

揭秘 服装赚钱 的 门道

白金版

服装探秘·著

服装行业
赚钱第一书

阿里巴巴博客人气排行榜冠军之开山力作

百万的“葵花宝典”
万人追捧的“九阴真经”
掘金服装以小博大必备的行业秘笈



Wuhan University Press
武汉大学出版社

揭秘 服装赚钱 的 门道

白金版

服装行业
赚钱第一书

服装行业赚钱第一书



Wuhan University Press
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

揭秘服装赚钱的门道：白金版/服装探秘著．—武汉：武汉大学出版社，
2011.7

ISBN 978-7-307-08764-4

I.揭…

II.服…

III.服装—商店—商业经营—经验—中国

IV.F717.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第095929号

策划编辑：菩 提

责任编辑：党 宁

文字编辑：5biao

责任印制：人 弋

出 版：武汉大学出版社

发 行：武汉大学出版社北京图书策划中心
(电话：010-63978987 传真：010-63974946)

印 刷：廊坊市华北石油华星印务有限公司

开 本：787×1092 1/16

印 张：16

字 数：250千字

版 次：2011年7月第1版

印 次：2011年7月第1次印刷

定 价：35.00元

版权所有，盗版必究（举报电话：010-63978987）

（如图书出现印装质量问题，请与本社北京图书策划中心联系调换）

序

《揭秘服装赚钱的门道》已出版一年半，得到了大家的认可和关注，同时大家还毫不吝惜地提出了一系列宝贵意见，着实令我感动。

服装市场的变化发展，包括产业链上的每一个环节，每一年都有不同表现；我个人亦在同全国各地众多服装行业“菜鸟”以及资深店主的交往、交流中，拓展了视野，丰富了经历。

鉴于此，推出《揭秘服装赚钱的门道（白金版）》，以答谢大家对我作品的认可和关注，同时补述我一年半以来对于服装赚钱的新认识、新想法。

《揭秘服装赚钱的门道（白金版）》在原版基础上进行了大量内容修改及文字润色工作，增加了约三万字的信息含量。可以说，相比于原版，白金版《揭秘服装赚钱的门道》信息量更丰富，更注重细节，更具实操性。（为使读者在阅读本书过程中收获更多趣味及更为直观掌握服装业中的部分行业用语，编辑特摘选作者在本社出版的另一著作《80后服装创业记》中的部分内容作为本书所提到的部分服装行业用语的图文介绍。这些图文介绍，文字解说精准到位不失诙谐幽默，配图中人物造型及故事情节亦

煞是可爱、妙趣横生，相信读者一定喜欢。——编者注)

服装生意赚钱，关键诀窍是摸透市场，找准商业模式。

投身服装创业，在市场中多走、多看、多了解、多比较，看款式、看价格、看模式，四多三看，摸透了，赚钱就简单；再加上勇气、信心和聪明才智，服装创业肯定赚钱。

不过退而言之，虽然服装“赚钱，或不赚钱，市场就在这里，不悲不喜”，但是须知，掘金服装，不问出身，小有小做的诀窍，大有大做的门道。

《揭秘服装赚钱的门道（白金版）》在编写过程中，得到了武汉大学出版社、“苏柏衿·SuPlusin”小真、深圳市神州知识产权代理有限公司周松强、深圳王宏琳琳外贸服装莫华海、东莞雅绮服饰有限公司刘剑波、四川广汉依莱服饰家纺有限公司“达瑞尔”周勇、张冠勋律师，以及全国各地服装同行、读者朋友们的大力支持和帮助，感谢你们！

最后祝全国的服装人生意兴隆，万事如意！更加欢迎广大读者朋友阅读本书后提出宝贵意见和建议，谢谢！

服装探秘

2011.5.10

目录 CONTENTS

序 / 1

第一篇 服装有人这样卖

“ZARA速度”相比于我国的沙河速度，或十三行速度、白马速度，小巫见大巫。十三行速度，产品只要一天的时间就能完成从开发到门店上货架的全过程。所谓的产品开发，更多的是直接抄版或改版。上午9：30，十三行的档主得到样版，10：00在中大轻纺城看布，买打版用布，10：30到康乐村的工厂……04：00货品到了十三行批发市场，07：00店主进货，09：30以后，货品上架销售。

第一节 库存尾货包装成品牌 / 2

第二节 音乐教师1.2万元闯荡广州十三行 / 9

第三节 年赚百万的二手服装与一元一件的洋垃圾 / 13

第四节 特定国家销售的品牌在国内出现 / 19

第五节 服装品牌，想说爱你不容易 / 27

第六节 托，都成了服装行业里的一种职业 / 36

第七节 服装生意十店九赢，你准备好了吗 / 40

第八节 看大卖场风云变迁 / 49

第九节 服装生意也就是门槛低，但水很深 / 57

第二篇 炒 货

小的零售门店，进货量不大，就近采购容易撞款，卖不上价，而到远距离的源头批发市场进货，路费成本高昂，进货价也不见得会低，不方便换货补货……有几种操作手法可供参考：一、继续挖掘本地市场，尽量做货品有特色、控货的店铺；二、选择做小品牌；三、选择贴牌；四、选择在个别淘宝店进货；五、选择网批平台进货……

- 第一节 借品牌之名行炒货之实 / 66
- 第二节 动用数千万元资金大炒尾货 / 71
- 第三节 加盟连锁骗了成千上万的创业者 / 76
- 第四节 有批发市场的地方就有炒货 / 84
- 第五节 以为贵一点的就是好货 / 93
- 第六节 遭遇“炒货门”连生意都做不下去 / 100
- 第七节 炒货与服装的旺季淡季 / 107
- 第八节 如何识别炒货 / 112
- 第九节 亏的为什么会亏呢 / 117

第三篇 偷版仿版

到专卖店去，复杂的版直接购买作为样衣仿版；简单的版，看一下、摸一下即可，不用买版，回去后在其面料、花色风格、色调的基础上发挥，可以做出比原品牌还要丰富的版来。有朋友问，他的档口不小心给人家照相了，别人能不能仿版生产。回答是肯定的。对一些抄版高手来说，根本不用照相，也不用摸，只须看上一眼，他就能抄版。这也是一些档口为什么或拉上门帘、或把版收起来的缘故。



第一节 你抢过货吗 / 124

第二节 版的来源途径有很多 / 131

第三节 仿版有可能赚得盆满钵满 / 139

第四节 批发商没几个不是生意精 / 147

第四篇 仿 牌

贴牌分为几种：一、原标不动，挂上自己店名的吊牌，叫双吊牌；二、原标去掉，贴他人注册商标，实际上就是仿牌；三、原标去掉，贴未注册商标；四、原标去掉，贴自有品牌。

第一节 相信品牌的力量 / 152

第二节 做仿牌的档口要交保护费 / 159

第三节 仿牌上市比原版还要快 / 165

第五篇 外贸与库存尾货

一手库存尾货的来源主要有三个：工厂进货，批发档口清货，中介货源。到工厂进货，必须与相关人员搞好关系，或工厂老板，或仓管，或生产主管，或跟单员，甚至保安，视各厂具体情况而定。能有人提供信息，及引见主管人员，就有机会洽谈、合作了。

第一节 她对外贸尾货市场前景看好 / 172

第二节 什么是外贸与库存尾货 / 176

第三节 如何识别真假外贸服装 / 184

第四节 外贸库存尾货市场众生相 / 192

第五节 齐色齐码与补货 / 201

第六篇 价 格

做服装生意久了，会发现很多有趣的事情。假设你的店铺定价普遍是进货价的两倍，那么，进价是40元的衣服，你的定价是80元；进价是50元的衣服，你的定价是98元。有一件衣服，市场都批40元，或许你的上家搞错了，结果写成50元。按照你的定价规律或定价心理，本应卖80元的衣服，你卖98元。衣服卖出去了，进货价高的反而比常规进货价多赚了8元钱。

第一节 两头赚的钱能够买宝马加奔驰 / 208

第二节 出厂价拿货创业也输得很惨 / 228

第三节 炒作高科技多收了几个亿 / 235

第四节 价格创造价值 / 240





第一篇 服装有人这样卖

“ZARA速度”相比于我国的沙河速度，或十三行速度、白马速度，小巫见大巫。十三行速度，产品只要一天的时间就能完成从开发到门店上货架的全过程。所谓的产品开发，更多的是直接抄版或改版。上午9：30，十三行的档主得到样版；10：00在中大轻纺城看布，买打版用布；10：30到康乐村的工厂……04：00货品到了十三行批发市场；07：00店主进货；09：30以后，货品上架销售。

第一节 库存尾货包装成品牌

300家单店年平均营业额35万元，就是1.05亿元；按单品每件300元计，就是35万件；如果1/3是库存尾货，其进价与新款生产价相差是40元/件，那么可以这样说，这家公司单就货品采购这一项，每年就能净赚460万元。

2009年，跟朋友喝茶聊到库存尾货的问题。这一年形势特别严峻，库存尾货都打入中高档商场了。

我们聊的库存尾货，是指大路货的库存尾货，而不是品牌本身的库存尾货。品牌本身的库存尾货，主要有5种处理方式：第一，通过自营的折扣店或专门经营折扣货品的加盟店销售；第二，由品牌公司或代理、加盟商在商场特卖区销售；第三，给库存商清仓处理（处理时，有的保留原来的唛和吊牌，有的为了维护品牌形象，剪去唛和吊牌，有的甚至换上另外牌子的唛和吊牌）；第四，通过低折扣的方式，供货给加盟商，加盟商打特价卖，或搞促销活动时卖；第五，网上批发、网上零售，自营或者外包。

大路货是指低端一点的服装，大部分使用未注册商标，有的甚至连未注册商标都不使用，小部分有注册商标，基本走散货批发路线，也有走代理加盟路线的。大路货基本是流向大卖场或普通的服装零售店，也有品牌公司和个人采购贴牌。

根据定位、知名度和操作模式，服装品牌分一、二、三线等几个档次。品牌有的走代理加盟路线，有的走直营、直销路线。

中高档商场对品牌服装进场审查严格，对品牌知名度和服装档次都有要求。我现在说的，是一二线品牌完全不顾消费者对其知名度、档次和服务的信赖，包装大路货库存进入中高档商场。

至于三四线品牌包装大路货库存进入中档以下商场，早已轻车熟路，后面再说。

品牌公司采购大路货，换上自己的唛和吊牌，放到专柜卖，是常有的事；以假皮衣当真皮衣卖，以假羽绒服当真羽绒服卖，也是常有的事；大路货的库存变成品牌，骗加盟客户的钱，已有十几年臭名昭著的历史；大路货的库存变成一二线品牌，进入中高档商场的专柜，我还没听说过像2009年那么严重的。

唛和吊牌，是衣服的身份证明。唛有主唛、码唛、袖唛、洗水唛之分。有的衣服还有产地唛、面料来源唛、版型唛等。顾名思义，产地唛是标明产地的，如“made in China（中国制造）”；面料来源唛是说明面料来源于哪个国家，如“fabric woven in Italy（面料来源于意大利）”；版型唛通常标“regular fit（正常版型）”。

主唛一般缝在后领中间，也称为领标，有衣服的中文名或字母或LOGO；码唛有的跟主唛或其他唛合二为一，有的缝在主唛旁边，有的缝在衣服腰部位置；袖唛缝在袖口旁边，内容跟主唛一样；洗水唛一般缝在腰部，厂家用来标注服装的款式货号、面辅料成分、规格尺寸以及执行标准、安全类别、洗涤标准，等等。吊牌，就是挂在衣服上面的纸牌或铁皮牌子之类的玩意，内容有企业以及品牌、服装的信息，如品牌的注册号、合格证、价格、条形码、品质承诺及退换条件等，有的还有形象代言人。

一部分大路货没有唛和吊牌，批发商另备有各种各样的唛和吊牌，供买家选择。品牌公司或个人采购这样的大路货，缝自己的唛、挂自己的吊牌，十分方便。品牌公司收购到有唛和吊牌的库存尾货，为了赚钱，就找工人把原来的唛和吊牌去掉，换上自己的，“辛苦”一点也无所谓了。

不管市道好不好，品牌永远都存在着生存与发展的竞争。一二线品牌除了惯用的偷梁换柱、以假充真、以次充好的手段之外，还会把主意打到库存

货上，这一点并不出人意外。

受国际金融风暴影响，2008年下半年和2009年上半年倒闭的服装工厂特别多，库存服装自然也特别多。行业内有一句话，说现在的库存服装足够中国人穿上10年。中国当前排名前5位的服装企业、公司及其经销商加起来的库存量，均在数亿元的规模。分销库存服装，反倒成了朝阳行业，倒买倒卖库存服装及零售的商户也比往年任何时候都多。这不，连一二线品牌也耐不住寂寞了。

前几年，一件普普通通的女装纯棉T恤，加工厂不到8元可以做出来，到大路货市场，通常会以10—12元的价格批出去。品牌公司，面料和做工要求高一点，12元的价格加工厂也做得出来。品牌公司考虑到自己设计的货品在市场有较高的风险，经常直接到大路货市场采购爆版（即十分热销、供不应求的款式），换上自己的唛和吊牌，再放到专柜去卖。

这些10元左右的女装纯棉T恤，摆到中高档商场的专柜，就是消费者看到的298元、368元的品牌服装了。

一分钱一分货，真正的高品质的服装，面辅料及生产加工的成本会是普通大路货甚至高仿货的两倍以上，甚至更多。

我在这里首先揭中高档商场里面一些一二线服装品牌的老底，那些对号入座的品牌可别出来咬人！其实龌龊的品牌公司做的何止是这么一点龌龊事，还有偷版仿版、坑蒙拐骗等大把不光彩的事儿。清者自清，那些踏踏实实做品牌的公司当然不会在意我“胡说八道”，说不准还会为我揭露行业潜规则而拍手称快。

不过，真正做到出淤泥而不染的品牌公司在国内屈指可数。我跟某品牌公司的资深业务经理通电话，聊了一个多小时，妄图从他嘴里抠点内幕黑幕，他口风把得可严了，说：“内幕黑幕你都知道，还要我说？如果我说出来，我的牌子还怎么做，人还怎么混？”

到武汉采购服装时，一位做了十几年棉服、羽绒服的工厂业主告诉我，羽绒服分真假，都有填充物：羽绒棉、蚕丝棉和羽绒等。其中用前两种棉做

出来的是棉服，也有人称为假羽绒服；用羽绒，即鸭和鹅的羽绒，按一定的充绒量、含绒量的标准，做出来的才是真正的羽绒服。

棉服、羽绒服有三个主要产地，分别是北京、常熟和武汉。其中武汉的低档假羽绒服和棉服比较有名。早些年，很多小作坊多用鸡毛、鸭毛、鹅毛打碎填充进去，消毒也不过关，有股腥臊恶臭的味道，这是真正的“假羽绒服”。现在，在有关部门加大打击力度，特别是消费者提高消费鉴别能力的情况下，这种做法基本没有市场了。

但是，生产真正的羽绒服时，通过填充物掺干净的、打碎的鸡鸭毛来牟取暴利的现象，在各地的羽绒服工厂还是或多或少存在的。

在生产衣服的各类填充物中，羽绒的保暖性最好；羽绒棉是化纤棉，保暖性不好；打碎的鸡鸭毛，保暖性很差。此外，羽绒与羽绒棉等填充料在价格上相差是十分悬殊的。

羽绒也分很多种，我们按40万元/吨来计算，一件充绒量为150克的女装外套，羽绒的成本是60元。如果仅充绒100克，再掺杂50克其他不值钱的材料，那么每件衣服可牟利近20元。

工厂业主还告诉我，真假羽绒服的鉴别方法，就是“摸”，柔滑一点的是充羽绒棉和蚕丝棉的，有一点碎粒感的是充羽绒的。

有一位朋友转了某论坛一个帖子给我看，说是如何识别真假外贸服装的，里面讲到了识别真假羽绒服的方法。但帖子的说法跟上面工厂业主说的相反，帖子说摸到柔软的、没有碎粒感的就是真的羽绒服。其实，帖子的说法是错误的。

为什么真羽绒服细摸起来会有细小的梗？那是因为国标允许羽绒有10%的小毛片。一些非常有名的牌子为了降低成本，衣服的含绒量从90%降低到70%，甚至60%。

有的生产商或品牌商会添加飞丝。羽绒是呈放射状的，飞丝则是断的绒丝。2010年的市场行情，鸭飞丝约5万元/吨，鸡飞丝约2万元/吨。飞丝的手感好，但蓬松度差，不保暖。使劲压衣服，看其恢复原状的时间，能迅速恢

复证明蓬松度好，能存储空气多，这样就保暖。

大家也别太迷信品牌，尤其是一线品牌。媒体经常曝光一线品牌，包括国际一线品牌的服装，甲醛含量超标，色牢度不达标，羽绒服充绒量含绒量与吊牌标示不符等。所以，太迷信品牌，并以品牌的面辅料作为优质面辅料的标准，那么，自己就有可能永远都是错误的。

我到各地服装市场看行情，有摸衣服的习惯，不管什么衣服都喜欢摸一摸，看一看。羽绒服当然也不例外。我到专柜去摸，经常可以摸到假的羽绒服。

我是先摸衣服后看吊牌。部分假羽绒服吊牌标明充××棉，消费者不看或不懂，以为是羽绒服，导购员就当羽绒服向消费者推销。

有一次很搞笑，我在某品牌专柜摸了一件羽绒服后，说是假的，导购员先是说不可能，我让她看吊牌，看后她就蹦出一句话：“都是真的，还赚什么钱！”

导购员说出这样的话，不能不怪品牌公司——到底是怎么培训导购人员的？

我以前在某品牌办公家具企业上班，知道有一个业务员，名声在外，他的经典故事就是“吹牛皮”。

客户问他：“你们公司的沙发，是不是都保证是真皮？”

他说：“百分百保证全是真皮！不但是真皮，还是意大利真皮；不但是意大利真皮，还是意大利野牛的真皮！”

客户听得如痴如醉，情绪完全被业务员所感染，签约是自然的了。

很多导购员“吹牛皮”的功夫修炼得炉火纯青，我也领教过，觉得完全可以跟这位家具业务员PK一场。

我做过一二线女装品牌专柜。在公司展厅看版，我也发现有假的羽绒服，问经理：“是不是假的？”经理知道瞒不了我，就笑了笑说：“是充××棉的。”

当时这件衣服吊牌价是488元。488元得到一件品牌羽绒服，当然很

值。另一家羽绒服加工厂的业主跟我说，商场专柜里的羽绒服，低于800元的就不是什么好货。想想也是，前几年真的羽绒服从加工厂出来，150元左右的成本，把吊牌价打到800元，按3.5折给专柜商，就是280元，品牌公司赚100多元的差价是正常的。

那时，做工好一点的假羽绒服，从加工厂出来，50元左右，吊牌价打到488元，品牌公司也能保证赚100多元的差价。

回到库存尾货话题。女装纯棉T恤，库存与正品的价格，相差不了几个钱。那些造价高一点的时装，或者冬装，库存与正品的价格，相差可是几十元、上百元。

一件女装纯棉T恤，加工厂出来到品牌公司手上是12元，但是清货的时候，有可能只值3元；一件时装，加工厂出来130元，清货价有可能只值30元。品牌公司这时候浑水摸鱼，差价是非常大的：一件女T恤，差价是9元，1万件就是9万元；一件时装，差价100元，1万件就是100万元。

千万别以为一二线品牌不会为这点蝇头小利而做有损公司形象的事，他们东搞一点西搞一点的门道多了，只是消费者不知道而已。

采购库存尾货包装成品牌这种操作存在暴利。那些专门聘请买手采购大路货回来贴牌的操作，也有暴利。因为库存尾货的供应不是很稳定，有的公司是采购库存贴牌和采购大路货相结合。

还真有不少这样的公司：注册一个品牌，租间写字楼，没有设计师，更没有加工厂，就是聘请买手到服装批发市场里转悠，看到好版就采购回来贴牌。这样做，要求买手有非常强的组货能力，把品牌加盟单店正常营业、盈利所需要的货品风格、货品品类等组织好。

这样的公司，有的做城市市场，有的做乡镇市场，有的两种类型的市场都做。做城市市场的公司，加盟店300家以上的都有，很不简单。那些一二线品牌以及大众运动休闲品牌，上千家加盟店、直营店都有，但这样的品牌不多。绝大部分一二线品牌不超过300家专柜及专卖店。

算一下，300家单店年平均营业额35万元，就是1.05亿元；按单品每件

300元计，就是35万多件；如果有1/3是库存尾货，其进货价与新款生产价相差是40元/件，那么可以这样说，这家公司单就货品采购这一项，每年就净赚460多万元。而且，我刚才将单店年平均营业额才计35万元，非常保守。一二线品牌服装有些专柜一个月的营业额都远不止这个数目。

上面的例子只涉及库存货贴牌部分，那么大路货贴牌部分的差价呢？好的服装货品，其开发成本、面料成本及加工成本，都是大路货没法比的。

那些做乡镇市场的公司，基本上是靠库存尾货来作为主力货品，贴牌的定位以中档、走量为主。要知道在数量上，县、乡（镇）是地级市、县级市的十几倍之多。他们运营得好，利润非常可观。在完成了原始积累之后，他们会采购大路货贴牌，有的甚至直接下单生产或自设工厂生产，同时，对外大张旗鼓地招募代理加盟。

要是有这样的公司——做的货全是库存尾货整合成品牌，在全国的城市、乡镇有500家以上的加盟店，那么，一年下来赚到的钱又会是多少呢？



Tips



原单：外贸服装的正品及其次品、尾货等；仿货：仿单，模仿外贸服装的款式，并盗用人家的牌子。目前的外贸服装市场，原单极少，更多的是仿单。即使是仿单，营业人员大都会跟消费者说是原单，他们认为“说多了连自己也会相信”。