

## “秦池”为何昙花一现（固定成本）

### 【案情资料】

1996年11月8日下午，中央电视台传来一个令全国震惊的新闻：名不见经传的秦池酒厂以3.2亿元人民币的“天价”，买下了中央电视台黄金时段广告，从而成为令人炫目的连任二届“标王”。1995年该厂曾以6,666万元人民币夺得“标王”。

秦池酒厂是山东省临朐县的一家生产“秦池”白酒的企业。1995年临朐县人口88.7万，人均收入1150元，低于山东省平均水平。1995年厂长赴京参加第一届“标王”竞标，以6666万元的价格夺得中央电视台黄金时段广告“标王”后，引起大大出乎人们意料的轰动效应，秦池酒厂一夜成名，秦池白酒也身价倍增。中标后的一个多月时间里，秦池就签订了销售合同4亿元；头两个月秦池销售收入就达2.18亿元，实现利税6,800万元，相当于秦池酒厂建厂以来前55年的总和。至6月底，订货已排到了年底。1996年秦池酒厂的销售也由1995年只有7,500万元一跃为9.5亿元。事实证明，巨额广告投入确实带来了“惊天动地”的效果。对此，时任厂长十分满意。

然而，新华社1998年6月25日报道：“秦池目前生产、经营陷入困境，今年亏损已成定局……秦池为什么在这么短的期间就风光不再而陷入困境？近年各种文章资料从多个方面将秦池作为典型案例作了多角度的分析。

### 【分析要点及要求】

- 1、从现代企业理财的角度看，“秦池”在企业理财的运作上存在什么问题？
- 2、巨额广告支出属于企业的什么成本？开支过大，对企业的生产经营有什么影响？
- 3、从“秦池”案例中应吸取什么教训？