第一图书网, tushu007.com

<<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

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的定位、货源、投资，以及行业特点和市场考察等问题都记录下来了。
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了。
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了。
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！

第一图书网, tushu007.com

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。

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，跑去饲料企业做行销代表。
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，生意就一定火暴吗？
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？

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

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、深化管理体制改革、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、引进先进经验和技术、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。

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

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、郝嫱、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！

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

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。

第一图书网, tushu007.com

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