

保龄宝公司战略及经营状况分析

崔翰林

杭州电子科技大学会计学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年5月19日; 录用日期: 2025年7月17日; 发布日期: 2025年7月28日

摘要

保龄宝目前是国内功能糖行业的领军企业, 主要从事功能糖的研发、制造及方案服务。前几年爆火的元气森林气泡水带火了功能糖这一行业, 赤藓糖醇等一系列没有能量的功能糖一时成为了大家的新宠。作为气泡水的主要成分功能糖的生产者, 保龄宝在过去几年可谓是风光无两, 销售利润逐年翻番。但是随着元气森林销量的下滑以及同行业竞争者的增多, 市场逐渐变得供过于求, 这使得保龄宝近两年的财务数据下滑非常严重。因此, 保龄宝需要寻找新的业务增长点, 进行相关的转型。本文从保龄宝的实际状况出发, 利用SWOT分析综合企业发展所处的行业环境, 对企业未来的战略定位提出建议。随后再运用杜邦分析法, 对企业的净资产收益率逐步拆解, 找到企业利润下滑的主要影响因素, 并对此提出相关的建议和措施。

关键词

保龄宝, SWOT分析, 杜邦分析

Analysis of Balingbao Company's Strategy and Operating Condition

Hanlin Cui

School of Accounting, Hangzhou Dianzi University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 19th, 2025; accepted: Jul. 17th, 2025; published: Jul. 28th, 2025

Abstract

Baolingbao is currently a leading enterprise in the domestic functional sugar industry, primarily engaged in the research and development, manufacturing, and solution services of functional sugars. The popular Yuanqi Forest bubble water in recent years has ignited the functional sugar industry, and a series of non-energy functional sugars, such as erythritol, have become everyone's new favorite. As the producer of functional sugars, the main ingredient of bubble water, Baolingbao has enjoyed remarkable success in the past few years, with sales profits doubling year by year. However, with the decline

in sales of Yuanqi Forest and the increase in competitors in the same industry, the market has gradually become oversupplied, causing Baolingbao's financial data to decline severely in the past two years. Therefore, Baolingbao needs to seek new business growth opportunities and undergo relevant transformation. This article, based on the actual situation of Baolingbao, utilizes SWOT analysis to comprehensively evaluate the industry environment in which the enterprise operates and provides suggestions for the enterprise's future strategic positioning. Subsequently, using the DuPont analysis method, the article gradually decomposes the enterprise's return on net assets to identify the main factors contributing to the decline in corporate profits and proposes relevant suggestions and measures.

Keywords

Baolingbao, SWOT Analysis, DuPont Analysis

Copyright © 2025 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

随着经济的快速发展，食品产业正在进入满足消费者不同营养需要的新阶段。目前，我国呼吁企业在国家标准范围内减少蔗糖的使用，并建议使用符合安全标准的甜味剂，支持企业在商品上根据实际情况标明商品是低糖或无糖。顺应时代潮流的元气森林气泡水的爆火可以看出人们对食品的追求已经超出了解决温饱、补充营养的基本需要，会更加关注健康，并且赋予了食品调节生理活动、促进人体健康的功能需求。食品产业的快速扩张为功能性低聚糖市场带来广阔的市场空间。营养产业快速扩张主要由政府政策、消费者需求、下游食品企业三方面共同推动的。2013年，国家卫生和计划生育委员会办公厅发布国卫办食品函[2013]118号，就中国生物发酵产业协会《关于低聚果糖使用的请示》(中生发协[2013]16号)进行了函复，明确“低聚果糖是常用的食品配料，也是列入《食品营养强化剂使用标准》(GB 14880-2012)的食品营养强化剂”。随着益生元等食品概念逐渐被消费者所接受，功能性低聚糖成了功能及营养、保健食品中不可或缺的健康配料，以健康为主题的功能及营养、保健食品的发展必将拉动对功能性低聚糖产品的需求。消费者对健康的关注转化为对功能及营养保健食品的持续需求是行业持续发展的重要推动力。2017年，《国民营养计划(2017~2030年)》与《关于促进食品工业健康发展的指导意见》提出，中国积极推进全民健康生活方式行动，广泛开展以“三减三健”(减盐、减油、减糖，健康口腔、健康体重、健康骨骼)为重点的专项行动，在政府各类营养改善计划与行动的助力下，食品行业通过产品升级、研制新产品等形式，推出了各种各样的功能及营养保健食品，如无糖口香糖、低糖饼干、益生元功能食品等，成为消费品行业增长的热点，并进而带动了功能性食品配料需求的迅速增长。

近年来，随着经济的稳健增长，人们可支配收入不断增加，人们用于食品消费的支出也呈现出逐年攀升的态势。根据统计局数据显示，2023年，全国居民人均可支配收入39,218元，比上一年实际增长6.1%。根据《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，“十四五”期间，城乡居民对食品消费需求将继续保持增长的趋势。随着“十四五”期间，中国城镇居民可支配收入的不断增加、城镇化率的提高、食品消费总量的持续增长以及食品消费支出的逐年攀升等因素，成为了功能及营养、保健食品消费需求持续增长的重要推动力。

从图1中我们不难发现，2022年至2023年中国的无糖饮料行业市场规模出现了大幅的提高，这可

以证明中国居民对健康看得越来越重要，无糖饮料行业将会迎来大的利好。但是通过预测我们也可以发现，2025年左右市场会迎来饱和，规模基本不会有太大的提高了。

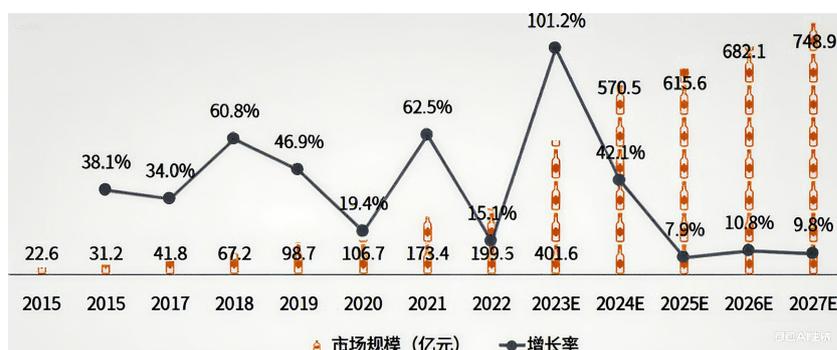


Figure 1. Market size and forecast of China's sugar-free beverage industry from 2015 to 2027

图 1. 2015~2027 年中国无糖饮料行业市场规模及预测

2. 文献综述

段海涛(2023)对保龄宝作为功能性糖果市场的领导者，进行了较为详细的分析，并对未来的发展策略进行了详细的分析。段海涛说得很清楚，保龄宝能够成为这个行业的佼佼者，靠的就是技术研发、全产业链的精心布局、全方位的应用解决方案、高效的品牌和市场管理、对产品质量的把控，以及得天独厚的区位优势。上述种种优势，为保龄宝赢得了很高的信誉[1]。另外，康丹(2022)在研究中还对比了保龄宝公司作了详尽的剖析，重点阐述了保龄宝公司在面对日趋激烈的市场竞争时，如何通过持续的技术创新、主动的市场扩张战略来提升自己的市场竞争力[2]。康丹指出，公司的成功之道，既是对保龄宝集团的成功之道的总结，也是对行业内其他企业的借鉴与启发。同时，陈强(2022)的实证研究也为保龄宝集团的成功提供了有益的启示，并为其他企业寻找合适的发展之路提供了有益的启示[3]。

此外，王海晶(2013)对保龄宝的可持续性发展提出了自己独特的观点。王海晶表示，保龄宝是一家重视环保、节约资源的企业，利用先进的生产工艺及装备，在节能减排方面取得了显著成效，达到了“绿色生产”的目的。这一永续经营的经营理念，不但提高了企业的企业形象，同时也为企业创造了更多的商机[4]。另外，刘建伟(2012)对保龄宝的国际化策略进行了实证分析。保龄宝集团是怎样在国际市场上开拓市场，在国际市场上进行竞争，从而提高其国际竞争力。刘建伟通过对保龄宝集团国际化经营策略的分析，可以为我国企业走出国门提供一定的参考[5]。通过以上研究，我们可以更好地了解保龄宝的发展策略与运营现状。

3. 公司简介和竞争力分析

保龄宝成立于 1997 年，目前是国内功能糖行业的领军企业，20 余年来，公司始终专注于酶工程、发酵工程等现代生物工程技术，主要从事功能糖的研发、制造及方案服务。主要产品包括功能糖系列、糖醇系列、膳食纤维系列、淀粉及淀粉糖系列、医药原辅料系列及益生元终端等，广泛应用于乳制品、功能饮品、健康食品、保健医药、无抗饲料、日化等领域。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为农副产品加工业(代码 C13)。功能糖行业整体属于农副产品加工大类，因此功能糖的上游行业为农副产品，而功能糖作为功能配料，食品、营养保健食品、饮料、乳品、饲料、日化等行业均为功能糖的下游行业。此外，由于功能糖产品众多，不同功能糖产品的原料各异，因此其细分的上游行业也是不同的，如公司低聚异麦芽糖的原材料为玉米或玉米淀粉，则低聚异麦芽糖的上游行业为玉米

行业；公司低聚果糖的原材料为蔗糖，则低聚果糖的上游行业为制糖工业；公司赤藓糖醇的原材料为葡萄糖(属于淀粉糖)，而公司主要采用玉米或者玉米淀粉用于生产葡萄糖浆，因此其上游行业也属于玉米行业。公司产品主要包括功能糖和淀粉糖。功能糖是具有低热量、能提供营养、促进和改善人体生理机能的糖(醇)类产品的统称，包括：功能性低聚糖、功能性糖醇和功能性膳食纤维。

对比别的功能性糖生产企业，保龄宝目前主要有六大优势。

1) 技术研发优势

公司是国内最早实现功能糖工业化生产的企业，是国内功能糖行业首家上市公司，与中科院、江南大学、山东大学等高校院所开展产、学、研合作，精研酶工程、发酵工程、蛋白工程，拥有有效期内 82 项国家专利和 90 余项自有核心技术，多次承担国家重点攻关课题、“863”计划及重大科技专项，2 次荣获“国家重点新产品”，主持或参与制定国际、国家标准 20 多项，为 20 余款产品的推荐性国家标准制修订贡献智慧与方案。公司率先在国内实现低聚异麦芽糖、赤藓糖醇、低聚果糖、阿洛酮糖等多款功能糖产品规模化生产，历经 20 余年的技术研发创新，对新产品、新应用进行开拓，从单一产品横向拓展到全品类功能糖 90 余款技术产品，不断引领国内功能糖行业创新发展。

2) 全品类全产业链优势

公司作为国内市场上唯一的全品类功能糖产品制造服务商，拥有功能糖系列产品核心技术及全产业链优势，已形成完整的“淀粉-淀粉糖-益生元-膳食纤维-功能糖醇及新糖源-益生元终端”的金字塔式产品结构，提供全面的功能性低聚糖、功能性膳食纤维、功能性糖醇及新糖源应用方案、产品和服务。一方面能够全方位满足客户多样性需求，为客户提供一站式采购服务，满足其对功能性配料的个性化需求；另一方面公司从源头做起全产业链布局，有助于公司发挥产品之间的协同效应，根据市场情况合理调整各产品的生产计划，充分发挥产业链横向、纵向一体化以及规模化优势，提升公司产品竞争优势，降低周期波动影响，提高抵御市场风险能力，增强公司综合竞争力和盈利能力。

3) 综合应用解决方案一体化优势

公司历经二十余年的创新发展，打造出行业内领先的服务+制造、创新+协同、产品+方案三位一体的服务模式。公司为客户提供从配方设计、标准化合规、包装宣传设计，直到成品上市的综合应用解决方案一体化服务。公司多年来持续强化大客户营销与方案营销能力，紧跟国际国内产业发展趋势，为客户量身定制解决方案，将客户关系从供销关系提升为战略合作伙伴关系，帮助客户实现高增长，这也是公司能够不断创新发展的有力手段。

4) 品牌与市场优势

公司是中国最早实现功能糖产业化的企业、中国功能糖领域首家上市公司、中国功能糖领域的领军企业，在中国功能糖产业中具有明显的品牌与市场优势，产品远销 100 多个国家和地区，与绝大多数核心客户结成战略合作伙伴关系，且已形成从低端基础产品到中高端产品的深梯度合作，品牌与客户资源优势明显。公司获得“可口可乐白金供应商奖”、“可口可乐长期合作、优秀服务暨可持续发展奖”、“可口可乐全球优秀结盟供应商”、“好丽友诚信致远奖”、“伊利质量引领型标杆供应商”、“美国辉瑞优秀战略供应商”、“蒙牛优秀战略合作伙伴”等客户评价，荣获“中国轻工业百强企业”、“2023 创新品牌榜”、“工信部制造业单项冠军”、“国家级消费品标准化试点单位”、“2023 (第二届)中国标杆智能工厂百强榜”和“2023 年山东民营企业创新 100 强”等多项荣誉，具有良好的市场知名度和品牌信誉度。

5) 产品质量优势

公司是国家标准委员会发酵分技术委员会成员单位，是低聚异麦芽糖、果葡糖浆、低聚果糖、赤藓糖醇等产品国家标准的起草单位之一。公司始终推行全面质量管理，按照国际标准化组织生产。

6) 地理位置优势

公司地处山东省德州禹城市，是中国轻工业联合会认定的“中国功能糖城”，所在的德州(禹城)高新技术产业开发区为国家级高新技术开发区，能够充分地发挥产业集群优势并充分享受政府的优惠政策。禹城市位于环渤海经济圈，交通便利，距离天津港、青岛港车程较短，可为公司提供便捷、高效、低廉的物流渠道，保证产品的及时供给。同时，山东省以及周边的河北、河南等省份均为我国玉米主产区，不仅原料来源有保证、运输成本低，而且能够满足公司功能糖、淀粉糖产品未来产能扩张的需要。

4. 保龄宝 SWOT 分析

外部因素	内部能力	<p>优势(strength)</p> <p>1) 品牌在国内行业内有一定影响力，是有待提高 低聚异麦芽糖、果葡糖浆国家标准的制定者</p> <p>2) 技术转化能力较强</p> <p>3) 产能充沛，产品线较长企业所在地拥有良好的政 企、银企关系</p>	<p>劣势(weakness)</p> <p>1) 市场营销有待加强，品牌运作能力有待提高</p> <p>2) 产品研发能力较弱、和市场衔接不够</p> <p>3) 供应商管理有待加强，核心供应商不稳定</p> <p>4) 受限于地域，人才尤其是销售和研发财务费用较高</p>
	机遇(opportunity)	<p>SO (增长性战略)</p> <p>1) 加大对低聚异麦芽糖应用技术的研发，维持显性应用的领先地位的同时，部门率先进入隐性应用领域并取得优势地位</p> <p>2) 加大对复合益生元功能糖为主的复配型配料的研发，整合各方面的技术开向、工艺提升研发方向、应用技术研发资源，提升营销模式中的技术含量，提高竞争中的门槛</p>	<p>WO (扭转型战略)</p> <p>1) 公司层面重视市场工作，构建专门研发，建立和完善研发部门和营销部门、生产部门沟通机制，明确新产品研发方向、做好规划，形成长、中、短期研发计划</p>
威胁(threats)	<p>ST (多种经营战略)</p> <p>1) 人民币升值对出口的影响</p> <p>2) 食品安全、环保要求不断提高</p> <p>3) 银根紧缩政策导致财务费用提高、再融资困难</p> <p>4) 主要原料玉米价格结构性上涨趋势</p> <p>5) 果葡糖浆产能严重过剩；功能糖产能过剩</p>	<p>WT (防御性战略)</p> <p>1) 在上市的基础上，进一步降低公司融资成本</p> <p>2) 加大果葡糖浆生产工艺提升研发，降低生产成本，获得竞争优势</p> <p>3) 提高全体员工的成本意识，提高设备利用率、加强设备管理维护等手段持续不断地降低企业生产成本</p>	

2024 年，外部环境仍存在复杂性、严峻性和不确定性，从企业经营角度讲，既有挑战，也有很多机会[6]。

保龄宝公司还可以借助自身的品牌优势，与业内、业界进行更广泛的合作，从而提高市场份额，提高品牌忠诚度。保龄宝公司是制定低聚异麦芽糖和果葡糖浆的行业标准的重要组成部分，它能加强与产业链上下游企业的合作，促进产业的发展，同时也能在行业中建立起一个具有公信力的品牌。保龄宝的技术转移能力是其最大的竞争优势。企业要不断地增加研究与开发的投资力度，提高科技创新的水平，促进科技成果的转化。通过引进高层次人才，组建研发队伍，加强与高等院校、科研院所的协作，持续提高企业的技术转移能力，为企业的产品升级、扩大生产能力提供强有力的支撑。同时，保龄宝还具有充足的生产能力、丰富的产品种类，可满足各类顾客的需要。企业要不断地调整产品结构，提高品质，降低生产成本，增强市场竞争能力。同时，充分发挥其在政企、银企等方面的良好关系，在政策上给予

更多的扶持，为公司的健康发展奠定坚实的基础。第四，保龄宝要把这种优势转变成自己的竞争优势，就必须市场上加大力度，打造自己的品牌。通过增加广告投放，开展促销活动，完善售后服务，提升品牌的知名度与美誉度。与此同时，通过与渠道商及最终用户的交流与合作，及时掌握市场需求及发展动向，为企业发展提供强有力的支撑。

企业的营销战略缺乏弹性，对市场的快速反应能力不强，从而制约了企业进一步拓展市场占有率。从品牌运营上看，尽管该公司已具备了一定的实力，但是与世界著名品牌的知名度、美誉度还有很大差距。在产品研发领域，虽然有很好的技术转移能力，但是在市场需求迅速变化的情况下，新产品的发布速度和创新能力都不够强，这就造成了企业在一些细分市场中的竞争力不强。与此同时，由于缺乏与市场的密切联系，企业很难准确地把握顾客的需要。在供应商管理上，由于核心供应商的不稳定性，对企业的正常运作构成了很大的风险。为了保证供应链的稳定和可靠，还需要改进供应商的选择、评价和管理制度。地理位置的制约也成为制约企业发展的瓶颈。尽管公司地处政企、银企良好的区位优势，但由于地理位置的限制，很难吸引、留住高层次人才，特别是在营销、研发等领域。这给企业扩大市场、提高产品科技含量带来了一些挑战。另外，由于融资费用的上升，导致公司经营成本上升，利润水平下降，市场竞争能力下降。所以，企业必须要制定出一套行之有效的方法来减少财务支出，并提高资本的运用效率。

同时，国家政策方面传递出的低糖、减糖信号增加，继 2021 年深圳推出限糖警示试点后，2023 年上海发布了《含糖饮料健康提示标识的制作样式及设置规范(征求意见稿)》，加速产业的减糖趋势，为企业扩大市场增加了机会。内部运营方面，公司在精益管理、柔性生产、产线综合利用、差异化等方面仍具备较大的改善和提升空间。公司应该充分发挥现有产业优势，积极整合资源，打造“小、精、灵”的业务模式，专注产业高附加值、灵活应变的业务，持续巩固和扩大优势市场，积极发展医药、质构改善、大健康等新业务，一方面通过扩大产能、提高生产效率、加大个性化和定制化生产等，实现收入及利润的自然增长，另一方面将通过收购、兼并等整合资源，向新的业务领域延伸，建立收入及利润新的增长源。通过业务的优化和延伸，建立起食品营养、医药、质构改善三大业务板块，实现公司收入及利润的高速增长，成为具备全球竞争力的行业头部企业。

5. 保龄宝公司杜邦分析

5.1. 净资产收益率分析

杜邦分析体系第一层净资产收益率(ROE)分解，如表 1 所示，保龄宝公司 2022 年净资产收益率较 2021 年有稍微下降，下降了 1.39%，原因为净利润增长速度不及平均股东权益增长速度，2023 年又迅速大幅度上升，上升了 6.06%，整个态势看似良好。

Table 1. Comparison table of return on net assets of Baolingbao Company from 2021 to 2023

表 1. 保龄宝公司 2021~2023 年净资产收益率对比表

指标/年份	2021 年	2022 年	2023 年
净资产收益率(%)	19.67	18.28	24.34
权益乘数	1.66	1.72	1.64
总资产净利率(%)	11.84	10.6	14.81

5.2. 销售净利率分析

依据表 2 所呈现的数据，可以观察到保龄宝公司过去数年的销售净利率表现出显著的波动性，呈现

出年度交替上升与下降的模式。至 2022 年，销售净利率达到了近期内的峰值。与此同时，销售毛利率呈现出轻微的下趋势，尽管销售利润率相对较高，但并未有效促进公司利润的增长。销售利润率整体呈现下降态势，仅在 2021 年至 2022 年间出现了微小的上升，因此，销售利润率的总体趋势亦不容乐观。相对而言，销售净利率与成本费用利润率呈现出一定的波动性，即稳定性较差。特别是 2021 年至 2022 年间，成本费用利润率表现出卓越的成本管理控制能力，但随后一年却创下近年来的最低纪录。通过表 3 的分析，销售净利率与成本费用利润率的波动趋势具有一定的同步性，这进一步揭示了保龄宝公司盈利能力的的不稳定性。

Table 2. Comparison table of indicators such as net profit margin on sales of Baolingbao Company

表 2. 保龄宝公司销售净利率等指标比较表

年份	销售毛利率	销售净利率	销售利润率	成本费用利润率
2019 年	37.70%	12.58%	15.43%	19.16%
2020 年	39.68%	13.29%	15.30%	20.25%
2021 年	39.57%	12.11%	13.72%	18.15%
2022 年	29.97%	14.81%	14.21%	23.22%
2023 年	26.28%	12.05%	12.34%	18.15%

数据来源：保龄宝公司财务报表。

Table 3. Table of changes in cost and expenses of Baolingbao Company compared to the previous years

表 3. 保龄宝公司成本费用对比上年变动情况表

年份	2019	2020	2021	2022	2023
营业收入	23.4%	18.5%	16.8%	5.7%	6.2%
营业成本	20.4%	14.7%	17.0%	22.4%	11.8%
税金及附加	34.1%	17.3%	-2.3%	6.3%	5.8%
销售费用	37.9%	32.0%	22.9%	-57.3%	5.3%
管理费用	21.4%	8.2%	14.6%	-1.5%	10.9%
财务费用	-6.5%	142.6%	-133.4%	534.9%	-148.7%
资产减值损失	53.3%	110.6%	-	-	-
研发费用(费用化)	-	-	56.5%	27.7%	82.8%

数据来源：保龄宝公司财务报表。

从表 3 可以看出，保龄宝公司的营业收入在 2020 年到 2023 年的增长率为 23.4%、18.5%、16.8%、5.7%和 6.2%。由于保龄宝公司的营业收入每年都在增长，而经营费用也在不断增加，因此，它所占的比例一直保持在 60%以上。

首先，2021 财年的销售支出创下了近几年的新高，与此同时，这一年的销售支出也是公司营收中最大的一部分，为 21.76%。之后，公司的销售费用比例大幅降低，2022 年和 2023 年期间，这一比例已经降到了 9%以下，说明公司在过去的两年里，销售费用的比例已经被很好地控制住了。其次，公司行政费用虽然增长了，但是在经营成本中的比例却在不断降低，到了 2023 年才出现了小幅增长。最近几年，保龄宝公司的财务费用大部分都是负的，这种情况一般出现在公司的利息收入和服务费用之差为正数，同时还会出现外汇损失。这体现了该公司的财务风险很小，同时也不需要为其债务融资支付很高的利息，

这表明该公司的资金充足，对其营业利润有一定的正向影响。最后，对保龄宝公司的年度报告进行了分析，发现研发费用的资本化支出都是 0，而费用化支出则是有了一定的增加，但是它在营业收入中所占的比例一直都很小，到了 2023 年所占的比例只有 0.33%，与此同时，资产减值也在逐年增加。

5.3. 总资产周转率分析

下面结合保龄宝公司报表数据对其各项相关指标进行了计算和研究，详情请看下列分析：

根据表 4 所示，保龄宝公司自 2019 年至 2023 年期间，总资产周转率持续呈现下降趋势，表明其资产利用效率整体呈下降态势，反映出公司运营效能的不足。本研究通过深入分析保龄宝公司资产周转率下降的原因，提出了将其拆解为各个组成要素的分析策略。进一步地，针对公司特定情况，本研究着重探讨了存货周转率、应收账款周转率等关键财务指标。研究发现，尽管大部分存货周转率保持了稳定的增长态势，仅在 2023 年出现下降，但总体上仍维持在较高水平，这说明保龄宝公司在存货管理方面具有较好的周转能力，资本占用的流动性较强。此外，本研究还对企业的应收账款周转问题进行了探讨，即在一定时期内，企业赊销业务收入与应收账款平均值的比率。该比率揭示了公司应收账款的流动速度和经营效益。应收账款作为企业的一项重要资产，及时回收可显著提升企业资金的使用效率[7]。进一步分析 2019~2022 年期间，保龄宝公司应收账款周转率持续下降，并在 2023 年出现回升。应收账款周转率下降的主要原因包括公司回款速率较慢、平均到账周期较长、坏账损失较大、周转速度缓慢以及偿债能力较弱等多重因素。

Table 4. Comparison table of turnover rates of Baolingbao Company

表 4. 保龄宝公司周转率对比表

年份	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
总资产周转率(%)	1.38	1.30	1.24	1.10	1.08
存货周转率(%)	28.01	28.06	28.35	31.08	30.09
应收账款周转率(%)	13.31	12.69	12.24	12.11	12.69

数据来源：保龄宝公司财务报表。

5.4. 权益乘数分析

以下是对保龄宝公司 2019 年到 2023 年的平均权益乘数进行了一些系统的计算与相对具体的分析，从而对公司的资产负债水平、资本结构和它的偿债能力进行了一些相关的分析。

Table 5. Decomposition analysis of driving factors for average equity multiplier

表 5. 平均权益乘数驱动因素分解分析

年份	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
平均权益乘数	1.12	1.14	1.39	1.18	1.22
资产总额(万元)	352,643.75	391054.43	518604.34	568510.71	601689.27
负债总额(万元)	37,066.08	48911.8	144289.31	85231.92	108182.73
股东权益总额(万元)	315577.67	342142.63	374315.03	483278.79	493506.54
资产负债率	10.51%	12.51%	27.82%	14.99%	17.98%

数据来源：保龄宝公司财务报表。

从表 5 我们可以看到，保龄宝公司的平均权益乘数在过去几年中有所波动，从 2019 年的 1.12 上升到 2021 年的峰值 1.39，随后在 2022 年和 2023 年略有下降，分别为 1.18 和 1.22。这一变化反映了公司财务杠杆的使用情况。资产总额持续增长，从 2019 年的 352643.75 万元增加到 2023 年的 601689.27 万元，显示出公司规模的扩大。然而，负债总额的变化更为显著，特别是在 2021 年大幅增加到 144289.31 万元，尽管随后两年有所下降，但仍远高于 2019 年和 2020 年的水平。这导致了资产负债率在 2021 年跃升至 27.82%，虽然在接下来的年份中有所回落，但仍保持在较高水平。股东权益总额也呈现出稳步增长的趋势，从 2019 年的 315577.67 万元增加到 2023 年的 493506.54 万元。这表明公司所有者权益的增加，为公司提供了更多的内部资金支持。平均权益乘数的变化是资产和负债共同作用的结果。较高的权益乘数意味着公司使用了更多的财务杠杆，这可能会增加股东的回报率，但同时也增加了公司的财务风险[8]。因此，保龄宝公司在利用财务杠杆时需要谨慎权衡风险与收益。

6. 结论

本文对宏观环境、功能糖行业和保龄宝公司的经营状况进行了全面的分析，发现公司近几年利润大幅下降的原因主要就是传统功能糖产品增速缓慢，产品的售价大幅下降使得利润缩减。但是在近几年减糖的大环境下，功能糖行业未来的发展是乐观的，但是有一点很不好，在中国的大环境下做事情很容易一窝蜂。就像现在新能源汽车很火，一堆企业都跑去做新能源汽车了，这其中的竞争是十分残酷的，一定要有足够的竞争力才能分一杯羹。保龄宝公司的研发投入并不高，而且功能糖行业的准入门槛也并不高，很容易就能量产，这也是导致公司利润大幅下降的原因。市场太卷了，很容易就打起价格战，你不降价东西就卖不出去。所以笔者觉得保龄宝公司应该加大研发的投入，要做一些市场需要的同时，又对工艺有一定要求，增大市场的进入难度。希望保龄宝能充分发挥自身特长，保持行业龙头地位，为产品征服市场再创辉煌。保龄宝公司应当及时调整生产线，减少销量不佳的产品，转而将产能投入到利润率高的产品线上。同时，加大研发投入，生产不可替代的产品，增加市场的准入门槛。

参考文献

- [1] 段海涛. 赤藓糖醇龙头怎么不“甜”了[N]. 经济导报, 2023-07-21(004).
- [2] 康丹. 中国功能糖企业投资价值分析[D]: [硕士学位论文]. 大连: 东北财经大学, 2022.
- [3] 陈强. 充分把握服务健康中国战略的新起点——专访保龄宝生物股份有限公司董事长戴斯觉[J]. 健康中国观察, 2022(5): 88-90.
- [4] 王海晶. 保龄宝生物股份有限公司营销战略研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东师范大学, 2013.
- [5] 刘建伟. 保龄宝公司发展战略研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南交通大学, 2012.
- [6] 郭炎森. B 公司竞争能力 SWOT 分析与建议[N]. 山西科技报, 2024-06-03(B05).
- [7] 陈敏. 基于杜邦分析法的企业财务状况研究——以隆基绿能为例[J]. 投资与合作, 2024(6): 129-131.
- [8] Zhao, Y. (2023) Analysis of Financial Condition of Chinese Listed Real Estate Companies Based on DuPont Analysis Method: A Case Study of China Evergrande Real Estate. *Accounting, Auditing and Finance*, 4, 53-59. <https://doi.org/10.23977/accaf.2023.040108>