

电商直播经济模式下企业财务管理的应对策略探究

王晨阳 施安娜 任奕红 徐士然

吉林工程技术师范学院

DOI: 10.12238/ems.v6i11.9944

[摘要] 随着互联网技术的革新和数字化时代的到来,电商直播经济模式以其独特的魅力而迅速崛起,成为了现代商业营销的新宠。这种模式的出现提升了消费者的购物体验,同时也深刻地影响了企业的商业模式,影响着企业的财务管理。本文将对电子商务直播经济模式下企业财务管理的背景和意义进行深入探讨和研究,揭示这一新兴经济形式对企业财务管理的影响,为企业把握机遇、应对挑战、为实现可持续发展提出适应性策略。这不仅对企业自身财务管理水平的提升至关重要,而且为今后的商业实践和理论研究都提供了解决方案,促进财务管理领域在直播行业的创新和进步。

[关键词] 电商直播; 经济模式; 企业财务管理; 应对策略

Exploration of coping strategies for enterprise financial management under the e-commerce live streaming economy model

Wang Chenyang, Shi Anna, Ren Yihong, Xu Shiran

Jilin Engineering and Technology Normal University

[Abstract] With the innovation of Internet technology and the arrival of the digital era, the e-commerce live broadcast economic model has risen rapidly with its unique charm and become the new favorite of modern commercial marketing. The emergence of this model has improved consumers' shopping experience, while also profoundly affecting the business model and financial management of enterprises. This article will conduct in-depth exploration and research on the background and significance of enterprise financial management under the e-commerce live streaming economy model, revealing the impact of this emerging economic form on enterprise financial management, and proposing adaptive strategies for enterprises to seize opportunities, respond to challenges, and achieve sustainable development. This is not only crucial for improving the financial management level of enterprises themselves, but also provides solutions for future business practices and theoretical research, promoting innovation and progress in the field of financial management in the live streaming industry.

[Keywords] e-commerce live streaming; Economic model; Enterprise financial management; Response strategy

引言:

随着电子商务直播经济模式的兴起,新兴企业的财务管理面临着新的挑战和机遇。电子商务直播经济深刻影响着企业的销售模式、供应链管理以及财务决策的交互性、即时性和视觉化特征。收入确认的复杂性增加,风险管理的难度加大,企业需要提高应对财务数据的实时性处理能力。同时,直播经济也带来了机会,使企业的财务管理效率得到提高,市场洞察力得到增强,服务个性化实现的机会得到实现。本文旨在探讨电商直播经济模式下企业财务管理的应对策略,

确保金融数据的及时性、准确性,在直播经济中降低不确定性,努力实现营销精准化、产品开发精准化,决策支持能力提升等。

1. 电商直播经济模式概述

1.1 电商直播经济模式的定义与特征

电商直播经济模式,是电子商务与实时视频直播技术的深度融合,它通过主播、知名人士等在直播平台上实时展示和推广商品,与观众进行互动,从而实现商品的销售[1]。这种模式的定义可概括为:一种基于互联网平台的、以视频直

播为载体的、以消费者即时互动为特点的新型电子商务形式。

这一模式的主要特征表现在互动性、即时性、视觉化、社交影响力、多元化收入来源、数据驱动及风险挑战。

高度交互是直播经济的核心价值所在。主播在直播过程中能够直接与受众进行实时交流、回答问题甚至邀请受众参与,消费者的购物体验得到了加强,促使他们更愿意购买商品。其区别于传统电商的一个关键特征就是直播的即时性[2]。主播的直播过程往往伴随着即时的销售活动,消费者可以马上下单购买,交易效率大大提高。主播借助摄像机和高清视频技术,可以对商品进行全方位的展示,消费者可以通过AR、VR等技术观察到商品的细节,甚至可以虚拟感受使用,从而使得购物变得更加直观。在直播经济中起决定性作用的是主播的个人魅力和影响力[3]。他们既能推销商品,又能通过自己的形象和-content,为商家带来稳定的流量,吸引大量的粉丝,形成粉丝经济。直播经济有多种收入来源,包括商品销售、广告赞助、观众打赏等,这使得收入的确认工作变得复杂,需要企业的财务部门有能力处理复杂的收入流。企业精细化运营、个性化推荐的重要依据是直播过程中产生的观看时长、互动频次、购买转化率等大量用户行为数据,这些数据对金融预测和决策支持至关重要[4]。直播经济迅速崛起的同时,企业需要建立有效的内部控制,确保财务安全和合规经营,如数据造假、内容监管、合规问题等。

直播经济的电子商务模式既改变了消费者的购物习惯,又强调了实时、资料加工和风险管理在企业财务管理中的重要性,对企业的财务管理工作提出了新的要求。了解这一模式的特点,并对有挑战的企业制定有效的应对策略,这些策略会企业提供一定的帮助。

1.2 电商直播经济模式的发展现状

当前,电子商务直播经济已经深入到各产业,成为众多企业数字转型的一个重要抓手[5]。但随着市场规模的扩大,数据造假、内容监督、用户隐私保护等诸多方面的问题日益突出。企业需要完善内部财务管理制度,在不断创新的同时强化风险管理,建立数据真实性的监控机制,才能保证行业的持续健康发展,以应对新的挑战。

电商直播经济模式经历了从起步到成熟的快速变革,如今已进入一个与技术、内容和商业模式创新并行的阶段。企业要想在这个领域内取得成功,必须紧跟发展趋势,灵活调整财务管理策略,以适应不断变化的市场环境。同时,通过学习和借鉴国内外的优秀实践,企业才能在这一新兴领域中找到独特的竞争优势。

2. 电商直播经济模式下企业财务管理的挑战与机遇

2.1 财务管理的挑战

随着电商直播经济模式的兴起,企业的财务管理面临着前所未有的挑战。一是对资料处理的实时性要求明显上升。在传统的财务管理模式中,企业决策通常依赖于定期财务报

告,但在直播经济中,消费者行为和销售数据是以秒为单位更新的,这就需要财务部门对这些数据进行实时跟踪和分析,这样才能保证财务数据具有时效性和精确性[6]。企业需要适应这种快速变化的信息环境,以及避免决策滞后带来的潜在风险,构建诸如利用大数据分析和云计算技术等实时财务信息系统。

在电子商务直播中,包括商品销售收入、广告赞助、观众打赏等在内的多种收入来源,使得确认收入的流程变得复杂。企业需要更新收入确认准则,以确保直播业务的经营成果能够按照国际会计准则得到公正、准确的体现。同时,企业也要加强对主播、平台等合作方的财务监控,避免因不当确认收入而产生核算风险。而且在直播经济模式下,数据造假现象频发,主播和平台为了获取更高的收益,可能会篡改销售数据,这不仅破坏了行业的信任基础,同时也会让企业面临财务数据失真的风险,这也是为什么主播和平台会企业必须建立风险预警机制,在完善内部审核确保数据真实的同时,通过数据分析技术对异常交易进行识别,从而减少财务风险。

电商直播经济模式的兴起,对于企业供应链管理也提出了新的要求。由于主播的影响力和受众的购买决策往往是即时性的,这就需要企业对库存管理、物流配送以及供应商协作等问题做出快速反应。企业为了实现供应链的高效运转,需要与供应链伙伴紧密合作,利用直播数据对需求进行预测,并对库存进行优化,减少滞销风险。在电子商务的直播经济模式下,实时资料处理、复杂收入确认、风险防控和供应链管理的快速响应是企业财务管理的挑战的主要体现。

2.2 财务管理的机遇

尽管电商直播经济模式为企业财务管理带来了诸多挑战,但是它给企业提供的机会却是史无前例的。在直播经济中,企业能够利用大数据分析技术对消费者的购买行为、观看习惯、交互频率等进行实时分析,为产品的开发、定价策略、营销活动提供精确的决策基础,在直播经济中,通过精细的运营,使企业快速响应市场变化,提高经营效益,增强盈利能力。比如,企业通过对用户行为数据的分析,在调整产品线满足消费者新需求的同时,预测热销商品,优化库存,减少有滞销风险商品。直播销售给消费者提供了个性化的购物感受,商家和消费者之间产生更密切联系的渠道,比如通过直播经济建立商家与消费者之间的交互,通过个性化推荐建立与客户的关系等手段进行深度营销,从而建立与消费者的交互联系更加密切的企业与消费者之间的关系。通过电商直播带货促进良好的顾客关系,不但能够增加复购率而且还可以通过用户口碑来扩大品牌的影响力,促使了供应商与供应商、物流伙伴之间的关系。通过实时订单数据调整生产计划,达到按需生产、降低库存成本,促进供给链条上的透明化以及企业之间的协同作用,从而促进企业通过规模化采购

来获得价格上的优势,进而提高企业的利润空间,同时也帮助企业在现场营销中获得更多的利益。随着直播经济的发展,企业可以通过直播平台进行众筹、预售等新的融资方式,降低了融资渠道的门槛和代价。通过直播数据和企业对主播粉丝基础、销售转化率等指标的分析,对市场风险进行更准确的评估,为投资决策提供依据。企业还可以利用直播数据建立风险预警模型,对金融风险及时识别和应对,提高风险管理的精确性和效率[7]。直播通过主播的个人魅力和内容创新,为品牌故事的讲述提供了一个生动的平台,达到品牌知名度迅速提升。通过直播数据对品牌推广投入产出比进行对比,财务管理能够优化营销预算分配,最大限度地发挥品牌建设活动的效益。同时,可通过公益直播的方式,增强企业的社会责任意识,加强品牌形象。

电商直播经济模式下的金融管理,主要体现在决策支持、个性化服务、供应链协同、创新融资和风险管理等方面,同时通过实时数据分析驱动品牌的传播。企业应积极把握这些机会,在促进品牌健康成长的同时,通过创新的财务管理策略、加强与消费者的连接、优化供应链、降低风险,实现财务数据的深度利用、提升决策效率。这种应变能力和创新精神,将为企业稳步前行,实现在电商直播经济大潮中的可持续发展做出贡献。

3. 应对策略与建议

在电子商务的直播经济模式下,企业在经营金融管理上的挑战和机遇是并存的。为了有效地应对这些挑战,使财务管理得到优化,实现业务的可持续发展,企业需要采取一系列的创新战略。为了帮助企业适应这种高速变化的新兴经济模式,本文提出了几条关键的应对策略和建议。

对企业而言,可以投资于整合云计算、大数据分析以及人工智能技术、能够实时地处理分析财务数据的高级财务信息系统[8]。在能较快地响应市场变化、调整战略的同时,保证了财务决策的及时性和准确性。按照国际会计准则,制定收入确认策略以适应直播业务。这可能包括对不同收入来源的单独确认,以及对主播和平台收入分配的明确规定,从而保证财务报告的真实、合规性。通过数据挖掘、异常检测技术,可以建立风险预警机制,识别和预防数据欺诈。同时,企业为降低不确定性风险,应该加强内审,从而保证财务数据的准确性。利用直播数据预测需求,实现动态库存管理和快速物流响应,与供应链伙伴紧密合作[9]。企业通过订单实时、销售资料实时,而降低库存成本、提高经营效益而做出更精确的生产计划。利用消费者行为、购买习惯以及交互频率等直播数据进行深度分析,提供产品开发、定价、营销策略的精确决策依据,企业的精细化经营,市场反应速度和盈利水平都能得到很好的提升。可以利用直播平台的互动特性,加强与消费者的沟通,提供个性化的服务,从而提升客户关

系。企业可以通过数据分析,对提升顾客满意度和忠诚度的推送内容进行定制化的推送。在探索直播众筹、预售等直播作为新的融资渠道的可能性的同时,通过直播平台降低营销和发行成本,优化成本结构,降低融资成本。在通过数据分析评估品牌推广效果、优化营销投入的同时,可以利用直播作为品牌故事的讲述工具,提升品牌知名度。直播环境的透明化,也为企业打造负责任的品牌形象做出了贡献。创新企业应该培养一支对直播经济模式有深刻理解的金融团队,通过培训,提升他们在数据处理、风险管理、实时决策等方面的能力,确保金融管理战略的执行。

4. 结束语:

电商直播经济模式对企业财务管理提出了新的要求。企业需积极拥抱变革,通过创新财务管理策略,把握直播经济带来的机遇,以实现可持续发展。这不仅对企业财务管理的改善有一定的帮助,而且对整个产业的良性发展也有一定的促进作用。企业可以充分挖掘其带来的机遇,提升财务管理效率,优化业务流程,最终实现企业的持续增长和市场竞争优势。这些策略,需要企业领导层的支持,需要跨部门的协同工作,才能使企业在这场数字化改造中脱颖而出,成为电商直播经济模式中的佼佼者。在今后的商业实践和理论研究中,也可促进整个行业在财务管理领域的创新和进步。

【参考文献】

- [1]高帅,段炼.跨境直播电商促进外贸高质量发展的对策研究[J].对外经贸实务,2023,(03):55-59.
 - [2]杨勃,王璐."直播+电商"模式下消费者重构意愿的影响因素[J].中国流通经济,2021,35(11):11.
 - [3]李艺滨,高杰,如梅措,等.浅析在线营销直播影响下的消费者行为[J].经贸实践,2018(5X):2.DOI:CNKI:SUN:JMSA.0.2018-05-107.
 - [4]覃禄.基于场景营销的农产品网络直播模式研究[J].市场周刊:理论研究,2021,034(001):P.88-90.
 - [5]华迎.新电商赋能经济发展的价值与贡献[J].人民论坛,2023(2):76-80.
 - [6]孙逸.分析企业财务会计集中核算存在的问题[J].商讯,2024(9).
 - [7]芦飞.风险控制背景下企业应收账款管理路径探析[J].中国会展,2024,(13):106-108.
 - [8]于颖.会计核算与财务管理的协同优化[J].财讯,2024,(10):165-167.
 - [9]崔阳.企业财务管理中风险管理策略研究[J].天津经济,2024,(06):39-41.
- 作者简介:王晨阳(2005-),女,汉族,吉林省长春人,吉林工程技术师范学院,研究方向:财务管理。