



普通高等教育“十一五”国家级规划教材（高职高专）

Apparel

李 滨 邓汝春 编著

Chain Operation Management

服装连锁 经营管理

源于企业一线资料

全程讲解服装企业的连锁经营模式

深入浅出 体现服装特色

配有经典案例讲解



中国纺织出版社

普通高等教育“十一五”国家级规划教材(高职高专)

服装连锁经营管理

李 滨 邓汝春 编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书在系统介绍连锁经营原理的基础上,重点讲述了服装企业开展连锁经营活动的经营策略、开店策略、财务管理、人力资源管理、信息管理以及物流管理等内容。另外,对服装特许加盟、个体商户选择服装加盟品牌等做了详细的介绍。

本书是纺织服装类高职院校的普通高等教育“十一五”国家级规划教材之一,同时也可作服装企业进行内部人员培训的教材和服装从业人员的参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

服装连锁经营管理/李滨,邓汝春编著. —北京:中国纺织出版社,2007.4

普通高等教育“十一五”国家级规划教材(高职高专)

ISBN 978-7-5064-4213-8

I. 服… II. ①李…②邓… III. 服装-连锁商店-商业经营-高等学校:技术学校-教材 IV. F724.783

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 021961 号

策划编辑:刘 磊 刘晓娟 责任编辑:魏 萌 责任校对:余静雯

责任设计:李 歆 责任印制:初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 三河市永成装订厂装订

各地新华书店经销

2007 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:15.75

字数:262 千字 印数:1—5000 定价:32.00 元(附赠光盘)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

出版者的话

2005年10月,国发[2005]35号文件“国务院关于大力发展职业教育的决定”中明确提出:落实科学发展观,把发展职业教育作为经济社会发展的重要基础和教育工作战略重点。高等职业教育作为职业教育体系的重要组成部分,近些年发展迅速。编写出适合我国高等职业教育特点的教材,成为出版人和院校教师共同努力的目标。早在2004年,教育部就下发了教高[2004]1号文件“教育部关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见”,明确了促进高等职业教育改革的深入开展,要坚持科学定位,以就业为导向,紧密结合地方经济和社会需求,以培养高技能人才为目标,大力推行“双证书”制度,积极开展订单式培养,建立产学研结合的长效机制。在教材建设上,提出学校要加强学生职业能力教育。教材内容要紧密结合生产实际,并注意及时跟踪先进技术的发展。调整教学内容和课程体系,把职业资格证书课程纳入教学计划之中,将证书课程考试大纲与专业教学大纲相衔接,强化学生技能训练,增强毕业生就业竞争能力。

2005年底,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家教材规划,其中本科教材56种,高职教材47种。47种高职教材包括了纺织工程教材12种、轻化工程教材14种、服装设计与工程教材12种、其他9种。为在“十一五”期间切实做好教材出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现职业技能培养的特点,在教材编写上重视实践和实训环节内容,使教材内容具有以下三个特点:

(1)围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践,附有课程设置指导,并

于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,章后附形式多样的习题等,提高教材的可读性,激发学生学习兴趣和自学能力。

(2)突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容,并通过多媒体等直观形式反映生产实际的最新进展。

(3)实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点、实践内容等制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威、编辑专业、审读严格、精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社

教材出版中心

前言

连锁经营是目前商业领域中发展最快的商业形态之一。连锁经营在我国十多年的发展进程中,以其旺盛的生命力,在零售业、餐饮业、服务业中占据了重要的地位,成为众多厂家、商家开展生产经营活动以及广大老百姓进行消费活动的首选。

衣食住行,排在首位的服装产业自然成为了连锁经营领域中的一支生力军。由于服装商品生产、流通、消费的特点,非常适合于连锁经营,因此,在目前的服装市场中,连锁经营已经成为了服装行业开拓市场的主要手段之一。时下,连锁、加盟、特许是服装领域最热门的词语。随之而来的是,服装连锁企业需要大量的从业人员。但是也应该看到,由于连锁经营在我国的发展时间不长,服装企业连锁经营的理论还不完善。服装连锁企业在经营理念、技术水平、客户服务等管理过程中,还需要引进经过专业培训的专门人才,以提升企业的竞争力。

目前,许多纺织服装类的高等院校纷纷开设了连锁经营与管理专业或课程,以培养企业急需的专业人才。我们在总结多年教学经验的基础上,结合连锁企业,尤其是纺织服装连锁企业的实际运作,编写了这本《服装连锁经营管理》教材。这本教材的内容与特点如下。

1. 理论性强。本教材的第一篇,重点讲述了连锁经营的基本理论,它是服装连锁经营的一个总的指导思想。这部分理论主要来自于国内外权威的学术理论书籍和杂志。

2. 服装特色明显。目前,国内缺少专门针对服装的连锁经营管理的教材。本教材紧密结合服装连锁经营领域的实际,处处体现了服装的特色。

3. 实践性较强。本教材第二篇、第三篇,讲述了服装连锁店的开发、店铺装潢、经营策略、物流、人员管理等具体事务,这些经验都源于市场第一线。

4. 深入浅出。考虑到高职高专学生的课程要求和培养方向,本教

材在内容安排、表达方法上都做了很多工作,并根据学生反馈的情况,不断调整,将一些不好理解的内容做了修改。

5. 案例教学。我们在每一个部分的后面都附有一个国内外的知名案例分析,便于学生在学习后,结合案例,彻底消化所学内容。

6. 全面和系统性。本书还重点介绍了特许加盟系统,既有针对服装企业的内容,也有针对个体服装加盟商户的内容,比较全面和系统。另外,本书配有教学光盘,光盘中有各章的 PPT 文档、各章练习与解答以及补充的一些教学案例等相关内容。

本书由李滨、邓汝春担任主编。第一章、第三章和第六章由李滨编写,第二章由夏春玲编写,其他章节由邓汝春编写。教材在编写过程中,参考和引用了许多同行作者的宝贵资料,力求使教材更加完善。在此,我们表示衷心的感谢。另外,由于时间仓促、经验有限,书中一定会有许多错误,在此,恳请读者批评指正。

作者

2006 年秋

服装连锁经营管理教学内容及课时安排

章/课时	课程性质/课时	节	课程内容
第一章 (10 课时)	概述 (16 课时)		· 连锁经营概述
		一	连锁经营的起源及发展
		二	连锁经营的概念及特点
		三	连锁经营的类型
		四	连锁经营的行业分布及业态选择
		五	连锁经营的优势与风险
		六	连锁经营的发展趋势
第二章 (6 课时)			· 服装概述
		一	服装商品概述
		二	服装店概述
第三章 (8 课时)	服装连锁 企业经营 (22 课时)	三	服装专业常识
			· 服装连锁企业经营战略
		一	服装连锁企业运营战略
		二	服装连锁企业发展战略
三		服装连锁企业竞争战略	
四		服装连锁企业品牌战略	
第四章 (8 课时)			· 服装连锁企业店铺开发策略
		一	店铺开发计划
		二	服装连锁店经营网点选择
		三	店铺的开设过程
第五章 (6 课时)		四	服装店铺设计
			· 服装连锁企业经营策略
		一	服装连锁经营的商品策略
		二	服装连锁经营的价格策略
第六章 (8 课时)		三	服装连锁经营的促销策略
			· 服装连锁企业加盟系统
		一	服装连锁店的特许加盟
		二	服装连锁店的自愿加盟
		三	服装特许加盟存在的问题
第七章 (4 课时)	四	加盟双方利益分析	
		· 招募服装连锁受许人	
	一	服装连锁受许人的基本条件	
	二	服装连锁受许人的招募方法	
第八章 (6 课时)	三	服装连锁受许人的招募步骤	
		· 选择合适的服装连锁特许人	
	一	正确选择服装连锁特许人	
	二	建立连锁系统评估体系	
	三	服装连锁加盟合同	

续表

[illegible]

注 各院校可根据自身的教学特色和教学计划对课时进行调整。

目录

第一篇 概述	1
第一章 连锁经营概述	2
第一节 连锁经营的起源及发展	2
一、连锁经营的起源	2
二、各国连锁经营的发展概况	2
第二节 连锁经营的概念及特点	6
一、连锁经营的概念	6
二、连锁经营的特点	7
三、连锁经营与传统商业经营方式的区别	8
四、连锁经营的原则	8
第三节 连锁经营的类型	11
一、美国式分类	11
二、日本式分类	12
第四节 连锁经营的行业分布及业态选择	15
一、连锁经营的行业分布	15
二、连锁经营的业态选择	17
第五节 连锁经营的优势与风险	19
一、连锁经营的制度优势	19
二、连锁经营的效益优势	21
三、连锁经营的竞争优势	22
四、连锁经营中的风险	23
五、连锁经营风险的规避	24
第六节 连锁经营的发展趋势	24
一、数量增加,模式创新	24
二、连锁企业间的并购不断加剧	25
三、区域性连锁公司的兴起	25
四、购物商场形式的崛起	25
五、加盟连锁业者愈来愈多	26

六、商业性服务的分工详细	26
七、连锁企业大国将纷纷为扩展其海外市场而展开角逐	26
八、连锁经营的行业范围继续扩大	26
九、连锁经营和电子商务整合	27
第二章 服装概述	30
第一节 服装商品概述	30
一、服装的基本概念	30
二、服装商品的特性	31
三、服装商品的分类及意义	32
第二节 服装店概述	36
一、服装店的类型及特点	36
二、服装店的经营现状及趋势	39
第三节 服装专业常识	41
一、服装面料常识	41
二、服装号型标准	44
三、服装质量评价	45
四、服装的洗涤、熨烫标志	46
教学案例 真维斯在中国的连锁发展之路	48
第二篇 服装连锁企业经营	53
第三章 服装连锁企业经营战略	54
第一节 服装连锁企业运营战略	54
一、服装连锁企业的运营战略概述	54
二、服装连锁企业的运营战略选择	55
第二节 服装连锁企业发展战略	57
一、服装连锁企业发展战略的含义与特征	57
二、服装连锁企业发展战略选择	58
第三节 服装连锁企业竞争战略	59
一、服装连锁企业竞争战略的概念	59
二、服装连锁经营竞争信息的收集与分析	59
三、服装连锁企业竞争战略选择	61
第四节 服装连锁企业品牌战略	63
一、服装连锁企业品牌的特征	63

二、服装连锁企业品牌的作用	64
三、服装连锁企业品牌战略的类型	65
第四章 服装连锁企业店铺开发策略	72
第一节 店铺开发计划	72
一、店铺开发的原则	72
二、新店开发的布点要求	72
三、新店开发的市场形态	74
第二节 服装连锁店经营网点选择	75
一、商圈分析	75
二、客流分析	76
三、店铺地址的选择	78
四、店铺地址的评估	79
第三节 店铺的开设过程	80
一、店铺租赁	80
二、开店资金筹措	82
三、开店的手续	83
第四节 服装店铺设计	85
一、店面形象设计	85
二、服装店店面设计	86
三、服装店室内装潢	89
第五章 服装连锁企业经营策略	94
第一节 服装连锁经营的商品策略	94
一、服装商品定位策略	94
二、服装商品陈列策略	96
第二节 服装连锁经营的价格策略	99
一、影响服装定价的因素	99
二、服装定价的原则	100
三、服装定价的策略	101
四、服装产品价格调整	105
第三节 服装连锁经营的促销策略	108
一、服装促销策略	109
二、服装促销策略的相关因素	112

教学案例 佐丹奴的成功之道	114
第三篇 服装连锁加盟	121
第六章 服装连锁企业加盟系统	122
第一节 服装连锁店的特许加盟	122
一、特许加盟的概念	122
二、服装特许加盟的形式	123
三、特许加盟的审核程序	124
四、特许加盟店的评估	125
第二节 服装连锁店的自愿加盟	127
一、自愿加盟的概念	127
二、自愿加盟的条件	127
三、自愿加盟的审核程序	128
第三节 服装特许加盟存在的问题	129
一、服装特许加盟的现状	129
二、休闲服装加盟经营的问题	130
三、解决服装特许加盟经营问题的措施	131
第四节 加盟双方利益分析	134
一、受许人的利益	134
二、特许人的利益	136
第七章 招募服装连锁受许人	140
第一节 服装连锁受许人的基本条件	140
一、受许人自身的条件	140
二、加盟店铺的必备条件	141
三、资金条件及营运状况	141
四、其他辅助条件	141
第二节 服装连锁受许人的招募方法	142
一、受许人的招募措施	142
二、受许人的招募途径	142
第三节 服装连锁受许人的招募步骤	144
一、信息发布	145
二、面谈	145
三、评估及审核	145

四、正式签约	147
--------------	-----

第八章 选择合适的服装连锁特许人

第一节 正确选择服装连锁特许人

一、收集服装连锁特许人的相关信息

二、正确判断特许人的招募动机

三、正确选择连锁特许人

第二节 建立连锁系统评估体系

一、以受许人需求为考虑

二、连锁体系经营状况评估

三、有效运用连锁系统评估表

第三节 服装连锁加盟合同

一、签订加盟合同的目的

二、加盟合同的基本内容

三、加盟合同易出现的问题

四、完善加盟合同的措施

五、连锁加盟双方的矛盾关系

教学案例 金利来——名牌成功的典范

第四篇 服装连锁企业日常管理

第九章 服装连锁企业物流管理

第一节 服装连锁企业物流概述

一、连锁物流的概念

二、物流系统在连锁经营中的地位和作用

三、连锁物流的结构形式

四、服装连锁企业物流工作内容

五、服装连锁企业物流的目标

六、服装连锁企业物流系统的运作程序

第二节 服装连锁企业的物流配送中心

一、配送中心的构成

二、配送中心的功能

三、配送中心的业务流程

第三节 服装连锁企业的库存控制

一、服装的库存现象

二、库存控制	185
三、库存处理措施	186
第四节 服装连锁企业的运输与配送管理	188
一、服装连锁企业的运输管理	188
二、服装连锁店的配送管理	191
第五节 服装连锁店的物流管理	193
一、进货管理	193
二、储存与保管	195
三、存货控制	197
四、盘点管理	198
 第十章 服装连锁企业的其他管理项目	202
第一节 服装连锁企业的人力资源管理	202
一、连锁企业人力资源管理的职能	202
二、编制定员	203
三、员工招聘	204
四、员工培训	205
五、员工薪酬	207
第二节 服装连锁企业的财务管理	208
一、连锁企业财务管理概述	208
二、连锁企业财务管理内容	210
三、连锁企业财务管理策略	211
第三节 服装连锁企业的信息管理系统	212
一、连锁企业信息管理系统的功能及意义	212
二、连锁企业信息管理系统的构成	213
三、POS 系统	214
四、MIS 系统	216
五、基于业务流程的信息化解决方案	218
教学案例 皮尔·卡丹业务拓展手法	221
 附录一 商业特许经营管理办法	224
附录二 零售商促销行为管理办法	230
附录三 中国连锁经营协会特许经营行为准则	232
参考文献	234

第一篇 概述——

连锁经营概述

课题名称：连锁经营概述

课题内容：

1. 连锁经营的起源及发展
2. 连锁经营的概念及特点
3. 连锁经营的类型
4. 连锁经营的行业分布及业态选择
5. 连锁经营的优势与风险
6. 连锁经营的发展趋势

课题时间：10 课时

教学目的：让学生初步了解连锁经营的起源和发展，掌握连锁经营的概念、特点、类型和连锁经营行业的发展现状，为以后的学习打下基础。

教学要求：

1. 了解连锁经营的起源与发展、连锁经营的行业分布及业态选择。
2. 掌握连锁经营的概念、特点和类型。
3. 理解连锁经营的优势与风险以及发展趋势。

连锁经营概述

第一节 连锁经营的起源及发展

一、连锁经营的起源

近代连锁经营产生于美国,至今已有一百三十多年历史。世界上第一家近代连锁店是美国的“大西洋和太平洋茶叶公司”,它成立于 1859 年。这也是当时世界上最初的正规连锁公司。当时,美国已经基本完成了全国范围内的铁路网建设,随后又建成全国范围的通讯网络。新式快捷的通讯和通讯工具为零售企业提高经营效率、增加效益提供了条件。他们可以与更远的供货商建立紧密的业务联系,也可以用一切便利的通讯和交通设施与其他地区的零售店加强联系;最关键的是可以用较低的费用将商品运送给消费者,所以到 1865 年“大西洋和太平洋茶叶公司”的连锁店就发展到 25 个,并开始增加食品经营,也同样获得成功。到 1880 年,该公司已拥有 100 家连锁店。“大西洋和太平洋茶叶公司”的惊人成功引起众多企业的仿效。“大西洋和太平洋茶叶公司”属正规连锁店,约在 10 年后出现的胜家(Singer)缝纫公司则属加盟连锁店,同一时期,在欧洲的英国、瑞士等地也相继出现了连锁经营。

正规连锁店的发展,在造就了一些规模庞大、实力雄厚的大型连锁企业的同时,也使众多分散、独立经营的零售商受到排挤,陷入困境。为了对抗正规连锁商店和大型百货商店的垄断排斥,1887 年美国一百三十多家食品零售商共同投资,创办了一家联合批发企业,为出资的成员企业服务,实行联购分销、统一管理,而各成员企业仍然保持各自的独立性,这便是后来被公认的世界第一家自由连锁店。

二、各国连锁经营的发展概况

随着社会经济的发展,连锁经营以其广泛的适应能力和强大的生产力发展