# 汽车行业上市公司竞争力评价及实证分析

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2024-02-06

*摘 要 首先 分析 了对 企业 竞争力评价的意义，然后构建了汽车行业上市公司竞争力评价的指标体系，并结合汽车行业上市公司公布的202\_年财务报表及有关财务指标，运用因子分析法对汽车行业上市公司的竞争力进行了详细的实证分析与评价，最后得出客观...*

摘 要 首先 分析 了对 企业 竞争力评价的意义，然后构建了汽车行业上市公司竞争力评价的指标体系，并结合汽车行业上市公司公布的202\_年财务报表及有关财务指标，运用因子分析法对汽车行业上市公司的竞争力进行了详细的实证分析与评价，最后得出客观的结论。

关键词 汽车行业 竞争力评价 实证分析 因子分析

1 企业竞争力评价的意义

市场 经济 是一种竞争经济，在市场经济条件下，企业竞争力是企业赖以生存和 发展 的重要标志。因此建立 科学 的评测体系，正确评价企业的竞争力，才能使企业在竞争中清楚地了解自己的地位，从而使企业在经营实践中有的放矢地从根本上注重提升和优化竞争力量。同时， 研究 与评价企业综合竞争力，对于识别企业竞争能力，增强企业综合实力，提高企业在市场上的应变能力，促进企业发展和壮大，都具有非常重要的意义。

2 汽车行业上市公司竞争力评价及实证分析

2.1 样本的选择及样本数据的来源

本文随机选取了深市、沪市共40家汽车行业上市公司的Ａ股作为样本。

样本数据均取自202\_年汽车行业上市公司公开披露在网上（和讯、证券之星、巨潮资讯、 中国 上市公司资讯网等）的202\_年年报和有关财务指标。

2.2 竞争力综合评价指标体系的选择

本文选取了以下九个有代表性的财务指标，作为竞争力综合评价指标体系。

（１）利润构成指标：X1：主营业务收入；X3：净利润

（２）股东权益指标：X5：净资产

（３）获利能力指标：X6：净资产收益率；X7：主营业务利润率

（４）经营能力指标：X8：总资产周转率

（５）发展能力指标：X2：主营业务收入增长率；X4：净利润增长率；X9：总资产增长率

2.3 因子分析过程

2.3.1 相关系数分析

因子分析的目的是简化数据，找出基本的数据结构。因此，因子分析的前提条件是观测变量之间应该有较强的相关关系。首先调用SPSS11.5（本文全部采用该软件）的因子分析程序对样本的9个指标的原始数据进行标准化处理，并得到各指标之间的相关系数矩阵。

由相关系数矩阵可知，指标X

1、X

3、X5三者之间都存在很强的相关性，相关系数达到0.60以上，反映出企业主营业务收入、净利润、净资产三者之间有密切的关系。

2.3.2 提取公因子

在提取公因子的过程中选用的是主成分分析法。表1为各成分的公因子方差表。公因子的贡献率表示该公因子反映原指标的信息量，累计贡献率表示相应几个公因子累计反映原指标的信息量。2.3.3 因子旋转

表2为旋转前的因子（主成分）提取结果，由于初始载荷阵结构不够简单，各因子的典型代表变量不很突出，容易使因子的意义含糊不清，不便于对因子进行解释。为此须对因子载荷矩阵实行旋转，达到简化结构的目的，使各变量在某单个因子上有高额载荷，而在其余因子上只有小到中等的载荷。表3是采用方差最大正交旋转法得到的。

依据因子 分析 原理，三个主因子之间具有不相关性，而每个因子与其所包含的变量之间具有高度相关性，一个因子包含的诸多变量之间也具有高度相关性。表3中的系数为旋转因子负荷系数估计值，其统计意义就是变量与因子的相关系数，心 理学 家将它叫做荷载。据此对表3进行以下分析：

公因子1在净利润、净资产和主营业务收入三个指标上有较高的荷载，这说明公因子1反映了汽车行业上市公司的利润构成指标和股东权益指标对 企业 竞争力的贡献很大。这类指标与企业的规模关系密切，一般而言企业的规模越大，这三个指标会越大，企业竞争力就越强。我们可以称公因子1为规模因子。

公因子2在净利润增长率、净资产收益率、主营业务收入增长率、主营业务利润率上有较高的荷载，这说明公因子2揭示汽车行业上市公司的获利能力和 发展 能力对企业竞争力的 影响 。我们可以称公因子2为效益及发展因子。

公因子3在总资产增长率上有较高的荷载，这说明公因子3揭示汽车行业上市公司的经营能力对企业竞争力的影响。我们可以称公因子3为经营因子。

2.3.4 计算 因子得分、综合评价值

为了对汽车行业上市公司的竞争力进行综合评价，可将三个主因子的得分与各自的权数（贡献率）进行线性加权平均求和，得到竞争力的因子得分、综合得分及排名（见表4）。

2.3.5 结果分析

从汽车行业上市公司的竞争力因子得分、综合得分及排名表，可以得出以下分析结果：

（１）综合得分前七名的是长安汽车、上海汽车、东风汽车、福田汽车、一汽轿车和一汽夏利。其第一公因子的得分也都位居前七名，这由于公因子1的方差贡献率达到了69.885%，所以第一公因子的得分对汽车行业上市公司的竞争力有很大的影响。这说明汽车行业竞争力的差异主要是在企业规模上，因为第一公因子是规模类指标。统计结果表明在我国 目前 阶段汽车行业是通过做大来做强的。企业的规模越大，其竞争力越强。这也可以通过前三名长安汽车、上海汽车、东风汽车（其第一公因子的得分也都位居前三名）等近年来一系列大规模的合资、合作或融资等举措得以佐证。

（２）综合得分第二名的上海汽车和第三名的东风汽车，其第二公因子的得分分别位居第二十四名、第三十名，比较靠后。第二公因子是效益及发展因子，可见汽车行业在做大规模后，关键还是要提高企业效益，增强自身的获利能力，不断保持发展的良好势头。与之相反，第二公因子排名前四位的是曙光股份 、金杯汽车 、中房股份 、交运股份 ，其第一公因子排名都比较靠后，综合排名居于中等，可见这些企业急需做大规模以提升竞争力，也是能够有机会获得较大发展。

（３）从综合得分来看，全国汽车行业上市公司之间竞争非常激烈，排在前面的地区是重庆、上海、湖北、北京、江西、吉林、天津，基本上是八分天下。遗憾的是没有一个地区的汽车行业能有多家汽车公司处于竞争力很强的地位。基本上是一个地区一个代表。整个地区的汽车整合力度不够，整体实力不强。

3 结束语

根据实证分析的结果，可得出以下结论：

第

一、本文在构造我国汽车行业上市公司竞争力评价指标体系的基础上，采取因子分析 方法 是有一定效度，能够对汽车行业上市公司的竞争力做一个较为客观中肯的综合评价。

第

二、我国上市公司的财务数据基本是有效的，能客观地反映上市公司的实际财务状况和经营成果，对投资者决策具有指导作用。

第

三、为了提升我国汽车行业的竞争力，重点关注提高企业的净利润、净资产和主营业务收入这三个规模因子。先做大，后做强。

参考 文献

1 李钢．财务指标对企业竞争力影响的实证分析[J].管理 科学 ，202\_

(4)

2 陈衍泰，陈国宏等．综合评价方法分类及 研究 进展[J].管理科学学报，202\_

(4)

3 李晓荣，王宪良．因子分析在上市公司盈利能力分析中的 应用 [J].财经科学，202\_

(7)

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！