

基于哈佛分析框架下的汽车零部件企业财务分析——以 N 公司为例

杨超锋

杭州电子科技大学会计学院, 中国·浙江 杭州 310018

摘要: “双碳”背景下, 新能源汽车行业蓬勃发展, 汽车零部件行业迎来重大变革。论文采用哈佛分析框架, 对汽车零部件上市企业 N 公司进行战略、会计、财务和前景分析。研究发现, N 公司的新能源汽车客户和国外客户占比较低, 应收账款管理存在不足以及偿债能力与盈利能力持续下滑。论文提出建议: N 公司应优化客户结构、改进应收账款管理以及优化财务杠杆并提升盈利能力。

关键词: 哈佛分析框架; 财务分析; 汽车零部件企业

Financial Analysis of Automotive Parts Enterprises Based on Harvard Analysis Framework — Taking N company as an Example

Chaofeng Yang

School of Accounting, Hangzhou University of Electronic Science and Technology, Hangzhou, Zhejiang, 310018, China

Abstract: Under the background of “dual carbon”, the new energy vehicle industry is flourishing, and the automotive parts industry is undergoing significant changes. The paper adopts the Harvard analysis framework to conduct strategic, accounting, financial, and prospect analysis on N company, a listed automotive parts company. Research has found that N company has a relatively low proportion of new energy vehicle customers and foreign customers, inadequate accounts receivable management, and a continuous decline in debt repayment and profitability. The paper suggests that N company should optimize its customer structure, improve accounts receivable management, optimize financial leverage, and enhance profitability.

Keywords: Harvard analytics framework; financial analysis; automotive parts companies

0 前言

当前, 全球环境问题日益严重, 各国政府对环境保护的关注不断提升, 并出台了一系列政策鼓励低碳排放。在此背景下, 新能源汽车行业发展迅猛, 销量和渗透率均实现爆发式增长。作为汽车制造的重要组成部分, 汽车零部件行业也迎来重大变革。汽车零部件企业如何有效响应市场变化并增强竞争力成为有待探讨的研究问题。论文基于哈佛分析框架, 对汽车零部件企业 N 公司进行财务分析, 旨在探求 N 公司存在的不足并提出相应的改进建议。

1 公司简介

N 公司是一家从事汽车零部件研发、生产和销售的制造企业, 于 2001 年成立, 并于 2005 年在深圳证券交易所上市。主要产品涵盖汽车内外饰件、底盘附件以及空调配件等, 广泛应用于全球各大汽车品牌。公司总部位于中国宁波, 并在北美、欧洲和东南亚等多个地区设有分支机构。

2 哈佛分析框架下的财务分析

2.1 战略分析

2.1.1 优势

N 公司长期专注于汽车零部件领域, 拥有丰富的行业

经验和先进的生产工艺, 积累了深厚的技术实力。N 公司建立了严格的质量控制体系, 确保了产品质量的稳定性和可靠性, 赢得了国内外客户的高度信任。因此, 公司产品性能优异, 广泛应用于多个国际知名汽车品牌, 如大众、宝马、丰田等。此外, N 公司还在全球范围内建立了多个生产基地, 覆盖中国、欧洲、北美和东南亚等地, 形成了完善的生产布局。截至 2024 年上半年, 公司营业收入达到 116 亿元, 同比增长 13.61%。

2.1.2 劣势

N 公司的客户结构存在一定不足。其主要客户是跨国整车企业, 而中国自主品牌的客户较少。“双碳”背景下, 新能源汽车行业蓬勃发展, 自主品牌车企的销量大幅增长, 而传统的跨国整车企业的市场份额逐渐减少。N 公司未能及时进入中国自主品牌客户的供应链, 这不利于公司的未来发展。2022 年, 中国新能源汽车的渗透率为 27.6%, 而 N 公司新能源汽车的订单占比仅为 18%。同时, 自主品牌车企的市场份额高达 50%, 而 N 公司自主品牌客户的订单占比仅为 26%。上述数据表明, N 公司客户结构存在局限, 抗风险能力相对较弱。

2.1.3 机会

随着全球政府环保意识不断提升和对绿色能源的持续

关注, 各国政府纷纷出台利好政策, 鼓励低碳排放。中国于 2020 年提出“双碳”目标, 即在 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和。这显著推动了新能源汽车行业的快速发展。新能源汽车的销量和渗透率均呈现爆发式增长。新能源汽车销量的增长也会扩大汽车零部件的需求。因此, N 公司未来前景非常广阔。N 公司有望通过技术创新和产品升级, 抓住这一发展机遇, 提升市场份额。此外, 当前 N 公司国外业务占比相对较低, 潜力巨大。公司可以积极布局东南亚、北美以及欧洲等市场, 逐步扩大市场份额。

2.1.4 威胁

随着各国政府对环境保护的重视程度不断提升, 环保政策日益严格, 这对汽车零部件行业提出了更高的合规要求。N 公司需要密切关注政策动态, 及时调整生产和技术研发方向, 以满足环保标准。此外, 汽车零部件行业的市场竞争异常激烈, 新能源汽车的蓬勃发展, 越来越多的企业进入该领域, 导致市场竞争不断加剧。N 公司不仅需要面对中国同行的竞争, 还要应对国际巨头的挑战。

2.2 会计分析

2.2.1 资产负债表分析

通过对 N 公司近五年的资产负债表进行分析, 可以发现货币资金、应收账款、存货以及固定资产占总资产的比例较高, 这些关键会计项目对于 N 公司至关重要。近五年来, N 公司的货币资金占总资产比例始终保持在较高水平, 分别为 10.69%、17.15%、17.63%、13.87%、11.75%。这一比例表明公司持有充足的现金及等价物, 体现了财务管理的稳健性, 但也反映出公司未能找到良好的投资机会以更好地利用货币资金。与此同时, 应收账款占总资产比例呈现出显著的上升趋势, 过去五年里, 该比率分别为 20.72%、15.35%、18.46%、22.33%、23.06%。这种持续的增长可能是由于信用政策放宽, 管理层需要关注潜在的坏账风险, 并加强应收账款的管理和回收效率。存货和固定资产占总资产的比例相对稳定, 存货占比基本维持在 10% 水平, 而近三年固定资产占比维持在 15% 水平。

2.2.2 利润表分析

营业收入是净利润的基础, 也是利润表的关键项目。2019 年至 2023 年, N 公司的营业收入分别为 170.90 亿、168.90 亿、175.90 亿、197.20 亿和 232.40 亿。尽管 2020 年公司经历了轻微的下滑, 但从 2021 年起, 营业收入显著增长。这反映出公司在业务扩展和市场开拓方面取得了良好的结果。从国内外收入结构来看, 过去五年中, N 公司的营业收入主要来源于中国客户, 具体而言, 2019 年至 2023 年, 中国收入占比分别为 81.28%、83.84%、86.64%、86.41% 和 80.25%。而国外收入占比在过去五年里则呈现出先下降后上升的趋势, 分别为 18.72%、16.16%、13.36%、13.59% 和 19.75%, 这表明 N 公司在开拓国外新客户方面取得了一定的效果。尽管如此, 国外收入的比例仍然较小, 这意味着 N

公司在国际市场上还有较大的发展空间。

2.2.3 现金流量表分析

经营活动、投资活动和筹资活动产生的现金流量净额是现金流量表的关键项目。N 公司近五年的经营活动现金流量净额始终为正值, 并且整体上呈现出上升趋势, 分别为 20.09 亿、28.70 亿、22.64 亿、17.88 亿和 30.19 亿。这表明公司核心业务的盈利能力稳定, 能够持续产生现金流, 为日常运营和发展奠定基础。然而, 过去五年中, N 公司的投资活动现金流量净额分别为 -9.41 亿、-7.43 亿、-12.61 亿、-14.07 亿和 -23.90 亿, 筹资活动现金流量净额分别为 -11.80 亿、-5.37 亿、-3.67 亿、-12.44 亿和 -5.36 亿。其投资活动现金流量净额始终为负值且投资金额不断增长, 这一情况反映出公司在固定资产、无形资产等长期资产投资项目的投入不断增加。此外, 其筹资活动现金流量金额也始终为负值, 这主要由于公司支付利息、偿还债务以及发放股利等活动。这一现象反映公司重视财务风险和股东回报。

2.3 财务分析

2.3.1 偿债能力

N 公司在过去五年中, 短期偿债能力和长期偿债能力均有一定程度的下降。短期偿债能力方面, 过去五年的流动比率分别为 1.57、1.66、1.51、1.52、1.40, 整体上呈现下降趋势, 流动比率是流动资产与流动负债的比值, 可以衡量公司是否有足够的流动资产覆盖流动负债。通过分析资产负债表可以发现, N 公司的流动比率的持续下滑主要因为其流动资产的增速慢于流动负债。长期偿债能力方面, 过去五年的资产负债率分别为 38.70%、38.74%、44.14%、44.96%、49.21%, 资产负债率呈现出上升趋势, 较高的资产负债率会增加财务风险并对公司造成较大的偿债压力。

2.3.2 盈利能力

N 公司的盈利能力在过去五年中整体呈现出下降趋势, 这一变化在多个盈利能力指标中得到了体现。从营业净利率来看, 过去五年里该比率分别为 7.45%、6.68%、8.66%、6.68% 和 6.20%, 尽管 2021 年有所回升, 但总体趋势是不断下降并逐渐稳定在 6% 左右的水平。营业净利率的下滑表明公司在将营业收入转化为净利润方面的效率有所减弱。从净资产收益率来看, 过去五年里该比率分别为 11.36%、8.71%、11.94%、9.06% 和 8.87%。通过杜邦分析可以发现, 公司的权益乘数和总资产周转率基本保持稳定。因此, 净资产收益率的下滑主要归因于营业净利率的下降。

2.3.3 营运能力

N 公司的营运能力从整体来看变化不大, 但具体项目存在显著的差异。从 2019 年至 2023 年, 公司的总资产周转率分别为 1.02、0.93、0.86、0.88 和 0.93, 基本保持在 0.9 左右的水平。这表明公司在资产利用效率方面相对稳定。而存货周转率在过去五年间呈现稳定上升趋势, 分别为 6.13、6.44、6.57、6.84、6.97。这一趋势反映了 N 公司在库存管

理方面取得了显著的提升,公司更有效地优化库存管理,从而降低仓储成本和资金占用。然而,其应收账款周转率与存货周转率截然相反,呈现出持续下降的态势,过去五年的应收账款周转率分别为 5.30、5.21、5.05、4.29、4.07。这一现象表明,公司在信用政策上有所放宽,允许客户延长付款期间,从而增加了应收账款的回收周期和坏账风险。

2.3.4 发展能力

N 公司过去五年的营业收入增长率分别为 14.51%、-1.18%、4.12%、12.10% 和 17.85%,显示出较为稳健的发展趋势。尽管在 2020 年公司经历了营业收入的轻微下滑,但随后迅速恢复,并在近三年中保持了持续上升的增长速度,尤其在 2023 年达到了 17.85% 的高增速。其营业收入的稳定增长反映了公司在业务扩展和市场开拓方面的成功。然而,2019 年至 2023 年间,公司的净利润增长率分别为 34.07%、-13.42%、49.00%、-22.17% 和 4.37%,不仅出现了更多的负值年份,而且波动幅度较大,这反映出公司在利润管理方面面临的挑战。特别是在 2023 年,尽管营业收入增速高达 17.85%,但净利润增速仅为 4.37%,形成了明显的“增收不增利”现象。这种差异可能源于成本控制、费用增加或市场竞争加剧等因素,尽管销售收入增加,但净利润未能同步提升。

2.4 前景分析

2.4.1 行业前景

汽车零部件行业前景广阔。随着全球环境问题日益严重,各国政府对环境保护的关注度不断提高,并纷纷出台一系列利好政策,鼓励绿色能源和低碳排放。此外,锂电池等关键技术的突破,使得新能源汽车在续航里程、充电速度以及驾驶体验等方面取得了显著的进步,消费者也越来越认可新能源汽车。在这一背景下,新能源汽车行业迎来了前所未有的发展机遇,新能源汽车的销量和渗透率均呈现爆发式增长。2024 年 7 月,中国新能源乘用车的销量达到 87.8 万辆,渗透率达到 51.1%,并首次超过传统燃油乘用车。而汽车零部件行业是汽车制造的重要组成部分,因此,新能源汽车行业发展也为汽车零部件行业带来了巨大的市场机遇。

2.4.2 公司前景

N 公司具备多种核心竞争力,这有助于 N 公司获取比汽车零部件行业更高的收入增速。第一,客户优势。N 公司以卓越的产品质量和优质的服务赢得了高端传统汽车客户的信任,如一汽集团、宝马、奔驰以及沃尔沃等。高端客户的稳定订单有助于企业稳定运营并持续盈利。此外,在“双碳”背景下,公司快速响应市场变化,凭借技术优势和成本优势,迅速切入自主品牌客户和新能源汽车客户的供应链,从而迭代客户结构,这为未来发展奠定了坚实的基础。当前,N 公司已成为特斯拉、比亚迪、理想以及赛力斯等主流新能源汽车品牌的重要供应商。第二,生产基地布局优势。N 公司已基本实现全球生产基地的战略布局。中国方面,公司在东部的宁波和上海、东北的长春和沈阳、中西部的成都和重

庆等地均建立了生产工厂。国外方面,公司在欧洲地区、北美地区以及东南亚地区均建立了生产工厂。全球布局生产基地将形成规模效应,减少客户的运输距离,从而节约成本,提高供应效率,改善服务体验,提高客户满意度。

3 结论与建议

3.1 研究结论

基于上述分析,可以得出 N 公司在以下三个方面存在不足:第一,相较于传统高端品牌客户,新能源汽车客户比例较低,相较于中国客户,国外客户收入比例较低,这不利于营业收入的持续增长。第二,N 公司的应收账款管理存在问题。其应收账款占比持续增长,而应收账款周转率显著下降,这不利于资金回笼并增加坏账风险。第三,其偿债能力和盈利能力在过去五年里均呈现下降趋势,偿债能力的下降会加大财务风险,盈利能力的下滑不利于未来发展。

3.2 研究建议

基于 N 公司的不足,论文提出相应的建议:第一,优化客户结构。公司应加强与新能源汽车企业的合作,深化与特斯拉、比亚迪以及理想汽车等主流新能源汽车企业的合作,同时积极开拓国际市场,通过建立海外生产基地并设立海外研发和销售团队,提高国际市场的响应速度和海外客户的满意度,从而提高国外客户收入占比。第二,改进应收账款管理。公司应调整信用政策,严格评估客户的信用状况以控制应收账款的规模。同时,公司应优化应收账款催收流程和制度,定期提醒客户付款,确保及时回收账款,降低坏账风险,从而改善现金流。第三,优化财务杠杆并提升盈利能力。公司应优化资本结构,通过多种渠道进行融资,增加内部融资或股权融资并减少债务规模,从而降低资产负债率和财务风险。同时,公司可以通过技术创新提升产品附加值或者通过加强成本管理提升营业毛利率,公司还可以通过优化内部流程和加强内部协同提升经营效率并降低期间费用,最终提升盈利能力。

参考文献:

- [1] 王静宇.基于哈佛框架的物流企业财务分析及对策——以T公司为例[J].现代营销(下旬刊),2024(9):158-160.
- [2] 郝欣宇,徐江.哈佛分析框架下的YH超市股份有限公司财务分析[J].商场现代化,2024(24):171-173.
- [3] 邵明政.哈佛分析框架下新能源汽车财务状况分析——以A公司为例[J].经济研究导刊,2024(21):73-76.
- [4] 贾雲格,赵英会.基于哈佛分析框架的安井食品财务分析[J].现代营销(下旬刊),2024(8):147-149.
- [5] 侯小娅.哈佛分析框架下M公司财务绩效研究[J].财务管理研究,2024(11):26-32.

作者简介: 杨超锋(1999-),男,中国浙江绍兴人,硕士,从事财务管理研究。