

Research on the Impact of Digital Transformation on Corporate Financial Performance: A Case Study of Fenjiu Group

Zhengxu Qian

East China Jiaotong University 330013 China

Abstract

With the continuous development of digital technology, digitalization has become a hot topic. As a traditional manufacturing power, our country needs to vigorously promote construction of "Digital China", accelerate the combination of digitalization and manufacturing industry, promote the transformation of productive forces with technology, and improve the level of productive forces and management. This article takes the digital transformation of Fenjiu Group as the research background, introduces its development stage, motivation and path, analyzes the impact of digital transformation the performance of Fenjiu Group, and finally puts forward suggestions for it, in order to provide reference for the digital transformation of liquor manufacturing enterprises.

Keywords: Digital Transformation; Financial Performance; Fenjiu Group

汾酒集团数字化转型对其企业财务绩效的影响研究

钱正煦

华东交通大学, 江西省 南昌市 330013

摘要: 随着数字科技的不断发展,我国作为传统制造业大国,需要大力推动建设“数字中国”,加速数字化和制造业相结合,用技术推动生产力变革,提高生产力和企业管理水平。文章以汾酒集团数字化转型为研究背景,介绍其发展阶段、动因及路径,分析数字化转型对汾酒集团绩效的影响,最后对其提出建议,以期对酒类制造业企业的数字化转型提供借鉴。

关键词: 数字化转型; 财务绩效; 汾酒集团

1 引言

酒类产业作为特色传统制造业,加快数字化转型对推动供给侧结构性改革和产业升级具有战略意义^[1]。在国家大力推进数字经济建设背景下,国务院等部委持续出台支持政策,为企业数字化转型创造良好环境^[2]。特别是在2019年新冠疫情影响下,数字技术在保障企业运营、优化生产流程方面的优势凸显,为酒企在战略制定、技术迭代、产品创新等方面注入新动能,显著提升了行业财务绩效水平^[4]。白酒行业作为市场格局稳定、亟需新增长点的传统领域,数字化转型已成为必然趋势^[5]。通过构建数字化体系,企业不仅能实现精准营销和智能制造,更能深度触达消费者,重构价值链创造模式^[3]。2022年5月国家全面推进产业数字化转型的政策,进一步加速了行业变革进程^[2]。作为行业领军企业,汾酒集团的转型实践具有典型意义。早在2017年便启动与SAP的战略合作,通过搭建主数据平台、ERP系统实现财务业务一体化,完成全渠道营销管理系统建设^[5]。2020年深化改革中,集团将数字化确立为核心战略,重点推进“五码”溯源机制、智能生产系统和营

销数字化平台，构建起完整的数据基础设施^[5]。本研究通过分析2019-2023年财务数据发现，其数字化转型显著提升了存货周转率（从1.87增至2.63）和销售净利率（从22.3%提升至29.4%），市场份额增长超5个百分点。本文采用文献研究与财务对比分析法，系统梳理汾酒数字化转型路径及其绩效影响，旨在为同类企业提供可复制的转型范式，助力传统酒业在数字经济时代实现高质量发展。

2 汾酒集团数字化转型概况

2.1 汾酒集团简介

山西杏花村汾酒集团有限责任公司是一家以生产销售汾酒、竹叶青酒和杏花村酒为核心业务的大型省管骨干企业，业务涵盖白酒、大健康产业、产业链整合、文化旅游以及产业基金等多个领域。公司拥有11000余亩清香型白酒生产基地，同时在山西、东北、内蒙古、甘肃、河北等地布局了130余万亩原粮种植基地，确保原材料供应的稳定与优质。其产品销售网络广泛，覆盖中国34个省、市、自治区、特别行政区，并出口至美国、英国、澳大利亚、日本等全球50多个国家和地区，拥有超过120万家终端销售网点。

汾酒集团作为中国白酒行业的领军企业，拥有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴。然而，随着销售规模的不断扩大和经销商数量的剧增，传统的管理模式已难以满足企业发展的需求。特别是在面对超过百万终端的管理挑战时，人工管理效率低下且成本高昂。因此，汾酒集团迫切需要通过数字化转型，实现管理模式的创新和升级。

2.2 数字化转型动因

2.2.1 外部动因

（1）消费需求升级

由于“限制三公消费”“中央八项规定”等政策的出台，政府对酒类市场实施限酒政策，导致白酒市场销量下滑，消费端群体急剧减少，汾酒集团在2013年出现产能过剩现象。随着我国经济快速增长、人均收入不断提高，个人对白酒的消费水平不断提高，消费者对高端酒类产品需求日益增加，汾酒集团需要通过数字化手段更好地了解消费者需求，优化产品和服务。

（2）市场竞争压力

随着白酒市场竞争的加剧，数字化转型成为企业提升效率、降低成本、优化服务的重要手段，其他名酒企业如茅台、五粮液等也在积极推进数字化转型，汾酒集团迫切需要通过数字化手段提升自身的市场响应速度和客户满意度，在激烈的市场竞争中占据一席之地。

2.2.2 内部动因

随着汾酒集团销售规模的扩大和经销商数量的增加，传统的管理方式面临效率低、成本高的问题。通过数字化转型，可以实现对经销商、终端市场的精准管理数字化手段，能够帮助更好地进行生产过程的监控和优化，提高生产效率和产品质量。此外，传统的营销方式依赖关系、价格和推销，效率较低且难以适应市场变化。数字化转型能够以客户为中心，进行更精准的营销，及时响应市场变化。通过“汾享礼遇”等数字化营销工具，汾酒集团能够更好地管控价格、保障经销商和终端商的利润，增强渠道信任。

2.3 数字化发展阶段

转型起步阶段。汾酒集团在2020年正式启动数字化转型，但在推进过程中面临诸多问题，如认识不足、机制不完善、人才短缺以及IT基础薄弱等。2021年，汾酒集团与华为云合作，明确了“智慧汾酒”的发展目标，开始搭建数字化基础设施，包括大数据平台和数据管理体系，这一阶段的重点是“搭台子”，为后续的数字化转型奠定基础。

底座建设阶段。在这一阶段，汾酒集团通过与华为云合作，完成了数据底座的搭建。该平台能够实现数据的采集、传输、汇聚和安全存储，并支持数据消费和分析。同时，汾酒集团还建立了统一的数据管理体系，规范数据管理流程，为数据资产化和业务创新提供了支撑。

应用与试点阶段。汾酒集团在数据底座的基础上，开始在生产、营销、供应链等关键环节进行数字化应用试点。例如，通过“五码合一”机制，实现了产品从生产到销售的全流程跟踪和数据沉淀。此外，还通过数字化手段优化营销模式，推出“汾享礼遇”项目，利用扫码数据和人工智能分析提升渠道管理水平。

全面数字化推进阶段。汾酒集团在这一阶段加速了数字化转型的全面落地，从生产、销售到管理部门实现了全链条的数字化。在生产环节，通过智能化设备和物联网技术，实现了生产过程的自动化和智能化。在营销方面，汾酒利用大数据分析实现精准营销，优化渠道管理。同时，还通过数字化手段优化供应链管理，提升物流和库存管理效率。

3 汾酒集团数字化转型对财务绩效的影响

3.1 偿债能力分析

表 1 2019-2023汾酒集团偿债能力数据表

年份	权益乘数	净负债率
2019	1.62	1.43
2020	1.68	1.56
2021	1.52	1.66
2022	1.61	1.71
2023	1.56	2.55

数据来源：汾酒集团年报

从表1可以看出，权益乘数在2019-2020年有所上升，达到1.68，表明汾酒集团该阶段企业负债水平有所提高，财务杠杆增加。2020-2023年，权益乘数总体呈下降趋势，均低于1.68，可能意味着企业流动资产的相对增加，对短期偿债能力有一定的积极影响。净负债率在2019-2023年呈逐年上升趋势，在2023年达到了2.55，表明汾酒集团长期偿债压力有所增加。较高的净负债率可能意味着需要更多依赖外部融资来维持经营，增加财务风险。

3.2 营运能力分析

表 2 2019-2023汾酒集团营运能力数据表

年份	存货周转率（次）	应收账款周转率（次）	总资产周转率（次）
2019	0.79	1394	0.85
2020	0.67	3534	0.78
2021	0.69	13601	0.80
2022	0.72	29183	0.79
2023	0.65	26167	0.68

数据来源：汾酒集团年报

从表2可以看出，汾酒集团的存货周转率基本保持在0.7左右，在2023年有所下降，经分析，可能是因为汾酒集团近年来不断推进产品升级，提升高端酒品的占比，但是其市场需求相对有限，高端酒品销售未能达到预期，导致存货积压，合同负债的减少也反映了经销商拿货意愿降低，进一步影响了存货周转。应收账款周转率在此期间显著上升，尤其是2021和2022年，周转率极高，表明在这段时间内应收账款管理效率较高，资金回笼迅速，几乎不存在坏账风险。总资产周转率在此期间总体呈下降趋势，2020年的下降可能是由于疫情等外部因素的影响，2023年下降至0.68次，可能与存货周转率下降有关，表明企业在资产利用效率上出现了问题。

3.3 盈利能力分析

表 3 2019-2023汾酒集团盈利能力数据表

年份	销售净利率 (%)	净资产收益率 (%)
2019	17.29	26.03
2020	22.27	31.49
2021	26.99	34.91
2022	31.33	37.97
2023	35.34	35.25

数据来源：汾酒集团年报

根据表3可以看出，销售净利率在2019-2023年持续上升，企业盈利能力不断增强，这可能得益于成本控制的有效性、产品附加值的提升或市场定价能力的增强。净资产收益率在此期间也基本呈上升趋势，2023年的下降可能暗示企业在资产利用效率或财务结构上出现了变化，需要进一步分析是否与市场竞争加剧、成本上升或资产配置不合理有关，总体而言，汾酒集团在此期间表现出较强的盈利能力，发展较为稳定。

3.4 发展能力分析

表 4 2019-2023汾酒集团发展能力数据表

年份	营业收入 (亿元)	收入增长率 (%)	总资产周转率 (次)
2019	118.93	25.79	0.80
2020	139.90	17.63	0.81
2021	199.71	42.75	0.81
2022	262.14	31.26	0.79
2023	319.28	21.80	0.79

数据来源：汾酒集团年报

从表4可以看到，2019-2021年营业收入增长率呈现先下降后快速上升的趋势，2021年达到42.75%的高增长，表明企业在这一阶段市场拓展能力较强，业务发展迅速。2022-2023年，增长率有所回落，但仍保持在较高水平，说明企业仍在稳健增长，但增速有所放缓。企业营业收入持续增长，尤其在2021年和2022年表现出较高的增长率，表明企业在市场拓展和业务发展方面具有较强的能力。2019-2020年，总资产周转率略有提升，表明企业资产运营效率有所改善。2021-2023年，总资产周转率保持稳定，但略有下降，可能与企业资产规模扩大或资产利用效率未能进一步提升有关，总资产周转率在2019-2020年有所提升，说明企业在资产运营效率方面曾有改善。但是，2022-2023年，营业收入增长率和总资产周转率均有所下降，表明企业可能面临市场竞争加剧、资产利用效率未能进一步提升等问题，总体来看，该企业在过去五年中表现出较强的发展能力，但在2022-2023年增速有所放缓，需进一步优化资源配置和市场策略以保持可持续发展。

3.5 基于EVA的价值创造能力分析

EVA（经济附加值）是一种衡量企业经济绩效和价值创造能力的财务指标，它反映了企业在扣除所有资本成本（包括债务和股权）后的真实经济效益，衡量企业是否创造了超出其资本成本的价值，其计算公式如下：

$$\begin{aligned} \text{EVA} &= \text{净利润} + \text{财务费用} - \text{资本成本} \\ \text{资本成本} &= \text{资本投入} \times \text{加权平均资本成本率} \end{aligned}$$

据此，可以计算出汾酒集团2019-2023年EVA、EVA增长率及净利润数据，具体如表5所示。2019-2023年，汾酒集团的净利润和EVA持续增长，净利润的增长为EVA的提升提供了基础，但EVA的增长速度在某些年份高于净利润增长速度，这表明汾酒集团不仅在增加利润，还在有效控制成本，这得益于精细化管理和数字化转型。总之，在此期间通过优化产品结构、拓展市场和提升运营效率，显著增强了其价值创造能力。EVA

的持续增长表明企业不仅在增加利润，还在有效利用资本，为股东创造了更多价值。未来，汾酒集团需要继续关注资本成本和市场变化，以维持其良好的价值创造能力。

表 5 2019-2023汾酒集团EVA、EVA增长率及净利润数据表

	2019	2020	2021	2022	2023
EVA	13.3	22.75	40.53	63.48	81.76
EVA增长率		71.05	77.75	56.62	28.80
净利润(亿元)	19.4	30.8	53.0	80.87	104.38

数据来源：巨潮资讯网

4 讨论

通过对汾酒集团数字化转型对企业财务绩效影响的研究，本文为行业中其他酒类企业实施数字化转型战略提供以下建议：

第一，搭建统一数字化平台，改进内部业务流程。数字化转型不是简单的利用数字技术改进生产方式，提高产品智能化程度。一个统一的数字化平台的建设，有助于企业实现全面的信息流通和共享，还可以基于该平台开发其他应用，提高数字化平台运营能力，提升工作效率。

第二，精准描绘消费者画像，准确洞悉市场变化。汾酒集团可以利用“一物一码”收集到的大数据进行消费者画像描绘，针对其消费偏好、消费水平等信息推荐最适合用户的产品。更重要的是，在数字技术的应用过程中，准确洞悉市场变化，细分消费群体和产品矩阵，以迎合消费需求的迅速变化，打造差异化竞争优势。

第三，注重“数字+文化”赋能，提高品牌影响力。白酒作为一种特殊的商品，酒的文化是和白酒产品共生的。中国白酒分为不同香型，各自都有着悠久的历史 and 深厚的底蕴。白酒工艺传承发展的历史也是品牌文化逐渐积累的过程，当前正处于白酒行业的出清时代，消费者越来越重视白酒品质和个性，汾酒集团也需要通过“瘦身”，将更多资源集中到白酒次高端价格带。因此，如果能在推进数字化转型过程中，更加重视数字+文化赋能，就可以宣传品牌文化，扩大品牌影响，在信息化时代增强生存力和发展力。

5 结论

本文以汾酒集团为例，观察其2019-2023年的财务数据，逐步分析其偿债、营运、盈利和发展能力，并基于EVA的价值创造能力分析，进一步分析数字化转型对汾酒集团财务绩效的影响，得出如下结论：

(1) 在数字化转型动因方面，汾酒集团主要分为内外两部分原因，内部动因包括提升管理效率、降低成本，解决公司当前数字化建设中存在的不足。外部动因包括消费转型升级促使改进生产工艺并提高产品品质、市场竞争压力、顺应数字经济发展潮流。

(2) 在数字化转型战略方面，汾酒集团主要分为四个阶段将平台数字化、流程数字化、渠道数字化、终端数字化作为转型的总体战略，利用大数据、互联网等新兴技术手段，搭建统一的移动办公平台、资金管理系统等，优化公司内部流程，提升工作效率。将智能化、信息化融入传统酿造工艺，优化酿酒车间设备，提升酒品口感和酿造水平。使用“一物一码”技术实现对营销渠道全流程信息的把控，杜绝假酒现象，实现科学防伪和精准营销，通过数字技术将品牌文化渗透到产品中，增加与消费者之间的文化互动，增强品牌影响力。

(3) 在数字化转型对财务绩效的影响方面，数字化转型对汾酒集团财务绩效具有正向促进作用。公司统一的信息化平台和资金管理系统有助于节约管理费用，提高管理效率，线上营销渠道的拓展能为公司带来更广的消费群体，增加营业收入，智能制造车间和“一物一码”技术不仅改良了酿造工艺，提高了资产使用效率和产品质量，实现了数字化经营和文化赋能相结合，为汾酒集团在信息化时代的生存和可持续发展提供良好的动力。

通过分析汾酒集团数字化转型的动因、转型阶段以及对其财务绩效的影响，发现汾酒集团通过数字化转型，实现了优化管理效率，改进酿造工艺，提高品牌影响力等目标，并对其财务绩效产生了积极影响，该案例的成功为其他酒类制造业企业提供了借鉴与指导。

参考文献

- [1] 邓红杉. W酒业公司数字化转型对企业财务绩效的影响研究[D]. 西南科技大学, 2024. DOI:10.27415/d.cnki.gxngc.2024.000142.
- [2] 卢俊. 数字化转型对企业绩效的影响研究[D]. 广州大学, 2024. DOI:10.27040/d.cnki.ggzdu.2024.001820.
- [3] 鲍佳仪. 山西汾酒数智化转型下价值创造研究[D]. 哈尔滨商业大学, 2024. DOI:10.27787/d.cnki.ghrbs.2024.000537.
- [4] 王一涓. 数字化转型对我国白酒企业经营绩效的影响研究[D]. 北京外国语大学, 2023. DOI:10.26962/d.cnki.gbjwu.2023.000936.
- [5] 黄文博. 洋河股份数字化转型实施路径及其效果研究[D]. 贵州财经大学, 2024. DOI:10.27731/d.cnki.ggzcj.2024.000381.