

第十二周作业

3 组-吴桂红

一、作业题

案例分析题

1、 根据洋河股份公司最近一年年报中的“经营情况讨论与分析”章节，分析如下内容：公司的收入变动是否异常？如异常，查找其原因？分析收入、成本、毛利率、根据分析结果总结公司经营的优势和劣势。（100 分）

一、 产品分析

通过官网，可以看出洋河股份有以下系列的酒类产品：

蓝色经典系列 洋河大曲酒系列 洋河老字号系列 珍宝坊 葡萄酒

二、 营业收入分析

第四节经营情况讨论与分析

一、概述

2019年，面对复杂多变的宏观形势和持续增多的困难挑战，公司深入贯彻“风变稳掌舵，远行扬满帆”的总体思路，积极应对变化，主动调整转型，全面实施“1246”工程，推动企业在营销调整转型中平稳发展。主要表现在以下四个方面：

一是“稳进”兼得。2019年，公司实现营业收入231.26亿元，归属于上市公司股东的净利润73.83亿元，总体业绩继续保持行业前三。公司坚持以消费者导向重新定义“好酒”内涵，按酒分等分级模式实现重大变革，原酒绵厚度显著提升，香气复合感、层次感更加突出，酒体丰满度、绵厚度超越历史；立足产品个性化、差异化、特色化，成功打造出梦6+、苏酒头排酒、洋河1949封坛酒、双沟珍宝坊封坛酒等多款好产品，赢得社会各界高度赞誉。

二是“内外”兼修。2019年，公司建立“大基酒组合”技术体系，加大技术课题攻关和科研平台建设力度，基酒战略储备和技术研发能力明显增强，技术创新优势持续放大。公司以高效传播为核心，推进品牌分级管理，实施低成本、精准和整合传播，品牌形象不断提升，先后荣获“中国轻工业科技百强企业”白酒第一名、“2019最具价值中国品牌100强”，诠释了中国高端白酒的品质与价值。

三是“攻守”兼备。2019年，公司不断突破思维定式，深入推进创新驱动，为持续发展注入新动力。4.0版智慧酿造车间、包装智能工厂MES系统和财务信息化系统相继投入使用，营销数字化转型取得显著成效。公司坚持以效益、效率提升为导向，打造科学高效的管理体系，机制自发稳中有进，全员改进闭环管理，长效检查务实高效，增收节支全面达标，组织裂变和营销阿米巴精细落地。

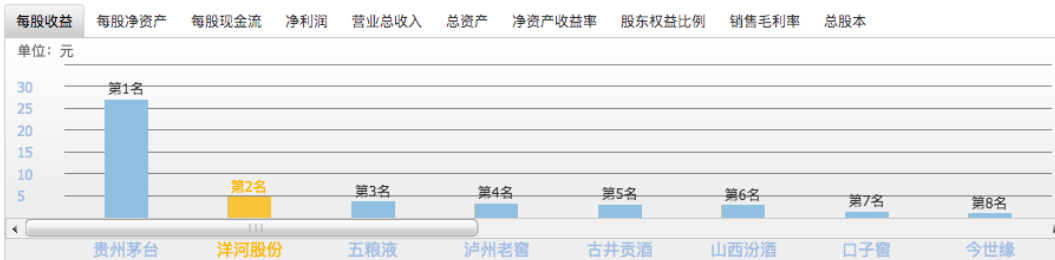
四是“点面”兼顾。2019年，公司紧密围绕文化建设“创一流，争第一”工作思路，拓展企业文化发展新境界，洋河地下酒窖、老窖池群及酿酒作坊先后入选全国重点文物保护单位和国家工业遗产名单，全行业单体规模最大的陶坛库顺利封顶，“一轴一带，一核十四馆”中国白酒活态博物馆群全面建成开放，大事件影响凸显，公司先后成功举办“洋河1949 献礼祖国”封藏大典、“谷雨论坛”、“中国头排酒开窖节”等业内极具影响力的文化盛宴，同时积极参与国际国内重要活动，获得了广泛认同与赞誉。

1、 营业收入规模分析

行业地位

三级行业分类：食品饮料 -- 饮料制造 -- 白酒（共 18 家）

报告期 2020-09-30



注：当前行业中超过30%的个股发布了最新一期报告时进行数据统计。新股因未公布季报而不加入排名。

查看详细报告

在行业中排名第二，在行业还算比较好的

2. 营收收入增长率分析

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
营业收入	160.52	171.83	199.18	241.60	231.26
营业收入增长率	9.41%	7.04%	15.92%	21.3%	-4.28%

2015 年至 2018 年收入稳定增长，2019 年减幅为 4.28%。需要查找异常原因。

查找收入细分看哪一类收入下降导致总收入增长率下降：

1) 按行业

单位：元

	2019 年		2018 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	23,126,476,885.07	100%	24,159,801,994.68	100%	-4.28%
分行业					
酒类行业	22,161,278,307.05	95.83%	23,186,902,149.00	95.97%	-4.42%

11

C
www

江苏洋河酒厂股份有限公司 2019 年年度报告全文

其他业务	965,198,578.02	4.17%	972,899,845.68	4.03%	-0.79%
------	----------------	-------	----------------	-------	--------

可以看出酒类行业的营收减少导致总收入减少

2) 按产品

分产品	2019 年	占营业收入比重	2018 年	占营业收入比重	同比增减
白酒	21,967,044,396.58	94.99%	22,913,294,724.76	94.84%	-4.13%
红酒	194,233,910.47	0.84%	273,607,424.24	1.13%	-29.01%
其他	965,198,578.02	4.17%	972,899,845.68	4.03%	-0.79%

可以看出主要是红酒营业收入减少导致总收入减少

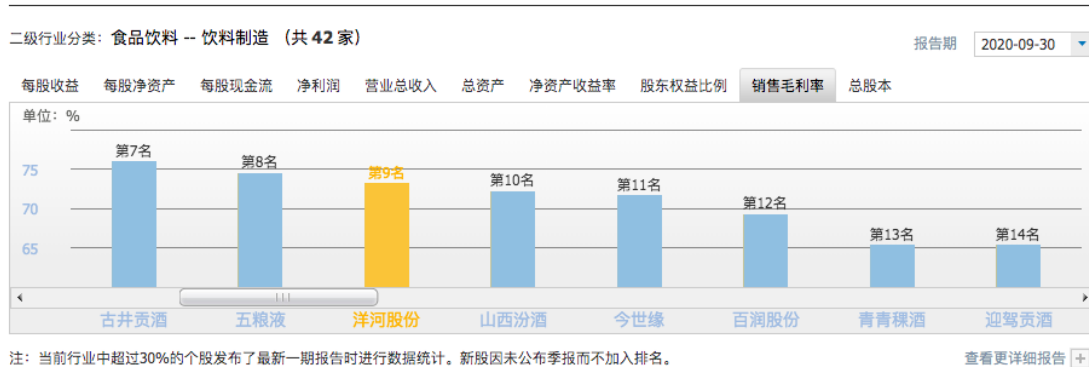
3) 按地区

分地区					
省内	11,011,399,137.52	47.61%	12,326,360,162.73	51.02%	-10.67%
省外	12,115,077,747.55	52.39%	11,833,441,831.95	48.98%	2.38%

可以看出主要是省内营销收入减少导致总收入减少

三、毛利率

1、毛利率排名



在行业中毛利率排名第 9 名

(2) 占公司营业收入或营业利润 10% 以上的行业、产品或地区情况

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
酒类行业	22,161,278,307.05	5,772,779,588.18	73.95%	-4.42%	4.44%	-2.21%
分产品						
白酒	21,967,044,396.58	5,643,498,376.83	74.31%	-4.13%	4.65%	-2.16%
分地区						
省内	10,299,457,647.02	3,007,670,574.12	70.80%	-11.30%	0.77%	-3.50%
省外	11,861,820,660.03	2,765,109,014.06	76.69%	2.48%	8.74%	-1.34%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

☐ 适用 ☒ 不适用

毛利率在 70% 以上，算是还可以的。

2、毛利率变动

从上表可以看出毛利率减少是由于收入减少的同时成本增加，关于收入减少的原因在上一步已经进行了分析，这一步主要分析一下成本增加的原因。

(5) 营业成本构成

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2019 年		2018 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
酒类		5,772,779,588.18	87.12%	5,527,417,445.92	87.00%	4.44%

单位：元

产品分类	项目	2019 年		2018 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
酒类	直接材料	4,284,348,458.13	64.66%	4,397,294,002.46	69.21%	-2.57%
酒类	直接人工	904,555,426.95	13.65%	597,717,848.21	9.41%	51.33%
酒类	燃料动力	226,377,369.91	3.42%	246,871,521.50	3.89%	-8.30%
酒类	制造费用	357,498,333.19	5.40%	280,144,635.22	4.41%	27.61%
酒类	消费税及附加			5,389,438.53	0.08%	-100.00%

说明

直接人工同比增幅51.33%主要系本期公司员工工资提高，致使直接人工相应增加所致。

消费税及附加同比降幅100%主要系本期公司产品生产没有委托加工方式计提消费税所致。

说明：

直接人工同比增幅 51.33%主要系本期公司员工工资提高，致使直接人工相应增加所致
消费税及附件同比降幅 100%主要系本期公司产品生产没有委托加工方式计提消费税所致。

四、经营优劣势分析：

通过以上三个方向（收入、成本、毛利率）的分析，可以得出以下优劣势：

优势：

1、品质优势。

2008 年 6 月，《地理标志产品-洋河大曲酒》（标准号为"GB/T220406-2008"）首次将"绵柔型"这一洋河特有的类型写进了国家标准。

2、人才优势。

公司拥有 31 名国酒大师，69 名省级品酒委员，1862 名技术类人员，拥有 10 个国家和省级技术研究开发平台，技术技能人才优势明显，为公司绵柔品质不断提升提供技术保障。公司设计的绵柔酒代表产品，梦六国际版、双沟珍宝坊·封坛酒获 2019 年度中国白酒酒体设计奖。

3、品牌优势。

公司作为老八大名酒，是中国白酒行业唯一拥有洋河、双沟两个中国名酒，两个中华老字号，洋河、双沟、蓝色经典、珍宝坊、梦之蓝、蘇等六枚中国驰名商标的企业。公司以 90.6 亿美元入选世界知名品牌价值研究机构 Brand Finance 发布的"2019 全球烈酒品牌价值 50 强"排名全球第三。2019 年，在 World Brand Lab 发布的《中国 500 最具价值品牌》中以 560.82 亿元的品牌价值位居第 84。

劣势：

- 1、销售成本增加
- 2、红酒的销售比较慢

2、根据嘉寓股份公司最近一年年报中的“经营情况讨论与分析”章节，分析如下内容：公司的收入变动是否异常？如异常，查找其原因？分析收入、成本、毛利率、根据分析结果总结公司经营的优势和劣势。（100 分）

一、 产品分析

通过官网，可以看出嘉寓股份有以下产品：

公司主营业务分为节能门窗幕墙、太阳能光伏和高端智能装备三大体系。

二、 营业收入分析

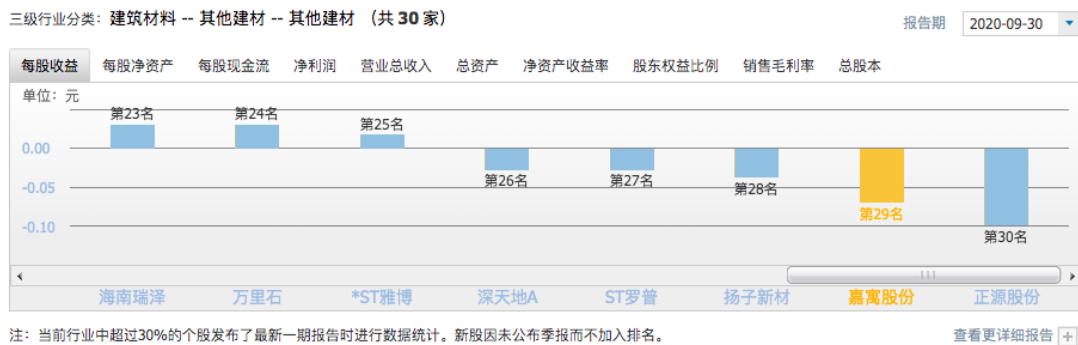
第四节经营情况讨论与分析

一、概述

在房地产调控政策持续背景下，公司制定了稳健经营、防控风险的总体经营策略，由规模增长调整为审慎拓展市场，持续优化客户结构，保障合同回款。报告期内，实现营业收入34.37亿元，同比下降19.21%；实现回款36.53亿元，同比下降2.14%，实现利润0.26亿元，同比下降56.50%。

报告期内，公司围绕防控风险、加强内控管理、提高企业获利能力等方面，主要完成了以下几个方面的工作：

1、 营业收入规模分析



2、 营收收入增长率分析

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
营业收入（亿元）	20.98	21.52	29.29	42.55	34.37
营业收入增长率	14.43%	2.58%	36.13%	45.21%	-19.21%

2015 年至 2018 年收入稳定增长，2019 年减幅为 4.28%。需要查找异常原因。

查找收入细分看哪一类收入下降导致总收入增长率下降：

1) 按行业

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年 同期增减	营业成本比上年 同期增减	毛利率比上年同 期增减
分行业						
建筑装饰	2,827,939,786.47	2,381,275,448.32	15.79%	-16.51%	-17.85%	1.38%
光伏产业链相关 业	414,102,738.89	363,542,186.70	12.21%	-40.30%	-38.85%	-2.08%
智能装备制造	152,086,740.94	106,891,293.98	29.72%	10.98%	53.59%	-19.50%
其他	43,068,880.81	36,826,068.76	14.49%	0.87%	0.39%	0.48%

主要是建筑和光伏产业链相关业的收入减少

2) 按产品

分产品						
门窗	2,150,104,450.63	1,810,224,023.98	15.81%	-20.83%	-22.46%	1.77%
幕墙	677,835,335.84	571,051,424.34	15.75%	1.00%	1.23%	-0.19%
光伏组件	300,912,828.76	287,377,486.68	4.50%	-6.68%	-2.14%	-4.43%
光伏 EPC 工程	113,189,910.13	76,164,700.02	32.71%	-69.51%	-74.68%	13.75%
专用设备销售收 入	152,086,740.94	106,891,293.98	29.72%	10.98%	53.59%	-19.50%

主要是门窗、光伏 EPC 工程收入减少

3) 按地区

分地区						
华南	834,926,485.75	724,032,077.37	13.28%	-11.18%	-12.34%	1.15%

18

北京嘉寓门窗幕墙股份有限公司 2019 年年度报告全文

华北	1,359,024,647.56	1,108,253,633.88	18.45%	-15.47%	-13.31%	-2.03%
华东	1,198,349,102.24	1,017,863,103.63	15.06%	-11.36%	-15.16%	3.80%
西北	1,829,030.75	1,560,114.12	14.70%	-99.42%	-99.40%	-3.93%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

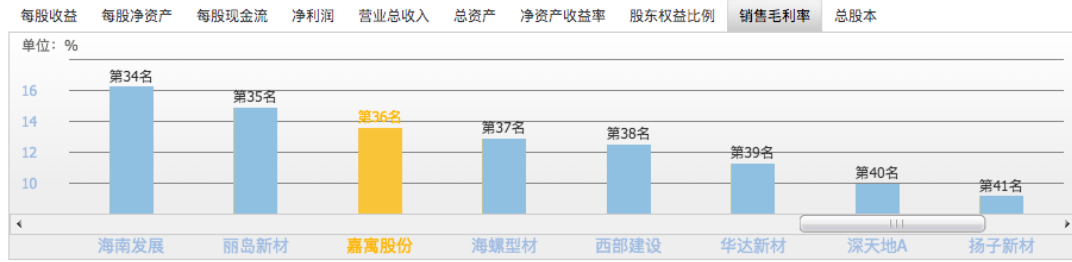
各个区域都有减少，主要是华东、西北区减少最多

三、 毛利率

1、毛利率排名

二级行业分类：建筑材料 -- 其他建材（共 44 家）

报告期 2020-09-30



注：当前行业中超过30%的个股发布了最新一期报告时进行数据统计。新股因未公布季报而不加入排名。

查看详细报告

毛利率在同行业排名 36 名，比较低。

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
建筑装饰	2,827,939,786.47	2,381,275,448.32	15.79%	-16.51%	-17.85%	1.38%
光伏产业链相关业	414,102,738.89	363,542,186.70	12.21%	-40.30%	-38.85%	-2.08%
智能装备制造	152,086,740.94	106,891,293.98	29.72%	10.98%	53.59%	-19.50%
其他	43,068,880.81	36,826,068.76	14.49%	0.87%	0.39%	0.48%
分产品						
门窗	2,150,104,450.63	1,810,224,023.98	15.81%	-20.83%	-22.46%	1.77%
幕墙	677,835,335.84	571,051,424.34	15.75%	1.00%	1.23%	-0.19%
光伏组件	300,912,828.76	287,377,486.68	4.50%	-6.68%	-2.14%	-4.43%
光伏 EPC 工程	113,189,910.13	76,164,700.02	32.71%	-69.51%	-74.68%	13.75%
专用设备销售收入	152,086,740.94	106,891,293.98	29.72%	10.98%	53.59%	-19.50%

毛利率在 12-29%，总体来说不算高。

2 毛利率变动

从上表可以看出毛利率减少是由于收入减少的同时成本增加，关于收入减少的原因在上一步已经进行了分析，这一步主要分析一下成本增加的原因。

3、 营业成本

行业分类	项目	2019 年		2018 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
建筑装饰	直接人工	54,273,937.42	1.90%	65,250,735.24	1.82%	0.08%
建筑装饰	制造费用	36,178,950.36	1.26%	43,635,531.84	1.22%	0.04%
建筑装饰	直接材料	1,573,953,265.08	54.96%	1,982,418,767.24	55.37%	-0.41%
建筑装饰	安装劳务	716,869,295.46	25.03%	807,408,363.71	22.55%	2.48%
智能装备制造	直接人工	8,476,479.61	0.30%	5,567,494.68	0.16%	0.14%
智能装备制造	制造费用	2,212,649.79	0.08%	1,391,873.67	0.04%	0.04%
智能装备制造	直接材料	96,202,164.58	3.36%	62,634,315.17	1.75%	1.61%
光伏	直接人工	37,737,748.67	1.32%	60,221,601.00	1.68%	-0.36%
光伏	制造费用	27,879,451.64	0.97%	24,571,321.58	0.69%	0.28%
光伏	直接材料	277,212,516.63	9.68%	375,965,377.50	10.50%	-0.82%
光伏	安装劳务	20,712,469.76	0.72%	133,775,394.14	3.74%	-3.02%
其他业务	直接材料	1,071,754.33	0.04%	442,559.84	0.01%	0.03%
其他业务	直接人工	3,501,455.56	0.12%	8,322,617.01	0.23%	-0.11%
其他业务	其他费用	7,631,906.86	0.27%	8,728,132.01	0.24%	0.03%

单位：元
单位：元

成本构成	业务类型	2019 年		2018 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
直接人工	公共装修	19,008,813.68	0.66%	15,239,460.91	0.43%	0.23%
制造费用	公共装修	12,595,402.16	0.44%	9,958,899.13	0.28%	0.16%
直接材料	公共装修	378,989,379.68	13.23%	312,868,960.59	8.74%	4.49%
安装劳务	公共装修	213,983,811.72	7.47%	217,830,808.10	6.08%	1.39%
直接人工	住宅装修	35,265,123.74	1.23%	50,011,274.34	1.40%	-0.17%
制造费用	住宅装修	23,583,548.20	0.82%	33,676,632.71	0.94%	-0.12%
直接材料	住宅装修	1,194,963,885.40	41.72%	1,669,549,806.65	46.63%	-4.91%
安装劳务	住宅装修	502,885,483.74	17.56%	589,577,555.61	16.47%	1.09%
合计		2,381,275,448.32	83.15%	2,898,713,398.03	80.96%	2.19%
直接人工	装修业务	54,273,937.42	1.90%	65,250,735.24	1.82%	0.08%
制造费用	装修业务	36,178,950.36	1.26%	43,635,531.84	1.22%	0.04%
直接材料	装修业务	1,573,953,265.08	54.96%	1,982,418,767.24	55.37%	-0.41%
安装劳务	装修业务	716,869,295.46	25.03%	807,408,363.71	22.55%	2.48%
直接人工	设计业务	3,501,455.56	0.12%	3,595,458.44	0.10%	0.02%
合计		2,384,776,903.88	83.27%	2,902,308,856.47		

营业成本的下降，主要是销售额也下降

四、经营优劣势分析：

优势：

- 1、品牌优势
- 2、技术和产品优势
- 3、人力资源优势

劣势：

- 1、毛利率低
- 2、营收成本较高