

# 零售企业规模扩张与经营绩效的相关性分析

李卫忠

(江门职业技术学院 广东江门 529000)

**【摘要】**本文以上市零售企业为研究对象,对上市零售企业的规模扩张和经营绩效之间的相关关系进行了实证分析。结果表明,我国上市零售企业存在规模不经济现象,规模扩张还处在粗放式增长阶段。

**【关键词】**零售企业 规模扩张 经营绩效

随着市场竞争日趋激烈,我国许多零售企业采取单店扩张、一体化扩张等模式,极尽所能地在各大中心城市零售市场上开展“圈地运动”,不断扩大企业的经营规模,以期获得规模效应。但是,我国零售企业采用的销售模式大多是出租柜台或寄售,靠收取柜台费、返利、新品进场费、商品堆放费等各种名目的费用来赚取利润,而不是在供应链中真正创造价值。相对而言,外资零售巨头正不断调整其运营模式,动足脑筋、变换策略占领我国市场,我国零售企业受到了严峻的生存挑战。在此背景下,对规模扩张和经营绩效的相关关系进行分析,挖掘

零售企业经营管理中的“盲点”,已成为我国零售企业亟待解决的问题。对于零售企业规模扩张与经营绩效的相关关系,国内外的一些学者已作了一些尝试性研究,但都未形成统一的认识。本文将以上市零售企业作为研究对象,以公司盈利能力、偿债能力、资本运营能力和成长能力四方面的财务指标为依据,对零售企业规模扩张和经营绩效的关系进行实证分析,以期为零售企业的规模扩张决策提供一些参考。

## 一、研究假设

1. 零售企业的规模扩张与盈利能力的相关关系。在我国

公共部门内部来说,不可能也不必再量化到部门的内设处室(或科室),但从有利于成本控制的角度考虑,需要进行分类管理。笔者将部门预算中的日常公用经费又进一步细分为基本公用经费、特定公用经费与被动公用经费三类,并实行不同的成本控制方式。

所谓基本公用经费,是指保障部门内部各个处室正常办公、邮电通讯、市内交通所需要的支出。基本公用经费实行定额包干制,由部门财务管理机构按人均定额标准核定到各处室,以代金券的形式包干使用,超支不补,结余部分可开支于与工作相关的项目。基本公用经费支出由部门内各处室主要负责人签字后,凭代金券在部门财务管理机构报销。

所谓特定公用经费,是指各处室为完成特定任务,在基本公用经费支出预算之外所需要的经费支出。特定公用经费实行计划报账制。部门内部各处室按年初批复的特定公用经费预算,从严、从紧控制使用,若有结余,经领导审批后可用于与特定任务相关的其他项目。特定公用经费支出由各处室主要负责人审核签字,部门财务管理机构根据预算复核、报销。

所谓被动公用经费,是指部门工作和公务活动中将要发生但主动权却不在部门的相关科目的支出,如上级临时安排的各种会议、国内外出差及接待等。被动公用经费实行及时报批制,也就是当需要发生相应的支出时及时按规定程序办理:一是由部门内部的相关处室及时书面报分管领导审批;二是由部门财务管理机构根据分管领导的批示,按照各项支出标准核定支出控制数;三是因特殊情况超过支出标准的,还需要

报部门分管财务的领导审批后,方能据实报销。

(2)采用非货币单位与货币单位相结合的预算管理方式。以到北京汇报工作这一项特定工作为例。在预算执行中,若发现超支较多,则首先将该项支出的总金额除以总“人次天”数,得到平均单位“人次天”的成本,进而将此成本与测算的标准成本相比较,看是否超标。若超标,则进一步分析是坐飞机的次数多了,还是住宾馆的价格高了。其次,将总“人次天”数除以总“次”数,得出总“人天”数,再用总“人天”数除以平均“天”数,得到平均每次实际去的人数,可与每次去的标准人数(2人)进行比较;或将总“人天”数除以平均每次去的“人”数,得出平均每次实际住的“天”数,可与每次住的标准天数(1天)进行比较。显然,采用非货币单位与货币单位相结合的方式,十分有利于进行内部管理控制。

(3)采用财务报表与管理报表相结合的成本核算管理办法。显然,要将基本公用经费、特定公用经费和被动公用经费的内部管理控制落实到位,单靠传统的财务报表是不够的,必须以各个处室为成本中心编制管理报表,及时记录相应的信息,为加强公共部门运行成本的内部管理控制服务。

## 主要参考文献

1. 财政部预算司编.中央部门预算编制指南.北京:中国财政经济出版社,2007

2. 孟凡利.内部会计控制与全面预算管理.北京:经济科学出版社,2003

(作者系湖北省人大常委会副主任,原湖北省财政厅厅长)

零售市场,规模大的零售企业的影响力比较大、信誉比较好,因此消费者更乐意选择购买规模大的零售企业的商品。零售企业通过规模扩张,按照统一管理与规模经济的原则建立商品或服务的采购销售系统,这个系统在流通效率上具有竞争优势。如果零售企业有较强的购买力,在与供应商讨价还价的过程中处于较为有利的地位,它们就会以较低的价格取得供应商的产品,从而降低采购成本。笔者认为,零售企业之所以存在规模经济,主要是因为采购、销售批量越大,平均总成本越低,盈利能力越强。庄贵军、冯根福也认为,由于规模扩大所导致的各种成本与费用的节约,能提高百货商店的经济效益,即规模越大的大中型百货商店的效益一般越好。

假设1:零售企业的规模扩张与盈利能力呈正相关关系,即规模越大,其盈利能力越强。

2. 零售企业的规模扩张与偿债能力的相关关系。企业无论是进行内涵式扩张还是进行外延式扩张,都或多或少地向外部流出部分资金,并且初始的扩张行为完成后,企业还需投入大量的后续运营资金。因此,企业要想获得持续发展,必须有充足的资金作后盾。而我国零售企业在资本市场的融资能力非常有限,只能通过借款的方式解决资金问题。由于企业规模代表企业在同行业中的地位,因此随着企业规模的不断扩大,企业外部利益相关者(在此主要指股东、债权人及其他投资者)愿意将更多的资金投入企业,企业也乐意采用这种方式筹措发展资金。同时,由于企业内部利益相关者(主要指企业管理者)不断扩大企业的规模,导致企业的偿债压力不断加大,而我国零售企业的盈利水平比较低,因此企业的偿债能力可能会被进一步削弱。

假设2:零售企业的规模扩张需要充足的资金支持,零售企业的规模与偿债能力呈负相关关系。

3. 零售企业的规模扩张与资本运营能力的相关关系。随着零售企业规模的扩大,其分销网络也在不断完善,企业因此有更多的资本用于物流配送体系和信息管理系统等运营设施的构建。运营设施和物流配送体系的不断完善,有利于提高企业资产的周转速度和使用效率,从而增强零售企业的资本运营能力。

假设3:零售企业的规模与资本运营能力呈正相关关系,即规模越大,其资本运营能力越强。

4. 零售企业的规模扩张与成长能力的相关关系。企业的规模是企业实力的象征。企业规模的大小既影响企业的规模效应,也影响企业的扩张能力。对于投资者来说,规模越大的企业,其抗风险的能力和盈利能力越强,其获得的投资报酬可能会越多,因此会刺激他们进行更多的投资,从而企业有更多的资金用于规模扩张;反之,由于规模较小的

企业的市场影响力比较小,抗风险的能力和盈利能力比较弱,投资者就会担心自己的投资利润太少甚至毫无利润,这种情况下,投资者就对该企业缺乏信心,从而导致企业筹资渠道减少、筹资成本增加、筹资能力减弱,企业规模扩张势必受到负面影响。Penrose在《企业规模和成长的限制》中提出,“企业的成长不过是企业规模不断扩大的结果而已”。Singh通过实证研究发现,厂商规模与成长能力之间呈正相关关系,即规模越大的企业,其成长性越好。

假设4:零售企业的规模与成长能力呈正相关关系,即规模越大的企业,其成长性越好。

## 二、实证分析

1. 样本数据选择。本文的研究对象是上市零售企业,本文共筛选出38家上市零售企业,分别以这38家上市零售企业2002~2006年年度财务报告的相关数据进行分析。财务数据主要来源于中国上市公司资讯网披露的上市公司信息,对于披露不完全的个别信息,本文从《新财经》、《新财富》、新浪财经网等处进行搜集。本文运用SPSS11.0统计分析软件进行相关数据的计算。

2. 变量的定义。①企业规模。企业规模一般可以从企业投入和产出两个角度来分析。从投入的角度看,企业规模反映了企业内生产要素的集约程度,资产总额是衡量企业规模最主要的指标;从产出的角度看,企业规模反映了企业的产出水平,销售收入是最主要的衡量指标。根据零售企业的特点,本文同时采用这两个指标对零售企业的规模进行衡量,即零售企业的规模扩张可以表现为资产总额的增加,也可以表现为销售收入的增加。本文用上市公司年度财务报告中的资产总额和销售收入的自然对数来度量。②企业经营绩效。企业经营绩效是对企业盈利能力、偿债能力、资本运营能力、成长能力等多方面状况的综合反映。本文根据零售企业的特点,结合已有的研究数据,选择净资产收益率和销售毛利率来反映企业的盈利能力,用企业的资产负债率和已获利息倍数来反映企业的偿债能力,用总资产周转率和存货周转率来反映企业的资本运营能力,用主营业务收入增长率和净利润增长率来反映企业的成长能力。

3. 实证分析结果。下表是零售企业的规模扩张与经营绩效相关关系的回归结果。从表中可以看出,回归方程的F检验值显著,说明各自变量和因变量在整体上具有显著性;从拟合优度(R<sup>2</sup>)来看,方程中的自变量对因变量的解释程度分别为0.718、0.824,具有较强的解释能力。

回 归 结 果									
	净资产收益率	销售毛利率	存货周转率	总资产周转率	资产负债率	已获利息倍数	主营业务收入增长率	净利润增长率	
资 产	B <sub>i</sub>	0.051	-0.252 **	-0.025 **	-0.503	0.013 *	-0.287 **	0.002	0.005
	Beta	0.844	-1.057	-0.330	-0.633	0.361	0.648	0.093	0.433
	t	1.658	-6.324	-3.317	-3.753	2.140	4.083	0.936	0.791
R <sup>2</sup> =0.718 F=14.695 P=0									
销 售 收 入	B <sub>i</sub>	0.761	-0.336 **	-0.005	-0.225	0.013 *	-0.047 *	0.000	0.005
	Beta	0.642	-1.164	-0.155	-0.234	0.294	0.399	-0.002	0.339
	t	1.425	-7.391	-1.651	-1.474	1.849	2.421	-0.018	1.155
R <sup>2</sup> =0.824 F=15.435 P=0									

注:\*表示在5%的水平上显著,\*\*表示在1%的水平上显著。

(1)上市零售企业规模扩张与盈利能力的相关关系。从回归结果

分析,零售企业的规模与销售毛利率呈负相关关系,与净资产收益率的相关性不显著,所以我们可以判定假设1不成立。

销售毛利率是反映企业经营活动初始获利能力的指标。一般来说,该指标越大,企业的盈利能力越强。从回归结果分析,销售毛利率与规模扩张呈反向变动。出现这一现象的原因可能是企业收益的增加会激励投资者和经营者加大投入,企业规模随之扩大。但规模的扩大、收入的增加,在很大程度上是依赖于经营面积的增加、设备的投入以及员工的增加,这样又会导致企业销售成本和内部管理成本的增加,从而导致成本的增长幅度大于收入的增长幅度,引起销售毛利率进一步下降。这也说明我国大多数零售企业目前仍处于粗放式增长阶段。从上表中可以看出,零售企业的规模扩张与净资产收益率的相关性不显著,也就是说,零售企业的规模扩张对净资产收益率的影响不明显。

从上市零售企业的规模扩张与盈利能力的相关关系中我们可以得出,随着规模的扩大,零售企业的单位销售成本没有下降反而上升了,盈利能力不是增强了而是减弱了,说明在我国零售企业中存在规模不经济的现象,这恰好与庄贵军、冯根福“规模越大的大中型百货商店的效益一般越好”的结论相反。

(2)上市零售企业规模扩张与偿债能力的相关关系。从回归结果分析,零售企业的规模与资产负债率呈正相关关系,与已获利息倍数呈负相关关系,即规模越大,企业的资产负债率越高,偿债能力越弱,所以假设2能够成立。

资产负债率是反映企业资本结构和长期偿债能力的一个指标。从回归结果分析,资产负债率与零售企业的规模显著正相关。目前我国零售企业通过融资的方式扩大经营规模,这可能与我国零售企业以前大多为传统的国有企业有关,因为其有比较畅通的融资渠道,所以更多地通过融资来扩大经营规模。尽管上市零售企业的平均资产负债率仅为54.5%,但近五年的资产负债率在不断增长,从2002年的49.33%增长到了2006年的57.86%,这说明我国上市零售企业的规模扩张几乎完全依靠借款来维系,高资产负债率增大了企业的经营风险和成本。

已获利息倍数反映了企业的经营所得支付债务利息的能力。如果这个比率太低,说明企业难以保证用经营所得按时支付债务利息。从回归结果可以看出,规模扩张会导致已获利息倍数降低,从而减弱零售企业的偿债能力。

从上市零售企业的规模扩张与偿债能力的相关关系中我们可以得出,我国上市零售企业规模的快速扩张,不是以自有资本的积累作为基础,而是以外部资本的供给为基础,一旦外部的资金链断裂,将给企业带来致命的打击。

(3)上市零售企业规模扩张与资本运营能力的相关关系。从回归结果分析,零售企业的规模与存货周转率呈负相关关系,与总资产周转率相关性不显著,所以假设3不成立。

存货周转率反映企业资本运营能力,企业存货周转率越高,表明企业资产变现的速度越快,企业销售商品的能力越

强。但从回归结果来看,存货周转率与规模扩张呈反向变动,这可能与我国零售企业的经营模式有关。目前,我国零售企业大都采用“专柜经营或者联营”的模式,有效的物流配送体系并没有建立。

总资产周转率反映企业全部资产的利用效率,这个指标越高,表明企业全部资产的利用效率越高。从回归结果可以看出,总资产周转率与零售企业规模的相关性不显著,这意味着零售企业规模的扩大,并没有有效提高零售企业资产的利用效率。

从上市零售企业规模扩张与资本运营能力的相关关系我们可以得出,我国零售企业的整体运营能力还比较弱,运营成本比较高。

(4)上市零售企业规模扩张与成长能力的相关关系。从回归结果分析,主营业务收入增长率和净利润增长率与零售企业规模扩张的相关性并不显著,因此假设4不成立。主要原因是目前我国大多数零售企业尚处于粗放式增长阶段。同时零售企业经营管理水平较低,经营不规范,在很多情况下成本的增长幅度比收入的增长幅度更大。

### 三、相关建议

1. 扩大规模并不一定能增强盈利能力。由于我国的零售企业尚处于粗放式的增长阶段,加之同质化经营严重,竞争异常激烈,同一城市零售企业的经营规模总量远远超过合理水平,导致运营效率下降、运营成本上升。虽然企业规模扩大了,但盈利能力没有相应增强。

2. 规模越大不能说明成长性越好。我国零售企业规模的快速扩张依赖于经营面积的增加、设备的投入以及员工的增加,是一种粗放式的增长方式。虽然企业规模扩大了,但经营管理水平没有相应提高,企业的竞争力反而下降了,因此企业规模越大,成长性不一定越好。

3. 规模扩大导致负债增加。我国上市零售企业规模的快速扩张不是以自有资本的积累作为基础的,主要依靠对外融资。由于盈利能力有限,自身的“造血”功能不足,导致外债不断增加、运营成本不断提高、经营风险不断增大。

4. 零售企业存在规模不经济现象。综合上述分析结果,笔者认为今后我国上市零售企业在扩大规模的同时,要高度重视增强资本的运营能力和供应链的管理能力。深化改革企业的经营模式和治理结构,提高企业的经营管理水平,从外延式粗放型扩张向内涵式精细型发展已经成为我国上市零售企业发展的主要方向。

### 主要参考文献

1. 庄贵军,冯根福.中国百货零售企业规模经济的实证分析.财贸经济,2000;9
2. 夏春玉,张闯.大型零售企业规模扩张的理论解读.商业经济与管理,2004;11
3. 纪宣明,陈似海.公用事业类上市公司经营绩效的实证分析与评价.宏观经济研究,2004;8
4. 马丕玉,马永强.零售企业经营绩效的实证分析.山东轻工业学院学报(自然科学版),2005;2