**《财务报表阅读与分析》大作业——小组作业**

**以酒鬼酒为例（股票代码：000799）**

**一、行业分析**

**1、整体分析**

白酒是一款蕴涵着浓厚的中国文化产品，在人们日常消费中具有着不可替代性的作用。目前，中国有37000多家白酒生产企业，30000 多个白酒品牌。年产量超过500万元以上的企业有 1200 家左右。其中白酒销售额三分之一在四川，三分之一在河南、安徽、山东、广东，其它三分之一分部在余下的省份销售。

从**宏观环境**上分析白酒行业，我国近年来经济高速发展，人民生活水平逐步提高，总体消费水平持续增长，因此白酒行业始终处于高位运行，在价格上也出现上涨趋势，此外，我国白酒生产遍布全国各地，不同品牌地区所产酒各有特色。从历史角度来看，中国白酒文化源远流长，我国拥有五千年的酿造史，酿造工艺已于世界先进水平。

从**微观环境**分析，人们对于白酒的消费性位具有明显的社会群体性需求特征，不同的消费者由于个人收入差别较大，所处的社会阶层不同，表现在酒类消费行为中，各阶层之间有着非常明显的层次性。如高端酒类一般是高收入阶层或集团消费为主，而中低档酒类更加大众化、家庭化。人们对于中低端酒类更加关注白酒性价比，而对于高端酒更加关注白酒价格。白酒的社交属性与白酒文化也造成了白酒消费表现的地域性特征以及销售的淡旺季之分。

在2019年5月，中共中央、国务院发布了《关于深化改革加强食品安全工作的意见》，该意见提出要推动食品产业高质量发展，引导食品企业延伸产业链条，建立优质原料生产基地及配套设施，加强与电商平台深度融合，打造有影响力的百年品牌，这大大促进了饮料行业的发展和国产饮料品牌的崛起。此外随着饮料行业的不断向前发展，信息化的大量运用使产品销售过程更加清晰透明，有助于将产品的生产与销售紧密结合，加快行业的升级。此外，互联网的应用，也带来了营销上的创新，使定制化、个性化等方案更易实现，多方位贴合消费者需求，综上所述，可以看出目前有国家政策支持大力推动行业发展，未来中国饮料行业发展前景十分广阔。

酒鬼酒始建于1956 年的吉首酒厂，酒鬼酒股份有限公司 1997 年 07 月上市，公司股票上市地为深圳证券交易所，证券代码为 000799，股票简称“酒鬼酒”。酒鬼酒起源湖南，目前已经成为湖南省最具形象档次的品牌，在本地具有很强的品牌优势，同时该企业深度布点全国市场，在广东、北京、河北、天津、东北地区等区域的重点市场以及湖南板块、山东板块等板块市场均有较大的市场空间。

**2、PEST分析**

2.1 政策因素

从1988年白酒价格开放后，行业政策对白酒的影响极大。从2006年粮食白酒，薯类白酒的比例税率统一为20%，到2012年的限制三公消费引爆白酒洗牌，又有中央印发的白酒行业发展十四五规划纲要明确要求到2021年白酒行业将增加25%，各地方出台了地方政策，提高白酒行业渗透率。2020年白酒行业市场享受政策红利，国务-院政府报告指出白酒行业将会有利于提高民众生活质量。

2.2 经济因素

2020年居民人均可支配收入3959元，同比增长4.5%，居民消费水平的提高为白酒行业市场发展提供经济基础。白酒行业持续的火热需求和资本利好使得白酒行业发展长期向好。下游行业交易规模增长，为白酒行业提供充足的发展动力。

2.3 社会因素

中国的白酒历史悠久，拥有上千年的历史，早在商朝时期，中国就已经掌握了利用酒曲酿酒的技术。中国的酒文化源远流长，几乎在所有的场合都离不开酒。受近年来出现的一系列的食品安全，人们越来越关注食品安全，越来越注重消费的安全和健康。同时全球化、信息化、国际互联网改变了人们的观念和思维，消费中追求自我、追求时尚、追求个性，传统的白酒产业如何培养新一代忠实的消费者成为了白酒企业所面临的巨大挑战。

2.4 技术因素

工业技术的发展，赋能白酒酿造，白酒的质量产量有巨大提升。近年又有科技赋能、大数据、人工智能、云计算、5G等逐步从1、2线城市发展到3、4线城市，实现白酒行业科技体验的普及化。白酒行业引入 ERP、0A等系统，优化信息化管理施工环节，提高了白酒行业效率，降低了生产成本。

**二、竞争分析**

波特五力模型将大量不同的因素汇集在一个简便的模型中，以此分析一个行业的基本竞争态势。五种力量模型确定了竞争的五种主要来源，即供应商和购买者的讨价还价能力，潜在进入者的威胁，替代品的威胁以及来自在同一行业的公司间的竞争。

**1、同行业竞争**

酒鬼酒则以湘泉酒的特有工艺为基础，集中国内各大名酒精华而形成自己的独特风格，在质量、包装、价格、效益上均居同行业前列，代表了白酒今后的发展方向。目前国内白酒行业已存在4万多家酿造企业，但生产能力超过10000吨规模的企业较少，优质高档的白酒产量少，而普通低档白酒产量已近饱和，企业间的竞争十分激烈，尽管本公司的产品属于名优高质产品，但行业内存在的竞争风险仍可能增加公司的生产成本。

**2、替代品的威胁**

酒鬼酒的主要产品为采用高粱、糯米、大米、小麦和玉米五粮为原料进行酿造的白酒。其替代品众多，包括知名白酒厂商茅台、五粮液、国窖等。对于白酒这一行业，其替代性主要与其品牌商誉有关，内参酒定位高端，与茅台、五粮液、国窖等一起角逐高端酒阵营，是中国高端白酒第四大品牌，其被替代的威胁不大。同时，2016年中粮集团入股，给与酒鬼酒公司一个稳定发展的环境，并保持了战略的稳定性。

**3、新进入者的威胁**

整体而言，新进入白酒行业的厂商由于品牌口碑等壁垒，难于威胁到白酒大厂。因此本项威胁基本不存在。

**4、上游公司议价能力**

包装和粮食是白酒产业最主要的生产成本，分别占40%和20%左右。所以白酒行业的的供应商一般主要为包装和粮食。酿酒行业的上游主要是粮食生产基地，近年来根据国家的产业政策，粮食价格不断上涨，而且由于物价的上涨，供应需求的不平衡导致能源的价格也是不断攀升。因此供应商的讨价还价能力较高。但同时，白酒制造业在面对极其分散的粮食和包装供应物时具有较强的讨价还价能力，而对于白酒普遍存在的高毛利率，我们认为生产成本的变动并不会过多影响企业盈利能力。

**5、下游买方的议价能力**

当前白酒的零售终端价格一般相当于其出场价的2倍，正是由于整个白酒行业的暴利，使得生产厂商和销售渠道之间并没有出现激烈的争夺利润的情况。著名白酒生产企业对下游渠道有一定的议价能力。白酒行业中买方的侃价能力依据不同层次的品牌而定：目前白酒市场上，白酒品牌两极分化明显，可分为：高端品牌，中低端品牌。对于高端品牌则凭借其垄断地位的优势、历史文化优势、品牌的优势、中国消费者追求高档次心理及一些政府政策的倾斜，牢牢掌控着定价权。

因此整体而言酒鬼酒作为高端白酒之一，仍然具有较强的议价能力。综上所述，酒鬼酒的竞争主要来源于同行业的替代品的威胁，需要关注其与茅台、五粮液、国窖等知名白酒厂商的市场占有情况以及品牌声誉趋势。

**三、战略分析**

**1、SWOT分析**

1.1 优势：

（1）产地湘西，气候适宜酿酒工艺，所产白酒质量高，并且酿酒工艺独特；

（2）作为湖南省大品牌在湖南当地消费者中具有极高的知名度和美誉度；

（3）公司的“聚焦”战略使资源的优化配置更加优化和集中；

1.2 劣势：

（1）在外省的品牌认知度不够广泛；

（2）垂直销售网点占比较小；

（3）在销售过程缺乏重视，管理和监管有所缺失，假酒泛滥；

（4）年销售量与同等档次酒类仍有较大差距；

1.3 机会：

（1）对外市场较为开放；

（2）随着人们消费水平不断提高，公司销售额能够进一步增加；

（3）国家提倡的经济增长方式由投资向消费转变；

（4）地方政府的大力支持；

1.4 威胁：

（1）地方政府对当地酒类企业的保护是一把双刃剑，在一定程度上限制了酒鬼酒在外省的发展；

（2）消费群体对品牌的忠诚度还需时间的检验，消费群体存在萎缩的可能；

（3）销售渠道假酒猖獗,扰乱了白酒市场秩序，消费者品牌信任度降低

1. 其他品牌酒类对于市场竞争激励

**2、战略选择**

2.1 总体战略

酒鬼酒的总体战略是收缩战略，即集中自己的优势，更加集中于白酒市场，重点打造内参酒、红坛酒鬼酒、50度酒鬼酒三个核心支柱大单品。

2.2 战略联盟

酒鬼酒与湖南新鸿基贸易有限公司形成了战略联盟，在2015年1月8日联手在长沙主办了“振兴湘酒·荣耀二十0暨“酒鬼酒·荣耀二十”战略签约仪式和新品发布会”。

这个联手，体现出酒鬼酒“聚焦湖南”的深耕战略，也代表了酒鬼酒品牌形象和渠道公信力的重塑，在有中粮集团的投资之后，和新鸿基进行战略联盟，有利于通过优势渠道资源的整合从而释放品牌势能。

2.3 业务战略

在业务上，酒鬼酒的战略集中化战略。主要体现是两个都要做，两手都要抓。一方面，继续做透做大湖南市场，全面巩固湖南市场的基础“根据地”地位，巩固酒鬼酒“湘酒第一品牌”的领导者地位；另一方面继续推行省外重点市场品牌平台商招商模式，实现了多渠道建设与直控终端建设并举，推动渠道下沉深入将地区的重点县级市场基础做实、做透、精耕细作。

2.4 职能战略

在职能战略上，酒鬼酒的战略主要有3点：

（1）价格刚性，情感营销——实行以价格刚性为基础的营销过程管理；并进行顾客、客户、厂家三位一体的情感营销。

（2）公司运营和管理上，不断探索、提升公司的治理水平新模式、新措施，强化激励机制，增加员工主观能动性，从而不断完善企业运营和管理机制；进一步加强企业内部控制，加强危机和风险管理，强化目标定额管理，提升运营效率，从而科学有效地控制成本。

（3）团队建设上，进一步提升内部激励和约束机制，全面建立有忠诚度、使命感、执行力、道德观的管理、生产、科研和销售团队。

2.5 战略实施效果

根据近五年酒鬼酒财务报告可以看出，酒鬼酒股价持续高速上升，每年扣非净利润增长率高于20%，总资产报酬率也持续增长，这说明公司的战略执行效果非常好。

四、会计分析

五、财务分析

六、预测分析

七、估值分析