

零食连锁企业的盈利能力分析

——以 LYF 为例

王阿菲 杜潇晴 路子尧 陈丽(通信作者)

(南阳理工学院范蠡商学院 河南南阳 473000)

摘要: 盈利能力是企业持续发展的动力,也是企业利益相关者做出正确决策的重要依据。本文对LYF股份有限公司进行盈利能力分析,主要利用LYF2017—2021年的财务报表数据,分别从商品经营、资产经营和资本经营三方面出发,引入成本费用利润率、净资产收益率、总资产报酬率等盈利指标对LYF公司进行纵向及横向对比分析,研究影响LYF盈利能力的因素,并为提高企业盈利能力提出相关对策,以期助力于提高LYF股份有限公司的盈利能力,使其积极应对机遇和挑战。

关键词: 盈利能力; 食品行业; 上市公司; 商品经营; 资产经营; 资本经营

本文索引: 王阿菲,杜潇晴,路子尧,等.零食连锁企业的盈利能力分析[J].商展经济,2024(09):153-156.

中图分类号: F272; F721.5

文献标识码: A

1 公司简介

LYF股份有限公司于2002年在上海创立,深耕于华东地区,并于2010年逐步向全国其他地区扩张,是零食连锁经营行业的先行者和典型代表。公司于2016年10月在上海证券交易所上市,成为主板“零食第一股”。2020年起,公司专注于开发全新品类的零食,旨在在消费者心目中树立“新鲜零食=LYF”的认知价值,以实现企业的长期战略目标。

2 LYF盈利能力分析及行业对比分析

2.1 商品经营盈利能力分析

商品经营的盈利能力是指企业在生产与发展过程中商品获取收益的能力,商品经营盈利能力主要是对收入、成本及利润相关指标进行分析。因此,本文主要选取营业收入、净利润、销售净利率、成本费用利润率等指标反映LYF商品经营盈利能力^[1]。

由表1可以看出,LYF2017—2021年的营业收入逐年增长,从36.36亿元增长到41.72亿元,表明企业业绩有所提高。LYF的营业收入主要来自其线下实体商店,是因为LYF为扩大加盟规模的“万家灯火”计划取得突破。其中,2021年加盟批发业务收入4.65亿元,同比增长114.52%,总体规模的扩大使企业的获利能力有所提高。LYF2017—2020年的净利润

一直下降,其中2020年出现大幅下降,说明LYF经营效益较差。除了受新冠疫情的影响,LYF自身也存在较大的问题。LYF多次因产品质量问题登上监管部门抽检“黑榜”。近两年企业利润波动较大,一方面,受企业规模和行业环境的影响;另一方面,企业内部也出现了管理问题。

由表2可知,随着收入的增长,企业的成本费用也出现了大幅增长。从2017年349691.18万元的高成本到2021年424145.61万元依旧高成本。其中,销售费用占比最大,超过营业成本的一倍;管理费用也出现了大幅增长。成本费用的大幅增长使LYF成本费用利润率处于较低水平,从2017年的2.93%跌至2021年的0.74%。

由图1中可以看出,LYF的成本费用利润率一直处于较低水平。结合企业发展战略来看,LYF并未采用三只松鼠类似的线上营销模式,公司线下渠道的收入占比高达81%。LYF以直营+加盟商为主要销售模式,这种销售模式往往伴随门店租金提高、人力成本上升及新开门店选址等经营风险。LYF店铺大多集中在人流量大的一、二线城市商业区,产生了高昂的租金费用和人力成本。良品铺子与三只松鼠的变化较平缓,表明企业对成本费用的控制较好。图1中绝味食品成本费用利润率最高,主要是因为企业产品或服务竞争力强、成本管控能力强,旗下产品或服务销量较好,销售风险

基金项目: 南阳理工学院大学生科研基金项目“南水北调中线工程水源区生态产品营销研究——以淅川县石榴为例”。

作者简介: 王阿菲(2000-),女,回族,河南南阳人,农业经济、财务管理专业;

杜潇晴(2004-),女,汉族,河南驻马店人,农业经济、财务管理专业;

路子尧(2004-),男,汉族,河南平顶山人,农业经济、财务管理专业。

通信作者: 陈丽(1986-),女,汉族,河南南阳人,讲师,硕士研究生,研究方向:生态经济、货币金融。

表1 LYF2017—2021年商品经营能力分析

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业收入(万元)	363634.63	389122.28	400249.10	402623.09	417236.77
净利润(万元)	36022.00	1010.90	1037.07	-6519.54	3100.10
净利润同比增长	-24.42%	-90.03%	2.59%	-728.65%	147.55%

表2 LYF2017—2021年商品经营能力分析

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业收入(万元)	363634.63	389122.28	400249.10	402623.09	417236.77
成本费用总额(万元)	349691.18	392169.73	402653.61	411325.64	424145.61
营业成本(万元)	202518.03	218276.67	224747.36	232034.93	235558.46
销售费用(万元)	110624.53	127978.72	130609.46	130917.70	135735.20
管理费用(万元)	33873.97	43081.30	42047.25	45600.47	48012.53
成本费用利润率	2.93%	0.26%	0.26%	-1.60%	0.74%

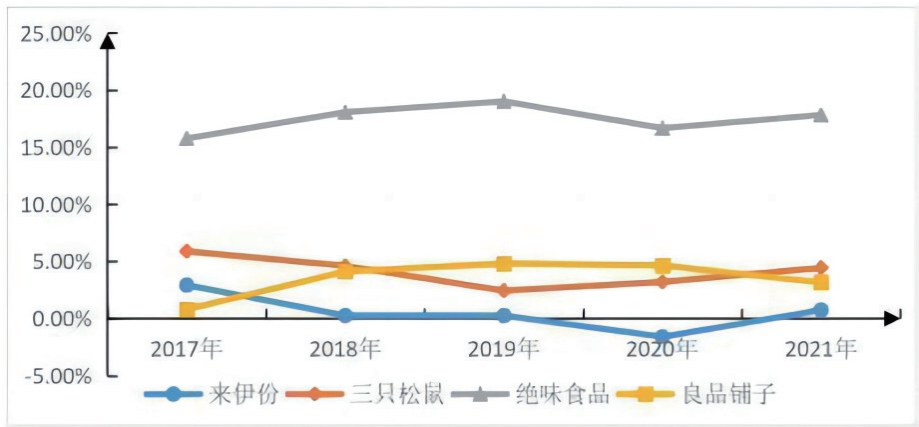


图1 2017—2021年LYF及行业其他企业成本费用利润率折线图

也相对较低。综合看来,LYF的成本利润率过低,这对企业的长期发展非常不利^[2]。

2.2 资本经营盈利能力

资本经营盈利能力是指企业将所有者投入的资本转变为收益的能力,净资产收益率可以反映企业资本整体的经营盈利能力,因此选取这一指标进行分析^[3]。

由表3可知,2017—2021年LYF的净资产收益率总体呈下降趋势,2018—2020年下降明显,LYF在2020年的净资产收益率更是低到负值,只有-3.80%,净资产收益率偏低,表明企业所有者权益获利能力日益下降,企业自有资本盈利能力偏弱、运营效益不佳。

表3 2017—2021年休闲食品企业净资产收益率分析

公司 / 年份	2017	2018	2019	2020	2021
LYF	5.38%	0.54%	0.56%	-3.80%	1.84%

由图2中可以看出,相比其他公司,LYF的净资产收益率最低,且呈下滑态势。主要是由于线上市场头部垄断局面已形成,同质化竞争日益激烈,且LYF线下市场过于集中,企业面临经营的困局和利润的压力。之后由于新冠疫情这一不可抗力,受宏观因素影响,全球经济呈下滑趋势,企业销售受损,成本得不到优化的同时库存积压,公司产品净利润明显下降。三只松鼠近年来跌幅较大,90%以上的营收来自线上,

线上流量成本的攀升需要支付巨额的平台服务费。整体来看,LYF已落后于其他三家企业,如何提高企业受益、改变企业发展困局是LYF面对的一大难题。

2.3 资产经营盈利能力

企业的资产经营盈利能力是依靠企业自身资产获取收益的能力。在分析企业资产经营盈利能力时,常常选取总资产净利率这一指标进行详细分析与研究^[4]。

由表4可以看出,来股份有限公司的总资产报酬率总体呈下降趋势,从2017年的5.17%下降到2020年的-1.99%,平均每年下降2.39%;到2021年开始出现大幅增长,上升了4.46%,由于公司近年来总资产变化较稳定,增长趋势愈发缓慢。整体来说,LYF资产经营能力表现不佳。

表4 2017—2021年休闲食品企业总资产报酬率分析

项目	2017	2018	2019	2020	2021
LYF	5.17%	1.62%	1.10%	-1.99%	2.47%

由图3可以看出,LYF总资产报酬率始终偏低,表明公司全部资产的总体获利能力正在下降,与近几年互联网的飞速发展及线上食品行业迅速兴起有很大关系,使LYF股份有限公司受到很大影响。绝味食品的总资产报酬率一直高于其他企业,可见其对资产结构的控制能力较强,且能够使净利润增加的同时费用保持不变,使企业利润有效增长,使其资产

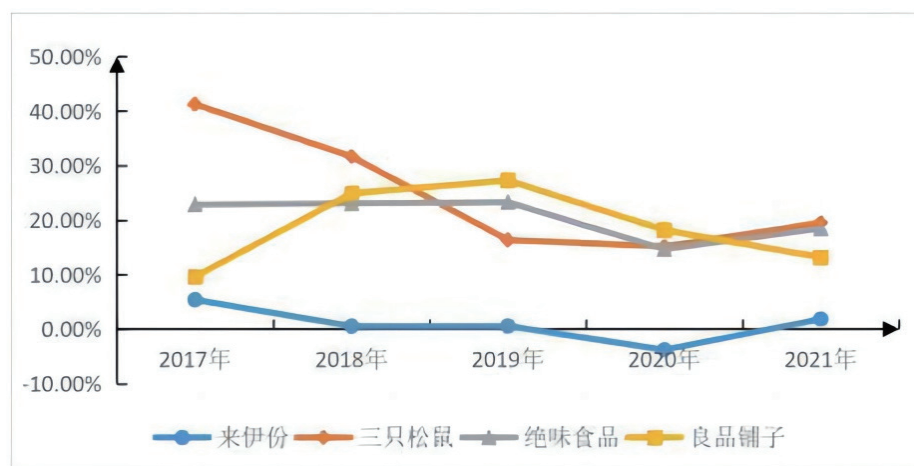


图2 2017—2021年LYF及行业其他公司净资产收益率折线图

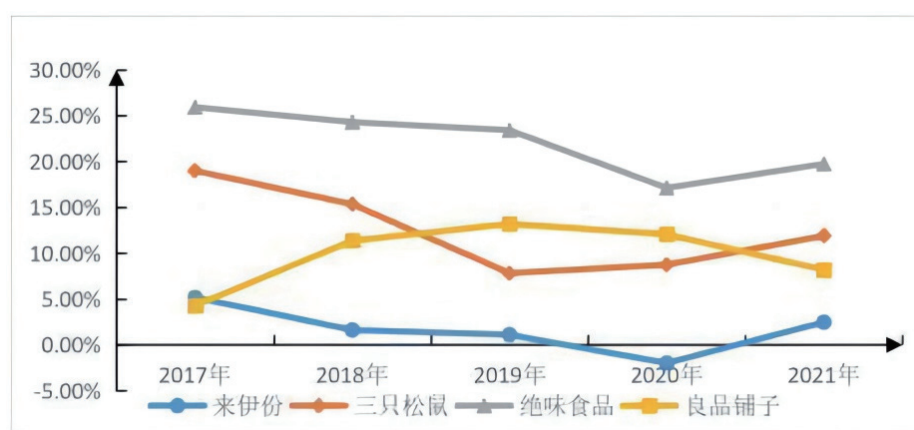


图3 2017—2021年LYF及行业其他公司总资产报酬率折线图

经营盈利能力保持在较高水平。总体来说,LYF投入产出水平不佳,资产运营效率较差,使其资产经营盈利能力较弱,表明企业仍有很大的盈利上升空间。

3 影响LYF盈利能力的因素

3.1 线上渠道难突破

伴随经济的发展和消费方式的转变,电商平台已成为销售中重要的组成部分。LYF从2012年走上上市道路,一直到2016年才顺利上市,与电商的关键时期失之交臂。如今,电商空间收窄、线上流量见顶,在电商三巨头占据先发优势的情况下,LYF难以突出重围。LYF的主要客户集中地是华东地区,这些地区经济繁荣,更是线上市场的集中地区。随着三只松鼠与百草味这些靠电商快速崛起的零食企业日益壮大,LYF需要投入更多的成本来抢夺线上用户。截至2021年,LYF的销售费用高达13亿元,然而不能弥补其因错失电商红利而失去的市场份额。公司自营App下载量仅为680万,线上收入仅占总营收的0.56%,电商毛利同比下降近8%。因此,为了保证公司未来的持续经营,LYF必须对线下渠道进行改革,以提升公司利润水平^[5]。

3.2 成本费用过高

LYF公司的成本费用总额从2017年的34亿元升至2021

年的42亿元,涨幅超过了营业收入的增长率,因此,公司成本费用过高,也是低利润的一大因素。近些年,LYF加速扩张,将线下门店在上海周边城市铺开,但随之而来的是租金和人力的成本费用不断增加。LYF正试图摆脱偏重线下和直营的重资产经营模式,于2017年启动“万家灯火”项目。虽然截至2021年LYF已拥有1294家加盟店,加盟比例近40%,但门店租赁及人力成本支出仍较高。企业成本费用不断上升、利润占比压缩、经营效率较低等问题如果得不到解决,LYF的盈利能力就必然会受到影响,进而限制企业的进一步发展。

3.3 产品质量问题

近年来,LYF的食品安全问题频繁出现,在一定程度上影响了企业的竞争力及盈利能力。2021年,深圳市品质消费研究院在福田区消费者委员会的指导下,对LYF、良品铺子、百草味等10个休闲零食品牌开展消费者NPS口碑暨消费者行为研究调查,LYF的食品质量与安全方面数据垫底。到目前为止,黑猫投诉平台LYF的投诉量已高达近千起,主要集中在售卖过期食品、食品变质、食品内存在异物等问题。LYF的生产是代工厂加工,难以完全控制产业链安全,容易产生问题。由于不具备对生产各环节进行深度管理的能力,生产厂商容易产生漏洞,对企业品牌形象造成负面影

响的同时,更会影响企业的盈利水平及长远发展。

4 提高LYF股份有限公司盈利能力的对策

4.1 线上线下协同发展

目前,LYF还是以线下门店营销为主,结合财务数据发现线下规模扩张造成人工成本大幅增加,侵蚀了企业巨额利润。线下门店可尝试走出江浙沪大市场,但不要盲目扩张。当今,可利用大数据供应链做到线上线下相互融合,打造客户线上挑选、线下体验两个空间,通过优化客户体验来提高客户黏性。此外,LYF有着独特的伊仔虚拟形象,可以让伊仔进行联名,提高其品牌知名度。从企业组织架构来看,针对线上市场,LYF只有一个电商事业部门,由于公司内部长期习惯线下经营,所以在做出决策时难以满足线上市场需求。因此,建议企业将线上和线下进行分离发展,聘请专业的网络营销人才,组建新的线上营销团队,在此基础上借助互联网大数据的优势打破企业经营壁垒,将线上及线下销售模式深度融合,以新零售的理念开拓线上市场^[6]。

4.2 加强成本费用控制

LYF公司在运营成本及人力成本逐渐升高的压力下,成本费用拖累着企业盈利能力的提高,导致企业收入增长但净利润较少。综合行业环境来看,休闲食品企业销售费用普遍较高,所以LYF公司一定要保证销售费用最大限度地发挥作用。这就需要企业先进行市场调研,再制定有针对性的宣传策略,从而控制项目销售费用。LYF应从产品设计开始,把技术进步与成本控制及经济效益融为一体,从产品

源头上杜绝成本浪费。同时,LYF还要加强企业内部管理,优化管理队伍的精简性与全面性,建立有效的激励与约束机制,使各职能部门之间形成一个相互制衡且相互促进的良性循环体系^[7]。在企业发展过程中,可以注重构建一个完整的休闲食品生态系统,积极与上游供应商、研发机构、加工厂及下游销售商展开合作,共同打造一个健康、可持续发展的生态系统,从而实现对公司经营成本和利润的有效控制。

4.3 严格把控产品质量

对于LYF所处行业来说,产品安全质量问题是摆在企业面前最重要的问题,且新鲜零食是LYF的标语,因此产品质量是其生存发展的重中之重。要想做好食品安全工作,就需要从源头入手,对原料于生产、仓储与流通各个环节进行全方位监督。首先,建议LYF充分运用抽查、巡查与专项检查等方式,有组织、有步骤地进行食品安全监管,强化对代工厂的生产检测,选择优质供应商^[8]。其次,企业还要建立和完善流通领域食品质量监测体系,并将其作为加强食品质量监督的重要途径。最后,减少物流配送时间,加快存货周转速度,同时构建流通领域全方位监管体系,持续改善上市食品卫生质量安全。针对企业发展现状,原料供应不畅、原料价格上涨、产品质量下滑,加上在生产中出现机器老化、质量参差等意外情况,影响了LYF品牌形象及利润水平。为了长期获利,建议LYF延伸到产业链上游,打造稳定的原料供应基地,研发属于自己的特殊配方,把销售量好、利润率高、质检成本较高商品自建厂进行生产。

参考文献

- [1] 王永海.企业盈利能力分析与提升策略探讨[J].全国流通经济,2022(15):32-35.
- [2] 胡亚敏,蒲筱哥.洽洽食品与三只松鼠盈利能力比较研究[J].中国管理信息化,2022,25(17):11-14.
- [3] 马明芳.企业盈利能力的影响因素与控制分析[J].知识经济,2022(7):47-49.
- [4] 罗贯军.上市公司盈利能力分析:以Z公司为例[J].全国流通经济,2022(15):52-55.
- [5] 袁嘉遥.“新零售”背景下企业盈利能力分析[D].南京:南京邮电大学,2021.
- [6] 马明芳.企业盈利能力的影响因素与控制分析[J].知识经济,2022(7):47-49.
- [7] 王心雨.来伊份盈利模式研究[D].北京:中国石油大学,2020.