

慈文传媒公司盈利质量分析

文 / 张雪平

从 2018 年开始，影视行业不断出现动荡，众多传媒企业在惨烈的发展环境中生存艰难，盈利质量受到严重的影响。因此，本文选取慈文传媒为代表对象，从盈利的获利性、现金保障性、持续性、成长性四个方面对慈文传媒的盈利质量进行分析，发现慈文传媒在此竞争过程中存在的问题，并提出了相应的对策和建议，希望受发展环境影响的影视行业能够以此为参考，尽快渡过难关，为人们带来更多的优秀作品。

关键词：慈文传媒；盈利质量；财务指标

一、慈文传媒公司的盈利质量分析

（一）慈文传媒公司简介

慈文传媒创办于 2000 年，2015 年 11 月登陆中国 A 股市场，是国内第一批被授予电视剧制作经营许可证（甲种）的民营影视公司。前身为禾欣股份，吴卫东任董事长，马中骏任慈文传媒创始人、首席内容官。其业务范围分布在影视剧的投资、制作及发行、移动休闲游戏的研发推广、渠道推广、艺人经纪等。

慈文传媒作为一家老牌的影视制作公司，它出品的部分影视剧很受大众喜爱，如《花千骨》《老九门》《楚乔传》等。然而近些年，作为昔日领头羊的慈文传媒在业绩陆续出现“暴雷”之后，早已名不副实。根据慈文传媒年报显示，2018 年至 2021 年该公司共亏损了 15.51 亿元。很明显，如此大数额的亏损对于上市公司来说，严重阻碍了其未来发展，在大规模的市场竞争中逐渐处于劣势地位。

（二）慈文传媒公司盈利质量分析

1. 获利性

公司的获利能力高低是反映该企业盈利质量是否优良的最基本指标。企业获取利润的能力越强，盈利质量越好，该企业的发展前景就越好。本文主要通过分析销售净利率、存货周转率这两个指标，分析企业的获利性。

（1）销售净利率

销售净利率主要受净利润和销售收入的影响，能够反映企业获取利润的能力，与企业的获利性属于同向变化。表现为销售净利率越大，企业获取利润的能力越强。

在 2018 年，影视行业开始出现“寒冬期”。经历过股权质押、易主等危机的慈文传媒对此措手不及，业绩大幅度下降。当年共发生资产减值 8.54 亿元，其净利润直接亏损 11 亿元。这也是表 1 中慈文传媒 2018 年销售净利率达到了最低值的原因。2020—2021 年在疫情的影响下，影视行业发展缓慢，慈文传媒先后亏损 3.59 亿元和 2.49 亿元，使得销售净利率再次出现负值。这些数据表明，慈文传媒的经营容易受外界环境的影响，说明了它的获利性不强，盈利质量较低。

表 1 慈文传媒 2017—2021 年获利性指标分析

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
销售净利率 / %	24.72	-76.67	13.38	-53.20	-61.42
存货周转率 / 次	0.89	1.20	0.97	0.65	0.29

数据来源：新浪财经的慈文传媒 2017—2021 年年报。

张雪平（1998—），女，汉族，河南周口人，硕士研究生。单位：西藏民族大学（陕西咸阳 712082）。研究方向：注册会计师（CTA 方向）。

(2) 存货周转率

存货周转率体现企业在某一阶段的存货周转速度，是用来分析企业获利能力的指标。企业的存货周转率越高，说明各项资源转换成利润的能力越强，企业获利能力越好，盈利质量越优良。

由表 1 可知，慈文传媒 2017—2021 年存货周转率基本处于 0.2~1.2 次，数值较低，说明慈文传媒把资源转换成利润的能力较弱。另外，存货周转率受营业成本和存货这两个因素的影响。通过年报发现，虽然其营业成本在逐渐下降，但其存货数量的不明显增长使得慈文传媒没有较大途径的利润来源，由此可见，慈文传媒的获利性是不足的。

2. 现金保障性

企业的现金保障性反映企业扩大生产规模的能力，通常通过收入现金比率、应收账款周转率这两个指标分析企业收回现金的保障程度。

(1) 收入现金比率

收入现金比率是以 1 为界限进行判断。若企业的收入现金比率大于 1，反映企业的收款能力较强，现金保障性较高，说明该企业的主营业务收入未能成功转换成现金流的风险小，企业的盈利质量较好；若小于 1 则相反。

由表 2 可知，慈文传媒的收入现金比率分别是 1.03、1.14、0.96、1.62 以及 1.34，在 1 这个限制值之间上下波动，无大幅度升降，说明这五年慈文传媒收入转化成现金的保障程度较高，盈利质量较好。

表 2 慈文传媒 2017—2021 年现金保障性指标分析

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
收入现金比率 / %	103.01	113.52	95.56	162.46	134.32
应收账款周转率 / 次	1.29	1.07	1.12	0.95	1.00

数据来源：新浪财经的慈文传媒 2017—2021 年年报。

(2) 应收账款周转率

应收账款周转率反映企业的应收账款转换为现金流的能力。应收账款周转率越高，说明企业越快、越有保障地收回账款。比率越低，说明企业对资金的利用效率越低，企业积累的应收未收账款越多，导致的呆账越多。

从表 2 可以看出，慈文传媒近五年内的应收账款周转率基本为下降趋势。从年度财务报告上看，2017—2021 年慈文传媒的经营收入下降幅度较大，该两方面负面因素双重加剧了公司每年的现金流减少。

3. 盈利的持续性

企业只有保持盈利的持续性，才能带来良好的经济利益，才能有优良的盈利质量。通过总资产周转率、资产负债率两个指标分析企业盈利的持续性。该两项指标均与盈利持续性成同方向变动。

表 3 慈文传媒 2017—2021 年盈利持续性指标分析

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
总资产周转率 / 次	0.36	0.33	0.40	0.27	0.19
资产负债率 / %	49.84	52.89	41.10	53.00	47.80

数据来源：新浪财经慈文传媒 2017—2021 年年报。

(1) 总资产周转率

总资产周转率反映企业的营运质量和资源利用效率，是分析企业持续盈利能力的指标。它与盈利持续性呈同方向变动，总资产周转率越高，资源利用效率越高，企业运营能力的持久性越强，盈利质量越好。从表 3 可以看出，慈文传媒的总资产周转率自 2017 年至 2021 年基本在 0.2~0.4 之间，说明其盈利持续性较稳定。

(2) 资产负债率

资产负债率反映了企业用债权人所提供的资金进行经营活动的能力。它是用来分析企业持续运营能力的指标，与盈利持续性同向变动，主要表现为企业实现收益的持续能力。由表 3 可知，慈文传媒的资产负债率基本处于稳定状态，主要集中在 41%~53%，在资产负债率正常范围内，说明其盈利持续性较稳定。

4. 盈利的成长性

通过分析企业盈利成长性，可以发现企业未来的发展能力强弱。本文通过营业收入增长率、归母净利润增长率这两个指标分析企业的成长性。这两项指标均与盈利成长性呈同向变动，即指标数值越高，企业盈利成长性越好，盈利质量越好。

表 4 慈文传媒 2017—2021 年盈利成长性指标分析

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业收入增长率 / %	-8.79	-13.84	-18.37	-42.45	-39.91
归属母公司净利润增长率 / %	40.78	-367.93	-115.05	-313.48	-33.52

数据来源：新浪财经的慈文传媒 2017—2021 年年报。

(1) 营业收入增长率

营业收入增长率反映企业本年度相较于去年的营业利润增长幅度，是分析企业成长能力的指标，其负值表示当年营业收入的减少。营业收入增长率越高，企业盈利成长性越好，则盈利质量越优良，反之亦然。由表 4 可知，慈文传媒营业收入增长率逐年下降且每年都为负数，慈文传媒在 2018 年和 2020 年分别受到影视行业“寒潮”环境和疫情导致经济环境受挫等影响，使得营业收入下降可以理解，但在 2019 年行业环境恢复稳定后，其营业收入增长率依旧降低，说明慈文传媒的营业利润有待提高，成长性需要提升。

（2）归属母公司净利润增长率

归母净利润指公司合并报表中的净利润归属于母公司的部分，归属母公司净利润增长率则体现了企业本年度相较于去年归母净利润增长的幅度，该增长率若大于10%，表明公司盈利能力较强，成长能力较强；若小于0，说明相较于去年而言，归属母公司净利润在减少，企业盈利能力减弱，企业成长能力下降。由表4可知，慈文传媒在2018—2021年归母净利润增长率出现大幅度的波动，且分别为-367.93%、-115.05%、-313.48%、-33.52%，体现了慈文传媒成长性不足。

二、慈文传媒公司盈利质量分析存在的问题

（一）盈利的获利性不足

通过分析2017—2021年慈文传媒财务报表发现，慈文传媒的净利润近五年内分别是4.12亿元、-11亿元、1.57亿元、-3.59亿元、-2.49亿元，波动幅度较明显，且整体表现为亏损状态，这使得慈文传媒的获利性不足。再结合慈文传媒近五年公司运营状况发现，其存货数量增长不明显也使得企业的获利性受到影响。存货是每个企业保持长久发展的动力和后劲的必要前提，慈文传媒相较于其他企业而言，较少在拍影视、完成拍摄待播影视、外购影视的储备会导致慈文传媒每年可以出圈的影视剧越来越少，营业利润受到很大影响，获利性不高。

（二）盈利的成长性不足

通过一些财务数据，分析其盈利的成长性，衡量企业是否具有良好的发展前景。表4分析了慈文传媒近五年的营业收入增长率和归母净利润增长率，从中可以看出慈文传媒近五年营业收入增长率均为负数，这说明每年度的营业收入都在下降。每年归属于母公司的净利润除了2017年为正数，其余4年均均为负值，说明近4年慈文传媒的归母净利润不断减少，其成长性不足，需要不断提升盈利的成长性，才能使慈文传媒具有良好的盈利质量。

三、提升慈文传媒盈利质量的对策

（一）提升盈利的获利性水平

慈文传媒金可通过以下两个方面提升盈利的获利性水平。一是通过减少盲目购买剧本的成本，增加净利润。因为慈文传媒一直是买剧本的领头羊，但是建议慈文传媒不要盲目购买涉及剧情俗套、抄袭、融梗类的剧本，因为这类剧本往往会引发观众的抵制，以致投放效果不好。剧本受大众欢迎、不涉及版权问题才可以购买，剧本知名度不高但原创且情节精彩的也可以购买，这是因为优秀的剧本不仅能降低成本、更容易拍摄出优质的影视作品，也易受到大众喜欢。正如正午阳光近几年出品的影视剧，虽然剧本的知名度不高，拍摄所投入的资金不多，但是却轻易地引发市场热度，甚至

得到“正午出品，必属精品”的称赞，给正午阳光塑造了很好的品牌形象。二是慈文传媒应该把手里的优良剧本都拍摄出来，尽快搞定影视剧的定档手续，增加待播剧的库存数量，而不是一味地积压在手中，怕和别的影视剧撞剧本类型以至于错过该类剧本的红利。因为对观众来说，不同的阶段有不同的观影风格，所以有好的剧本就应尽快拍摄，并趁机投放市场，以免错过观众的观影偏好。

（二）提升盈利的成长性

慈文传媒可通过以下三种途径提升盈利的成长性。一是增加制作优良、风格独特的小成本影视投放，增加企业的热度，提高营业利润。观众大多具有猎奇心理，慈文传媒可在大成本大制作的基础上，基于观众的猎奇心理，以大胆启用新的演员面孔、增加剧情的紧凑感和丰富度、优化拍摄手法等方式制作低成本高质量的网剧，吸引大众的关注。因为一般来说这种小成本的制作往往会取得不错的成绩，拥有较高的播放量，能实现更多的盈利。二是慈文传媒在影视化拍摄中，可通过对各大品牌招商的形式，加大对影视广告的植入，以达到用招商带来的现金流来减少企业的部分制作成本的目的。三是通过超前点播或者付费观看小番外等形式，提高多元化企业收入，同时弥补由于影视化作品回款慢，造成企业现金流周转不足的缺点。

参考文献：

- [1] 张铭晓. 财务视角下企业盈利质量研究 [D]. 兰州财经大学, 2018.
- [2] 冯钰晴. 盈利质量研究 [J]. 企业科技与发展, 2021, (01):137-139.
- [3] 兰之馨. 马中骏: 影视行业进入“新常态” [J]. 中国广播影视, 2020(Z1):172-173.
- [4] 郭雅兰. 影视传媒行业控股股东股权质押的风险控制研究 [D]. 安徽财经大学, 2021.
- [5] 程婷, 张敏. 财务视角下企业盈利质量分析——基于F公司研究 [J]. 价值工程, 2019(11):98-99.
- [6] 蔡郁文. 财务视角下乐视创新盈利模式有效性研究 [J]. 中国市场, 2019(12):186-187, 196.
- [7] 张幼飞, 蒋力. 上市公司财务报表分析——以浙江金鹰股份有限公司为例 [J]. 时代金融, 2016(23):145-146.
- [8] 王丹蕾. 天润乳业盈利质量分析 [J]. 广西质量监督导报, 2020(11):126-127.
- [9] 胡娇杨. 曲江文旅盈利质量研究 [J]. 合作经济与科技, 2020(10):160-162.
- [10] 王一凯. K医药公司盈利质量研究 [D]. 太原理工大学, 2021.