

泸州老窖盈利质量的分析及提高途径

杨 朝

西安财经大学, 中国·陕西 西安 710100

【摘 要】盈利质量作为评价上市公司市场价值的关键, 一直受到许多投资者的关注。盈利质量就是通俗意义上获取收益的质量, 它与企业本身从产品和服务中获取利益的衡量的可靠程度相关。当一个企业能有很高的收益质量, 那么大体上就可以说明该企业的整体经营水平还不错。因此, 对企业的盈利质量做出更准确的评价分析具有十分重要的意义。首先, 本文将泸州老窖 2014 年至 2018 年的财务数据作为本文的分析对象, 采用定性分析法和定量分析法, 从盈利质量的稳定性、含现量、成长性三个角度来分析泸州老窖。最后得出: 泸州老窖盈利质量的稳定性还相对不错, 但其含现量和成长性这两方面并不是很好。最后, 本文分析泸州老窖盈利质量存在的问题, 并提出相应的对策和建议。

【关键词】盈利质量; 泸州老窖; 提高途径

1 前言

从盈利质量字面意思上来说, 与收益不可分割, 它表达了企业对于经济价值的可靠度和标准。在收益的理解上有两种表达, 一种是它可以表达企业财务报表中所披露的收益数据, 另一种是可以代表企业真正赚取的利益和收入。这也表明, 收益质量的高低格外重要, 收益质量高, 它的经济后果不论过去、现在, 还是未来都是可靠的, 可信赖的。近些年来, 关于评价某企业的盈利质量的好坏, 有了更多的参考依据, 如果盈利质量比较好, 会博得投资人及债务人的信任, 这也保障了企业在战略长远发展的利益。本文主要以泸州老窖为例, 对白酒类行业的盈利质量进行分析, 为广大投资者提供参考依据。

2 泸州老窖盈利质量分析

2.1 泸州老窖股份有限公司简介

在 20 世纪 90 年代初, 泸州老窖股份有限公司就创立了, 并且时隔两个月, 在同一年 5 月份上市。这是一家一直主营业务生产、销售自家品牌的酒的企业, 一直以来都是坚信自身品牌的公司, 除此之外, 其他业务来源还包含了国内外贸易进出口业务、酿酒等。

2.2 盈利稳定性评价

本文为了能够更为精准、合理的对其盈利质量的稳定性做出有效评判, 又引进了新的指标: 净资产主营业务收益率。

表1 泸州老窖与部分上市公司 2014-2018 年净资产主营业务收益率

	2018	2017	2016	2015	2014
泸州老窖	29.06%	26.75%	23.17%	18.38%	9.75%
贵州茅台	46.77%	44.23%	33.07%	35.32%	43.42%
五粮液	30.40%	25.70%	19.67%	19.21%	20.44%
洋河股份	26.92%	20.73%	15.01%	34.54%	30.00%
山西汾酒	35.00%	26.27%	19.18%	17.83%	13.20%

从表 1 可以看出, 泸州老窖从 2014-2018 年这五年间, 该企业的净资产主营业务利润及净资产主营业务收益率呈现出持续上升的趋势。一方面是因为泸州老窖扩大自己的营业规模, 将 2015 年的主营业务收入 69 亿元提高至 2018 年的 130.5 亿元, 同时将成本由 34.92 亿元降至 29.34 亿元, 这就导致了近 5 年来的营业利润在不断变大; 另一方面是因为平均净资产从 2014 年的 150 亿元增长到 2018 年的 214 亿元, 近 5 年泸州老窖发展迅速,

主营业务利润的增长飞快, 接近突破了 290%, 平均净资产增长率也达到了 40% 多, 前者增长的速度相对于平均净资产要更快些。当然, 由于企业之间实力差距等因素, 导致了泸州老窖在该指标下的峰值仍然低于贵州茅台的最低值。但纵向对比来看, 泸州老窖盈利质量的稳定性还不错。

3 提升泸州老窖盈利质量的建议

3.1 调整产品结构, 稳定盈利含现量

首先, 泸州老窖应尽快清理对公司贡献不大且有损品牌价值的中低价位产品, 全面解决产品体系过于复杂而对公司带来的不利影响。虽然清理的中低价位酒, 会使企业的营业收入出现短期下降的趋势, 但从公司战略长远发展来看, 对扩大产品影响力、提高公司知名度以稳定盈利收现水平有着重要意义。其次, 公司应该尽快明确高价白酒的重要市场定位, 在保障部分剩余低价酒市场的基础上, 加大力度开拓高价酒销售市场, 从而使高价白酒重新为企业创造超额的利润。

3.2 改进营销模式, 减少销售费用支出

首先, 泸州老窖不应将实体店、经营店等全部建设于一二线城市, 应逐渐向三四线城市大力推广, 因为这样不仅可以使消费者更方便的买到商品, 同时节省了许多广告宣传费的非必要开支, 可以使消费者亲自体检产品的好坏。这种营销模式下泸州老窖可能会获得更多市场, 从而吸引新的消费者购买。其次, 加大人力销售的培训, 使卖家与买家直接进行面对面交流, 对各个产品的销售状况及评价得到有效反馈, 及时判断某个产品的发展周期, 便于公司做出相应调整, 也就避免了销售费用在营业收入中占比过高的问题。

参考文献:

- [1] 刘子嘉, 梁利辉, 陈一君. 酒类上市公司股权集中度与公司绩效关系研究[J]. 价值工程, 2015(1): 17-19.
- [2] 储一昀, 王安武. 上市公司盈利质量分析[J]. 会计研究, 2000(09): 31-36.
- [3] 岳晓平. 施工企业应收账款管理之探讨[J]. 内蒙古煤炭经济, 2011(8): 53.
- [4] 姚慧雯. 五粮液盈利质量研究[D]. 中国财政科学研究院硕士论文 2018.