

开店实用技术与经营管理丛书

贾俐 孙天佐◎编

饰品知识 与饰品店经营 全攻略



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

饰品知识与饰品店经营全攻略/贾俐, 孙天佑编. 北京: 中国经济出版社, 2007. 1

(开店实用技术与经营管理丛书)

ISBN978-7-5017-7846-1

I. 饰… II. ①贾…②孙… III. ①装饰品—商店—商业经营②装饰品—商店—商业管理 IV. F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 129599 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 后东升 (电话: 010-68321948)

责任印制: 常毅

封面设计: 白长江

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市佳星印装有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 10.5 字数: 185 千字

版 次: 2007 年 1 月第 1 版

印次: 2007 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

书 号: ISBN 978-7-5017-7846-1/F·6850

定价: 20.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

前 言

1993年，台湾人将饰品引入大陆，当时的主要生产企业有：晶晶、怡美、煌能等饰品，另外还有几家企业如伊泰莲娜、金得利也比较出名。

1993年~1996年，饰品行业几乎是台湾人的天下。

1996年，陆续有很多新的大陆饰品厂成立，如新光等。

2000年，饰品生产开始过剩，饰品市场由卖方市场进入买方市场。

目前饰品界的竞争进入销售领域，主要有以下几种模式：

1. 盘发模式：

主营发饰，以盘头发为主，产品单价很高，主要客层是中年妇女，如流行美。

2. 价格模式：

主营10元以下商品，饰品比例在30%以下，主要客层是学生，如阿呀呀、哎呀呀。

3. 石头模式：

主营水晶石系列，如石头记、水晶坊。

4. 超市模式：

产品非常丰富，产品从2元到300元都有，号称饰品超市，如新饰界、顶好。

5. 国际公司模式：

零加盟零首付零风险之类，现在大多在关门。

近几年，饰品专卖业态渐渐浮出水面，仿佛一夜之间，饰品专卖店遍及大街小巷，鱼龙混杂！但是成功者极少！

饰品店有两大特点：

1. 小小饰品店，大大商品群

饰品店面积只有30~50平方米，而品项数可以达到6000多个！家乐福超市品项数15000个左右，沃尔玛12000个左右，麦德龙8000个左右！而它们都是面积达到1万平方以上的大型卖场！

饰品店正常情况下每天更新100~300多个品项，一年下来品项流量可达6万多个，省会级专卖店品项流量一年更高达10万个左右！而大型超市一年下来的品项流量也只有3万左右！

如此惊人可怕的品项流量，需要两个最基本的条件：

一个是巨大的品项流入量，另一个是巨大的品项流出量！

饰品行业是一个产品更新速度极快的行业，不是“大鱼吃小鱼”，而是“快鱼吃慢鱼”！很多饰品专卖店之所以倒闭，不是因为价格的原因，而是因为产品更新速度太慢！可以毫不夸张地说：

饰品行业没有价格战！只有速度战！

皮鞋服装专卖行业每年通常是有两次产品发布会：春夏产品发布会、秋冬产品发布会！有谁见过饰品行业产品发布会？因为每天都在发布！

所以，做饰品有做饰品的作法！

皮鞋服装第一次订货后，以后就是根据款式续单！好卖就再进，不好卖就不进！

饰品行业没有续单！永远只有订货！每款只进一个！

产品滞销只有一个原因：第二次进货！

很多刚刚进入饰品这一行的人士，往往沿用服装皮鞋专卖行业的作法，一款多进，结果大量积压！新品进不来，旧品出不去！“劣币驱逐良币”，消化不良，恶性循环！！

饰品店进货要“多频率，少数量”！每周至少进货一次！决不能为了贪图省事，一次进足！很长时间才来一趟！

做饰品生意，不需要什么促销！不需要什么活动！只需要产品每天更新一点！

2. 小小饰品店，大大顾客群

一般的皮鞋服装专卖店每天的成交量10~50个左右，也就是说大约每天有10~50个顾客成交！在超市里面，这叫“来客数”。根据每10个顾客成交1个计算，每天访客数约100~500人。

饰品店每天来客数100~500人，每天访客数1000~5000人！

一年下来，一个正常经营的饰品店，来客数约3万~5万人，访客数30万~50万人，大的饰品店来客数可高达10万人，访客数可高达100万！

想一想，这只是一个30~50平方米的饰品专卖店！竟然有如此巨大的的顾客群！

所以，只要饰品店经营成功，面对如此巨大的顾客群，想倒闭也很难！

为什么有的饰品店会经营失败？为什么有的饰品店会一天更比一天好？

关键在于积累顾客！

好的饰品专卖店每天都在积累顾客，越做生意越好做！

差的饰品专卖店每天都在得罪顾客，越做生意越难做！

良好的顾客积累来源于两个方面：统一的售后服务，统一的贵宾制。

做饰品生意，不需要什么促销，不需要什么活动。只需要顾客每天积累一点
点！

小小饰品店，如此巨大惊人的商品群，让你做好很难！

小小饰品店，如此巨大惊人的顾客群！让你不做好也很难！

饰品生意的竞争，是一场持久的战争！

本书由贾俐、孙天佐主编，参与编写的人员有：樊丽丽、凌茵、祁雪峰、贾朝娟、孔伟明、张兴华、李宏伟、王京豫、朴燕、付世强、龚剑、彭镇坤、周燕、李爱玉、高峰、张焕强等。

编者

目 录

第一章 开店筹划篇	1
第一节 开店调查与评估	1
一、开店创业评估	1
二、饰品店商圈调研	1
三、评估加盟连锁店的优势	2
第二节 饰品店店址选择和店面租赁	5
一、好的选址是开店成功的一半	5
二、饰品店开店地点考察	8
三、挑选黄金地段	9
四、租赁店面	10
第三节 饰品店店面装修和饰品陈列	12
一、饰品店装修原则	12
二、饰品店的店门设计	14
三、饰品店的橱窗设计	14
四、饰品店的饰品陈列	15
五、饰品店饰品陈列方法	19
六、饰品店色彩设计	21
第四节 饰品店店名和招牌	22
一、饰品店起名	22
二、饰品店招牌设计	23
三、饰品店招牌文字设计	24
第五节 饰品店开店投资	25
一、开店资金的筹集	25
二、寻求外部资金	26
三、1+1 模式开饰品店	28
四、节约筹资成本	28
五、合理分配首期创业资金	29

第二章 经营管理篇	30
第一节 提升自身管理素质	30
一、全方位提升自身的管理素质	30
二、保持良好的创业心态	33
三、制定完善的经营计划	35
四、时刻用心学习做经营	36
第二节 饰品店人力资源管理	36
一、建立良性人才结构	36
二、视员工比“上帝”更重要	37
三、要学会留个缺口给店员	38
四、对店员进行系统培训	38
第三节 饰品店采购管理	39
一、提升采购人员素质	39
二、饰品采购基本方法	40
三、精选供货渠道和供货商	42
四、确定合理的进货价格	43
五、掌握淡季和旺季进货的规律	44
第四节 饰品店内部管理	45
一、加强饰品保管	45
二、饰品店财务管理	46
三、尽量节约成本	47
第五节 以个性、风格和特色取胜	47
一、追求自己的个性	47
二、形成自己的风格	49
三、建立自己的特色	50
四、掌握三种赢利武器	51
五、开饰品店必赚法则	53
六、开饰品店赢利的禁忌	54
七、创造扩大经营的条件	55
八、创造永续经营的条件	56
第三章 市场销售篇	59
第一节 把握市场，找准定位	59
一、明确饰品店的定位	59

二、把握饰品市场细节	59
三、饰品更新速度快	60
四、休闲逛街找卖点	61
五、经营时尚女孩饰品	61
六、针对女性开 10 元饰品店	63
七、把握逐渐形成的男性饰品商机	65
八、DIY——时尚让顾客自己主宰	69
第二节 饰品店促销方法	70
一、克服困难,增加销售	70
二、促销方法与促销创新	71
三、促销需满足顾客需求	73
四、赠品促销	74
五、陈列促销	76
六、几种创造性的促销方法	77
第三节 饰品定价方法	79
一、饰品定价基本方法	79
二、促销定价方法	81
第四节 饰品营销策略	82
一、店面营销	82
二、陈列营销	83
三、商品营销	84
四、体验营销	85
第四章 顾客服务篇	86
第一节 提供顾客满意的全方位服务	86
一、首先要满足顾客需求	86
二、售前服务铺好路	87
三、售中服务重质量	88
四、售后服务让顾客放心	89
五、服务品质要让顾客满意	89
六、让顾客享受服务	90
第二节 饰品店顾客接待服务	91
一、了解消费者购物行为特点	91
二、注重顾客服务细节	92

三、细致观察顾客表情	93
四、让嫌贵的顾客感到物有所值	94
五、与犹豫型顾客用心交流	94
六、沉着对待疑心重的顾客	95
七、耐心对待好奇心强的顾客	96
八、热情对待冷淡顾客	96
九、坦率对待内向顾客	97
第三节 饰品店顾客关系的建立和维护	98
一、建立良好声誉	98
二、建立良好的顾客关系	99
三、小小饰品店，大大顾客群	99
四、个性饰品店“以店汇友”	100
五、吸引顾客再次购买	101
六、分门别类，留住顾客	102
七、建立顾客档案	103
八、实行会员制	103
第五章 开店网络篇	104
第一节 网上开饰品店的筹备	104
一、网上开饰品店应具备的素质	104
二、网上开饰品店四个注意事项	105
三、网上开饰品店的步骤	105
四、网上开饰品店的几种形式	108
五、了解网络饰品店费用	108
六、网上饰品店的优势	109
七、网上开饰品店要注重每个细节	110
第二节 网上饰品店的货源采购	112
一、网上饰品店的货源	112
二、选择供货批发商	113
第三节 网上饰品店的经营策略	115
一、积极收集市场信息	115
二、树立网上饰品店的个性和特色	117
三、注重网店饰品的包装	118
四、邮寄也能节省成本	120

第六章 饰品专业知识篇	121
一、女性实用型饰品使用知识	121
二、串珠基本知识	125
三、职场饰物搭配知识	127
四、婚纱首饰搭配知识	127
五、旅游饰品的搭配知识	128
六、珠宝类饰品保养知识	129
七、特殊珠宝饰品的特殊保养方法	131
八、翡翠饰品采购知识	133
九、铂金与 K 金、白金的鉴别知识	134
十、925 纯银饰品鉴别知识	134
十一、骨质饰品知识	137
十二、绿松石鉴别知识	138
十三、翡翠鉴别知识	139
十四、软玉鉴别知识	140
十五、红宝石和蓝宝石鉴别知识	141
十六、玛瑙与玉髓鉴别知识	142
十七、珍珠鉴别知识	143
十八、珍珠饰品与肤色、手型的搭配知识	144
十九、珍珠饰品与礼服的搭配知识	145
二十、发黄珍珠恢复光泽的诀窍	146
二十一、黄玉挑选诀窍	146
二十二、木质类饰品知识	147
二十三、陶、瓷及玻璃饰品知识	147
二十四、水晶类、猫眼石饰品鉴别知识	148
二十五、软陶类饰品知识	150
二十六、装饰型饰品知识	151
二十七、色彩与流行因素的搭配知识	152
二十八、饰品星座知识	154
二十九、星座饰品的市场分析	156

第一章 开店筹划篇

第一节 开店调查与评估

一、开店创业评估

确定自己创业后，经营者应作出以下可行性评估：

你真正了解自己所从事的行业吗？你需要调查管理费用、行业标准、竞争优势等等因素。

你的方法被证实过吗？有经验的饰品店家中流行这样一句名言：还没有被实施的好主意往往可能实施不了。

你的想法经得起时间的考验吗？过了一个星期、一个月之后，你的创意还那么令人兴奋吗？或已经有了完全不同的另外一个想法来代替它？

你有没有一个好的网络？开始办饰品店的过程，实际上就是一个组织诸如供应商、承包商、咨询专家、雇员的过程。为了找到合适的人选，你应该有一个服务于你的个人关系网。

潜在的回报是什么？创业，最主要的目的就是赚钱，但其中隐含的决不仅仅是金钱。你还要考虑成就感、爱、价值感等潜在回报。如果没有意识到这一点，那就必须重新考虑你的计划。

二、饰品店商圈调研

饰品店必然要择址于某一地区、依托所在地区展开商业活动。这里指的地区无非是由人的活动建构出来的，因而饰品店服务区域的人口状况是选址考虑的关键性因素。因此，不能忽略商圈的存在。

商圈就是指人们从事购买活动之前，优先选择到该饰品店购物的顾客所分布的居住范围，也就是该饰品店销售势力所延伸的范围。对准备开饰品店的老板来说，商圈的调查是选址时必须考虑的首要环节。

商圈调查的要素包括周边人口的购买潜力、客流量、邻近同类店的数量及其销售状况、成本等。

购买潜力调查需要了解周边人口的年龄层次、文化程度以及购饰品的习惯，

以便对可能光顾自己店的基本客源心中有数，在此基础上评估所选店址的销售情况和增长潜力。

商圈人口情况一般可分为“质”与“量”两方面。量的方面分为人口数与住户数，包括二者各以怎样的密度分布，分为哪几个小区，将来发展的情形等等；质的方面包括人口的职业类别、住家型態类别、交通工具类别、收入水准、知识程度、兴趣与嗜好等等。一般而言，饰品店附近的人口越多、越密集越好。其中值得注意的一点是商业圈范围，商业圈范围是指该区域中被某家饰品店所吸引的购买者的居住范围。因为饰品生命期会随着流行与趣味缩短，所以饰品的购买范围最好在数公里或数十公里之间。另外也要把徒步或搭乘汽车、骑自行车 30 分钟左右可以到达的顾客纳入圈内，根据分析结果来选择最佳的店铺位置。

目前大中城市都相对集中形成了各种区域，如商业区、旅游区、高校区等，各地区中的人口同质性相对较高，但地区间成员的异质性相当高，存在着较为鲜明的地区特征。举例来说，高校区的主要人口是学生，他们青春洋溢，朝气蓬勃。如果在高校附近设店，客流量肯定比较集中，但是如果饰品店出售的是成熟稳重风格的饰品，那么在高校附近就会乏人问津。这种情况在开店时应引起注意。

考察商圈内公交车的数量、高峰时期的客流量、步行进店是否方便等条件，还要考虑到道路的改造情况，以确定店址的位置。

考察相近店的数量及饰品特征，在此基础上确定自己店铺的特色，所谓“知己知彼，百战不殆”，取得独树一帜的效果。成本也是考察的要素之一。成本的多少决定着投入资金的情况和利润的回报率。这是准备开店者应慎重考虑的。

三、评估加盟连锁店的优势

一直以来，卖小饰品一直被视为是小生意，赚不了大钱。然而在全国城市的街头，小饰品店如雨后春笋般越开越多，琳琅满目，花花绿绿的时尚饰品摆满货架，吸引了许多年轻女孩的目光。据了解，一家起名为“啊呀呀”的饰品店靠连锁经营形成了气候，在全国有两百多家加盟店，利用规模化的连锁经营逐渐发展起来。目前，全国已经拥有一大批时尚饰品连锁饰品店了。

（一）价格便宜和款式新颖成为两大优势

小饰品的消费群体一般定位在年轻女孩，她们没有很强的消费能力。因此，这些小饰品店把所有饰品定位在 10 元以下，发夹 2.8 元，发圈 4.8 元，皮夹子 9.8 元……巧妙地抓住顾客心理，实行明码标价。在饰品的陈列方式上，饰品连锁店也与传统方式不同，完全采用开放式陈列，让消费者随意试戴，充分满足女性精挑细选的购物风格。除了价格便宜，品种多样外，饰品店能吸引时尚女孩注

意力的重要一点，在于能够紧扣流行脉搏。卖这种小饰品因为走的是低价路线，靠的是薄利多销，所以东西一定要“新”，跟得上市场的变化，跟得上时尚的节奏，这样才能吸引人气，东西才好卖。

随着年轻女性对时尚的狂热追逐，饰品生意越来越好做，竞争也逐渐加剧。目前，饰品店主要以个体或柜台形式销售，随着市场空间的扩大，整个行业逐渐往品牌化发展。据网上资料显示，“啊呀呀”创业初期，便是以个人加盟的形式扩大规模，把设计师和加工厂紧密联系起来，形成自产自销，其中一大好处便是价格优势。

（二）连锁经营激活大市场

连锁经营的好处在于可以准确地把握时尚的敏锐性，降低投资风险。为进一步提升店面销售额，提高各店面进货质量，减少盲目进货，“啊呀呀”每周上传最新的“淘汰饰品清单”至网站加盟商专区，向加盟商提供一份饰品“晴雨表”。

虽然饰品店经营面积不大，但在管理上却实现了网络化，连锁经营的加盟店都实施物流统一配送，店面统一风格，员工统一培训的策略，公司里构建计算机商务网络系统，建立了管理、生产、销售等各个环节的计算机终端网络，实现了内部资源共享和网络化管理。在激烈的市场竞争环境下，以连锁形式经营这种小店，只要交纳不多的加盟费用，与独立经营、自担风险的小个体商户相比，少了很多风险，而且饰品采购、管理和售后等方面的服务也更加完善了，有助于企业盈利。

规范化管理，低成本、低风险运营，这是连锁加盟店特有的优势，吸引了越来越多饰品经营者的目光。目前，大多数城市的小饰品领域还没有形成专业市场，饰品作为时尚用品之一，将逐渐成为一个潜力巨大的市场。

饰品，如今已经被我们培养成一个摇钱树、聚宝盆，每天可以从小小的饰品里日进斗金。这样辉煌的成果主要归功于特许加盟，是特许加盟让这个小小的玩意展翅高飞的，实现从野鸡到凤凰的蜕变。

以前的饰品经营模式基本上都是以夫妻为单位的“夫妻店”，自己家的门面或者是批发市场的摊位，更甚者在过街天桥上铺上一块布就是一个销售点。随着特许加盟的连锁模式在国内的逐渐成熟，小小的饰品店也踏上了这个快速列车，规避了以前销售模式的弱点。



1. 特许加盟模式解决了规模齐全的问题。一般的夫妻店很难形成规模，所以在产品的品种和种类上都很难达到齐全，只能进一点饰品满足当时的需求，所以经常会遇到“怎么不进些口红？”“那种类型的发夹为什么没有？”之类的问题。

2. 特许加盟解决了管理的瓶颈。这是创业者众所周知的一个困难。要创业就要牵涉很多的问题，采购、销售、管理等等一系列问题都是创业成功的关键所在，任何一个环节的疏忽都带来致命的损失，特别是对刚刚创业的人和创业不成功的人来说更重要。而特许加盟模式正好在关键的问题上下了一方良药，统一采购、提供先进的管理方法、对人员的培训等支持都是给加盟者的病根动手术。

3. 可以建立品牌效应。众人拾柴火焰高，饰品的生意也是一样，任何一个加盟者的加入就是对整体的实力做贡献。一位营销专家曾讲过：“品牌是一棵树，产品则是树上的果子，假如人们吃了其中一个果子是甜的，那么他就会认为树上的所有果子都是甜的。”可见品牌带给我们的效应是多么巨大。

如果具备加盟的条件，就可以向总部递交加盟申请，有两种形式：一是给总部打电话，另一个是通过总部的网站用网上填表的形式申请。如果申请没问题，就开始与总部签订加盟合同，交加盟费，根据开店的规模，这笔钱是数量不等的。在具体的加盟过程中，总部方面还会酌情提供许多优惠的解决方案。比如“时尚新秀”20平方米的标准店，加盟费是23 000元，但总部会免费给你提供价值50 500元的货，此外还会返还你8 800元的装修费，最后可能会交7 500元的保证金，但经营3个月后会退还，所以算下来还是挺划算的。

加盟关系成立后，就要筹备开业了，主要包括以下内容：

1. 选址。前面说过，这种女生饰品连锁店，必须选在女孩们密集的繁华商业街，地段是固定死的，主要看你砍价的功夫如何，能不能在这寸土寸金的地方，为自己争取一个合适的房租成本。

2. 装修。装修中，总部可以提供全国统一风格的品牌形象用品，而且在装修费用上也会不同程度地给予返还，如果幸运的话，可以享受全额的返还。另外，“监工”时可要盯紧点，省一笔是一笔。

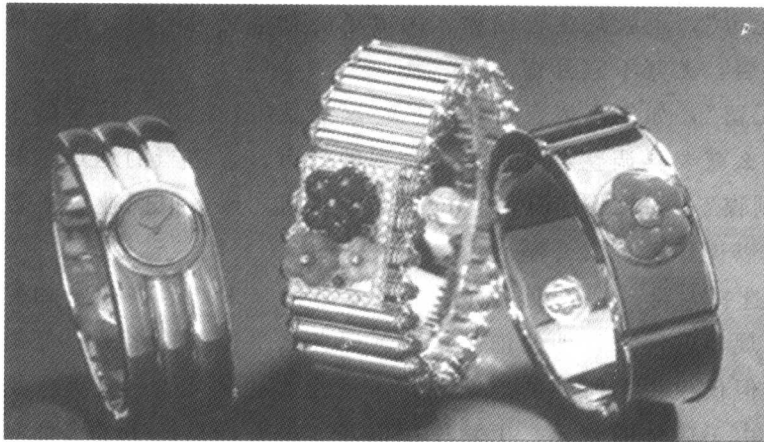
3. 培训。装修的同时就开始行业培训了，包括管理者的培训和基层店员的销售培训。当然，店员也是在装修期间招聘来的。

4. 进货。培训完了，第一次进货时总部会给你免费铺货，之后的经营中就要看你自己的水平了，建议初期经营最好不要贪多，慢慢再增加经营的品种和数量。

5. 物流。现在的连锁店一般都享受免费的“一站式”的配送服务，而且现在调拨环节也已经相当现代化了，在网上点击几下鼠标，不用操心，总部就会把

货送到。

6. 开业。都收拾利落了那就开业吧，开业当天可以选择休息日，或者学生放假的日子，把音乐开大点声，来个开门红。



第二节 饰品店店址选择和店面租赁

一、好的选址是开店成功的一半

在决定了自主创业也选定了饰品行业之后，接下来最重要的恐怕就是选址的问题了。选址对于创办店铺到底有多重要？专家的看法是：不论创立任何企业，地点的选择都是决定成败的一大要素，特别是饰品店这种流行性较强的行业，店面的选择，更往往是成败的关键，店铺未开张，就先决定了成功与否的命运。可以说，好的选址等于成功了一半。

（一）按租金选店址

尽管在选择经营场地时，各行业的考虑重点不尽相同，但是有两项因素是绝对不可忽略的。即租金给付的能力和租约的条件。经营场地租金是最固定的营运成本之一，即使休息不营业，都照样得支出，尤其在房价狂飙后，租金往往是经营者的一大负担，不能不好好“计较”。租约有固定价格及百分比两种，前者租金固定不变，后者租金较低，但业主分享总收入的百分比，类似以店面来投资作股东。租期可以订为不同时限，但对于初次创业者来说，最划算的方式是订一年或两年租期，以预备是否有更新的选择。

（二）按兵法选店址

孙子曰：“凡用兵之法……杞地无舍，衢地合交，绝地无留，围地则谋。”

正所谓天时不如地利，孙子这段话中强调了地利在作战中的重要性。用在门市生意上，则要根据不同的地理环境和不同区域的市场形势，有选择地进行投资。按其兵法浅谈店址的选择：

“圯地无舍”，也就是在较偏远、无市场潜方、交通不便、外部环境不好的地方，不宜开店，尤其不宜开饰品店。

“绝地无留”，如果不慎盲目地开了一家饰品店，经过一两年的市场开发，仍是亏本，那么就要早调整，处理掉不赚钱的门市，在适当的地点重开一家。

“围地则谋”，如果你所开门市位居繁华热闹之地，但同业竞争者甚多，狭路相逢，唯有以谋经营，出奇制胜。

店址的选择，是一项长期投资，关系着店铺未来的经济效益和发展前景。两个同行业同规模的门市，即使饰品构成、服务水平、管理水平、促销手段等方面大致相同，但仅仅由于所处的地址不同，经营效益就可能有较大区别。连锁营运的不同分店由于店址的差异，生意往往也差异很大，也证实了店址对于饰品生意的关键意义。

（三）按风水选店址

根据风水学，经商地址的选择，需要考虑避日晒和寒风。饰品店最好的也还是座北朝南，即取南向。

作为经商性质的饰品店，在进行经营活动时需要把门全部打开。如果店门是朝东、西开，那么，在夏季，阳光就会从早晨到傍晚，通过店门照射到店内。夏季的阳光是火辣辣的，风水将此视为煞气。这一股煞气对饰品店的经营活动是不利的。

煞气进入店内首先受到干扰的是店员。店员在烈日的暴晒之下，口干舌燥，头冒金星，全身大汗，很难坚持良好的工作情绪。店员工作情绪低落，或自找遮阳物，或只顾纳凉，或电扇冷气猛吹，处在这样境况下的店员，必定心火烦躁，因而也就势必对经商者视为“上帝”的顾客简单应付，甚至粗暴对待。如此这般，当然也就谈不上做买卖了。

受到煞气干扰的，第二就是店内饰品。饰品在烈日的暴晒之下，十分容易变脆发黄，更为严重的是会影响到饰品的质量。如果饰品存放不久，即能卖掉，其影响还不大，倘若饰品是久销不动，就非滞销或报废不可。结果是生意没做成，反要赔本。

受到煞气干扰的，第三就是顾客。饰品在烈日之下热气逼人，对顾客来说，不是迫不得已就不会登门。再者就是，没有顾客愿意在烈日暴晒之下选择饰品。饰品店没有了顾客，煞气就显得更重。煞气变死气，此店就不行了。

如果饰品店铺朝北方，冬季来临也是不堪设想。不管是刮东北风，还是刮西

北风，都会朝着门户大开的店铺里钻。风水也视寒气为一种煞气，寒气过重，人们对经商活动均有不利。寒风袭来，店员又受到了另一种煎熬，身体好的还顶一顶，身体差的就可能得病。尽管店员是加衣烤火，但寒气过重，就使店员不愿走动，未达到饰品销售的目的。店员因寒冷不愿走动，就会使饰品的流动速度减慢，造成饰品销售量减少。

然而，店铺选择座北朝南，即取南向，就可避免少受朝东西向和朝北方所带来的一切季节性的麻烦和不利，其生意就有可能要比前两者要好。

如果是迫不得已，饰品店非要选在朝东西方和朝北方的地址不可，就要采取措施来制止住夏冬两季带来的煞气。在夏季，可在店前撑遮阳伞、挂遮阳帘、搭遮阳篷等等，以避免烈日的直接暴晒。在冬季，则需要给饰品店挂保暖门帘，在店内安装暖气设备，使店内温度回升，造就一个适应人们进行正常的经营活动的环境。这种调谐寒暑的办法，风水就叫作“阴阳相克”或曰“五行相胜”。

选择经商地址，考虑的因素还有很多。比如有人考虑选择一个带有吉祥意义的街名，或者是选择一个认为能给自己带来好运的门牌号码等来作为店铺的地址。这样的选择，除了能给经商者和顾客在心理上以某种安慰的作用之外，还具有风水学上的意义。

（四）不宜开店的地方不要开店

一般情况下，下列地点都不适宜开办饰品店，比如：

1. 快速车道边。随着城市建设发展，高速公路越来越多。由于快速通车的要求，高速公路一般有隔离设施，两边无法穿越。公路旁也较少有停车设施。因此尽管公路旁有单边的固定与流动顾客群，也不宜作为饰品店选址的区域。人们往往不会为购买饰品而在高速公路旁违章停车。

2. 周围居民少或增长慢而商业网点已基本配齐的区域。这种地区不宜作为饰品店的新店址，这是因为在缺乏流动人口的情况下，有限的固定消费总量不会因新开饰品店而增加。

3. 底楼以外的楼上。如果饰品店开在二楼甚至更高层，不仅会因为楼层高不便顾客购买，也因为楼层高开店传播效果较差，饰品的销售量难以扩展。

4. 坡路上。饰品店设在坡路上，一般认为是不可取的。然而，总有一些饰品店会遇到此种情况。如果饰品店不得不设在坡路上的话，就必须考虑在饰品店与路面间的适当位置设置入口，以方便顾客进出。另外，在橱窗的位置、通道的安排、饰品的陈列等方面，都应当有适当的设计。

5. 路面与店铺地面高低悬殊的地方。道路平面与饰品店地面高低悬殊时，也被认为是不理想的饰品店地理位置。但是，在寸土如金的都市里，在地下、楼上的楼层或在有几级台阶的房屋开设饰品店是常有的事情。遇到这种情形时，对