

<<服装旺店的秘密>>

图书基本信息

书名：<<服装旺店的秘密>>

13位ISBN编号：9787301107348

10位ISBN编号：730110734X

出版时间：2010-5-1

出版时间：北京大学出版社

作者：服装探秘

页数：207

字数：206000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<服装旺店的秘密>>

前言

为什么要撰写本书？

我几乎每天都要面对全国各地的服装新手。

他们的问题大体上是相同的。

即服装好做吗？

做品牌好还是做大路货好？

做女装好还是做童装好？

哪里的货最便宜？

只有3万元的资金怎么做才好？

做服装之前要做好哪些准备工作？

我将新手们最想了解定位、货源、投资，以及行业特点和市场考察等问题都记录下来。

我几乎每天都要面对全国各地的服装经营者。

他们告诉我，因为选址失误，加盟被骗，选货不准、货品滞销、生意惨淡，不知道前面的经营之路何去何从，他们很烦恼，甚至吃不下，睡不着。

我将服装经营者最关心的定位、货源、经营、淡季、压货和发展等问题，以及失败的教训都记录下来。

当然，几乎每天都有成功的服装经营者，跟我一起分享他们的经验。

我也将他们的经验记录下来。

通过叙述身边的这些服装经营故事，融合数千服装经营者的智慧精华，整理汇编成此书。

成功的服装经营者难免会遇到发展的瓶颈问题，同样需要分享他人的经验；遇到难题的服装经营者，燃眉之急就是找出问题的根本，找到赚钱的诀窍：服装新手不仅仅要解决入行的问题，还要把眼光看得更远些，即入行后如何迅速进入经营者的角色。

在本书中，我将不同的经营理念放在一起碰撞，希望能给读者以启迪，从而找到属于自己的生意之道。

我国服装店铺的经营者有数百万之多，想开服装店铺的人也有数百万之多。

每年，都有数十万的新手进入服装行业。

我认为“市场是大家的，思想是大家的”，所以，我将这些“千金难买”的经验都说出来给大家听。

如果说服装的老手和新手们，通过阅读我的书，避免了数千元、数万元、数十万元不必要的支出，或者是增加了数千元、数万元、数十万元的营业收入，那真是幸事！

<<服装旺店的秘密>>

内容概要

成功的服装经营者难免会遇到发展的瓶颈问题，同样需要分享他人的经验；遇到难题的服装经营者，燃眉之急就是找出问题的根本，找到赚钱的诀窍；服装新手不仅仅要解决入行的问题，还要把眼光看得更远些，即入行后如何迅速进入经营者的角色。

在本书中，作者将不同的经营理念放在一起碰撞，希望能给读者以启迪，从而找到属于自己的生意之道。

<<服装旺店的秘密>>

作者简介

服装探秘，男，大学毕业后，不进行政事业单位，不做国家干部，跑去饲料企业做营销代表。一年之后闯荡深圳，摸爬滚打到现在。

从事服装生意之前，有意识地到十几个行业中大大小小的企业里工作学习，担任过行政人事总务经理、业务经理、生产计划经理等职。
再加上跨度

<<服装旺店的秘密>>

书籍目录

前言第一章 人行方向比赚钱更重要 1 进入服装业前做好哪些准备才有赚钱的可能？

- 2 为什么一定要服装这摊水？
- 3 做服装生意，你是否真的有优势？
- 4 原创服装品牌如何定位才能在服装市场分得一杯羹？
- 5 为什么外贸与库存尾货成了新手的致命伤？
- 6 品牌加盟是馅饼还是陷阱？

第二章 定位找准生意的起点 1 为什么服装店的定位和选址决定成败？

- 2 老商场没位置，新商场有风险，怎么办？
- 3 开店前，先确定店铺还是先确定货源？
- 4 人流量大，生意就一定火爆吗？
- 5 楼中店能否成为服装经营的新趋势？
- 6 一天才卖一条裤子怎么办？
- 7 哪一类的衣服最好卖？
- 8 时常调整货品定位是利还是弊？
- 9 精品女装的二级批发商如何在夹缝中求生存？

第三章 进货生意精的成长路 1 刚入行的新手如何看清骗局？

- 2 代理加盟品牌的陷阱知多少？
- 3 品牌和大路货该如何选择？
- 4 朋友35元买回来的裙子，我进货都要98元，怎么办？
- 5 新手如何避免进货的黑洞？
- 6 别人日进斗金，自己入不敷出，为什么？
- 7 为什么附近店铺卖的货都比她的便宜？
- 8 上货有哪些你会忽略的细节？
- 9 如何和批发商打交道？
- 10 为什么批发市场附近的大通铺是服装人的学堂？
- 11 为什么说10年出个状元郎，却出不了个生意精？
- 12 旺季时如何靠尾货赚钱？
- 13 为什么进货时细节决定赢利？
- 14 网上采购的骗局到底有多少？
- 15 如何区别便宜货中的洋垃圾？

第四章 销售各显神通卖服装 1 为什么说“不是人叫人，而是货叫人”？

- 2 旺店背后有何玄机？
- 3 人流量大的地铁商城为何生意惨淡？
- 4 面对形形色色的“退货门”该怎么办？
- 5 做服装店的老板还是顾客的形象顾问？
- 6 实体店如何像淘宝店一样刷信用？
- 7 货品受众窄的专卖店如何尽快转型？
- 8 三级品牌专柜如何谋求微薄的利润？
- 9 在超市里如何卖服装？
- 10 开淘宝店铺如何解决货源的难题？

第五章 淡季任何时候都要利润最大化 1 生意不好，是以退为进还是坚持到底？

- 2 淡季低价盘下档口，如何操作？
- 3 如何在淡季扭亏为盈？
- 4 淡季该做的事情有哪些？

第六章 压货学会控制才有利润 1 楼中店的压货有哪些处理途径？

<<服装旺店的秘密>>

2 为了清20万元的压货，开第二个专柜有效吗？

3 处理压货还有哪些好方法？

4 压货一定要打折吗？

5 如何处理压货打折和稳定价格的矛盾？

6 为什么控制好进货就能预防压货？

7 服装店铺是否应该零库存？

第七章 经营服装小店也能做成大事业 1 女装店想增加新的利润点，如何选择货品来搭配？

2 为什么同样的货，你低价卖不出去，别人高价却卖得好？

3 创自主品牌的路还有多远？

4 一个门外汉如何在3年内从1个店发展到5个店？

5 货品涨价，二级批发商如何化危机为商机？

6 在童装市场，如何不让自己的优势给别人赚钱？

7 服装零售商如何走上批发之路？

8 服装经营者如何探索适合自己的商业模式？

9 服装批发商如何创自主品牌？

10 千元地摊如何发展成服装连锁店？

名词解释后记

<<服装旺店的秘密>>

章节摘录

书摘为何要引进战略投资者 引入战略投资者作为商业银行股份制改革的重要组成部分，其作用和意义应该结合改革的整体来看。

我国的国有商业银行脱胎于国家政策性银行和专业银行，虽然经过多年渐进式的市场化改革，银行的经营管理得到了一定程度的改善，但由于核心的产权问题一直没有解决，政企不分、风险控制薄弱、机构臃肿、人浮于事、财务负担沉重等种种痼疾始终难以消除。

国有商业银行沉疴日深、举步维艰。

2003年底，中国建设银行经审计后的不良贷款余额达2710亿元(重组前)，不良贷款率达12.4%，贷款和非信贷损失准备金缺口达2161亿元，远高于账面净资产的1364亿元，技术上已资不抵债。

由于国有商业银行在金融体系中的重要地位，实施根本性的改革已十分紧迫。

正如温总理所说，这次改革是“背水一战”，是“一场输不起的实践”。

股份制改革的最重要意义在于，它将使银行真正成为一家企业，不再是一家准政府机构。

这个根本性的问题解决了，充实资本、构建公司治理结构、深化管理体制、引入战略投资者、发行上市等一系列改革才有了基础和出发点。

然而，由于传统的经营管理模式在国有商业银行内部已经固化，并形成了一定的惯性，因此短时期内要完成公司治理、发展战略、业务流程、风险管理、财务管理、激励机制等全方位脱胎换骨的变化，无疑将是一次痛苦的转型。

因此，引进战略投资者就成为改革的必要举措。

战略投资者在这一转型过程中可以有两种角色：一是学习的标杆。

好的战略投资者在经营管理方面拥有先进的经验，可以作用国有商业银行的学习标杆。

二是外部的推动力。

战略投资者将从股东利益出发，通过资本、管理两个层面的深度合作，主动帮助银行进行改革，形成外部的推动力。

实践证明，成功地引入战略投资者可以使改革少走不少弯路。

引进战投的艰辛之旅 建行在引进战略投资者时，始终牢牢把握“保持国有绝对控股、有利于改善股权结构、引进先进经验和技能、最大限度地实现国有资产保值增值”的基本原则，并确定了战略投资者的标准——战略投资者应是具备一定规模(总市值300亿美元以上，总资产3000亿美元以上)、在业务领域具备专长和领先优势、愿意向我行转移技术和管理经验、其中国战略与我行无根本利益冲突的大型境外金融机构。

值得一提的是，建行开始股份制改造时，对国内外所有投资者都是开放的，而且对国内投资者的条件更为优惠，入股价格按照账面净资产计为每股1元。

但在建行上市前，境内投资者对投资建行并不太乐观，直到创立大会的前一天，成立股份公司所需要的5家发起人才最终确定，创立大会得以如期召开。

在确定了引进境外战略投资者的改革举措后，建行向全球几乎所有符合条件、且对投资中国银行业感兴趣的20家机构发出了邀请。

然而，最初的反响并不热烈。

外国机构、国外舆论较为普遍的看法是，投资中国的国有商业银行金额太大、风险太高。

美国银行之前的所有潜在战投提出的投资模式，是在股权层面上象征性地进行小额投资，再在个别业务领域寻求合作。

我们与所有有意向的投资者同时洽谈，但因为谈判双方在一些至关重要的利益问题上分歧太大，工作进展缓慢，花旗银行、丰业银行、摩根斯坦利先后退出，建行引入战略投资者的工作一度陷入困境。

我们积极寻找新的合作伙伴，全球排名第二、拥有美国最大零售网络的美国银行逐渐成为我们的主要选择对象。

经过双方艰苦的谈判，美国银行接受了我们的要求。

美国银行承诺永不控股，持股比例不超过20%，并愿意与建行回避竞争，关闭其在中国境内的零售业务网点，同时不反对我行在美设立分支机构或并购银行。

<<服装旺店的秘密>>

这样，我们就果断地选择了美国银行。

随后，我们又引进了来自亚洲的新加坡淡马锡控股公司。

作为一家新加坡公司，淡马锡与我们在文化上更加接近，它的进入是对我行与美国银行战略合作的有益补充。

P14-15

<<服装旺店的秘密>>

后记

在本书撰写之前，有数百位服装人为我提供了经营个案。

非常感谢蚌埠的邢媛媛、威海的陈静、北京的李忠良，南宁的黄剑峰、深圳的洪纯、永州的胡奉礼、烟台的周翠羽、昆明的王韬、呼和浩特的姚伯坤、上海的林爱、凯里的杨平、宜宾的王祥均、浏阳的邵玉春、平湖的邓磊、大连的张鹏、江门的罗俊文、襄樊的周勇、湛江的李蔓玲、广州的关耀……在本书的撰写过程中，有数百位网友给了我支持和鼓励。

非常感谢马荣鸿、张松林、周凯、李玲、戴纹倩、周丽娟、何明亮、孙光辉、盛涛、骆驱、刘雪静、邓华、孙露、郝婧、刘轶、阮清钰、李岩、严冬、英凝、马莎、邝赛芝、何心、卢荣俊、康宁蜀、袁祖章、李少鹏、胡滨、马宇轩，营树宝、陈大雍、张小芳、杨妞、张傲婷、欧阳立纯、刘振炯、莫传开、马龙平……名单我就不一一列出来了。

全国的网友们，谢谢了！

此外，感谢北京大学出版社的韩卫东，汕头纺织服装协会的李林彬，天涯社区的天涯杂谈。

经济论坛、“天涯迷裳”QQ群管理团队，“天涯迷裳”服装论坛团队等为本书出版所做的贡献。

大家的支持和信任，鼓励和鞭策着我继续撰写更多、更好的服装经营类书稿。

服装生意的核心是“品质、品牌、模式”，我将围绕着这一核心，与服装老手和新手们一起交流、探讨、共同分享。

借本书出版的机会，祝全国的服装人生意兴隆！

祝广大的读者朋友万事如意！

<<服装旺店的秘密>>

媒体关注与评论

本书可以说是服装从业者的圣经。

无论是要进入服装零售行业的新人，还是经营多年的老手，本书都是不可多得的实战指南。

——中服网董事长陈学军 本书可以说是站在朋友的立场，亲切如实地讲述服装故事。

这么多鲜活的、具有代表性的服装故事，的确有好多就发生在我们的身上或身边，细细反思后，或许能得到可贵的经验和教训。

服装这行水深，多听多闻大有好处，很感谢作者能帮自己拓展服装视野。

——武汉市汉正街流通巷市场 刘长鸣 在我这些年接触的客户里，有很多人靠服装发家，也有大批人因为盲目投资而破产。

所以无论是想进入服装行业的新人，还是在服装行业中浸淫多年的老手，我都强烈推荐大家仔细研读这本书，必将大有收获。

——SCOTCHJEANS品牌运营商 夏茂 从初入服装行业，到开店前的定位，之后的进货，以及淡季如何赚钱等，书中都有详细案例进行讲解。

服装探秘创作此书，补充了国内图书行业关于服装零售方面的空白。

本书非常值得一读，对于服装店主对自身的把控、生意的规划等都有着巨大的实际参考和指导价值。

——阿里巴巴商人论坛服装服饰板块版主、衣酷网服装互助论坛版主 暖暖

<<服装旺店的秘密>>

编辑推荐

真正的思想，经受时间的检验，历久弥新。

本刊汇聚全球智慧，主要针对中国转型时期的企业管理问题，提供理性、深度、有价值的分析与评论，探询有关管理问题的本质与应对之策，成为中国本土化管理思想的主要交流平台，根植本土实践，提供中国企业成长的思想动力。

<<服装旺店的秘密>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>