

青青稞酒国际化战略的分析

——基于财务视角

李欣颖

中国银行股份有限公司沂水支行, 中国·山东 临沂 276400

【摘要】本文以青青稞酒作为研究对象,从财务视角出发,以企业战略管理、国际化等相关的理论知识,通过案例分析和文献分析相结合的方法,综合考察了青青稞酒的发展状况,提出切实可行的方案。

【关键词】青青稞酒; 国际化战略; 财务视角

Analysis on the Internationalization Strategy of Highland Barley Wine

—Based on a financial perspective

Li Xinying

Bank of China Limited Yishui Sub-branch, Linyi, Shandong 276400, China

[Abstract] This paper takes the highland barley wine as the research object, from the perspective of finance, with the theoretical knowledge of enterprise strategic management, internationalization, etc., through the method of combining case analysis and literature analysis, to comprehensively investigate the development of highland barley wine, put forward practical solutions.

[Key words] Highland barley wine; International strategy; financial perspective

引言

随着经济的快速发展和全球一体化进程的加快,人们的物质生活越来越丰富,生活水平也越来越好,其中最突出的就是人们对酒的需求。自新中国成立以来,我国拥有的酒类企业逐渐增加到3.8万家,产量也从最初的10.8万吨增长到2020年的992.07万吨。然而,酒类行业在发展的过程中却存在诸多的问题,比如:市场供过于求、存货周转率过低、原材料积压过多等。正是这些问题的存在严重影响了酒类行业的生存和发展。

基于此,本文从财务视角对青青稞酒进行了实证分析,运用企业战略管理、国际化等相关理论,结合2015-2019年的财务数据进行详细的分析,对青青稞酒国际化战略进行深度分析和成因分析,并结合实际,提出一些具有可操作性的建议,为今后青青稞酒的发展提供有利的帮助,也进一步规范酒类行业的市场环境。

1 公司简介

青青稞酒是一家白酒公司,主要从事青稞酒的研发、生产和销售,主要产品包括互助、天佑德、八大作坊、永庆和等系列,并拥有四家全资子公司和两家控股公司。2020年公司实现营业收入7.64亿元,同比减少39.07%,净亏损1.15亿元,同比减少418.66%。白酒产量1.16万吨,同比减少35.6%,库存量4410吨,同比增长7.33%。其中,青海省内实现了4.79亿元的销售,完成了65.13%的营业额。2021年1-3月实现营业收入3.79亿元,同比增长86.91亿元,净利润7143万元,同比增长1630%。

今后,公司将继续坚持以市场为主导,以消费升级为契机,提供安全、高质量、高性价比的青稞酒,为“健康持续,全球品牌”的经营宗旨而奋斗。

2 青青稞酒内外部环境分析

企业的战略环境分析主要有:外部环境分析、内部环境分析和SWOT分析。

下面,主要介绍外部环境分析和内部环境分析。

2.1 外部环境分析

2.1.1 政治法律环境因素分析

一是政治环境的影响:近年来,国家对于酒类的需求越来越

越大。目前,我国白酒产业发展的政策包括:控制总量,扶优限劣,控制高度酒发展,促进发酵酒和低度型白酒,支持发展果品和非谷物类饮料。从2009年下半年开始,我国开始实行严格的消费税制度,对白酒的流通进行了严格的管理,对白酒企业进行了注册登记,禁止对未成年人出售;警方也在严管交通法规,把酒后驾车上升到违法;八条规定、六条禁令,出台一系列限制三公消费的政策,对整个白酒行业都有很大的冲击。

二是相关法律法规的影响:《酒类广告管理办法》第七条、第九条对酒类广告的规章制度,致使白酒的广告涨价。目前,我国已颁布了有关行业的行业标准,如《酒类商品零售经营管理规范》和《酒类商品批发经营管理规范》。《酒类流通管理办法》的颁布,将会对白酒产业的经营行为起到一定的促进作用。

2.1.2 经济环境因素分析

国内生产总值、储蓄存款、个人收入等是影响我国经济发展的主要原因。其中,按照国家统计局的数据,2017年中国GDP达到了820754亿元,首次超过80万亿元,比2016年增加了0.2个百分点。人均GDP也在持续增长,人民的生活水平也在提高,而随着我国餐饮业的发展,对整个行业的发展起到了很大的推动作用。另外,由于中国的传统观念和人口结构,居民的收入和储蓄的增加之间存在着正相关。

2.1.3 社会文化环境因素分析

我国的白酒消费量可以说是全球第一。而我国的白酒文化,最早可追溯至殷商时代,距今已有3000余年。自古以来,文人墨客都是以美酒为伴,创造出许多绝妙的诗篇。除此之外,在当今的生活中,白酒起着举足轻重的作用,成为人们庆祝生日、婚庆等活动中不可或缺的一员。

2.2 内部环境分析

2.2.1 多元化战略分析

青青稞酒的全资子公司于2013年12月与美国Sundown Ranch LLC签署了一项关于收购商用物业的合同。该交易允许青青稞酒公司在美国Sundown Ranch酒庄的收购,该公司将拥有2200平方米的酿酒工厂,583公顷的酿酒场地以及1400平方米的地底酒窖。当前情形,在人民币持续升值的情况下,原料的成本也

在不断攀升。公司以内部营销公司与美国合资公司进行业务开拓, 扩大公司的业务范围, 增强公司的竞争能力。

2.2.2 组织结构分析

根据公司的经营理念, 青青稞酒已形成与公司发展相适应的组织架构。其子公司在其职权范围内, 根据母公司的统一经营思想, 建立决策、执行、反馈等制度, 并健全相应的组织架构。公司董事会决定对公司的组织结构进行调整, 以使公司的管理水平和运作效率得到进一步的改善。

2.2.3 人力资源分析

青青稞酒在发展过程中, 通过科学地计划和引入外聘高素质的人员, 使之适应公司的发展需求, 确定公司在中短期和中长期需要人才的种类和数量结构, 为公司的发展提供专业化、有效的人才。

3 存在的问题及原因分析

3.1 存在的问题

3.1.1 投资类型单一, 投资回报率较低

从表 1-1 可以看出, 青青稞酒在投资活动中的净现金流为负, 但是 2019 年除外。投资活动所带来的资金流动具有波动性, 除在 2019 年大幅增加外, 其他年份的投资活动净现金流均表现欠佳。而在 2019 年的大幅增加, 主要是由于在这一时期内, 金融产品的投资有所下降。

表 1-1 青青稞酒 2015-2019 年投资活动产生的净现金流量表
(单位: 万元)

	2015	2016	2017	2018	2019
投资活动产生的现金流量净额	-317	-473	178	-25	61

资料来源: 巨潮资讯网

此外, 青青稞酒的一些转型工程并没有实现预期的效益, 特别是在 2017 年, 青稞酿酒技术改进计划与目标盈利之间的差额高达 71.43%。而它所投资的子公司, 也在不断亏损。

3.1.2 营运资本周转速度较慢, 管理效率低下

青青稞酒的经营资金总体上处于低效状态, 各种经营资金的流动速度相对缓慢。特别是在较大规模的存货、应收账款等较大的项目中, 总体周转比率出现了明显的下滑。

表 1-2 青青稞酒应收账款周转率、存货周转率

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019
应收账款周转率	104.144	83.493	98.564	44.273	34.795
存货周转率	0.827	0.781	0.679	0.617	0.522

资料来源: 巨潮资讯网

从表 1-2 可知, 青青稞酒应收账款周转率、存货周转率在 2015-2019 年间均呈现下降趋势, 而应收账款周转率则出现了显著下滑。应收账款周转率下降与最近五年应收账款增长密切相关。此外, 由于国家政策和产业环境的改变, 青青稞酒的销售收入出现了下降。

3.1.3 营运战略过于保守, 持有高额营运资金净额

表 1-3 青青稞酒 2015-2019 年流动资产、流动负债

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019
流动资产	1387	1652	1270	1536	1381
流动负债	363	678	346	539	426

资料来源: 巨潮资讯网

从表 1-3 我们可以发现, 从 2015 年到 2019 年公司都保持大额的营运资金, 即流动资产远远大于流动负债。2015-2019 年中大多数年份流动资产都在流动负债的 3 倍以上。青青稞酒的融资成本很高, 尽管它可以极大地提高公司的流动资金, 也保证了公司的债务偿还, 但公司的运营资本额较高, 造成了较多资金不能充分利用。因此, 青青稞酒的经营策略太过保守, 使其拥有运营资本的费用有所上升。

3.2 原因分析

青青稞酒在实现国际化战略的过程中存在的问题并非是偶然的, 那么究竟是什么原因导致这些问题的发生呢? 下面, 将从以

下几个角度进行分析。

3.2.1 企业管理人员缺乏主动性

企业管理人员缺乏主动性是导致青青稞酒股份有限公司问题发生的关键因素。目前, 尽管我国加大了对企业人员专业胜任能力和教育程度的要求, 但是有很多的企业人员很难适应社会经济发展的要求。虽然青青稞酒对于人才的选拔制定了较为严格的要求, 也一直强调忧患意识, 但是迫于大环境的影响, 也难以避免对专业技能的缺少且不主动的能力。长期来看, 管理者若没有积极性, 将会导致公司的经营陷入困难之中。

3.2.2 市场空间较小, 发展受限

近年来, 青青稞酒多项举措都是以“生态”“高原”“青稞”等概念向外扩展, 这是青青稞酒发展的最有价值的东西。但是综合来看, 这一核心价值有被滥用的嫌疑。此外, 青青稞酒作为西北地区的名牌企业, 在品牌传播力、市场管控能力、产品营销能力上都比较弱。因此, 总体来看, 青青稞酒的发展空间较小, 不利于长远发展。

3.2.3 公司国际化战略不合理

尽管青青稞酒在最近几年的发展过程中有一定的进步, 但是要想真正走向国际, 走向世界还是存在一定的困难。因为公司在国际化战略管理制定方面存在片面性的做法, 无法适应整个行业的高速发展。

4 研究结论与政策建议

通过以上分析, 我们可以得出结论: 尽管青青稞酒在发展的过程中有所进步, 但是仍然存在诸多的不足之处, 比如投资类型单一, 投资回报率较低, 营运战略过于保守等。针对以上问题, 并结合企业实际, 给出了如下对策。

4.1 改进营运战略, 提高管理效率

青青稞酒在发展的过程中因营运战略过于保守而增加了不必要的持有现金的成本, 要想得到答案, 必须深入研究, 并根据实际, 不断地深入分析, 改进营运战略, 尽可能的将战略与公司实际、行业发展相适应, 降低生产费用, 提高经营效益, 推动公司长期发展。

4.2 加强财务信息化建设

要综合分析公司的状况, 才能做出整体的规划。要对财务的建设进行全方位的剖析, 对建设的方法、程序和范围等进行彻底的把握, 方能保证有秩序、有计划地、稳步地进行信息建设。另一方面, 要把短期和长期目标联系起来, 各部门各司其职, 推动公司发展。

4.3 加大创新力度

在激烈的竞争环境中, 企业要知道“模仿从来都不能获得市场的认可”。企业要想在激烈地竞争中占据优势, 必须进行关键技术地开发和革新。青青稞酒要加大自身的技术创新, 加大人力、物力和财力投入, 研究开发和应用关键技术, 以满足客户的需要, 生产出优质的青青稞酒。

5 结论

基于以上研究, 笔者希望能够为青青稞酒的发展提出一些宝贵的建议, 不断提高公司的管理水平, 改善经营质量, 促进行业的高效发展, 从而实现企业的国际化。

参考文献:

- [1] 阎娜, 党鹏. 青青稞酒更名转型谋求全国化突围 [N]. 中国经营报, 2022-01-17 (D02).
- [2] 汪千千. 青青稞酒公司财务绩效存在的问题分析 [J]. 河北企业, 2020 (02): 13-15.
- [3] 陈怡颖. 基于财务战略矩阵的青青稞酒财务战略优化研究 [D]. 兰州财经大学, 2019.

作者简介:

李欣颖 (1995.01-) 女, 汉, 硕士研究生, 研究方向: 公司治理。