

邵阳职业技术学院 毕业设计

产品设计	工艺设计	方案设计
		√

设计题目: 颖逸企业盈利能力分析与改进措施的研究

学生姓名: 刘康

学 号: 201810300674

系 部: 财会工商系

专 业: 会计

班 级: 1182

指导老师: 陈雅檀

二〇二一年 五月 三十日



目 录

一、 概述.....	3
(一) 公司简介.....	3
(二) 项目设计的目的和意义.....	3
(三) 颖逸企业盈利能力现状分析.....	3
1. 营业毛利率.....	3
2. 营业净利率.....	4
3. 净资产收益率.....	5
4. 营业收入增长率.....	6
5. 据以上盈利现状分析总结.....	6
二、 影响颖逸公司盈利能力存在的问题.....	7
(一) 细分市场空间小，营业利润下降.....	7
(二) 销售业绩不理想.....	8
(三) 销售模式老旧.....	9
(四) 资本结构较为保守.....	10
(五) 企业成本控制意识较弱.....	10
三、 提升颖逸公司盈利能力的建议.....	11
(一) 调整细分市场战略.....	11
(二) 提高产品的吸引力.....	11
1. 提高服装设计水平.....	11
2. 打造品牌.....	11
(三) 革新销售模式.....	12
1. 将线上线下业务结合.....	12
2. 借助网络营销推销商品.....	12
(四) 适当提高负债资产率.....	13
(五) 加强控制企业成本.....	13
四、 总结.....	14

颖逸企业盈利能力分析与改进措施的研究

【摘要】本文研究了颖逸公司的盈利能力，发现颖逸公司问题包括细分市场空间小、销售业绩不理想、销售模式老旧、资本结构较为保守、企业成本控制意识较弱等，并提出提升颖逸公司盈利能力的建议，如调整细分市场战略、提高产品的吸引力、革新销售模式、适当提高负债资产率、加强控制企业成本等措施。

【关键词】盈利能力；资本结构；利润率

一、概述

（一）公司简介

颖逸公司总部位于广东东莞，是一家涉及休闲服饰品牌运营、供应链管理、商业保理等多个领域的服装企业。它以“平价的快时尚”作为品牌定位，主要针对大部分男性青年和少数其他年轻消费者的消费趋向，通过不断更新服装产品来适应多变的市场服装消费需求，拓展多个营销渠道对自身品牌进行推广，注重服装产品自我研发设计，全面提升自身品牌的影响力和公司的核心竞争力。

（二）项目设计的目的和意义

企业要实现持续稳定的发展，必须充分了解和掌握自身的经营状况和盈利能力，找出经营中所存在的问题并解决问题，才能更好地达到盈利的目的。所以，本文依据盈利分析指标对企业盈利能力进行分析具有重要意义。本文以颖逸公司为例，以提高盈利能力作为目标，对该公司盈利能力进行深入探索，客观评价其经营业绩，帮助找到净利润下降的真正原因，并提出相应的对策。

因此，我将从最重要的盈利指标出发，以营业毛利率作首要分析，再是营业净利率，经过以上着重分析后，再深入研究净资产收益率和营业收入增长率。

（三）颖逸企业盈利能力现状分析

1. 营业毛利率

营业毛利率是反映企业营业业务盈利水平的主要指标之一，可以为财务信息使用者展现企业的生产状况和经济状况。它的计算公式如下：营业毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入 *100%。它被称作毛利率的原因是只单单把营业净收入与营业收入对比，并没有考虑到期间费用、所得税与其他费用等。一般来说，

毛利率高的产品在市场的竞争力很高，也说明消费者能够付出比同类商品更高的价格来购买这家企业的商品，或者也说明企业生存成品的直接成本较低。

通过颖逸公司利润表 1 里的数据算出 18-20 年的营业毛利率。颖逸公司 18-20 年的营业毛利率为 33.08%，39.29%，35.56%，值得一说的是 2019 年的成本减少的比率比收入下降的比率大，因此 18 年的营业毛利率相对较高，但是在 20 年又降下来。并且我们可以很直观的从表 1 中得知颖逸公司的营业收入和营业成本在不断减缩，这是由于颖逸公司近年经营状况不佳导致市场份额萎缩的表现。

表 1 颖逸公司 2018-2020 年盈利毛利率及其相关数据

项目	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入（万元）	36,959.00	34,388.00	31,986.00
营业成本（万元）	24,732.00	20,878.00	20,612.00
营业收入净额（万元）	12,227.00	13,510.00	11,374.00
营业毛利率	33.08%	39.29%	35.56%

2. 营业净利率

营业净利率是公司净利润与营业收入净额的比率，它也是反映企业盈利水平的主要指标之一。它的计算公式如下： $\text{营业净利率} = \frac{\text{公司净利润}}{\text{营业业务收入}} \times 100\%$ 。从公式的分子分母关系可以看出，只有当净利润的增长速度快于营业净收入的增长速度时，营业净利率才会上升。

通过表 2 的数据我们可以很直观地了解到颖逸公司 18-20 年的营业净利率为 1.77%，-9.83%，-60.33%，说明净利润的是逐年负增长，而且净利润的负增长速度比营业净收入的负增长速度要快，这是因为在颖逸公司在营业收入、业营业成本不断下降的情况下，销售费用和管理费用下降的幅度相对于营业净收入下降的幅度小。总而言之就是在营业净收入下降的情况下，其他成本并没有很好的控制，加上服装款式落后导致资产减值损失导致出现净利率为负数的情况。这说明颖逸公司存在管理不善的情况，并且在最近亏损的两年被放大。

表 2 颖逸公司 2018-2020 年营业净利率及相关数据

项目	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入(万元)	36,959.00	34,388.00	31,986.00
营业成本(万元)	24732.00	20878.00	20612.00
营业税金及附加(万元)	523.00	369.00	292.00
销售费用(万元)	6,469.00	6,375.00	5,859.00
管理费用(万元)	4,843.00	4,993.00	4,887.00
财务费用(万元)	36.00	184.00	-135.00
资产减值损失(万元)	1,829.00	5,277.00	4,933.00
净利润(万元)	653.00	-3,381.00	-19,298.00
营业净利率	1.77%	-9.83%	-60.33%

3. 净资产收益率

净资产收益率又被称股东权益报酬率/净资产利润率/权益报酬率/权益利润率/净值报酬率/净资产利润率,这个指标也反映企业盈利能力水平主要指标之一,它能够衡量企业对投资者资金的利用效率的高低。净资产收益率泛用性很高,可用于分析所有企业。它的计算公式为净资产收益率=净利润/净资产。指标数值越高,说明企业对投资者资金的利用效率越高,也说明企业给投资者带来的收益越高。企业的资产减去企业的负债剩下的净资产才是真正意义上的企业自有资产,所以在某种程度上来说,企业是通过使用这部分净资产经营业务创造利润,所以就称为净资产收益率。

通过颖逸公司 2018-2020 年净资产收益率和相关数据得知,颖逸公司的净资产收益率与营业净利率有着类似的变化趋势。颖逸公司 2018-2020 年的净资产不断减少,这是因为由于公司盈利能力下降不少股东选择撤资,与此同时颖逸公司的利润亏损不断加大,利润减少的速度快于加权净资产下降速度导致净资产收益率负增长。

表 3 颖逸公司 2018-2020 年净资产收益率计算表

项目	2018	2019	2020
净利润(万元)	653.00	-3,381	-19,298

加权净资产（万元）	52,199.50	50,831.50	39,743.00
净资产收益率	1.25%	-6.65%	-48.56%

4. 营业收入增长率

营业收入增长率代表企业营收增长的变化方向，可以借助它来判断企业发展所在的阶段。其计算公式为营业收入增长率=（本期主营业务收入-上期主营业务收入）/上期主营业务收入*100%。通常来说，营业收入增长率是反映企业经营状况和市场占有能力的指标，而且还是反映企业未来发展潜力的重要指标。该指标如果为正，就说明营业收入正在增加，企业还能够继续扩张和发展，这个指标越高，越代表企业市场前景越好，而该指标如果为负数，就说明企业的市场份额在丢失，如果一直保持负数就说企业正在处于衰退期。通过计算颖逸公司 2018 年到 2020 年的营业收入增长率得出颖逸公司营业收入增长率计算表。

从表 4 中数据可以看出颖逸公司从 2018 年的营业收入增长都是负数，营业收入增长率为-8.87%，-7.48%，-7.51%，没有回升的迹象，这说明颖逸公司已经进入衰退期。颖逸公司的产品对消费者吸引力不断减少，也说明了颖逸公司的市场份额正在流失，颖逸公司市场占有率下降，盈利能力几乎丧失。

表 4 颖逸公司 2018-2020 年营业收入增长率及相关数据

	2018	2019	2020
营业收入（万元）	36,959.00	34,388.00	31,986.00
营业收入增长（万元）	-3,280.00	-2,571.00	-2,402.00
营业收入增长率	-8.87%	-7.48%	-7.51%

5. 据以上盈利现状分析总结

在经营过程中，企业在扩大销售的同时，由于管理费用的大幅增加，企业净利润并不一定会同比例的增长，甚至可能负增长。因此，颖逸公司的销售净利率之所以逐年下降，一方面，颖逸公司为了更好地进行产业转型升级，关停了部分差劣店铺及实施店铺去库存等措施，对店面进行大规模的改造升级，使管理费用、营业费用的大幅增加，造成品牌服饰业务小幅下滑的影响，最终导致公司实现的净利润减少。另一方面，服装产品虽然属于人们生存资料里最基本的消费品，

随着人们对消费品的追求越来越高，消费者的消费观念不断发生变化，人们越来越在意自身的外表打扮，对服装这类消费品的要求越来越高。所以，对于服装企业来说，只有不断加快服装更新换代的速度，才能更好地适应市场趋势发展。为此，颖逸公司在服装零售业务方面，对服装产品和品牌的多种营销渠道推广与服装产品的研究设计上也在不断努力，希望能找到属于自己的品牌竞争力，全面提升公司实力。但是因为企业在经营管理方面的经验依然不足，缺少企业管理人才，导致整体的经营效益较低，同时受原材料价格波动的影响，公司经营付出的成本费用不断增加，获利水平持续下滑，给公司盈利能力造成不利影响。

二、颖逸企业盈利能力存在的问题

颖逸企业的企业盈利能力通过其指标的分析可以看出，其各项指标都有出现下降的趋势，也反映了颖逸企业的盈利能力在下降。下面结合具体情况列举出颖逸公司 2018 年至 2020 年在盈利方面存在的问题。

（一）细分市场空间小，营业利润下降

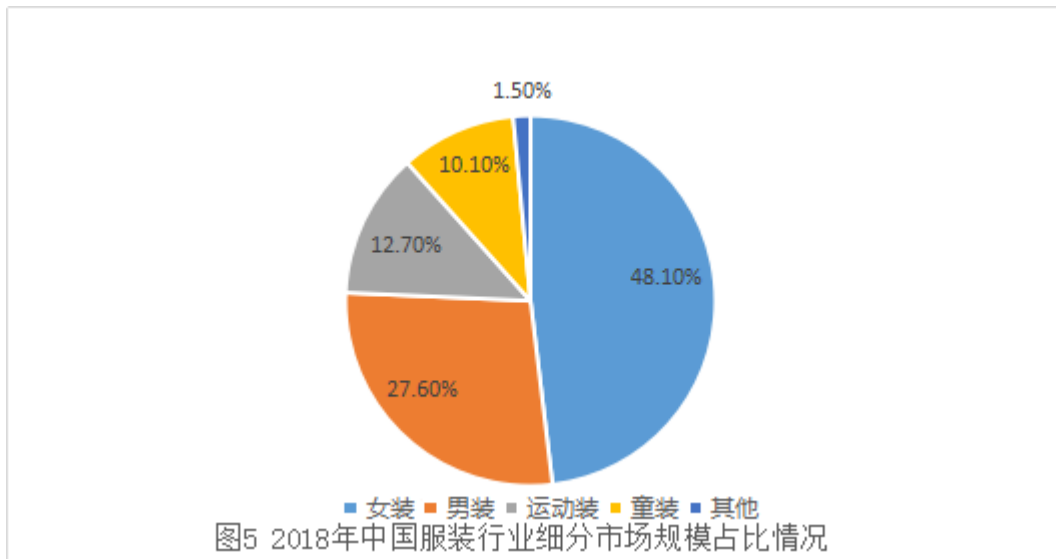
颖逸公司将自身定位一个男装品牌，只关注男装这一细分市场，其产品线只有男装。颖逸公司的产品线分为经典正装系列、商务休闲系列、时尚系列。经典正装系列主要面向高对正装品质和款式有较高要求的成功男士，商务休闲系列则是希望以其现代商务气质以及时尚品质去满足成熟的商务男士日常服饰需求。时尚系列则是专为追求潮流、时尚的阳光、活力的年轻男士而设计。颖逸公司三个产品线均是面向男装市场。

服装支出一直是人们最基本、稳定的支出之一。由于人口众多，中国拥有庞大的服装市场，而且市场规模增长速度比较稳定。2020 年，国内服装行业市场规模增将达到 2.08 万亿元，比上一年增长 7.8%。2019 年规模达到 2.15 万亿元，但受到相关因素影响，增速将减少至 3.4%。

在 2020 年，我国女性服装市场占整个服装市场的 48.1%，比上一年下降了 0.1%，是比重最大的细分市场。而男性服装市场则紧随其后排，市场份额占比位列第二名为 27.6%，也较 2019 年有所下降。从整个服装市场的格局来看，女装市场和男装市场的增长空间并不大，并且将在 2019 保持增长速度下降的趋势。与前面两个细分市场不同是，我国的童装细分市场和运动服装市场仍有比较大的

增长空间和潜力，这两个细分市场份额占比不断提升。截至 2020 年 12 月，童装和运动服饰的市场份额分别为 11.5%，12.7%，表现出不错的增长潜力。

通过图 5 观察，在最近几年，由于男装市场出现饱和的迹象，男装行业整体利润水平不断下降，许多企业出现亏损现象，无法盈利而被迫关闭的店铺更是难以计数。因为男装的产品多样性比较低，使得男装行业集中程度比较高。2020 年男装市场行业前 10 家最大的企业所占市场份额为 21.8%，比 2013 年提升了 7.8%，这种迹象表明行业集中度逐年提升。在这种对较小企业不友好的情况下，颖逸公司市场 2018-2020 年的营业收入增长率为-8.87%，-7.48%，-7.51%，这说明颖逸公司的市场份额在不断流失，市场占有率不断下降，颖逸公司的生存空间不断受到挤压，对于颖逸这样规模较小的企业来说生存空间将越来越狭隘。



（二）销售业绩不理想

一个企业的盈利能力高低，往往与其销售业绩挂钩。企业的产品销量往往是决定一个企业能否在竞争激烈的市场中生存的关键因素。但是根据颖逸公司最近几年的财务数据显示，其销售业绩十分不理想，颖逸公司 18-20 年的营业收入增长率分别为 8.87%，-7.48%，-7.51%，这说明颖逸公司近几年的销售业绩一直保持下滑的。颖逸公司 18-20 年的营业净利率分别为 1.77%，-9.83%，-60.33%，17-18 年颖逸公司财务中出现净利润为负数，颖逸公司的亏损与颖逸公司的日渐

下滑的经营状况脱不开关系。

颖逸公司商品对消费者吸引力不足。在服装市场，消费群体对品牌的需求比较强，品牌效应对服装行业的影响巨大，但是颖逸公司品牌处于弱势，在市场上没有很大知名度，对于一般消费者而言是个名不见经传的小品牌。对服装行业来说，如果本身服装特色不明显，服装的时尚潮流元素就将会十分关键。而且现代服装以时尚潮流为风向，更新周期不断缩小，使得能更加迎合作为当代消费主力的年轻一代，而且上文分析五家公司营业收入增长率中，可以发现比较重视服装中时尚潮流元素的美邦公司和森马公司在 18 年的营业收入增长率有较大提高。而且就颖逸公司而言，颖逸公司本身特色不够鲜明，且品牌知名度较低，所以应该对服装的潮流展现出高度敏感。但是颖逸公司的产品更新缓慢，其款式也相对老旧，2018-2020 营业收入增长率一直保持在 0% 以下。由于颖逸公司服装产品的研发投入远远不足，对消费主力的年轻一代缺乏吸引力，所以产品销量也理所当然地逐年下滑。

（三）销售模式老旧

在最近几年，服装行业的竞争趋势一直在加剧。在 2017 年的线上电商迅速崛起后，2018~2020 年，服装类电商零售的行业规模由 14.18 亿猛增至 5691.82 亿。线上电商迅速崛起的原因：① 由于线上店铺经营成本较线下实体门店低，价格往往可以压得比线下门店同类型商品低，价格竞争力高于传统品牌的线下门店。② 选择多样化，电商平台可以为消费者提供更多样的产品类型③ 与物流行业同时快速发展，相互促进，使得电商邮寄商品的效率提高成本下降。近几年不少服装品牌是作为纯线上品牌诞生的，也有不少传统线下品牌也登陆线上电商平台，积极运营线上销售业务。在服装行业竞争日渐激烈的环境下，颖逸公司保持大量销量平平的线下实体门店运营，占用过高的资金，是导致盈利能力低下重要原因。

在 2020 年，服装行业的竞争趋势仍然激烈，而且又有一个持续下去的趋势。服装行业的竞争已经从线下门店扩展到线上网点。在这种环境下，线下店铺零售的盈利空间较为狭小。目前，线上电商在不断排挤线下的空间，对于服装纺织业而言，传统实体店所受冲击日益严峻，固守传统销售渠道已无法在激烈的竞争中生存。此时，各种成本都在呈不断增加趋势，整个行业的热情减缩。尤其是出现的关店潮后，许多服装企业均缩小了线下规模。而颖逸公司在竞争中处于劣势的

情况下，仍然对电商平台这一新大陆不感兴趣，缺乏打理线上业务的长远计划和规划，线上店铺缺乏宣传与活动推广，销量惨淡，甚至在电商平台促销活动中被其他一众品牌宣传浪潮掩盖。颖逸公司需要对其销售思路进行优化，增加对线上销售业务投入。

（四）资本结构较为保守

颖逸的资本结构比较保守，财务管理观念并不是很强。根据颖逸的年度报告中了解到，其经营方式保守，负债经营程度低，同时资产报酬低于绝大多数行业水平，由企业的财务数据得出颖逸公司的 2018-2020 负债资产率分别为 0.16，0.31，0.54。在 2020 年 2 月服装行业平均的负债资产率为 0.67 左右，而颖逸公司 2020 年 2 月的负债资产率仍然停在为 0.54 左右，比行业平均值低了 0.13 左右，可见颖逸公司对公司自由资产利用效率不及行业平均值，说明颖逸公司对企业自有资产的使用率较低。保守的资本结构也是颖逸公司的净资产收益率比较低的原因，同时说明在这一方面，颖逸公司还有能改善的地方。

（五）企业成本控制意识较弱

成本控制是企业管理中的关键，它几乎贯穿了企业日常运作的整个流程。如果公司能够强力地把控成本，能降低成本费用的输出，那么公司的利润就能够提高。而根据颖逸公司的财务报表显示，颖逸公司 2018-2020 年的营业收入为 36959 万，34388 万，31986 万。2018-2020 年的营业净收入为 12227 万，13510 万，11374 万元，营业毛利率为 33.08%，，39.29%，35.56%，整体来看颖逸公司的毛利率比同类型的企业略低，颖逸公司的产品在市场上竞争力比较低，颖逸公司更应该做好相关成本控制。而销售费用为 6469，6375，5859，分别占营业收入的 17.50%，18.54%，18.32%。管理费用为 4843，4993，4887，分别占营业收入的 13.10%，14.52%，15.28%。在经营状况不乐观的情况下，颖逸公司对企业的销售费用和管理费用控制没有取得较好成效。实际中颖逸公司的管理层对成本的控制不够完善，员工节约意识整体不强，缺乏执行力，而且在电商兴起的时代颖逸公司遵循保守的销售思路，仍然保持大量线下门店，这使得颖逸公司仍然需要对线下门店投入大量费用。使得在颖逸公司营收规模不断缩减的情况下，颖逸公司的成本管理并不到位，这将不利于颖逸公司扭转亏损的局面。

三、提升颖逸公司盈利能力的建议

通过上述提出的颖逸公司在盈利能力方面存在的问题，结合实际情况提出以下建议。

（一）调整细分市场战略

男装市场现在竞争激烈，留给像颖逸公司这样相对较小企业的生存空间不多。而颖逸公司的现有产品对消费者的吸引力下降，市场份额不断流失已成板上钉钉的事实，颖逸公司正在面临生存挑战，与其固守男装市场，不如尝试将注意力分散开，尝试其他有较大空间的市场。近年来政府不断出台鼓励民众运动和推动运动竞技相关产业发展的政策。在这一背景下体育用品的市场在不断扩大，与运动相关的产业也在蓬勃发展，其中运动服装市场在 2020 年同比增长 19.5%，比服装市场整体平均水平高了不少，可以说运动服装是所有服装细分市场中增长潜力最大的细分市场。有数据预测到 2019 年末我国运动装市场规模将超 2800 亿元。可见比起开始有饱和趋向的男装市场，运动服装市场显得更有生机。在政策利好的情况下，颖逸公司可以抓住这一机遇，重新整合现有资源，将部分注意力转移到运动服装这一细分市场。从而为公司发展注入新的活力。

（二）提高产品的吸引力

1. 提高服装设计水平

如今年轻人逐渐成为消费主力，有数据显示年轻人的储蓄率要比老一辈人的低，他们的消费欲望更高。相对于老一辈，他们在购买服装时不止停留在够穿耐穿这一方面，而且更加注意服装的舒适程度，外观设计水平等方面，他们对更加有个性化、高品质的服装有更高追求。而年轻人对各种服装风格的需求更是多种多样，休闲、潮流、都市、街头、森系等这是社交平台上对各种风格服饰归纳的标签，各种不同服装风格也表明年轻对服装需求的多样化和个性化。满足人们的多样化、个性化已经成为服装市场升级转型的风向标。而且因为互联网的影响，产品更新周期不断缩短，产业链不断缩短，服装可以直接越过传统的批发环境直接到消费者手里，在产品研发方面，颖逸公司应该根据市场潮流不断调整产品线。

2. 打造品牌

现代人们不断提高对生活质量的要求，他们对于服装的要求也越来越严格。

品牌服装相对来说更受人们喜爱,许多人在购买服装时候第一时间是选择品牌服装。正因为如此,许多服饰企业开始精心打造品牌,树立品牌优势,以获得品牌认可度。有数据表明在未来,品牌服装将会占据绝大部分市场。颖逸公司作为起步较早的公司,早年间并没有好好地打造品牌优势,没有把自家品牌宣传出去,可以说作为一个男装品牌并没有在消费者心中留下深刻印象。因此颖逸公司可以通过找到自己明确的定位告诉顾客颖逸公司服装有什么优点。颖逸公司可以通过树立品牌特点,例如时尚、舒适、高品质等并且结合推广,同时颖逸公司也要保证产品的质量和特点等,否则会顾客留下徒有其表印象。在服装行业竞争激烈,各个品牌的产品差距在慢慢减小,有特别卖点品牌更容易在消费者内心留下深刻印象,颖逸公司应该从其男装品牌的定位出发,通过树立品牌特点来给男性消费者留下独特的印象,从而获取和保持独特的竞争优势。

(三) 革新销售模式

1. 将线上线下业务结合

在传统经营模式越发呈现疲惫的情况下,电子商务无疑是服装行业新的出路。现在不少服装企业把电子商务视作新出路,通过电子商务平台去拓宽销售渠道如京东淘宝等平台,不少服装企业凭借的电子商务的优势发展壮大并能够以线上业务去反哺线下业务。比如某著名服装企业 Y 公司开通网店后 11 天的线上销售额约等于实体店三年的销售额,这也侧面印证了其网上市场的巨大。颖逸公司疏于打理线上业务,线上销售业绩惨淡。在这线上业务这方面,颖逸公司可以学习其他比较成功的服装平台的模式,重新规划线上业务,积极利用电商平台打开销路。

而且当大多数消费者都习惯网购时,线下的零售实体店将成为零售品的展厅,许多顾客在购买衣服时首先在线下商店试穿衣服,然后在在线上购买同款衣服。由于互联网和移动设备的普及,许多商家开始打通线上与线下的间隔,提升顾客购物体验。例如可以在线上下单,然后在门店试穿或者直接在门店提取商品。当消费者对商品不满意时,可以选择附近一家线下零售店对商品进行修改剪裁、退换货,这种模式以及被许多服装品牌学习。颖逸公司也应该同时对线上业务和线下业务作出规划,这样可以促进线上线下业务融合,提高消费者的消费体验。

2. 借助网络营销推销商品

简单来说，网络营销就是通过网络信息传播渠道，将自己想要宣传的内容散发出去，从而达到营销目的的一种营销行为。在人人都能上网的时代，网络商家能够通过网络快速地传播文本、图形、视频从而达到散播信息的目的。相比传统营销手段，网络营销有着高效、经济、精准、传播快等优点。近年来各种网络营销方式兴起，通过搜索引擎、社交平台、直播平台登录广告，或者是委托写手写软文还有与网红明星合作宣传等方式，尤其是在 2019 年突然兴起的电商直播模式，在电商促销节动辄引导数亿消费也印证了网络营销的影响越来越大，颖逸公司可以通过委托网络明星宣传和与电商直播主播合作的等方式，将原本销量平平的商品推销出去。

（四）适当提高负债资产率

从企业管理者的角度来看，负债资产率越低，就说明企业对自有资金的利用率越低，资本结构也就越保守。对于资本结构过于保守的企业来说，可以适当地通过借入资金提高负责资产率，提升企业的活力，使得企业能够拥有更多的资金可以用于研发新产品或者扩大生产规模，从而抢占市场份额，谋取更多利润。

从颖逸公司的财务报表数据来看，颖逸公司原本的资本结构比较保守。可能是迫于市场份额不断流失，部分股东选择撤资，颖逸公司为了企业有足够的运作资金而债务筹资，颖逸公司的负债资产率从 2018 年的 0.16 提升到 18 年的 0.54，但仍然与服装行业的平均值保持差距。颖逸公司可以加大财务杠杆，提高企业手里可以利用的资金。债务筹资速度快，手续简单，企业可以灵活安排债务条件、筹资数量，而且通过债务筹资，企业所有者不需要担心企业所有权的流失。颖逸公司可以通过债务筹资使得丰富的资金进入到颖逸的运作中，从而为颖逸公司针对服装市场研发新的服装产品，开拓线上销售渠道等活动提供资金。

（五）加强控制企业成本

面对不断激烈的市场竞争，颖逸公司应该加强控制成本，主动减低成本，追求利润的增长。在企业生产环境，颖逸公司的管理人员应该加强学习，并且在采购、生产、储存、各个环境制定出严格的成本控制规范并且落实，对费用的开支做好提前规划，通过执行情况分析颖逸公司产品生产中哪一个环节成本控制比较差，从而对该环节进行调整从而降低颖逸公司的从而提高颖逸公司产品的毛利率。

除去应有的相应的直接成本，期间费用也对企业的利润有着很大影响作用。颖逸公司应该提高员工的整体意识，通过相应的奖罚措施提高员工的执行能力，减少不必要的支出从而避免不必要的管理费用支出。颖逸公司也应该加强对销售费用的管理，加强对其销售环境的监督，对其销售人员进行培训，建立激励评级制度，奖励业绩好的销售员工，对销售业绩较差的员工应该进行培训或者淘汰，关闭一些销售业绩较差的店铺，从而合理地减少销售费用开支。

四、总结

本文对颖逸公司的部分关键盈利能力指标进行分析，发现颖逸公司近几年盈利能力大幅度下滑，在行业竞争中处于下风并且呈颓势。在分析颖逸公司盈利能力下滑背后的相关因素后归纳得出以下结论，颖逸盈利能力下降是由于市场趋于饱和，自身经营策略跟不上行业发展，企业资本结构保守以及企业管理不到位成本控制力度薄弱而导致。希望本文针对颖逸公司提出的提升盈利能力的建议能够给颖逸公司与其他企业提供辅助参考。

参考文献

- [1]魏代英. 新形势下如何提升中小企业盈利能力[J]. 商场现代化, 2018(11):126-127.
- [2]张墨然. 基于杜邦分析体系的Y公司盈利能力提升的研究[D]. 云南师范大学, 2019.
- [3]张佩瑶. 森马服饰轻资产盈利模式研究[D]. 北京印刷学院, 2019.
- [4]李方, 王海东. 中小企业盈利能力分析[J]. 商场现代化, 2019(13):91-92.