大。有效的库存管理策略, 能够提高电商企业资金运作效率。第一, 电商企业首先需要建立科学的库存管理体系, 涵盖库存的监控、分析和预警机制, 通过实时的数据分析和预测, 帮助企业掌握库存动态。企业可以利用大数据分析技术, 根据历史销售数据和市场趋势, 预测不同产品的需求波动, 从而制定合理的采购计划和库存策略。通过这种精细化管理, 企业能够降低过度库存的风险, 提高库存周转率。第二, 电商企业应实施“按需生产”模式, 减少库存积压。与供应商密切合作, 企业可以在实际需求出现时迅速调整生产计划。这种灵活的生产方式不仅减少了库存的积压, 还能够提高对市场变化的响应速度。在这种模式下, 企业还应关注供应链的协调性, 确保各环节高效衔接, 降低因生产延误导致的库存增加。第三, 采取促销活动来加速库存周转。针对库存较多的产品, 企业可以通过打折、捆绑销售等促销手段, 吸引消费者购买。利用营销数据分析, 企业可以识别库存积压的产品特性, 制定相应的营销策略。通过精准的市场推广, 在一定程度上减轻库存压力, 实现资金的快速回笼。第三, 关注库存管理智能化转型, 引入先进的库存管理系统, 实现对库存的自动化监控和管理。这类系统能够实时更新库存数据, 提供准确的库存预警, 帮助企业在库存达到预警线时及时采取措施。第四, 在不断变化的市场环境中, 灵活调整库存管理策略, 应对市场变化和消费趋势, 定期评估库存管理效果, 针对不同品类的产品制定不同的管理策略。

5. 结语

综上所述, 电商企业面临的财务风险问题多种多样, 涵盖了现金流管理不当、信贷等级降低、市场环境恶化和库存积压等多个方面。为了有效应对这些风险, 企业需要实施全面的财务风险管理策略。通过强化现金流管理、加强信贷管理、优化市场布局以及优化库存管理等措施。强化现金流管理能够确保企业的流动资金充足, 有效避免因资金短缺而导致的经营困难; 加强信贷管理可以降低不良债务的风险,

维护企业的信用等级；优化市场布局则有助于企业在不同市场环境中灵活调整战略，应对外部经济变化带来的冲击；而库存管理的优化可以减少库存积压，提高资金周转效率，减少不必要的成本。随着科技的发展，电商企业应积极拥抱智能化管理工具，例如人工智能和大数据分析，以提升财务风险管理的效率。这不仅能够帮助企业实时监控和预警潜在的财务风险，还能在市场波动中保持灵活性，确保企业在动态竞争环境中持续获得竞争优势。

参考文献

- [1] 李希, 高欣然. 跨境电商 PD 企业的财务风险研究及防范措施[J]. 中国储运, 2024(9): 120-121.
- [2] 唐瑞雪, 马坤, 付娟. 基于功效系数法的 Z 旅游公司财务风险分析[J]. 现代商业, 2024(16): 185-188.
- [3] 王张玉. 基于电商背景下零售业财务风险防范研究[J]. 商业观察, 2024, 10(20): 85-87, 94.
- [4] 叶荣蓉. 杠杆效应视角下电商企业财务风险研究——以苏宁易购为例[J]. 江苏经贸职业技术学院学报, 2024(3): 22-25.
- [5] 袁菲阳. 阿里巴巴并购网易考拉财务风险防范案例研究[D]: [硕士学位论文]. 洛阳: 河南科技大学, 2024.
- [6] 林扬帆. 数字化转型背景下跨境电商企业风险管理创新路径研究[N]. 财会信报, 2023-09-25(007).
- [7] 徐颖跃, 姜洪涛, 吴雯娟, 等. 平台型电商企业流动性风险成因研究——以苏宁易购为例[J]. 现代商业, 2022(34): 33-36.
- [8] 刘雅琦. 基于熵权 TOPSIS 法的 M 公司轻资产运营财务风险评价研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北师范大学, 2023.
- [9] 葛蕾. 永辉超市轻资产运营模式下的财务风险管控研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东师范大学, 2021.
- [10] 潘雨林. W 电商财务风险及防范措施分析[J]. 老字号品牌营销, 2021(11): 103-104.
- [11] 杨晓玲. 电商经济时代下当代企业财务管理方式探索研究[J]. 营销界, 2019(52): 226-227.
- [12] 刘亚贞. 海湾公司电子合同内部控制风险评价研究[D]: [硕士学位论文]. 秦皇岛: 燕山大学, 2019.
- [13] 郭英. 基于双边市场环境下的旅游企业财务风险管理研究[J]. 中国管理信息化, 2019, 22(20): 43-44.
- [14] 张云. O2O 电子商务模式下的 YD 公司财务风险管理研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连海事大学, 2018.
- [15] 邱晓颖. 探析共享经济环境下电子银行财务风险管理[J]. 中国市场, 2018(22): 193-194.