

# 基于新零售商业模式的财务绩效分析

## —以好想你公司为例

罗秀娟

湖北经济学院 会计学院, 湖北 武汉 430000

**摘要 :** 文章基于新零售商业模式视角, 选取案例企业好想你公司的财务及非财务指标, 分析、探讨公司的绩效经营情况, 找出尚未解决的问题并对公司未来的发展方向提出意见, 从而总结出对公司经济效益发展的启示, 帮助公司降本增效。当存在相似企业未来计划实行同类零售模式时, 能够借鉴并进行相应调整。

**关键词 :** 新零售; 财务绩效; 好想你

## Financial Performance Analysis Based On a New Retail Business Model - Take Hao You Company As An Example

Luo Xiujian

School of Accounting, Hubei University of Economics, Hubei Wuhan 430000

**Abstract :** Based on the perspective of the new retail business model, this paper selects the financial and non-financial indicators of the company, analyzes and discusses the performance management of the company, finds out the unresolved problems and puts forward opinions on the future development direction of the company, so as to sum up the enlightenment for the development of the company's economic benefits, and help the company reduce costs and increase efficiency. When similar enterprises plan to implement similar retail models in the future, they can learn from and adjust accordingly.

**Key words :** new retail; financial performance; miss you so much

### 一、引言

我国居民最近几年的人均可支配收入及消费支出展现出逐年上升的趋势, 尽管受到了疫情的波及, 总体增长势头仍将保持不变。2021年中国休闲食品市场规模达1.4万亿元, 同比增长11.6%, 预计2022年中国休闲食品市场规模有望突破1.1万亿元。与此同时新零售作为新型商业模式目前仍处在探索阶段, 其对于零售业的意义还需要经过实践的检验。而已有成果仅仅聚焦于对其内在含义、驱动成因及未来发展方向的探讨, 对新零售商业模式的研究以及新零售商业模式指导企业绩效的研究比较少。在此背景上, 本文以休闲食品的细分领域、红枣产业的龙头企业好想你健康食品股份有限公司(以下简称“好想你公司”或“公司”)为例, 通过对案例进行实证研究以探索公司在新零售模式下的财务绩效表现情况和产生的影响。

### 二、概念界定与理论基础

#### (一) 新零售商业模式

新零售是在新科技和零售业飞速发展的前提下, 综合了传统零售和网络零售的优势, 为了更好地顺应时代进步而衍生出的一

种不同于传统零售和网络零售的模式。以互联网为依托, 通过运用大数据、云计算等新型人工智能对零售业模式加以创新和升级, 运用智能化仓储运输大幅度提高配送和零售效率, 扩大市场份额, 实现线下和线上的融合发展, 精准服务客户, 满足和完善消费者多方位需求及其购物体验。新零售之所以“新”是因为它是全渠道的, 将线上、线下和供应链一体化, 打破三者的边界并将其进行融合, 形成一个独特的全零售闭环, 即“全渠道+物流+金融+新技术+场景+社交”的生态圈。在此场景下消费者可以自由选择在线上或者线下进行购物, 按照个人的喜好和自身实际情况灵活变通, 提升购物的幸福指数。

#### (二) 新零售之“轮”理论

新零售之“轮”理论这一概念最早由日本学者中西正雄提出, 主要划分成四大层面: 零售的技术、价格、服务水平及效用。在新零售模式快速成长的背景下, 这一理论的运用加快了其健康有效的发展。一方面, 随着中国居民可支配收入的持续增长, 传统线上电商的弊端不断凸显, 消费者购物体验差, 无法为客户提供线下购物的真实场景。另一方面, 传统电商增速放缓数年, 其发展的“天花板”逐渐显现。因此, 传统电商必须不断创新演进, 寻找出路。

\* 作者简介: 罗秀娟(1973—), 女, 湖北省武汉市新洲区, 湖北经济学院会计学院, 讲师, 管理学硕士, 研究方向: 会计理论、微观经济学、宏观经济学。

### 三、好想你公司及其商业模式分析

#### (一) 好想你公司实行新零售商业模式的驱动因素

##### 1. 宏观政策

2016年,国务院办公厅发布的政策对急需转型的企业提供了指导性思想,从六个方面明确了新零售的发展方向。随后一系列相关政策的出台,例如在2019年国务院办公厅公布的文件中,提到了要发挥龙头企业的作用;2022年两会期间强调推动线上线下消费的深度融合等,都展现出国家对新零售模式的大力支持,为转型为新零售的企业提供了一个良好的环境,推动我国新零售行业加速发展。

##### 2. 外部环境

自中国加入世界贸易组织开始,我国的经济便以一种势不可挡的态势攀升。人们的消费水平开始变得多元化、个性化。但是随着国际局势的改变以及新冠疫情的暴发,人们出门购物的次数明显下降,传统的零售行业开始步入衰退。而新零售打破了传统零售的时空壁垒,使人们随时随地随心地购物,好想你公司转型为新零售的商业模式与国内国际发展大方向不谋而合。同时,消费者消费行为和心理的转变,消费模式的多元化以及新技术的发展也促进了新零售的转变。

#### (二) 好想你公司实行新零售商业模式分析

##### 1. 价值主张

好想你秉持“健康第一,持续创新”的价值主张,始终坚持产品的质量。2022年,好想你发布三大战略新品,虽然三款产品形态各异,但健康、锁鲜和便捷是它们的共同关键词,印证了好想你的价值内涵。

##### 2. 客户定位

客户是企业最终服务的对象,持续获得盈利的关键即对客户进行正确的定位,通过划分不同的消费者群体,针对各类群体采取精细化需求产品的提供。

从好想你推出的各类风格迥异的休闲食品来看,好想你做到了与消费者之间的情感连接,针对不同的客户群体,制定出了风格迥异的消费方案,使客户能够有所选择,结合自身需求购买到适合自己的产品,满足了不同消费群体的需求。

##### 3. 产品定位

好想你在新零售模式下对消费者消费心理变化察觉敏锐:现如今消费者对产品的期望已经从满足基本物质生活需要转向满足精神层面的需求、提升幸福感。好想你正是抓住了消费者需求发生改变这一事实,重新定位产品,运用历史元素,成功地打造出了一款属于中国人的红枣品牌。

### 四、新零售商业模式下好想你公司的财务绩效

#### (一) 关键财务指标对比分析

##### 1. 营运能力分析

表1 营运指标前后对比

	2022年	2021年	2020年	2019年
应收账款周转率	9.46	12.78	11.73	13.89

	2022年	2021年	2020年	2019年
存货周转率	1.10	1.92	2.40	3.01
总资产周转率	0.18	0.22	0.47	1.00

资料来源:证券之星

由表中可以看出,好想你公司近四年的存货周转率总体呈下降的趋势,应收账款周转率呈现先下降,后缓慢上升,再急速下降的波动,应收账款周转率下降的主要原因是随着新零售的发展和推进,结算的方式更加多样化,使得周转率下降。与此同时总资产周转率也由最开始的1.00减少至0.18,这表明了公司资产利用的效率有很大程度的减退。

##### 2. 偿债能力分析

表2 偿债指标前后对比

	2022年	2021年	2020年	2019年
流动比率	4.15	4.55	7.09	7.15

资料来源:证券之星

偿债能力指标可以体现出资金的实际表现状况。从理论上流动比率维持在2时,是理想的状态,而偏高或偏低都可能有着不良影响。从好想你公司的流动比率来看,总体呈现下降趋势,其中从2020年的7.09到2021年的4.55为急速下降,说明流动资产占用现金较多、资金周转不足的情况有所好转,但是迎面而来的问题是公司的负债相对增加导致偿债能力有所降低。

##### 3. 盈利能力分析

表3 盈利指标前后对比

	2022年	2021年	2020年	2019年
净资产收益率	-1.23	1.39	39.25	5.66
毛利率	24.51	26.08	71.57	27.62
净利率	-5.83	4.29	18.23	3.21
营业利润率	-6.73	6.04	98.31	4.14

资料来源:证券之星

由表中纵向对比可以得出,好想你公司在2020年的经营绩效相对于其他年份表现最好,其原因在于好想你公司在2020年向百事集团出售了百草味,交易溢价五倍,之后自身回归到红枣主业,聚焦原有红枣业务。好想你公司的毛利率经历了先急剧上升,再急剧下降,最后降至2022年的24.51,主要原因是受疫情影响,河南等多地专卖店无法正常营业,对线下销售和线上物流运输都产生了一定程度的不利影响。再加上2021年新疆红枣产量下降的影响,导致采购红枣等原材料的价格上涨,而好想你公司为了让更多的消费者吃到高端红枣,保持红枣的售价不变,使得公司毛利率下降。公司营业利润率由4.14上涨至98.31,之后利润持续下跌,2022年跌到了-6.73,营业利润率在2020年达到了最大值,表明2020年公司的发展潜力大,市场竞争力强,而到了2022年公司的效益表现不佳,处于持续亏损状态,一方面因为公司加大了直播电商的投入,销售费用增加,利润减少,另一方面内地红枣批发市场阶段性关停使得红枣现货和期货出现下跌,公司出于谨慎性原则对此类成本低于可变现净值的红枣,计提了存货跌价准备。好想你公司的净资产收益率由5.66上升至39.25,之

后持续下降至2022年小于0，为-1.23，该项财务指标的走势与其他盈利能力指标走势相一致，均经历了先涨后跌的变化，反映了公司由盈转亏的过程，2022年盈利能力水准比以前年度下降，这与公司的利润下降，业绩下滑有着紧密的联系。实施新零售模式战略，企业必须以精准、全面、系统和科学的绩效评价为首要前提。

## （二）非财务指标分析

### 1. 创新与研发分析

整体而言，研发投入对企业具有战略性意义，影响企业的成长性，创新能有效推动企业发展、支撑构建企业建设新格局，对于上市公司来说尤为重要。好想你采用了无添加物，无污染的FD冷冻干燥技术，最大限度地保留了食品中的自然营养和味道。除此之外，公司还与健康食品行业各品类的龙头生产供应商、国内外权威研究机构和组织形成“研发战略合作伙伴”关系，在“创新概念、创新技术、创新配料、创新工艺”领域进行全方位的深度合作。好想你公司在2018年的研究开发费用总额为3006万元，占公司营收的0.61%，研究开发费用较上年同期增加了13.09%；在2019年度，公司的研发投入达到了3539万元，在营业收入中的比重为0.59%，与上年同期相比，增加了17.72%。在2020年度，研发投入金额为3400万元，占营业收入比重为1.13%，与上年同期相比，2021年度的投入增加了3418.76万元。因此，好想你公司需继续增强研究开发方面的支出，从而推动公司产品线的全面升级。

### 2. 品牌形象分析

品牌形象是消费者对企业最直观的反映，直观地体现了一个企业的形象与价值，好想你公司自成立以来，将提供完美服务、满足消费者需求作为发展要求，在新零售模式的布局之下，“好想你”已成为消费者心中中高端红枣的代名词。

## 五、好想你公司新零售商业模式的问题及建议

### （一）存在的问题

好想你公司深耕红枣市场二十余年，却没有将国内红枣市场潜力真正挖掘出来，公司在红枣收入下滑时投资了百草味，实现了利润的快速增长，此为投资正确的决策。然而出售百草味后，

虽然售出了近五倍的溢价，但还是掩盖不住利润的实际情况，业绩开始出现下滑，盈利能力一般，营收成长性较差，财务可能存在隐忧。

## （二）其他零售企业的转型启示

### 1. 专注企业的核心业务

传统零售行业往往具有销售渠道单一、商品同质化严重、市场竞争较为激烈的特点，要想不被市场所淘汰并向好的方向发展，需要找准公司定位，把握核心业务，并将其做大做强。零售企业转型可以借鉴好想你公司这一案例，好想你公司转型后仍持续专注红枣产品发展的战略决策，提高产品的品质控制，使得其在大市场中站稳住脚跟，提高了竞争者进入行业的壁垒，从而才能继续进步，根据更多的资源。企业要想成功实现高财务绩效，需要找准自身定位，分析自身优劣势，做出合适的战略定位。

### 2. 加强自身创新能力

传统的零售行业经过了几十年的发展，已经进入到成熟期的尾端，并开始走向衰退期，转型已经成为大势所趋。好想你公司通过商业模式、产品设计的创新，不断地推出新的产品和开展新领域新渠道，把握住商业模式转型的发展方向实现了顺应市场发展潮流的完美答卷，走在了休闲食品行业的发展前沿。这为传统零售行业的转型提供了明确的方向，零售行业必须坚持创新是第一生产力的原则，持续创新并结合自身实力优势，推陈出新，防止被其他企业所取代。

## （三）研究建议及展望

好想你公司自1992年成立第一家门店至今，一直走在红枣休闲食品行业的前沿，并在2012年开始发展电商领域，布局线上线下一体化的全渠道销售网络，在不断转型升级中形成了红枣+食药同源的大健康食品探索者的品牌形象。通过全文分析可知，好想你公司具有一定的提升空间，但是波动较为显著。好想你公司实行新零售商业模式，对于财务绩效的影响既有利也有弊。要想提升品牌效益，扩大市场份额，一是需要保持主业持续发展，做好红枣行业的龙头企业，提高公司在行业中的地位和话语权在以核心红枣产品为主的基础上发展创新，赢得主动权，提升公司核心竞争力。二是要对产品加以适当性改进，提高高附加值、有特色的产品所占的比重，使企业能有更多的资金流，用以投资融资，提高现金流流动性，为核心业务的发展做背书和支撑。

## 参考文献：

- [1] 刘明国, 张海燕. 新常态下食品加工工业发展特点分析[J]. 农业经济问题, 2015(10): 28-34.
- [2] 宋放. 传统农区食品信息服务体系构建研究[J]. 当代经济, 2010(17): 68-70.