

蒙牛乳业与伊利的盈利能力对比

伍思涵

西安财经大学, 中国·陕西 西安 710100

【摘要】随着生活质量的不断提高,消费者更加注重膳食结构的改善。乳制品是人体摄入钙、蛋白质等营养物质的最佳选择,乳制品的消费需求不断上升,但消费市场还远没有形成,行业发展潜力较大。作为以市场为主体的企业,实现利润最大化是企业的终极目标。由于品牌众多,竞争加大,且疫情原因给宏观市场带来消极影响,提高公司竞争力以及市场份额实属不易。盈利能力的分析能够追根溯源找出企业发展中所存在的薄弱之处的根本原因,及时改正。这对于企业的发展具有重要意义。

【关键词】蒙牛乳业; 盈利能力; 杜邦分析法

1 研究背景和公司选择

1.1 研究背景

随着近年来对乳制品行业的整顿和发展,现行业已初步具备继续高速发展的条件,未来发展空间仍然可观。目前我国乳业双巨头分别是伊利和蒙牛。蒙牛用了二十年时间一跃而起成为行业领头人,二十年来和伊利不断竞争,2007年-2010年是蒙牛的高光时刻,超越伊利排行第一。但是从2011年起伊利就反超蒙牛,重回行业第一,一直到现在仍然稳居第一。蒙牛与伊利的差距也越来越大,作为曾经超越过伊利的蒙牛,为何业绩与伊利现在相差的越来越大,这一过程值得深思。面对竞争激烈的环境,要想在激流中前进必须重视企业的盈利能力。本文通过对蒙牛乳业盈利能力的分析,以及与伊利乳业的横向对比,找出蒙牛存在的问题,然后根据问题提出对应的解决方案。这对于蒙牛实现利润最大化,追赶伊利具有现实意义。同时也可以为类似乳制品企业提供参考,帮助国内乳业进一步发展。

1.2 公司选择

蒙牛乳业(集团)股份有限公司(简称蒙牛乳业或蒙牛),成立于1999年8月,总部设在内蒙古呼和浩特市和林格尔县盛乐经济园区,是国家农业产业化重点企业、乳制品行业龙头企业。蒙牛是中国领先的乳制品供应商,专注于研发生产适合国人健康的乳制品,全球乳业10强。蒙牛乳业成立以来,已形成了拥有液态奶、冰淇淋、奶粉奶酪等多品类的产品矩阵系列,拥有特仑苏、纯甄、优益C、未来星、冠益乳、酸酸乳等产品。高端UHT奶、低温酸奶份额保持领先。

2 内蒙古乳业股份有限公司盈利能力分析

乳制品行业属于快消品行业,它具有消费频率快、使用期限短、具备同质性、视觉性、流动性等特点,这使得消费者对其具有迅速、冲动、感性等消费行为。由此,在快消品行业的发展中,营销就显得非常重要。2018年到2019年蒙牛销售费用增长率为14.35%,而营业收入增长率为14.57%。伊利销售费用增长率为6.16%,而营业收入增长率为13.97%。蒙牛的销售费用增长率和营业收入增长率十分接近,这说明蒙牛的销售费用并没有起到很好的撬动作用,营销费用并没有高效拉动该公司的营业收入。

同时高额的营销费用也加大了资金压力。2019年的研发费用为2.05亿元,仅占营业收入的0.26%。说明蒙牛乳业重销售而

轻资产。蒙牛花重金营销,但是结果却不尽人意。2019年末新冠疫情肆虐,这场疫情牵动着所有人的心,大家都向受灾地区捐赠。蒙牛集团捐赠了8000万的款物,随后又追加捐赠了6.6亿产品,并将产品送往武汉医院。原本是多么伟大的善举,但是蒙牛广告却在微博等地方大肆宣传,引起了网友的批判。因此,营销时应预估风险、选择合适的策略及方式,不仅要流量更要质量,应以提升知名度、口碑为目标进行宣传。

2.1 净资产收益率对比分析

	2017年	2018年	2019年
蒙牛	9%	12.10%	15.20%
伊利	26.70%	22.90%	29.60%

由上表可知,蒙牛的净资产收益率要比伊利的低很多。

3 提升蒙牛乳业盈利能力的策略研究

3.1 改进营销方式方法,预估风险

蒙牛一向在销售上下很大功夫,但是营销结果却往往不尽人意。这与其判断和选择密不可分。疫情是其大肆宣传让本来的善举变成营销,结果差强人意。2018年蒙牛在世界杯投入20亿左右,但是梅西的表现却让这20亿打了水漂。蒙牛对广告的投入可谓是大手笔,但结果不尽人意。希望其能够预估风险,精准判断广告效果,改进其营销的方式方法,不要“出力不讨好”。可以采用新型销售渠道进行营销,比如直播,抖音等。

3.2 加强研发力度

乳制品行业营销是触达消费者的第一步,产品质量才是赢得消费者的关键。不能重营销而轻研发,应加大研发力度,用产品的品质来赢得消费者,建立属于自己的优秀品牌口碑效应。

3.3 加强资产使用效率

流动资产周转率是与伊利之间的差距,在日常管理中需要加强资产的使用效率。

3.4 调整企业负债水平

蒙牛负债水平较高,这为其带来了很大的财务风险。企业应及时关注并调整资本结构,选出最佳的筹资组合,最大发挥资金效用。

参考文献:

- [1]陈鑫子.轻资产模式下互联网上市公司盈利能力分析[J].财会通讯,2019(17):58-62.
- [2]赵燕.基于可持续增长率的杜邦财务分析体系重构[J].会计之友,2018,(6):28-32.
- [3]陈荣奎编.公司财务管理[M].厦门大学出版社,2012.