

【DOI】10.12315/j.issn.1673-8160.2021.08.030

# 伊利集团财务报表分析

赵 聪<sup>1</sup>, 曾惠红<sup>2</sup>

(1. 广州商学院, 广东 广州 511363; 2. 广东省梅州市兴宁市水口镇宋声中心小学, 广东 梅州 514591)

**摘要:**财务报表数据既可以用来反映企业在一段时期内的经营状况,也可以是展示企业经营成果的一个重大载体,同时也可以从侧面反映出该企业是否存在一些经营漏洞,成本费用的控制是否合理,产品结构是否合规。因此,基于想要探究乳业市场的经营概况和形成对现今乳业市场的深刻认识的目的,本文根据伊利集团的财务报表数据,主要分析其盈利能力、偿债能力与营运能力,据此得出伊利集团整体运营良好,是一个成熟的乳品企业,利用所学知识分析伊利集团的经营情况,可以做到学以致用,将理论知识运用到现实之中,并且通过分析得出的具有参考价值的数据,有助于利益相关方作出更好的决策。这样做既对分析企业本身的经营模式有益,也有助于窥见其他企业的经营模式,以此放眼整个乳业市场的经营状况。

**关键词:**伊利集团;财务报表分析;SWOT分析

近几年,随着国家整体政治、经济、文化的快速发展,人们追求健康生活的需求的逐渐提高,国民对乳产品的需求也不断扩大。习近平总书记在2017年1月24日考察旗帜婴儿乳品时展现出了对乳品行业质量的高度重视,宣言:要让祖国的下一代喝上好奶粉。2008年的乳品行业大事件“三聚氰胺”冲击了整个乳品行业,其范围之广,影响之深。但经过整改以及加强对产品质量的监控,加之二胎开放政策的实施,乳制品行业又迎来了春天,乳制品行业的需求在不断扩大。<sup>[1]</sup>

## 一、伊利集团发展概况

### (一)伊利集团简介

内蒙古伊利集团实业集团股份有限公司(以下简称“伊利集团”),在1996年的3月12日于上海证券交易所IPO成功。伊利集团主要经营的产品包含液体乳及各类乳制品和混合饲料,伊利集团的众多产品都通过了国家绿色食品认证,旗下涵盖了80多个子公司,分别负责伊利集团各品牌下的液态奶、酸奶、乳酸菌等产品的经营,伊利集团已经成为我国规模最大的乳制品生产销售企业之一。伊利集团作为乳制品行业巨头企业,依托强大的渠道和品牌实力,还将不断扩张海外市场。

### (二)伊利集团战略分析

#### 1. 市场分析

伊利集团逐步形成了一套独特的市场战略,核心是对市场进行严格细分,形成多元化的产品线满足不同层次消费群体的需求。伊利集团及时应变,加大研发创新,利用完整的生产产品线,积极对外扩展市场。

#### 2. 竞争战略

伊利集团经过多年的执行奶源建设战略,形成了企业生产所必需的优质安全的原奶供应链,并在奶源储备和管理上发挥出了明显的竞争优势。

#### 3. 国际化战略

伊利集团首先专注于本土领域的产品市场,占据稳定的市场份额,在未来的战略发展中全面推进国际化经营战略,积极向境外国家出口优质奶制品。<sup>[2]</sup>

## 二、伊利集团SWOT分析

### (一)内部优势(S)

#### 1. 奶源优势

伊利集团作为一个成熟的乳品公司,通过多年经营管理

建设,在国内三大黄金奶源地区培育高端养殖牧场,已占据行业资源优势。

#### 2. 技术优势

伊利集团的技术创新始终处于行业领先地位,先后获得了很多和技术实力相关的荣誉,例如国家认定的全国专利工作试点企业、国家创新型试点企业等。

#### 3. 管理优势

伊利集团在产品质量管理上十分重视,作为乳品行业龙头企业,集团始终将食品安全问题放在第一位,重视加强产品质量安全管理工作。

### (二)内部劣势(W)

2008年的三聚氰胺事件后,中国乳业高度重视奶源质量建设。伊利集团在不断地扩大奶源基地建设,这就需要引进高新技术人才。

### (三)外部机会(O)

随着经济的不断发展和人民生活水平的提高,对乳制品的消费需求将大幅提高,为伊利集团创造更多的销售业绩。

### (四)外部威胁(T)

随着乳制品市场的扩大,越来越多企业通过良好的境外奶源进军乳制品销售市场,一定程度上给伊利集团带来不利的影响。

## 三、伊利集团的财务报表数据分析

### (一)盈利能力分析

从伊利集团2017年-2020年(15.98%、15.64%、15.16%、12.38%)的总资产报酬率数据来看,总资产报酬率逐年下降,在2020年总资产报酬率最低达到12.38%,由此说明伊利集团总体营运效率不高,企业资产没能得到充分合理的利用。

从伊利集团2017年-2020年(24.77%、24.22%、25.60%、24.99%)的净资产收益率数据来看,净资产收益率的波动幅度不大,下降幅度维持在1%波动,净资产收益率在25%左右。说明伊利集团自有资本获利能力不强,企业的自有资本的获利能力下降,投资者投入企业的自有资本获取净收益的能力不高。

从伊利集团2017年-2020年(37.28%、37.82%、37.35%、35.97%)的净销售毛利率数据来看,伊利集团的销售毛利率在

35%—37%上下波动,波动幅度不大,说明伊利集团获取较多利润的把握性比较大,营业成本随着营业收入的增加也在增加,销售毛利也在增加,销售毛利率的提高与近年来伊利集团不断研发新产品、提价密切相关。<sup>[3]</sup>

从伊利集团2017年—2020年(10.53%、9.74%、9.20%、8.87%)的营业利润率数据来看,总体来看,2017年至2020年,营业利润率变化不大,但总体上呈下降趋势,且2017年伊利集团的营业利润率较高。

#### (二)偿债能力分析

从伊利集团2017年—2020年(125.14%、127.57%、81.78%、81.63%)的流动比率数据来看,伊利集团流动比率维持在130%左右,连续4年流动比率低于国际公认标准200%,说明其短期偿债能力较弱,债务风险较高。由于流动资产中包含了企业的所有短期资产和像存货、应收款、待摊费等变现慢的资产,尤其乳制品行业,一旦出现过多产品积压或者是产品滞销的情况,其短期债务偿还的能力就会表现比较弱。

从伊利集团2017年—2020年(105.68%、98.84%、57.24%、59.93%)的速动比率数据来看,速动比率在2017年超过国际公认标准100%,说明在2017年其短期偿债能力较强,债务风险较低。但是在19年这一指标数据都渐渐小于1,说明伊利集团的债务偿还能力在逐渐减弱。

从伊利集团2017年—2020年(48.80%、41.11%、56.54%、57.09%)的资产负债率数据来看,伊利集团在2018—2020年资产负债率呈现上升趋势,这表明伊利集团加大了负债融资力度,更倾向于使用负债解决资金问题,长期偿债能力减弱,在2017—2018年呈现下降趋势,其资本结构不保守,国际上一般认为60%比较好,伊利集团4年的资产负债率大约都低于60%。单纯从偿债能力来讲,其长期偿债能力一般,财务杠杆运用良好。<sup>[4]</sup>

#### (三)营运能力分析

从伊利集团2017年—2020年(2.17、3.82、3.54、3.27)的存货周转率数据来看,伊利集团的存货周转天数在三天左右,2018—2020年呈逐年减少的趋势,说明伊利集团货物卖出变现的时间周期短,产品畅销。增加伊利集团的盈利。2017年存货周转天数最少,说明伊利集团存货资产变现能力最强,存货及占用在存货上的资金周转速度最快。

从伊利集团2017年—2020年(2.26、3.23、3.50、3.40)的流动资产周转率数据来看,伊利集团的流动资产周转率2017—2019年呈现逐年上升的趋势,主要是因为2017年—2019年平均流动资产呈现上升趋势,伊利集团的流动资产中的货币资金和存货占比较大,并且货币资金和存货大体上呈现上升趋势,主要是货币资金闲置以及存货积压过长导致流动资产周转率下降。

### 四、伊利集团存在问题分析

#### (一)财务结构不稳健

伊利集团的流动比率都没有达到标准值2,企业的该项指标都不在财务分析确定的合理范围之内,流动能力不足则体现了企业的短期债务偿还能力较弱。受制于乳品行业产品保质期和储藏等条件的限制,一旦出现存货积压问题,企业将会面临流动资金的流动性受阻,相应的成本费用也会增加的

局面。

#### (二)企业营运能力不足

伊利集团身为行业巨头,仍然要面对来自国外乳制品的竞争以及国内消费者对乳制品的需求和信任度等多重考验。如今,人工、饲料成本不断上涨,企业的费用支出压力不断加大,总资产一旦运转速度降低,利润水平增长就会放缓,因此要不断提高资产的运转速度,充分发挥资产创造利润的潜力。

#### (三)企业产品结构固化

伊利集团的主要营业收入还依赖于液态奶,根据中国畜牧杂志数据,2017年伊利集团的液态奶收入占总营业收入的88.13%和81.94%。伊利集团的主要营收基本上靠产量的上涨和结构调整,高端产品线利润高,但是推广力度不够,更多边缘城市消费能力还未激发。应当针对性的调整企业的产品结构,灵活变动。

#### (四)企业盈利不稳定

伊利集团主要客户群为青少年,成年和中年人。中老年客户群体理性消费,注重产品的营养和性价比,偏爱本土的传统品牌和国家知名品牌,伊利集团在此方面可以满足顾客需求。但是主要消费群体之中的年轻消费群体并不稳定,这些消费者重视产品的包装和品味,喜欢尝试不同品牌,乐于寻找乳制品在视觉、口味上的不同体验。又因为同行业的激烈竞争,各类产品花样而出,年轻消费者很有可能会不断更换其饮用的品牌,所以企业盈利相对不稳定。

### 五、完善伊利集团经营的对策建议

#### (一)保障产品质量,提升企业声誉

民以食为天,食以安为先。乳制品产品作为要进入消费者餐桌的产品,首先必须要保障产品的质量,决不能出现像2008年三聚氰胺的事件。首先必须做到:严格把控奶源,生产销售各个环节都有一套专属的品质衡量标准,只有奶源安全有了保障,乳品行业才有春天可言;其次,依托已有的品牌优势,继续加大品牌营销,稳固行业巨头的地位,线上线下双模式发展;最后,承担起企业责任,像2020年伊始发生的新冠肺炎事件,伊利集团捐资捐物,也是一种承担社会责任的体现,无形当中也提升了企业声誉。

#### (二)满足消费升级需求,打造高端产品

从之前伊利集团相继推出的:安慕希、纯甄这一类高端产品营销情况来看,这是一次成功的创新。应该把更多的目光投向三四五线城市,这些城市随着经济水平的不断提高,对乳品的消费需求空间还将不断扩大,这些地区的喝奶习惯正逐渐被培育,健康生活理念正深入传播。消费者对健康的诉求表现恰好成为企业发展的风向标,伊利集团在自身品牌的优势下,更应抓住机会,实现营收再创巅峰。

#### (三)拓宽营销渠道,覆盖消费群体

依靠小型城市和农村地域优势发展新的消费群体,目前,居民的收入正在不断提高,对乳制品的需求量正在逐渐加大,并且在未来人们对生活质量追求会愈加明显,农村人均消费量将会大幅增长。所以应该注重农村市场的开发,对农村市场消费结构进行研究,对其变化做出及时反应,以消费者需求为突破点,分年龄、分层次对农村消费群体进行定位,使广大消费者对乳制品企业的认同感不断提升,真正抓牢消费者的

内心,以此来拓宽新的利润点,带来销售额的稳定增长。<sup>[5]</sup>

#### (四)优化产品架构,控制成本费用

这几年,伊利集团的销售收入都在稳步提升,但是利润水平却没有同步上升,究其原因在于:产品结构针对性不强,高中低档次产品应适当整合,结合地区消费水平进行营销推广,这样才能有效降低销售过程中产生的成本费用,利润水平才得以提升。另一个重要原因在于:乳品行业的奶源价格居高不下,生产成本必然高,可以采用激励政策激发员工生产效率,保证生产成本稳重下降,从而提升盈利。

#### 参考文献

[1]游晓萍.基于财务角度分析伊利股份的现状及未来发展策略[D].厦门大学,2018.

[2]姚舒晨.伊利股份财务分析报告[J].中外企业家,2019

(上接第51页)

好资金融入的期限分配,重点规避一些特殊时间点或者特殊事件对自身发展的影响<sup>[5]</sup>。

#### (三)提高回款效率建立良好市场口碑

在现阶段的银行回购市场中,因为绝大多数机构的投资者都在参与,所以投资者会普遍看重交易对手的回款速度以及市场口碑等因素。因此,在实际操作中,各银行和金融机构应当完善回款的工作效率,积极营造良好的市场口碑,从而增加散户的投资力度,增强货币市场的流动性。

#### 四、结语

综上所述,本文通过实践论证的方式分析出货币市场流动性分层问题的前因后果,并从银行和管理制度的角度宏观评价央行在银行体系中基础货币投放效果。并且本文还从微观的角度出发,分析出银行间市场流动性分层加剧的内部原因,以及限制非银行类金融机构信用融资难的风险问题,提出可以从丰富央行监测流动性的指标、做好流动性规划和规避特殊流动性风险和做好流动性规划和规避特殊流动性风险等方面对此类问题进行改善的措施,为提高我国社会经济发展,

(上接第63页)

中共中央做出了改革开放的重大决策,实行非均衡发展战略,这是区域经济发展战略的一次重大调整,东部地区快速发展,带动了我国经济高速增长,整体国力大幅提升。随着区域经济发展差距的日益扩大,我国在“九五”时期,开始实行区域协调发展战略<sup>[7]</sup>。党的十八大以来,为进一步推进区域协调发展,优化经济发展空间格局,提出实施“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展、黄河流域生态保护和高质量发展等战略。二是注重公平与效率。在制定区域经济发展战略时,必须处理好公平和效率的关系。不同区域都有实现共同富裕和发展的权利和机会,要不断完善区域经济发展战略,促进不同区域的发展。但同时要注重经济发展的效率,不能忽视经济发展的效益。处理好两者的关系,制定区域协调发展战略<sup>[8]</sup>。三是处理好计划和市场的关系。既要发挥国家宏观规划和政策的指导作用,同时也要充分发挥市场在资源配置中的作用。发挥各地区的优势,构建特色经济,优化地区产业结构,必须发挥好市场在资源空间和产业配置中的作用。但市场机制也不是万

(25):222.

[3]黄丹.伊利公司盈利模式及其财务评价研究[D].江苏大学,2018.

[4]邓婉琪,张翰阳.乳制品企业财务风险评估研究——以伊利乳业为例[J].业,2019(08):141-142.

[5]蝉联亚洲第一“伊利加速度”告诉你乳业龙头是怎样炼成的[J].成功营销,2018(23):58-59.

#### 作者简介:

赵聪(1994-),女,汉族,湖北荆州人,助教,硕士研究生,研究方向:高校经管类、会计学。

曾惠红(1997-),女,汉族,广东梅州人,本科,支教老师,研究方向:财务管理。

巩固货币市场流动性分层现状作出贡献。

#### 参考文献

[1]陈健恒.经济放缓与流动性分层助推无风险利率下行[Z].中金公司,2019.

[2]崔巍.审慎推进我国银行间债券市场两类回购改革[J].甘肃金融,2018(06),47-55.

[3]崔灼驹.流动性分层,可修复的脉冲及难以修复的趋势[Z].中银国际,2019.

[4]单畅.流动性失衡对我国金融稳定的影响研究[D].中央财经大学,2019.

[5]侯梦茹.我国银行隔夜质押式回购市场流动性测度及驱动因素分析[D].哈尔滨工程大学,2016.

作者简介:郭蓓蓓,女,汉族,北京人,研究生,博士在读,专业资格:STEP ASSOCIATE,CPWP,香港科大EMBA,港澳私人银行从业者,经香港“优秀人才入境计划”在港工作,研究方向:私人银行、海外家族信托。

能的,需要发挥好国家宏观调控的纠偏作用。

#### 参考文献

[1]辛向阳,倪建中.东西论衡:天平上的中国[M].北京:中国社会科学出版社,1996.

[2]安树伟.改革开放40年以来我国区域经济发展演变与格局重塑[J].人文杂志,2018(6).

[3]陈栋生.区域经济学[M].郑州:河南人民出版社,1993.

[4]魏后凯.现代区域经济学[M].北京:经济管理出版社,2011.

[5]王玉珍.中国共产党对区域经济发展的实践探索与理论政策贡献[J].中共南京市委党校学报,2011(3).

[6]金瑜.中国经济发展70年的区域态势[J].区域经济评论,2019(4).

[7]肖光荣.中国共产党对区域协调发展的探索及历程[J].湖南师范大学社会科学学报,2009(2).

[8]肖金成,安树伟.从区域非均衡发展到区域协调发展——中国区域发展40年[J].区域经济评论,2019(1).