

B 化妆品公司偿债能力分析

栾婷婷

山东劳动职业技术学院

DOI:10.12238/ej.v5i3.956

[摘要] 随着经济的不断发展和社会环境的变化,当今社会对女性的要求越来越高,既要求女性经济独立,又要求女性貌美如花。而貌美如花的前提必不可少了对化妆品的需求,因此近些年随着化妆年龄低龄化、老龄化、常态化,化妆品的需求量不断增加。本文以B化妆品公司为例对其资产负债表和偿债指标进行分析,得出企业的偿债能力,争取从财务角度帮助会计信息使用者做出合理的决策。

[关键词] 资产负债表; 偿债能力; 财务分析

中图分类号: F234.4 **文献标识码:** A

Analysis on Debt Paying Ability of Cosmetics Company B

Tingting Luan

Shandong Labor Vocational and Technical College

[Abstract] With the continuous development of economy and the change of social environment, today's society has higher and higher requirements for women, which not only requires women to be economically independent, but also requires women to be beautiful. The premise of beauty is the demand for cosmetics, therefore, in recent years, with the younger, older and normalized age of makeup, the demand for cosmetics has been increasing. Taking B cosmetics company as an example, this paper analyzes its balance sheet and debt-paying index, obtains the debt paying ability of the enterprise, and tries to help the users of accounting information to make reasonable decisions from the financial point of view.

[Key words] balance sheet; debt paying ability; financial analysis

1 B化妆品股份有限公司简介(引言)

B化妆品股份有限公司(以下简称“B”)所属行业为日用化学产品制造。B公司致力于构建新国货化妆品产业平台,主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售。旗下主要拥有“B”、“悦芙媿”、“INSBAHA”、“CORRECTORS”等品牌。该公司的销售模式是线上渠道为主、线下渠道并行,线上主要有淘宝、京东、抖音等多个平台并行。公司核心竞争力主要体现在:打造以“产品、内容、运营”等为主线的前中后台高效协同的自驱型组织,构建“文化—战略—机制—人才”,从上到下保持一致性的运营管理体系,以文化为牵引,战略为导向,机制和人才为两翼,保证战略目标执行到位。

2 B化妆品股份有限公司资产负债表分析

本文选取B公司的资产负债表2019年-2020年进行单个报表分析和综合报表分析,其中用到的主要公式有:

当年的变动额=当年数据-上一年数据

当年的变动率=当年的变动额/上一年数据

对资产负债表分析时用到的公式:

对总资产影响率=当年的变动额/上一年资产总计

2.1 资产负债表水平分析

单位: 元

项目	2019年	2020年	变动额	变动率	对总资产影响率
流动资产合计	1,912,866,654	2,342,418,230	429,551,577	22.46%	14.42%
非流动资产合计	1,066,498,423	1,294,463,955	227,965,532	21.38%	7.65%
资产总计	2,979,365,077	3,636,882,185	657,517,108	22.07%	22.07%

从上述表格中可以看出,B化妆品有限公司2020年资产总计比2019年增加657,517,108元,上升幅度是22.07%,其中流动资产增加429,551,577元,上升幅度是22.46%,对总资产的影响率是14.42%,非流动资产增加227,965,532元,上升幅度是21.38%,对总资产的影响率是7.65%,因此资产的增加主要是由流动资产的增加造成的。

单位：元

项目	2019年	2020年	变动额	变动率	对总资产影响率
货币资金	1,246,901,219	1,416,654,641	169,753,422	13.61%	5.70%
交易性金融资产	71,450,000	0	-71,450,000	-100.00%	-2.40%
应收款项融资	2,150,000	5,531,997	3,381,997	157.30%	0.11%
其他应收款	15,269,950	48,733,527	33,463,577	219.15%	1.12%
存货	313,649,003	468,641,018	154,992,015	49.42%	5.20%
其他流动资产	11,723,269	35,235,811	23,512,543	200.56%	0.79%
流动资产合计	1,912,866,654	1,974,796,995	61,930,341	3.24%	14.42%

本文选取变动幅度比较大的几项流动资产进行分析^[1]，对资产影响率最大的两项分别是货币资金和存货，其中货币资金增长率为13.61%，说明企业的现金增加，后边将结合现金流量表进行分析，存货的增长率是49.42%，主要原是四季度直播业务备货过多并且本期新增合并范围子公司的期末存货增加，说明企业营运能力变差。从变动幅度较大的几项资产来看，其他应收款上浮219.15%，主要原因是一本期新增合并范围子公司的应收押金保证金增加，二疫情期间拟从境外采购防疫物资，但双方就退货条款未达成一致意见，需继续协商，笔者此款项应计入应收账款。应收款项融资增加219.15%，主要是期末银行承兑汇票余额增加，笔者认为该项应计入应收票据。交易性金融资产突然减少的原因是期初的理财产品在本期间到期赎回，属于合理变化。

项目	2019年	2020年	变动额	变动率	对总资产影响率
长期股权投资	14,728,004	58,220,060	43,492,056	295.30%	1.46%
在建工程	31,894,658	47,324,523	15,429,865	48.38%	0.52%
无形资产	328,564,563	0	-328,564,563	-100.00%	-11.03%
商誉	0	31,034,161	31,034,161	100.00%	1.04%
其他非流动资产	15,006,146	87,322,780	72,316,634	481.91%	2.43%
非流动资产合计	1,066,498,423	589,121,642	-477,376,781	-44.76%	7.65%

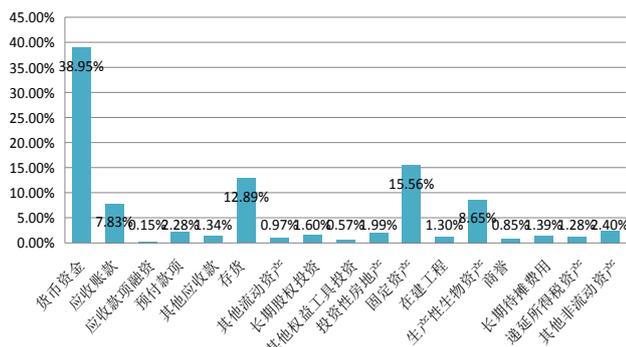
本文选取变动幅度比较大的几项非流动资产进行分析，对资产影响率最大的是无形资产，主要是软件、非专利技术和商标

的增加，来源于外购和企业合并增加。从变动率幅度来看项目比较大的是其他非流动资产、长期股权投资、商誉和在建工程。其中其他非流动资产涨幅481.91%，主要原因是已支付的杭州龙坞土地购置款8160万元，截至2020年12月31日，该土地尚未完成交割手续。2020年增加商誉31,034,161元，主要系本期间新增合并范围内的子公司“上海海狮龙”，所支付的投资款超过按持股比例计算应享有的可辨认净资产公允价值的部分确认为商誉。在建工程增加48.38%，主要是本期间新增投入了彩妆线。长期股权投资增加295.30%，原因是新增对联营企业嘉兴沃股权投资4600万元。可见非流动资产的变动均属于合理。

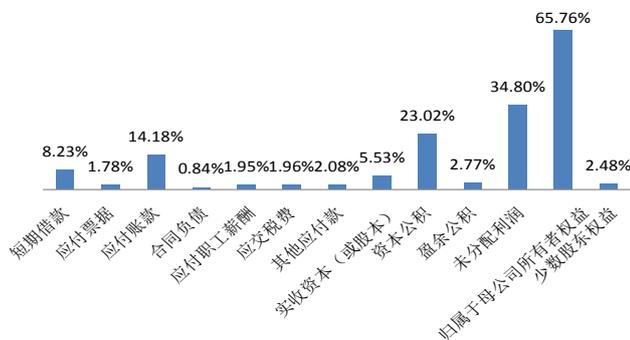
项目	2019年	2020年	变动额	变动率	对总权益影响率
短期借款	129,047,397	299,280,435	170,233,038	131.92%	5.71%
应付票据	41,830,949	64,580,000	22,749,051	54.38%	0.76%
应付账款	347,316,843	515,832,031	168,515,188	48.52%	5.66%
预收款项	40,913,491	0	-40,913,491	-100.00%	-1.37%
一年内到期的非流动负债	85,258,248	0	-85,258,248	-100.00%	-2.86%
其他流动负债	0	1,439,262	1,439,262	100.00%	0.05%
负债合计	909,307,033	1,155,019,919	245,712,886	27.02%	8.25%
减：库存股	15,769,051	12,653,905	-3,115,146	-19.75%	-0.10%
其他综合收益	-212,628	-269,066	-56,438	26.54%	0.00%
未分配利润	908,411,608	1,265,671,866	357,260,258	39.33%	11.99%
所有者权益合计	2,070,058,044	2,481,862,266	411,804,223	19.89%	13.82%
负债和所有者权益总计	2,979,365,077	3,636,882,185	657,517,108	22.07%	22.07%

本文选取资本结构的部分变动比较大的数据进行分析，2020年权益总计比2019年增加657,517,108元，上升22.07%，其中负债增加245,712,886元，上浮27.02%，所有者权益增加411,804,223，上浮19.89%。从对权益总计影响较大的几个项目来看有短期借款、应付账款和未分配利润。其中短期借款与上一年相比增加131.92%，使得总资产增加5.71%，同时在利润表分析中可以看出短期借款的增加导致了利息费用的增加。应付账款同期增加48.52%，使得权益总额增加5.66%，主要系四季度直播业务备货过多，尚未到期。未分配利润同期相比增加39.33%，使得权益总额增加11.99%，结合后边的利润表不难发现是由于本年净利润增加造成的。2020年与2019年相比变动幅度比较大的项目有应付票据、预收账款、一年内到期的非流动负债和其他流动负债，应付票据的增加主要是银行承兑汇票的增加。预收账款的增加主要系执行新收入准则，原“预收款项”调整至“合同负债”及“其他流动负债”，所以流动负债和其他流动负债增加。一年内到期的非流动负债减少100%的原因是偿还了一年内到期的长期借款^[2]。

2.2 资产负债表结构分析



通过计算得出，流动资产与总资产占比是64.41%，非流动资产与总资产占比是35.59%，一般企业流动资产占比30%~50%较为合理，可见流动资产占比较高。所有资产中货币资金占比高达38.95%，一般而言，货币资金与总资产占比在15%~25%之间较为合理，该比例反映了企业资产的流动性，B化妆品有限公司该值较高，一方面说明企业的偿债能力比较强，另一方面也说明企业可能积压较多的库存现金和银行存款，需要提高和完善对货币资金的使用效率。固定资产与总资产占比是15.56%，该比值较为合理，说明企业的资产流动性很强。存货和应收账款与总资产占比大约20%，该比值较低，说明企业没有太多积压的存货，应收账款占比低说明企业可能信用政策较紧缩，所以货币资金多一些，不用担心资金链断掉，但是也可以适当放宽信用政策来促进销售的增加^[3]。



在总资产结构中，可以通过计算得出负债占总资产的比例是31.76%，所有者权益占比是68.24%。一般而言，企业的资产负债率早40%~60%之间较为合理，本企业在资产负债率偏低，一方面说明偿债能力较强，另一方面说明企业运用外部资金的能力较差。从上述资本结构柱状图可以看出，归属母公司的所有者权益占比最高，证明B化妆品有限公司，的资产规模中母公司占比最多，其次是未分配利润占比高达34.80%，说明本企业的盈利能力非常强。

3 B化妆品有限公司偿债指标分析

本文计算了2020年B化妆品有限公司的短期和长期偿债能力的指标，见下表。

指标	短期偿债			长期偿债
	流动比率	速动比率	现金比率	资产负债率
比率	2.07	1.63	1.25	31.76%

从短期偿债能力来看。一般来说，企业的流动比率越高，说明企业资产的变现能力越强，短期偿债能力也很强，一般认为该比率为2较为合理。B化妆品有限公司的流动比率为2.07，说明该企业的短期偿债能力非常好。此处的流动资产包含了应收账款、存货等，二者的变现能力稍差一些，因此本文又计算了本企业的速动比率。一般来说速动比率为1较为合理，B化妆品有限公司的速动比率为1.63，说明在流动资产中速动资产的占比较高，企业的短期偿债风险较小。为了进一步说明偿债能力，本文又计算了现金比率，剔除了应收账款对偿债能力的影响，也最能反映企业用货币资金偿还短期债务的能力。研究表明，0.2的现金比率就可以接受，而本企业的现金比率高达1.25，一方面说明企业偿债能力非常强，基本上没有偿债风险，同时意味着企业过多的资源被盈利能力较低的现金占用，有可能会影响盈利能力。

从长期偿债能力来看，资产负债率越小，说明企业的偿债能力越强。从债权人的角度来看，该指标越小越好，说明对债权人的保障程度较高。一般而言，该比值在40%较为合理，B化妆品有限公司的资产负债率是31.76%，说明债权人的资金安全程度非常高。

4 B化妆品有限公司偿债能力分析总结

从上述分析可以看出，B化妆品有限公司的货币资金与总资产占比较高，并且现金流入较高，在所有资产中负债占比较低，说明企业的偿债能力非常高。不管是从短期偿债还是长期偿债偿债能力来看，企业的偿债能力都非常高，债权人的资金保障程度很高。能够让相关利益者辨别是否有利可得，债务能否按期偿还。说明本企业具有较好的声誉和价值，受投资者信任的程度也很强。

[参考文献]

- [1]江源.2018年CCTV中国十佳上市公司贵州茅台上榜[J].酿酒科技,2019(01):119
- [2]洪悦.基于管理会计视角的品牌国际化战略研究——以贵州茅台集团为例[J].财会学习,2018(09):102+104.
- [3]陈德华,李艺萍.白酒行业财务报表分析——以茅台股份有限公司为例[J].商场现代化,2019(11):120-121.

作者简介:

栾婷婷(1991--),女,汉族,山东德州人,硕士,助教,研究方向:企业会计方向。