

产品的销售模式

9个重要科目之三：销售费用

定义

在销售产品或服务的过程中所发生的费用，以及为销售本企业的产品或服务而专设的销售机构的经营费用

销售费用的主要构成

- 1 广告费
- 2 推广费
- 3 促销费
- 4 业务费
- 5 运输费

销售费用的判断方法

如果销售费用在净利润中的占比较高，如比率大于30% 对公司未来的净利润影响较大

案例：贵州茅台

销售费用占净利润的比率

比率为4.91% 销售费用的变化对未来净利润的影响极小

占比最大的销售费用

广告宣传及市场拓展费

广告宣传及市场拓展费

- 1 广销售人员的基本工资 供应商的提价能力强 ❌ 本项费用未来不可控
- 2 市场拓展费 供应商没有提价能力 ✅ 本项费用未来可控

案例：分众传媒

销售费用占净利润的比率

比率为43.49% 销售费用的变化对未来净利润的影响较大

占比最大的销售费用

销售业务费

销售业务费

- 1 销售人员的基本工资
- 2 销售人员的销售提成

人员数量很多，可替代性很强 ✅ 本项费用未来长期可控

案例：三七互娱

销售费用占净利润的比率

比率为320.18% 销售费用的变化对未来净利润的影响非常大

占比最大的销售费用

互联网流量费

互联网流量费

买流量的效果广告费 对互联网巨头供应商没有议价能力 ❌ 本项费用未来不可控

常见的3种销售模式

1 产品拉动型的销售模式

产品的销售主要来自强大的产品力拉动 🍑 最好

2 销售推动型的销售模式

产品的销售主要依靠自己的销售团队努力推动 📉 次之

3 外部依赖型的销售模式

产品的销售主要依靠其他第三方来实现 📉 最差

企业的管理效率

9个重要科目之四：管理费用

定义

企业的行政管理部门为管理和组织经营而发生的各项费用

管理费用的主要构成

- 1 职工薪酬费 ⚠️ 占比最高
- 2 折旧摊销费
- 3 招待费、保险费
- 4 办公费、咨询费
- 5 房产税、印花税等

职工薪酬费的判断方法

公司替换员工和管理者比较容易 ✅ 本项费用在未来长期可控

★管理效率的判断方法

论点

管理费用是可控的，管理费用本身不是重点 ⚠️ 管理效率才是重点

用管理人员的薪酬投入产出比来衡量

定义：公司支付管理人员的每一元薪酬为公司创造了多少净利润

📉 本指标的数值越高越好，数值越高，说明公司的管理效率越高

✅ 优秀公司的管理人员的薪酬投入产出比：大于10

❌ 效率低下公司的管理人员的薪酬投入产出比：小于10

熵增定律

定义

一个封闭系统，在没有外力做功的情况下，其混乱程度会不断增大，系统功能会逐渐丧失

1 投资启示之一

只有值得长期持有的好公司，没有值得永久持有的好公司

2 投资启示之二

高效的管理可以对抗熵增，延缓企业的死亡，提升企业的内在价值

第四周重点总结

重点一：如果销售费用在净利润中的占比较高，如比率大于30%，会对公司未来的净利润影响较大

重点二：三种常见的销售模式：产品拉动型、销售推动型、外部依赖型

重点三：不同的销售模式类型，重点看这个销售模式未来长期的销售费用是否可控

重点四：企业的管理效率可以用管理人员的薪酬投入产出比来衡量，该数值越高越好，说明管理效率越高