

学校编码：10384

学号：X2006155112



分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_\_

# 廈門大學

## 硕士学位论文

### 格力电器与美的电器公司财务绩效、 财务政策和财务战略的比较研究

A Comparative Study on the Financial Performance,  
Financial Policy and Financial Strategy for GREE Electric  
Appliance Inc. of ZhuiHai and GD Midea Holding Co., Ltd

张建军

指导教师姓名：王志强 教授

专业名称：工商管理 (MBA)

论文提交时间：2010 年 月

论文答辩日期：2010 年 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席\_\_\_\_\_

评 阅 人\_\_\_\_\_

2010 年 10 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。
2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 摘要

珠海格力电器股份有限公司（简称：格力电器）成立于1991年，并于1996年11月18日在深圳证券交易所挂牌上市，2009年财年，实现销售收入426.37亿元，实现利润总额29.13亿元，是中国第一大的专业空调生产企业；广东美的电器股份有限公司（简称：美的电器）成立于1993年，于1993年11月12日在深圳交易所挂牌上市，2009年财年，公司实现销售收入472.78亿元，利润总额18.92亿元，是中国第二大的空调生产企业。两家公司的股本、销售收入和利润总额接近，同时，两家公司又都有自己的经营特色，为我们进行比较分析提供了基本的条件。

本文收集了格力电器和美的电器2005-2009年的年度报表，通过比较研究我们发现，在财务绩效上，格力电器的盈利能力、流动性指标、现金创造能力及偿债能力强于美的电器；美的电器则在成长能力、营运能力、资本市场表现方面优于格力电器。在财务政策上，格力电器存货的管理能力更强，负债较高但其流动资产的比例也高，股利政策上格力电器与其盈利能力相比稍显保守，投资政策上格力电器近年也相对较少；美的电器的负债水平合适，资产构成也较为合适，股利政策方面与其财务表现是相符合的，投资政策上美的电器近年比较积极活跃，进行了多项重大投资与并购。在财务战略上，格力电器和美的电器近年来都为“价值创造型”企业，格力电器近年则显现出资金剩余，而美的电器则稍显资金不足。

笔者认为，两家公司未来要维持高的增长率，格力电器主要应该调整与其企业战略相关的财务战略，美的电器的重点则是投资并购后的整合。文章建议，格力电器要通过更加积极的财务政策，利用其强大的现金流增加投资，扩大生产，并适当控制公司的总资产规模，提高总资产的利用效率；美的电器可以基本保持现有的财务政策，通过整合及进一步加强运营能力节约公司经营成本，控制各项费用，增加经营性现金流，提高公司的盈利能力。

**关键词：**财务分析；财务报表；财务政策

厦门大学博硕士学位论文摘要库



## Abstract

GREE Electric Appliance Inc. of ZhuiHai (Brife in Gree Electric) was founded in 1991, and listed on the ShenZhen Stock Exchange on Nov. 18, 1996. In 2009, it had sales income of 42.637 billion and total profit of 2.913 billion. Now Gree Electric has been the No.1 air conditioner producer in China; GD Midea Holding Co., Ltd. (Brife in Midea Electric) was founded in 1993, and listed on the ShenZhen Stock Exchange on Nov. 12, 1993. In 2009, it had sales income of 47.278 billion and total profit of 1.892 billion. And now Midea Electric has been the No.2 air conditioner producer in China. The capital stock, sales income and the total profit of the two companies was quite similar, while both have their own unique characteristics. It fits the basic requirements of the comparison and analysis.

The paper collected the financial statement from 2005 to 2009. We analyzed and studied the two company's financial statements, which is outlined as below. As for the financial performance, Gree Electric's profitability, cash flow indicator, and cash generation capabilities, debt repayment ability are better than Midea Electric; on the other hand, Midea Electric's operating capabilities, growth capabilities and capital market performance are stronger than Gree Electric. As for the financial policy, Gree Electric has a better capability of Inventory management, but it is with higher debt ratio as well as high flow assets ratio, Gree's dividend policy is a little conservative regarding with its sound profitability, and its investment policy is also conservative in the past several years; Midea Electric's debt ratio is appropriate as well as its assets structure, and Midea's dividend policy is in line with its finance performance. In resent years, Midea Electirc is very active in investment and meger, it makes several important investment. As for the financial strategy, the both companies are all value-created enterprises in the past 5 years, Gree Electric's capital is surplus but Midea Electric's capital is a little inadequate.

We believe that, to obtain sustaining high grow, Gree Electric should adjust its financial strategy, however, for the Midea Electric, the main issue is how to integrate

its acquisitions. We suggest that Gree Electric should carry out a more active financial policy, add its investment and enlarge its production capability through the company's huge cash flow, meanwhile, it also should control its total assets size to improve the total assets's efficiency; Midea Electric can remain its current financial policy, and it should improve its operational cash and profitability through good integration and strengthen its operational efficiency and capability to control its expense and cut its cost.

**Key words: Financial Analysis; Financial Report; Financial Policy.**

前 言 .....	1
<b>第一章 研究概述 .....</b>	<b>3</b>
第一节 研究背景 .....	3
第二节 研究的主要问题和意义 .....	14
第三节 研究思路和分析框架 .....	15
<b>第二章 格力电器与美的电器公司的主要财务指标比较分析 .....</b>	<b>17</b>
第一节 格力电器与美的电器公司的主要财务指标 .....	17
第二节 盈利能力历史趋势及同业比较 .....	24
第三节 营运能力历史趋势及同业比较 .....	27
第四节 负债及偿债能力历史趋势及同业比较 .....	30
第五节 流动性能力历史趋势及同业比较 .....	34
第六节 增长率能力历史趋势及同业比较 .....	37
第七节 现金创造能力历史趋势及同业比较 .....	41
第八节 资本市场表现能力历史趋势及同业比较 .....	44
第九节 格力电器和美的电器同业比较分析结果小结 .....	47
<b>第三章 格力电器与美的电器的财务报表结构分析 .....</b>	<b>49</b>
第一节 资产负债表的结构分析 .....	49
第二节 利润表的结构分析 .....	54
第三节 现金流量表的结构分析 .....	57
第四节 格力电器和美的电器的财务报表结构分析小结 .....	63
<b>第四章 格力电器与美的电器公司财务战略矩阵分析和财务政策评价 .....</b>	<b>64</b>
第一节 格力电器和美的电器公司财务指标分解分析 .....	64

第二节 格力电器和美的电器的财务政策评价 .....	70
第三节 格力电器和美的电器的财务战略矩阵分析 .....	72
<b>第五章 结论与建议 .....</b>	<b>75</b>
第一节 结论 .....	75
第二节 财务政策建议 .....	76
参考文献 .....	77
后 记 .....	79

## Contents

<b>Preface</b> .....	<b>1</b>
<b>Chapter I Overview</b> .....	<b>3</b>
Section I Background .....	3
Section II The Main Problems and Significance of The Paper On Study.....	14
SectionIII The Study Ideas and Analysis Framework of The Paper .....	15
<b>Chapter II Key Financial Indicators and Their Comparative Analysis for Gree and Midea</b> .....	<b>17</b>
Section I Analysis of Key Financial Indicators for Gree and Midea.....	17
Section II Profitability .....	24
SectionIII Capacity of operational capacity.....	27
SectionIV Liabilities and solvency.....	30
Section V Liquidity.....	34
SectionVI Growth .....	37
SectionVII Cash creativity .....	41
SectionVIII Capital market performance .....	44
SectionIX The results of a comparative analysis of the industry .....	47
<b>Chapter III Structural Analysis of Financial Statements of Gree And Midea</b> .....	<b>49</b>
Section I Structural Analysis Of Balance Sheet .....	49
Section II Structural Analysis of Income Sheet .....	54
SectionIII Structural Analysis of Cash Flow Sheet .....	57
SectionIV Summary of Structural Analysis of Financial Statements .....	63
<b>ChapterIV Matrix Analysis of Financial Strategy and Evaluation of Financial Policy of Gree and Midea</b> .....	<b>64</b>
Section I Decomposition Analysis of Gree and Midea'sFinancial Indicators.....	64
Section II Evaluation of financial policy of Gree and Midea .....	70

Section III Matrix Analysis of Financial Strategy of Gree and Midea.....	72
<b>Chapter V Conclusion and Advice.....</b>	<b>75</b>
Section I Conclusion.....	75
Section II Advice .....	76
<b>References.....</b>	<b>77</b>
<b>Postscript .....</b>	<b>79</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 前言

中国家电业在过去的 30 年中，从无到有，发展非常迅速，现在已经成为了世界上最大的家电生产和消费国，国内市场容量 2010 年将超过 6000 亿元。这 30 年基本可以分为两个发展阶段：

第一阶段是从 1978 年至 2000 年，这 20 多年间，我国居民家电从无到家电基本的普及，比如彩电产量由 1978 年的 0.4 万台增加到 2000 年的 3936 万台；家用电冰箱由 2.8 万台增加到 1279 万台；家用洗衣机由 0.04 万台增加到 1443 万台；家用空调器由 0.02 万台增加到 1827 万台。与此同时，家电商品大踏步地走进居民家庭。在城镇，平均每百户家庭彩电拥有量由 1985 年的 17.2 台增加到 2000 年的 116.6 台，增长 5.8 倍，彩电已成为目前拥有率最高的家电商品；洗衣机由 48.3 台增加到 90.5 台，增长 87%；家用电冰箱由 6.6 台增加到 80.1 台，增长 11.1 倍；家用空调器由 11.6 台增加到 30.8 台，增长 1.7 倍。在农村，平均每百户家庭彩电拥有量由 1985 年的 0.8 台增加到 2000 年的 48.7 台，电冰箱由 0.06 台增加到 12.3 台，洗衣机由 1.9 台增加到 28.6 台。数据表明，我国家电产品的生产和消费只用 20 几年的时间就赶上了一些发达国家几十年走过的路。<sup>①</sup>

第二个阶段是从 2000 年到 2010 年这 10 年，国内家电从基础需求型消费逐步趋向于品质体验型消费。随着人们生活品位的提高和消费观念的转变，价格高低不再是消费者购买家电的决定性因素，品牌意识、品质和时尚的外观造型已经成为影响消费者购物的重要参考因素，家电产品也从卖方市场完全转变成了买方市场。大家电产品，如高端电视，冰箱，洗衣机，空调，电脑已经成为最大的市场品类。2009 年，国内电视机产量达到 1.2 亿台，冰箱产量则到达 6063 万台，洗衣机产为 4935 万台，空调产量为 8153 万台，分别比 2000 年增长了 200%，374%，242%，346%。其中空调的绝对增长是最快的，成为销售额最大的单一白色家电产品市场。<sup>②</sup>

<sup>①</sup> 数据来源：国家统计局贸经司，严先溥。我国百货零售业何处求新生[N]. 中国信息报. 2001(003). (阅读时间：2010 年 06 月 28 日)。

<sup>②</sup> 数据来源：中国工信部网站，<http://xfps.miit.gov.cn/n11293472/n11295176/n11298943/13043273.html> (阅读时间：2010 年 06 月 29 日)。

展望未来国内家电市场，竞争会越来越激烈，但总体的稳步增长是确定的，特别是创新，环保节能的产品将会有更快的发展。预计影响未来家电市场的因素主要是：

1. 世界经济和中国经济增长速度。未来 10 年内，世界经济增长存在很多的困难与不确定因素，2008 年末-2009 年的全球经济危机已经展示了它的影响力，至今也还没有完全恢复，不乐观因素继续存在。中国经济相对虽然表现较好一些，但也越来越受到全球经济一体化的影响，不可能独善其身。世界经济增长的不确定，对家电市场是一个很大的考验。
2. 人口因素的影响。一方面，中国人口最近仍将保持 1%左右的增长速度，另一方面，人口的城市化加速，人口红利因素还会在未来的 10 年内存在。
3. 部分类别的家电仍有较大的增长空间。未来智能化，环保节能，方便个性化的家电产品仍将有较大的市场增长空间。
4. 农村市场的增长潜力。一方面，虽然中国城市化进程在加速，但总体而言，未来 10 年内农村绝对人口还是大于城市人口，消费需求依然广阔。另一方面，农村高端及个性化家电目前的普及率还不高，在某些品类上的增长空间非常大。2009 年开始启动的家电下乡政策每年就增加了 2000 亿左右的市场容量。总体来说，我国家电市场未来的增长可能没有过去几十年这么高，但在一个巨大基数上稳步的增长还是可预见的，只是市场竞争会更激烈，但竞争会向更高的一个层次展开。①②



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库