

# 数字经济背景下企业财务管理研究 ——以美的集团为例

胡梦洁

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年1月9日; 录用日期: 2024年1月29日; 发布日期: 2024年2月29日

## 摘要

在数字经济蓬勃发展的时代, 企业财务管理面临着前所未有的挑战与机遇。本文通过对基础财务数据结合资源战略、筹资、投资战略来对美的集团进行财务管理研究。研究发现美的集团综合能力比较强, 营运能力比较好, 但是在偿债能力等方面有待提高; 在配置战略方面, 融资渠道相对单一, 投资决策需要更加谨慎。对于研究结果提出建议: 美的集团需要丰富资金来源来优化资本结构; 丰富派发方式以减少现金支出; 整合企业资源, 实现并购价值提升。

## 关键词

财务管理, 企业战略, 美的集团, 数字转型

## Research on Corporate Financial Management in the Context of the Digital Economy: A Case Study of Midea Group

Mengjie Hu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 9<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jan. 29<sup>th</sup>, 2024; published: Feb. 29<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

In the era of booming digital economy, enterprise financial management is facing unprecedented challenges and opportunities. This article conducts financial management research on Midea Group by combining basic financial data with resource strategy, fundraising, and investment strategy.

Research has found that Midea Group has strong comprehensive capabilities and good operational capabilities, but there is room for improvement in areas such as debt repayment ability; In terms of configuration strategy, financing channels are relatively single, and investment decisions need to be more cautious. Suggestions for research findings: Midea Group needs to enrich its funding sources to optimize its capital structure; enriching distribution methods to reduce cash expenditures; Integrate enterprise resources to enhance the value of mergers and acquisitions.

## Keywords

Financial Management, Enterprise Strategy, Midea Group, Digital Transformation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

党的二十大报告中对于建设现代化产业体系部分指出坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，并且提出加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群的要求。根据《中国数字经济发展报告》(2023 年)分析，我国数字经济进一步实现量的合理增长。2022 年，我国的数字经济规模已经达到 50.2 万亿元，同比名义增长 10.3%，保持连续 11 年高于同期 GDP 名义增速。

在数字经济蓬勃发展的时代，企业财务管理面临着前所未有的挑战与机遇。有学者研究发现数字化转型会促进企业技术创新能力[1] [2] [3] [4]，且可以提升企业价值[5] [6] [7]。作为中国和全球家电行业翘楚，美的集团正站在这一风口浪尖之上，不断探索数字经济背景下财务管理的新路径和前景。

随着互联网的普及、人工智能的迅速发展以及数据驱动决策的兴起，数字经济的光芒渗透到企业的方方面面，进一步促进实体经济发展[8] [9]。本文将美的集团为研究对象，探讨数字经济背景下，美的集团是否能够更加智能化地管理财务流程，优化资源配置，并更精准地把握市场变化趋势，进而提升企业的效率和竞争力，为业界提供经验和启示。

## 2. 美的集团介绍及战略环境概况

美的集团创始于 1968 年，1980 年进入家电行业，其业务覆盖智能家居、工业技术、楼宇科技、机器人与自动化和其他创新业务，并已建立 ToC 与 ToB 并重发展的业务矩阵，可提供多元化的产品种类与服务。截至 2022 年，美的集团在全球已经拥有约 200 家子公司、35 个研发中心及主要生产基地，业务覆盖 200 多个国家和地区。面对数字经济时代对产品和服务的更高要求，美的持续推动“科技领先、用户直达、数智驱动、全球突破”四大战略主轴，重新打造新时代的的美的。直至 2022 年，美的集团已经连续 8 年跻身世界 500 强企业之列。

### 2.1. 美的集团内部战略环境

美的集团内部的战略环境，也就是美的集团的核心竞争力主要从其品牌优势、研发能力、业态布局、公司治理方面进行研究。

从品牌优势方面进行分析，美的集团各类主要产品在家电行业保持领先地位，2022 年美的跃居《财富》世界 500 强榜单第 245 位，在 Brand Finance 2022 全球最有价值的 100 大科技品牌榜单第 36 位，更

成为福布斯中国 ESG 启发案例具有实践参考意义的 ESG 案例公司，品牌优势较为显著。

从研发能力角度出发，美的关注与聚焦技术创新、用户创新、设计创新、产品创新及开放式创新体系建设。2022 年报中披露，美的集团在过去 5 年研发投入超过 500 亿元，2022 年研发费用达 126 亿，拥有 35 个研究中心，研发人员超过 20,000 人，通过构建研发规模优势，加大对核心、前沿技术的布局和投入，实现科技领先。

从业态布局角度出发，经过多年发展与布局，美的已形成了业态布局完整、地域覆盖广阔的渠道网络，满足线上与线下不同用户购买需求。2022 年的营业收入同比增长 0.79%，其中线上销售收入占比为 19.78%，较 2021 年有所提高，线上销售收入同比增长 9.51%。美的集团持续推动直营零售数字化变革，为客户提供行业领先的数字化平台服务，通过线下门店能力提升、采购保障、用户运营等提供专业的数字化平台支持。

从公司治理角度出发，美的集团已形成较为成熟的管理和激励体制。公司的主要高层经营管理团队成员，在美的的各单位的平均工作年限超过 15 年，对 ToC 与 ToB 相关行业有深刻的理解与洞察。面向不同层级的公司核心管理及技术团队，公司搭建了经营管理层、核心骨干与全体股东利益一致的股权架构及长、短期激励与约束相统一的激励机制。

美的集团作为投资性企业，收购拥有先进技术的企业对于全球经营和企业多元化的发展战略奠定了基础，整体竞争能力比较强。

## 2.2. 美的集团外部战略环境

对于美的集团的外部环境，参考陈庆等[10]的方法，使用 PEST 方法进行分析。

从政治因素(Politic)来说，国内的政治环境稳定、法律法规比较完备，国内政策促进实体经济企业发展，对于绿色和智能产品方向的引导以及家电行业的标准升级为企业提供了新的机会；国际上，例如“一带一路”战略的实施，可能会影响公司治理，促进企业发展[11]。

从经济因素(Economy)来说，2022 年国内 GDP 增速为 3%，家电消费下滑与宏观经济关联密切，一方面居民收入受到直接影响，另一方面消费者倾向走低[12]，尤其是线下消费受到较大冲击，居民实际消费意愿受到抑制[13]，导致耐用品消费的集体推迟，而且房地产对家电行业的助力持续减弱，但是随着年末政策优化，工业、制造业等呈现超预期恢复[14]。

从社会因素(Society)来说，随着居民消费水平的提高，单一的消费需求逐渐加入品质、设计和环保等要求，反映了人们对生活品质的更高追求。这种消费需求的改变不仅推动了市场向更可持续和创新的方向发展，也为企业提供了发展和创新的机会[15]。

从技术因素(Technology)来说，物联网智能技术正在推动智慧家居产业蓬勃发展。在智慧家居领域，物联网的运用使得家庭生活更加便捷、安全且高效。同时，机器人技术的进步也为智慧家居带来了全新的可能性，如智能助理、清扫机器人等，为家庭提供了更为智能、个性化的服务，也为企业带来更多机遇和挑战。

## 3. 美的集团基本财务比率分析

本文对于美的集团的财务分析主要从企业的营运能力、偿债能力、盈利能力和成长能力的角度展开，以下涉及的财务数据来源于美的集团 2019~2022 年年度报告及作者计算，原数据以千为单位。

企业营运能力主要从存货周转天数、应收账款周转天数、存货周转率方面进行分析。2022 年全国都遭受了疫情和极端天气的重创，可能对企业运营产生负面影响，如图 1 所示 2022 年美的集团三个数据不优于 2021 年，但美的集团存货周转率依旧高于行业，说明美的集团的营运能力良好。

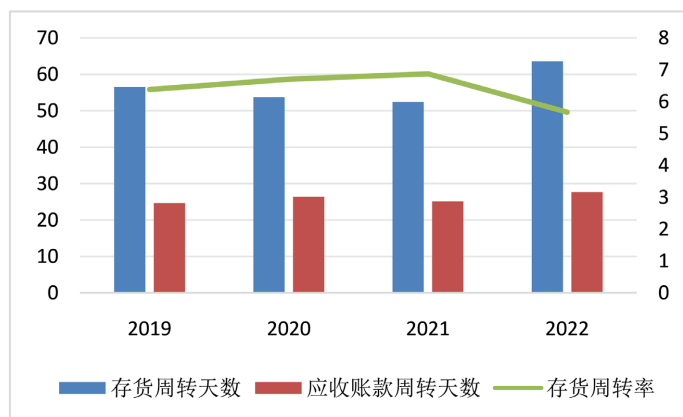


Figure 1. Operational capability comparison of Midea Group

图 1. 美的集团营运能力对比

企业的偿债能力主要从流动比率、速动比率、产权比率和资产负债率角度进行对比。2019~2022 年，家电行业的流动比率大致处于 1.5~2 的水平，速动比率大致是 1，产权比率大致在 0.7~1.5，资产负债率在 60%左右。如图 2 所示，美的集团的流动比率、速动比率基本在正常值之间波动，但是其产权比率比较高，偿还长期债务的能力可能比较弱。资产负债率高于行业平均，整体的偿债能力需要提升。

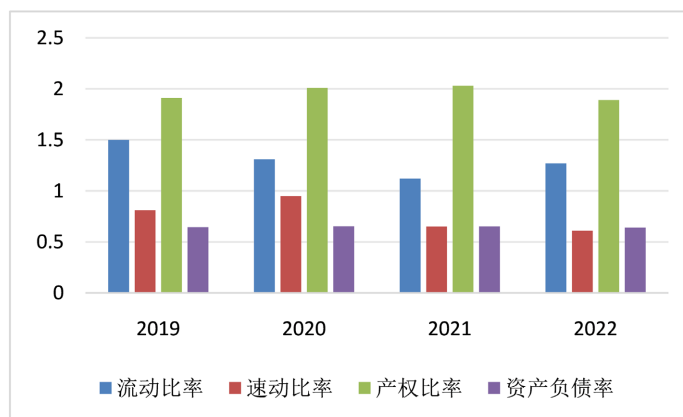


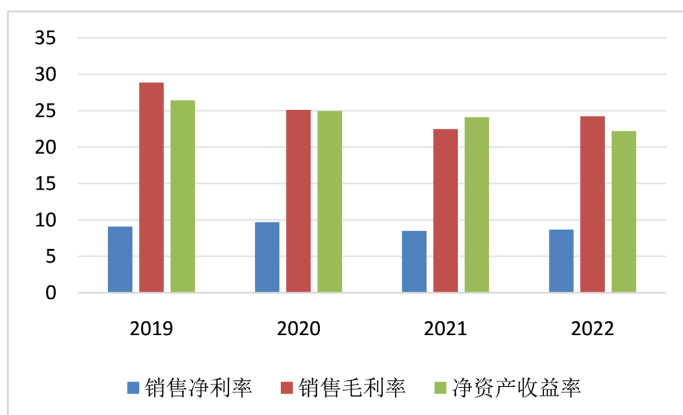
Figure 2. Debt repayment capability comparison of Midea Group

图 2. 美的集团偿债能力对比

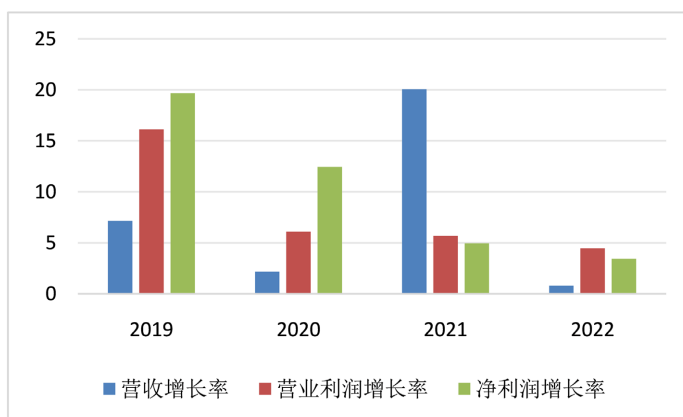
企业的盈利能力主要参考销售净利率、销售毛利率和净资产收益率。受疫情反复、缺芯危机、原材料短缺、运输价格上涨、市场竞争压力加剧等因素影响，再考虑到长期人口见顶、中期城镇化率放缓、短期金融政策不会大幅放松楼市调控，楼市下行周期已经近在眼前。这可能直接导致电器更新需求降低，整个行业盈利情况都受到了影响。2022 年美的财报披露，在美的集团的营业成本中，原材料占比达 83.63%，总额 1703 亿元，同比减少 2.72%。方洪波也曾经表示，2022 年美的集团的目标是收入合理、恢复盈利，重点在于改善盈利能力。总体来看，如图 3 所示，2022 年的盈利情况优于 2021 年。

企业成长能力方面，选用营业收入增长率、营业利润增长率和净利润增长率的变化对美的集团进行分析。美的集团疫情爆发后的几年成长比较缓慢，2021 年营业收入增长比率的突增主要源于在美的集团机器人及自动化系统类产品的增长，该类产品的增长率为 26.37%，暖通空调和消费电器类产品的增长率也比较理想。从图 4 中可以看出 2022 年成长能力逊色于 2021 年，主要是由于疫情反复、极端天气等。营业收入组成也可以看出，从产品角度来看消费电器的销售额减少是营业收入增长减缓的主要原因；从销

售模式看，线下销售呈现负增长，需要企业积极调整。



**Figure 3.** Profitability comparison of Midea Group  
**图 3.** 美的集团盈利能力对比



**Figure 4.** Growth capability comparison of Midea Group  
**图 4.** 美的集团成长能力对比

#### 4. 美的集团配置战略分析

美的集团最重要的核心思路就是新战略推动新增长，新业务模式、新流程创新、新工艺运用、新材料替代、新产品迭代、新技术突破、新品牌扩张、新渠道布局、新传播方式、新的市场挖掘与新的国家市场突破等。

在研究的 2019~2022 年年报(母公司)所披露的资产总规模中，常规的经营资产如应收票据、应收账款、固定资产、无形资产等在总资产中占比明显不高。投资资产如长期股权投资、主要为理财产品的其他流动资产占比较高，可以认定美的集团是投资主导的发展战略。

##### 4.1. 筹资结构分析

美的集团资产负债率在 2019~2022 年间基本维持在 65%，可以认为其筹资结构主要是以债权资本为主，债权负债又分为了经营性负债和金融性负债。下面将分别从这两方面进行分析。

商业信用融资主要是关于通过上下游资金来实现的短期的资金支持，体现了企业在供应链上的优势，是发展的重要资本来源。美的集团凭借大品牌的优势，拥有比较强的议价能力，通过延迟付款以及提前收款的方式获得无息资金。如表 1 所示，供应链占用优势在不断扩大，占用资金能力也逐渐提升。但是

相较于同行业其他企业，美的商业信用融资能力不算最优，表现比较优秀的美菱占负债的比重基本保持在 70% 左右。

**Table 1.** Midea Group business credit financing from 2019 to 2022

**表 1.** 2019~2022 年美的集团商业信用融资

	应付票据	应付账款	预收款项合同负债	经营性负债合计	占负债比重
2019	23,891,600	42,535,777	16,231,854	82,659,231	42.5%
2020	28,249,939	53,930,261	18,400,922	100,581,122	42.6%
2021	32,752,007	65,983,559	23,916,595	122,652,161	48.5%
2022	25,572,421	64,233,225	27,960,038	117,765,684	43.5%

从美的集团的债权资本来看，有息债权的占比相对较小，主要通过向银行借款实现资金的筹集，由表 2 可知，2019~2022 间有息资本主要以长期借款为主，这主要是由于抵押借款的增加，企业对于机器人业务的扩张。同行业的格力、海尔和美菱的有息负债占比基本很少超过 20%，美的相较于他们来说，偿债压力略大。

**Table 2.** Sources of interest-bearing liabilities capital for Midea Group from 2019 to 2022

**表 2.** 2019~2022 年美的集团有息负债资本来源

	短期借款	长期借款	一年内到期的非流动负债	有息负债合计	有息负债占比
2019	5,701,838	41,298,377	1,460,117	48,460,332	24.9%
2020	9,943,929	42,827,287	6,310,181	59,081,397	25.0%
2021	5,381,623	19,734,020	28,947,540	54,063,183	21.4%
2022	5,169,480	50,685,948	7,240,626	63,096,054	23.3%

## 4.2. 投资结构分析

美的集团的投资战略主要是对其子公司的投资，体现为控制性投资，如表 3 所示，近三年，美的集团控制性资产规模逐年增加，处于不断扩张的态势。其中，固定资产和无形资产占比相对较大。若将时间线拉长，可以发现，固定资产的占比呈下降趋势。

**Table 3.** Investment situation of various types of assets for Midea Group from 2019 to 2022

**表 3.** 2019~2022 年美的集团各类资产投资情况

	固定资产	在建工程	无形资产	长期股权投资	控制性投资
2019	21,664,682	1,194,650	15,484,179	2,790,806	63,262,644
2020	22,239,214	1,477,302	15,422,393	2,901,337	74,716,145
2021	22,852,848	2,690,930	17,173,072	3,796,705	87,106,801
2022	26,082,992	3,843,777	16,908,915	5,188,817	87,546,189

对比合并和公司的财务数据，如表 4 所示，美的集团的扩张主要体现在对于子公司的并购，投资规

模也逐渐扩张，总资产的撬动效应也逐年增加，对比行业内其他企业，美的的总资产撬动效应都是比较优异的。

**Table 4.** Expansion effects of Midea Group's controlling investments from 2019 to 2022

**表 4.** 2019~2022 年美的集团控制性投资扩张效应

	其他应收款	预付款项	长期股权投资	控制性投资
2019	15,656,891	-2,209,300	49,815,053	63,262,644
2020	25,344,725	-2,718,404	52,089,824	74,716,145
2021	28,343,784	-4,245,969	63,008,986	87,106,801
2022	23,963,924	-4,332,487	67,914,752	87,546,189

2016 年后，跨国公司并购增加，对于日本的东芝、德国的 KUKA、意大利的 Clivet 等企业的收购也让美的更加拓宽海外市场。从涉及业务方面来说，对于高创和库卡的收购也使得美的进入机器人和工业自动化的领域；对于菱王电梯和合康新能的收购推动了美的集团在新能源工业和楼宇的业务布局。美的集团通过收购的方式，扩展了自己的业务范围，为多元化的发展战略打下良好的基础。

## 5. 总结

本文在数字经济背景下，通过对基础财务数据的分析结合资源战略、筹资、投资战略的探究来对美的集团进行财务分析。

根据上述部分的分析，美的集团目前营运能力比较好；偿债能力方面，长期偿债能力不佳，资产负债率略高；盈利能力方面，受疫情的影响，盈利能力有所降低；成长能力方面，与行业相较，成长能力表现较为一般。结合筹资与投资进行分析，可以看出美的集团虽然综合能力比较强，但是也存在着融资渠道较为单一的问题。对于美的集团这类以投资为主导的企业来说，随着业务的扩张，借款的不断增加，且存在长期偿债能力弱、资产负债率高的问题，债务资本可能会影响企业的资产配置效率，企业可能会面临比较大的财务风险。对于投资方面而言，美的集团跨产业的并购结果表现也不是特别理想。美的集团多元化发展战略可能需要更加审慎地计划和施行。

对于上述问题可能可以通过以下策略优化改善。首先，需要丰富资金来源来优化资本结构。对于美的集团这类有着良好品牌形象的企业，可以考虑发行债券来获取资金；同时在股利派发上，丰富派发方式，以减少现金支出。其次，可以整合企业资源，实现并购价值更大化。如今，美的集团形成发展布局多元化的发展格局，投资重心的把控需要更加审慎，对于并购企业的磨合以及调整方面，也需要加大精力投入，以实现价值的协同。

## 参考文献

- [1] 何帆, 刘红霞. 数字经济视角下实体企业数字化变革的业绩提升效应评估[J]. 改革, 2019(04): 137-148.
- [2] 黄大禹, 谢获宝, 孟祥瑜, 等. 数字化转型与企业价值——基于文本分析方法的经验证据[J]. 经济学家, 2021(12): 41-51. <https://doi.org/10.16158/j.cnki.51-1312/f.2021.12.006>
- [3] 李健, 张金林, 董小凡. 数字经济如何影响企业创新能力: 内在机制与经验证据[J]. 经济管理, 2022, 44(8): 5-22. <https://doi.org/10.19616/j.cnki.bmj.2022.08.001>
- [4] 郭丰, 杨上广, 柴泽阳. 企业数字化转型促进了绿色技术创新的“增量提质”吗?——基于中国上市公司年报的文本分析[J]. 南方经济, 2023(2): 146-162. <https://doi.org/10.19592/j.cnki.scje.400349>

- 
- [5] 李小忠. 数字经济发展与企业价值提升——基于生命周期理论的视角[J]. 经济问题, 2021(3): 116-121.  
<https://doi.org/10.16011/j.cnki.jjw.2021.03.016>
- [6] 李志红. 数字化转型对提升企业价值的影响与传导路径研究[J]. 经济问题, 2023(11): 25-32.  
<https://doi.org/10.16011/j.cnki.jjw.2023.11.007>
- [7] 尚洪涛, 吴桐. 企业数字化转型、社会责任与企业价值[J]. 技术经济, 2022, 41(7): 159-168.
- [8] 胡西娟, 师傅, 杨建飞. 数字经济壮大实体经济发展的机制识别和经验证据[J]. 经济问题, 2022(12): 1-8.  
<https://doi.org/10.16011/j.cnki.jjw.2022.12.005>
- [9] 洪银兴, 任保平. 数字经济与实体经济深度融合的内涵和途径[J]. 中国工业经济, 2023(2): 5-16.  
<https://doi.org/10.19581/j.cnki.ciejournal.2023.02.001>
- [10] 陈庆, 高锦涛. 基于财务报表的企业战略研究——以美的集团为例[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(27): 101-102.  
<https://doi.org/10.19311/j.cnki.1672-3198.2019.27.049>
- [11] 智艳, 陈智韬, 罗长远. “走出去”对公司治理的影响——来自“一带一路”倡议准自然实验的证据[J]. 复旦学报(社会科学版), 2021, 63(6): 166-180.
- [12] 王蕴. 当前我国居民消费变化的新特征与新趋势[J]. 人民论坛, 2022(24): 30-35.
- [13] 陈文玲. 推动经济快速复苏的关键是提振消费[J]. 宏观经济管理, 2023(3): 16-26.  
<https://doi.org/10.19709/j.cnki.11-3199/f.2023.03.014>
- [14] 中国人民大学中国宏观经济分析与预测课题组, 于泽, 刘元春, 等. 大调整下温和复苏的中国宏观经济——2022-2023年中国宏观经济报告[J]. 经济理论与经济管理, 2023, 43(4): 13-35.
- [15] 吕铁, 黄娅娜. 消费需求引致的企业创新——来自中国家电行业的证据[J]. 经济管理, 2021, 43(7): 25-43.  
<https://doi.org/10.19616/j.cnki.bmj.2021.07.002>