摘 要

近年来，随着经济的发展电子商务不断影响人们的生活，已成为世界经济不可缺少的一部分。而 2020 年初突如其来的新冠肺炎疫情，对中国经济造成重大冲击，其许多企业都受到一定程度的重创。而电商企业作为新兴行业在这种背景下的盈利能力如何，值得探讨和深入挖掘其潜在的价值。此次论文通过横向对比分析三大电商（阿里巴巴、苏宁、京东）企业盈利能力，纵向对比分析京东在疫情前后的盈利能力，来探讨电商企业在新冠疫情下如何提高盈利能力及更好地发展。本文得出近年来京东净盈利同比销售收入增加，企业通过销售产品获得盈利的能力增 强，京东的权益乘数、总资产周转率远高于其他两大企业，表明京东自身的资金使用效率及流动性优于对手，财务杠杆大于其他两个企业。但京东的净资产收益率变动较大，不如阿里巴巴稳定。因此，本文建议京东改进经营管理、改善销售、精准进行市场定位，采取负债经营的策略，有利于在激烈的产品竞争中取得盈利优势。

关键词：盈利能力 新冠肺炎疫情 电商企业 京东

Abstract

In recent years, with the development of economy, e-commerce continues to affect people's life and has become an indispensable part of the world economy. China's covid-19 outbreak of pneumonia in early 2020 has caused a major impact on the Chinese economy, and many of its businesses have been hit hard to a certain extent. As an emerging industry, the profitability of e-commerce enterprises under this background is worthy of discussion and in-depth exploration of its potential value. This paper analyzes the profitability of the three major electricity providers (Tmall, Suning, Jingdong) through a horizontal comparison, and makes a longitudinal comparative analysis of Jingdong's profitability before and after the epidemic, so as to explore how to improve profitability and better development under the COVID-19 environment. This paper concludes that in recent years, Jingdong's net profit has increased year-on-year sales revenue, the ability of enterprises to make profits through

selling products has been enhanced, and Jingdong's equity multiplier and total asset turnover rate are much higher than the other two enterprises, indicating that Jingdong's own capital use efficiency and liquidity are better than its competitors, and its financial leverage is greater than the other two enterprises. However, JD's return on net assets changes greatly, which is not as stable as tmall. Therefore, this paper suggests that JD improve its operation and management, improve sales, accurately position the market, and adopt the debt management strategy, which is conducive to gaining a profit advantage in the fierce product competition.

Key words: profitability; novel coronavirus pneumonia; e-commerce enterprise; JD.COM

1 前言

1.1 研究背景及意义

2020 年初突发的新冠肺炎疫情，对中国经济社会发展造成了巨大冲击，其中对国内服务业，制造业等冲击很 大。疫情虽然对中国部分产业产生了一定的负面影响，但同时也为中国新兴行业、新产业、新模式提供了巨大的发展机会。近年来，由于市场的发展，电商也日渐影响着人类的生活，已变成了全球民族经济中不可缺失的组成部 分，人们的日常消费少不了在电商平台上进行经济交易。而中国电商企业通过近多年的高速发展，也获得了扎实的进展，在新冠肺炎的防治方面也发挥着巨大的功效，企业、消费者在使用电子商务技术方面也日臻成熟。就如我国国内最知名的电商企业，例如京东、苏宁易购、阿里巴巴等，在新冠肺炎疫情的大背景下还能持续盈利，对比传统企业尽展优势，电商行业也是未来发展的趋势。所以想要更进一步地发展壮大中国国内的电商企业，可从企业的基本盈利能力模式出发，通过深入研究对其企业的盈利能力来加以调整、挖掘，在运营管理、营销环节、市场定位等多方面加以完善升级，使中国本土电商企业在新冠疫情的大背景下，更好地继续生存发展。

企业要存在与发展壮大，必要具有较强的盈利能力，而怎样正确、公允地评估企业的盈利能力也变得尤为重 要。盈利能力分析评价了一家企业的整体运营绩效、技术水平等，是企业内部和其有关利益群体重点关心的一项内容，如何改善企业盈利能力问题已成为中国电商企业良性经营的重点问题之一。因此本文以京东为主要研究对象，

采用杜邦模型研究框架，对京东 2017-2021 年度的财务数据展开分析，研究新冠疫情下电商企业盈利能力，并将其与其他两大电商企业阿里巴巴、苏宁的财务数据相对比，有助于电商企业同境外企业及其产品竞争，并从同对手企业的竞争中脱颖而出。

1.2 文献综述

1.2.1 关于盈利能力的文献综述

在盈利能力的分析指标方面。潘薪霖（2021）指出，公司盈利能力就是评判一家公司所获得收益多寡及其经营效率高低的综合指数。在公司盈利能力分析流程中，公司不但直接分析当前年度的公司财报数据变化，同时还会据此衡量公司的各项主要财务指标，包括偿债能力、比率结构以及风险管理水平等情况，而其中盈利能力指数就是公司主要财务状况分析中不可或缺的内容[1]。熊洪珍，陶春怡（2020）认为目前有不少指数都可以衡量企业整体盈利能力的水平，其中企业的收支差额和企业的盈利状况是明显的指标[2]。雷宇，程秋戈（2021）指出，在分析有关资料的基础上，应该进一步剖析企业的成本费用、固定资产周转率以及资金构成等，经过深入的调研，确定明显能够影响所调研企业盈利能力的具体原因，为企业的盈利发展提出切实可行措施[3]。有效的资产管理可以促进企业资金的有效运作，而资金运作往往和企业的资产构成息息相关，会影响企业总体的生产运营情况，代表着企业盈利策略的前进方向。

在影响盈利能力的因素方面，国内对盈利能力的研究已进行近一百多年，已证明有许多因素能够影响企业的盈利水平。纪虹丞（2015）深入研究认为，公司的成本管理、营销能力，资本经营能力等多方面都可能对公司盈利能力产生重要影响[4]。江俊（2016）深入研究表明，高级管理人员的薪资水平，公司所属的行业以及市场行情等各种因素也会影响不同公司的盈利能力[5]。谢星星（2019）认为，有效控制企业产品的有关成本费用，降低内部损耗， 进而可以变相增加收益。例如，对于产品制造型企业而言，销售收入是企业收益的主要源泉。而优秀的市场营销水平可以协助企业增加经营收入[6]。

1.2.2 关于电商企业的文献综述

电子商务是一门利用先进技术的交易方法，创造了一种虚构的市场交易场所，是现代资讯和商贸的综合。现代社会对计算机技术的依赖程度也愈来愈高，而现代的计算机技术服务业也已成为了电子商务的主要技术支撑体系。赵月（2016）认为电商企业可以借助网络效应降低信息的不对称，进而降低交易费用，从而解决了远期贸易的多种弊端[7]。陈凌君（2020）根据相关传统交易价格机制，认为电商企业还具备着降低贸易摩擦、降低中心环节和促进普惠贸易的典型特点，并将之视为电商企业重塑传统国际价值链分工的重要理论依据[8]。另外，孙娜

（2020）还指出电商企业作为新型贸易方法，对贸易实体及其运营机制、业务流程以及竞争状况形成了重要负面影响[9]。马述 忠，潘钢健（2020）指出，电商企业唯有通过对电子商务所对应的软件技术与数据处理程序进一步优化，方可更好满足国际市场的需求。在这种动态的发展过程中，企业信息化服务将成为电子商务进一步发展完善的强大保障 [10]。

1.2.3 关于新冠肺炎疫情的文献综述

杨逢珉，田洋洋（2022）以 2014—2020 年 9 月我国出口贸易数据为研究样本，全面分析疫情对我国出口贸易所造成的影响。指出我国企业应加快跨境电子商务的发展，并针对不同的出口市场采取差异化策略，同时，增加出口产品的附加值，提升出口竞争力[11]。卢艺芬（2020）指出，我国跨境电商行业的发展十分迅速，对于企业来说最看重的销售额也在朝着平稳的方向上升，不断优化电商消费的模式，物流设施建设也日趋完善，且政府不断出台政策方针。可是在新冠肺炎疫情的冲击下，跨境电子商务行业爆发出产业链中断、物流链不畅、资金链断裂、人才输出不足等问题[12]。 李洪英，路远航（2022）指出，部分企业自身抗击风险能力较弱，其持续健康发展受新冠肺炎疫情负面冲击较大[13]。

1.3 研究内容及方法

第一部分，本文对研究背景及意义、文献综述、研究内容及方法进行阐述；第二部分对盈利能力、杜邦分析方法、电商企业等概念进行综述；第三部分对新冠疫情下电商企业盈利能力的现状进行研究，并从销售净利润率、总资产周转率、权益乘数、净资产收益率对新冠疫情下三大电商企业盈利能力进行分析，主要通过纵向对比分析三大电商企业盈利能力，横向对比分析京东在疫情前后的盈利能力，来探讨电商企业在新冠疫情下如何提高盈利能力及更好地发展；第四部分对京东的盈利能力进行具体分析，并根据相关数据指出京东盈利存在的问题，并指出提高企业盈利能力的措施及建议，为京东的进一步发展提供具有针对性的解决方案；第五部分对全文进行总结分析。

本文的基础理论研究联系实际问题，并沿用了国内现有研究的思路，考虑到不同因素对京东盈利能力的影响。本文主要采用了以下几种研究方法：第一，文

献分析法，以此来快速了解研究盈利能力及相关概念。第二，比较分析法，通过对京东2017-2021年度的财务数据展开分析，研究新冠疫情下电商企业盈利能力，并将其与其他两大电商企业阿里巴巴、苏宁的财务数据相对比，找出京东盈利能力管理中存在的问题。

2 相关概念综述

2.1 盈利能力概念

盈利能力是一种相对概念，并不是某个固定的计算方法和具体的数值就可以完全地代表一家企业的盈利水平， 而在企业分析中，人们往往使用和有关的具体数值，或统计运算后的比率来对企业盈利水平作出评价[14]。前者一般涵盖了企业在财务报告中的全部信息如营业收入、利润等，而后者则涵盖了企业净资产收益率，资金周转速率以及成本费用率等信息。所以一个公司的能力对所有的公司利润相关者来说都十分重要，因此不论是公司管理层的负责人和员工，或是与公司利润有关的投资者和债权人，公司的盈利与否，及盈利效果如何都和公司或员工自身盈利水平息息相关。

2.2 杜邦分析方法

1912 年，唐纳德森•布朗发明了杜邦分析体系，以净资产收益率为核心技术指标，并且通过进一步细化为数个的财务管理关键技术指标。后来他又拆分了这种指标，拆分过后可以从三种视角研究企业的经营状况，这三种视角

是：企业经营业绩如何盈利；企业的资金效率究竟怎么样；企业债务风险究竟如何。正是因为杜邦集团在后来的企业分析中普遍引入了这种分析体系，所以这种方式也被叫做杜邦分析法[15]。杜邦理论作为分析企业财务状况和经营管理能力的方式，可以将企业的盈利水平、运营绩效和管理风险能力等综合到一起。杜邦分析法中的几种主要的财务指标关系为：净资产收益率=资产净利率（净利润/总资产）×权益乘数（总资产/总权益资本）。而：资产净利率（净利润/总资产）=销售净利率（净利润/营业总收入）×资产周转率（营业总收入/总资产）。即：净资产收益率=销售净利率×资产周转率×权益乘数。杜邦分析法的利用率

非常高，现在，杜邦分析系统日趋完善，能以所有有关技术指标间的内在关联为研究基础，评估企业当前的盈利情况。研究员和管理人员能够通过企业财报汇总企业的财务指标，所得到的数据能够让研究员清楚地掌握目标企业的运营状况和盈利水平，让管理人员通过各种因素对企业财务指标的变动状况，找到企业运营决策中面临的问题，从而找到促进企业盈利能力增强的可行举措。使研究员在全面掌握并剖析企业的经营状况的基础上，对企业盈利水平的改善给出合理意见。

2.3 电商企业概述

电子商务是指运用电子计算机、网络和远程通信科学技术，达到整体商业交易流程中的电子化、数字化和互联网。电商企业的市场范畴已经突破了传统意义上的贸易范畴，而不再具有与本土市场和全球市场完全不同的明显标志了。其最关键的网络基础设施－全球网络，正是遍及世界各地的，因为全球正在建立虚拟的电子社会和电子商务社会，新市场也将从这样的虚拟的电子商务社会中产生。从电商企业的运作管理看，全球网络为电商企业创造了世界范围的业务空间。超越时空，组织各地不同的员工参加一个项目的运作，或者向全球用户介绍和出售新出现的商品开始成为电商企业现实的需要。

3 新冠疫情下电商企业盈利能力的现状

本节通过对电商企业的发展现状进行分析，根据疫情现状及对经济、电商企业、电商企业发展趋势的影响，深层剖析。并通过三大电商企业（京东、苏宁、阿里巴巴）进行盈利能力分析对比，来了解新冠疫情下电商企业盈利能力的现状。

3.1 新冠疫情下我国电商企业的现状

3.1.1 新冠疫情的现状分析

当前，上海疫情防控形势依然严峻复杂，奥秘克戎亚型变异株传播速度快、隐匿性强，无症状感染者和轻症占比高。2022 年 4 月 12 日，国务院联防联控机制召开新闻发布会，根据香港卫生署提供的数据可以看到，在死亡 8200 多例病人当中，老年人占了绝大多数，年龄的中位数是 86 岁。另外，90%的死亡病例

有慢性基础性疾病，而且在养老机构这样的福利机构居住的占了 55%，疾病对老年人的危害很大的。新华社长春 2022 年 4 月 13 日报道，自 3 月 2 日吉林市出现本土疫情以来，累计报告新冠肺炎病毒阳性感染者超 27000 例，目前吉林市已实现社会面清零，防疫卓有成效。

3.1.2 新冠疫情对经济的影响

在疫情防控期间经济波动与融资缺失，造成的在全球经济下行使得电商企业融资的困难进一步加剧。随着疫情在世界各地愈演愈烈，全球各地企业都不得不停工或停产，大量市民也不得不居家隔离，市场震荡将持续加大。首先，疫情对第三产业的危害最大，第三产业也是受到冲击最剧烈的行业，旅游、影视、酒店、影视等产业都受到重创，而会展、交通、教师培训等也都将遭受相当大的负面影响[16]。同时疫情影响了进出口交易。海关总署统计资料表明，2019 年我国的对外贸易进出口总额已超过 31.54 万亿元，年均增长了 3.4%，并出现逐季增长之势。但疫情造成很多出口企业春节后停工时间增长，进出口交易会大幅减少。而出口量最大的广东省、杭州、江苏、上海地区、山东等区域，也受到疫情很大的影响。

其次，由于疫情造成的企业利润减少，对经营前景信心缺失，企业融资意愿将持续减弱。在这两种原因的综合影响下，全球宏观经济受到了重大冲击，将彻底改变以往经济持续增长的状况。2020 年 4 月，一份对 930 家跨境企业的研究报告表明，大部分跨国电商企业资金流越来越紧，仅 31%的跨国电子商务现金流还可以支持三个月或以上。部分中小型跨国电商企业要求政府部门提出相应的政策优惠才能在金融机构中获取度过危机的资金贷款。

最后，疫情将使工业产值减少。2020 年前，我国制造业厂商在放假时并没预料到疫情出现的情形，故此，除了绝大部分医药药品等人民生活用品以外，工业也受到一定影响。医疗药品虽然大幅上升，不过它在我国制造业的生产总值中占比很小，总体受疫情影响较大。在疫情防治时期的外汇市场震荡加大，使企业存在着跨国结算困难与订单取消的风险。同时由于疫情肆虐，全球外币交易所震荡加大，俄罗斯卢布、墨西哥合众国比索等都在不断贬值[17]。这将导致外贸企业所面临的结汇风险进一步增大，尤其是对在疫情防治时期充当着关键角色的企业。变化后的人民币将立刻对企业产品的售价形成重大影响，同时还会影响本国

货币在国外金融市场上的购买力，影响到企业的生产和运营成本，从而形成订单取消的风险。

3.1.3 新冠疫情对电商企业的影响

首先，新冠疫情之前。2020 年 1 月 8 日，国内知名电商智库网经社电子商务研究中心发布了《2019 年新上市 17 家电商公司数据报告》。报告显示，2019 年国内电子商务新上市公司达 17 家，创年均上市电商公司记录。报告显示， 17 家电商上市公司总市值达 2511.82 亿元，平均市值为 147.75 亿元。而截至 2019 年 1 月 31 日，中国境内共有淘宝上市公司有六十六家，分别在零售淘宝、日常生活业务互联网电商、行业淘宝、跨境电商等方面。生活服务电商行业和国际零售电子商务行业增长强劲，而工业电子商务也蓄势待发，但跨境电商还未有在我国上市公司。零售业电子商务在新型零售业推动下具备了更大功能，同时非实体产品的线上贸易出现快速增长趋势，消费范围将进一步扩大； 工业电子商务进入风口，在未来发展中将具有很大成长能力，未来将向生活网络到工业互联网方面演进。

其次，在疫情防控期间。很多行业被迫关门，然而电商市场似乎并没有这么萧条，在疫情防控期间，电商市场每天还有超 3 万的人在开店，可以说是一片光明。疫情突袭，全民上下一起抗击疫情，几乎各地的实体商业经营都采取了关门闭店、停工停业等措施。整个 2 月，宅家成为全民的工作和生活状态。2020 年包括餐饮、旅游、交通运输、影视等行业损失惨重，也给诸多中小微企业尤其是中小民营企业带来重大压力：人员缺位、供应失常、资金吃紧、模式传统……一系列问题开始加倍加速地凸显出来。但与此同时，电商成了维系国民生活正常运转的唯一渠道，也爆发出一些新的行业需求，加速了电商行业的迭代升级。

最后，在后疫情时代。第一，电商企业呈现国际化。随着国际商贸供应链业务跨境化逐步成为常态，电商企业的国别特征也将逐步弱化，促进了电商企业国际化。一方面，面向国内外的买方和卖方，电商企业将以全世界买、全世界卖为主要愿景，有利于整合和开发世界数码交易信息资源；一方面，成为多边贸易电商企业，可以带来广泛的全球市场和便捷的贸易服务，吸纳来自世界各国的卖家入驻，有利于全世界买、全世界卖的目标早日达成[18]。第二，电商企业呈现信

息数字化。现代数字贸易所依靠的人工智能、大数据分析和云计算等技术，具备了典型的信息数字化特征。大数据分析技术能够获取电商企业分布于供应链各环节中离散化的财务数据信息，并降低了双方交易成本。第三，电商企业呈现交易环节高度扁平式。新冠疫情下我国电商企业的发展使得贸易的各环节之间信息流转频率提高，在许多情形下中介环节丢失，呈现出高度扁平式态势。第四，电商企业呈现智慧生产高度常态化。在电商企业交易时代，基本没有了无法交易的商品与服务。电商企业交易并不仅是单纯的贸易活动，其更注重于数字科技和传统产业的融合发展，并将实现工业自动化为主要目标。

3.2 新冠疫情下三大电商企业盈利能力分析

本节通过横向对比分析三大电商（阿里巴巴、苏宁、京东）企业盈利能力，运用杜邦分析法进行对比分析，来探讨电商企业在新冠疫情下如何提高盈利能力及更好地发展。

3.2.1 销售净利润率分析

盈利能力是指企业在特定时间内获得盈利的能力，销售净利率作为企业最为关注的指标之一，可以说是企业经营活动最终利润的关键。这是一个积极的指标。销售净利率越高，企业盈利能力越强。三大电商企业 2017 年－2021 年三季度销售净利润率表及趋势变动图如下所示。表 1 三大电商企业 2017-2021 三季度销售净利润率表

2017 年 2018 年 2019 年 2020 年 2021 年三季度

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年三季度
京东	-1	-0.6	2.06	6.62	0.13
苏宁易购	2.15	5.16	3.46	-2.12	-7.02
阿里巴巴	24.54	21.29	27.54	19.98	10.08



图 1 三大电商企业销售净利润率趋势图

销售净利率等于企业当年净盈利同比销售收入，这一财务指标能体现企业通过销售产品获得盈利的能力高低。由销售净利润率得知，阿里巴巴的销售净利率远远高于苏宁易购和京东，而京东在 2017 年、2018 年、2019 年的销售净利率都低于苏宁易购，但京东在 2020 年强势增长，比苏宁易购高了 8.74%，2021 年三季度也高于苏宁易购。

3.2.2 总资产周转率分析

总资产周转率既可以通过周转次数来反映，也可以通过周转天数来反映，本文的计算方式得到的是企业的周转次数，将数年来搜集的数据进行计算得出指标并汇总对比，可以得到企业对资金控制力和利用效率的变化，三大电商企业 2017 年－2021 年三季度总资产周转率表及趋势变动图如下所示。

表 2 三大电商企业 2017-2021 三季度总资产周转率表

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年三季度
京东	2.1	2.35	2.46	2.19	1.49
苏宁易购	-	1.37	1.23	1.12	-
阿里巴巴	0.41	0.45	0.45	0.48	0.38

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/315303314331011240