

2023年服装工作总结精辟(实用6篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

服装工作总结精辟篇一

在中国,中秋节是一个特殊的节日,她寄托着我们无限柔美的情思。下面本站小编为你整理了服装迎中秋标语,希望对大家有所帮助!

1. 中秋节中秋佳节到,祝福不迟到,祝您:月圆,人圆,事事圆;好花,好景,好事连连!
2. 喜迎中秋,欢度中秋。
3. 何以团圆,唯有中秋!
4. 每逢佳节倍思亲,中秋之月大团圆!
5. 中秋中国庆,帝牌促销风暴!
6. 桂花飘香传玉宇,明月清辉人间驻。
7. 双节连壁喜庆回馈——共和国生日烛光里的中秋浓情。
9. 佳节共赏天上月,中秋一品人间情*月饼,送给你最真情的中秋。
10. 月是故乡明,情是亲人浓,一份天伦好礼传达永远的祝福!

1. 月是故乡明，饼表思亲情！
2. 欢乐三重奏中秋国庆喜相逢，小家大家共欢乐。
3. 月圆人圆中秋节，千里万里共婵娟
4. 传统风采，回味无穷！
5. 三喜临门——贺中秋迎国庆隆重开幕。
6. 您生命的秋天，是枫叶一般的色彩，不是春光胜似春光，时值霜天季节，却格外显得神采奕奕。
7. 花好人更好，月圆人团圆，心有千千结，自有相知人。
8. 花好人更好，月圆人团圆，祝中秋快乐
9. 月圆中秋，人圆月下。*月饼，送给你最真情的相逢。
10. 海上生明月，天涯共此时。
11. 同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩世界。
12. 庆中秋迎国庆送大礼。
13. 礼情款款，欢度佳节。
14. 平分秋色——**月饼迎国庆促销活动。
15. 花好月圆的世界，中秋情浓意更浓。
16. 用浪漫做皮；用温馨做馅；幸福做蛋王；懂得品味的人不需要多，最好只有你一个！
17. 春江潮水连海平，海上明月共潮生，花好月圆人团聚，

祝福声声伴你行。朋友：中秋快乐！

18. 十五团圆合家欢，中秋月饼话神仙！

19. 中秋合家欢，佳节大献礼。

20. 中秋节一家人，心相连，用爱围一个大圈圈，梦就算，再遥远，心里有家就会大团圆。

1. 遥寄相思中秋梦，千里故人何处逢。

2. 节日快乐！祝花好家好心情好！月圆团圆事事圆！

3. 欢乐国庆欢乐颂，满堂红礼乐翻天。

4. 月圆天下，品尝美味。*月饼，你中秋的最好选择。

5. 吴刚酿酒献中秋，嫦娥翩跹玉兔舞。

6. 喜迎国庆欢度中秋。

7. 明月应解嫦娥心，佳节欢笑洒凡尘。

8. 中秋恒久远，月圆永留传！

9. 月圆年年相似，你我岁岁相盼。那满天的清辉，遍地水银，便是我们互倾的思念。

10. 套住圆月谈何易，只愿思念在心中。

11. 天涯共此时，千里共婵娟。

12. 庆中秋，迎国庆，送大礼！

13. 万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆

14. 月是故乡明, 饼表思亲情!
15. 传统风采, 回味无穷!
16. 月色柔和的凉爽中秋
17. 十五团圆合家欢, 中秋月饼话神仙!
18. 每逢佳节倍思亲, 中秋之月大团圆!
19. 月是故乡明, **月饼表浓情!
20. 月圆中秋, 人圆月下*月饼, 送给你最真情的相逢

服装工作总结精辟篇二

职业人生中会重重地写下一笔。

我们在很多卖场发现, 大多数企业在招聘导购人员时, 都喜欢找年轻漂亮的女孩子来从事导购工作, 这是不正确的, 因为不同的服装类型需要不同性别的导购人员, 包括年龄的选择。试想一下, 如果让一个女孩去导购男式xxx□因此, 企业要根据不同的服装品牌类型来选择不同的导购员。如年龄段, 性别等的选择。

1、导购员的工作日报不能仅仅只记录一天卖出去多少, 而是要非常细化的对卖场的人流量, 服装的销量等进行记录, 对来这里的人消费行为特点, 风俗习惯, 甚至于对消费者在购物前的心理变化的记录与分析, 记录一切与销售与关联的事情, 间接的与直接的都要记录, 越详细越好, 这不但能及时反馈到公司, 帮助公司研究开发产品, 制定销售政策, 就是对自己今后的职业生涯的提升也有着很大的帮助, 所以观察与分析对一名导购员来说至关重要。

4、做为一名导购员一定要有敏锐的观察力，要有火眼金星，一位优秀的导购员，它能对大部分来光临卖场的消费者做出很有效的判断，她可以通过消费的衣着，年龄，说话，行为，大致猜测到此消费者的文化层次，收入水平，以及他应当适合于消费什么样档次的产品，我们试想一下，一位开着“奔驰”车来购物的消费者，你向他推销10元钱5双的打折袜子，或者是向一位穿着工作服刚下班还没来得及换衣服的消费者去推销几千块一条的名牌皮带，这样能合适吗？观察与了解，这样才能更有效地做好导购工作。

服装工作总结精辟篇三

随着服装行业的发展，服装销售的渠道和模式也在不断地发生变革和创新，迄今为止，各种新的销售渠道逐渐明晰，对服装销售的增长起着良好的促进作用。

因此，对于服装生产和销售企业来说，了解国内服装市场的主要销售渠道，有利于企业营销工作的顺利推进。

一、我国服装销售渠道的模式

20xx年，我国服装市场销售额将近5000亿元，其中：城镇约为3500亿元，农村为1500亿元左右，城乡之间的比例大约维持在3：1弱一点的水平，这和快速消费品3.6：1有着相似程度。这种比例之下是更为详实的比例与结构，不同档次的服装对于选择适合的销售通路，并进行有效的渠道模式设计意义重大。

综合下来，商场、超市、服装批发市场、专卖店、折扣店等都是服装销售的重要场所，这些主要的场所之外，创造性的其他销售终端也还存在空间，比如网上购物、比如店中店等等。

一个服装企业如果没有对自己的企业资源、市场营运资源、

消费趋势有足够了解的话，那么很可能制定的是与强敌直接竞争性的战略规划。

随着经济的发展，以前的奢侈品开始进入普及阶段，从而将不同的企业销售价值区分开来：品牌与时尚、实用与成本是两个主要的分支，是谓顶级品牌和行业巨头。一个在于创造足够的时尚与流行，靠品牌拉动消费；一个是顺应市场需求，靠市场和渠道的充分拓展实现战略突进，短时间成就高的市场份额。在顶级与巨头之间是广阔的混合模式，需要技巧和跟随策略，主要是借力顺势。

五粮液的企业价值的快速升值，与其多样的经营方式是分不开的。在中国现阶段，营销同质与过度导致这样的产业错觉：大即是强。

(一) 服装批发市场

目前服装批发市场的发展有四个特征：

1. 服装批发市场吸引了越来越多的直接消费者，这部分消费者主要为城市工薪阶层、学生、外来务工人员 and 流动人口，是处于消费阶层的中低部分。
2. 从前简陋的“大棚式”服装批发市场竞相改造，这些商厦式的服装批发市场在硬件上几乎不亚于百货商场，但在软件环境方面还有相当大的差距。这些商厦式的批发市场仍采用摊位形式，往往缺乏试衣间，每逢节假日更是人满为患。
3. 发展规模快速化，好多批发市场从原来的地摊式经营逐渐转化为规模化、专业化经营，面对消费者也发生了质的转变，有的甚至成为全国服装的批发基地。
4. 传统的批发市场走的是低价位的路线，以此求得销售量的提升。那么从目前来看，少数服装批发市场逐渐走上了品牌

化的经营道路，创造出批发市场特有的品牌服装之路，当然还面临着价格上的问题，毕竟批发市场走的是低价格的路线。

目前就服装批发市场规模来说，年成交额百亿元以上的服装批发市场不下于10家；从消费者的需求来看，广大农村地区和城镇的低收入人群是批发市场的忠实客户。其次，作为中低档服装渠道的服装批发市场，整体上具有以下优势：低廉的价格、丰富的款式品种、款式翻新速度。

(二) 大型百货商场

百货商场仍是服装销售重要的渠道。根据中华全国商业信息中心统计□20xx年，排行前100家商场的服装月度销售额为49.02亿元，平均月销售额在5000万左右；其中前20名商场销售额为21.57亿元，占全部销售额的44%，平均销售额在1亿元人民币，说明尽管各地服装批发市场发展速度很快，但大型百货商店仍是服装服饰类商品销售的主要渠道，特别是中高档服装和品牌服装的销售，仍然以百货业态为主要渠道。

(三) 连锁专卖的品牌经营店

专卖的品牌经营店在众多的服装品牌销售中最具亲和力，以其新颖的款式、统一的门户设计、赏心悦目的购物环境赢得了现代人的认可。通过这种模式的经营，既扩大了品牌的影响力又提高了销售额。

(四) 服装超市与折扣店

目前服装超市与折扣店能否成为主销渠道尚难定论，但其的确已成为服装市场上一道新的风景线。超市供应的服装在款式上往往不流行，价格较实惠，质量一般也有保证。还有一些品牌服装主要是想借助超市的人气来提高知名度和提升业绩，其价格和打折活动同商场、专卖店往往一致。

至于折扣店，则既有品牌优势、又有批发市场的优惠价格，但大多数折扣品是过季的，而且在花色和型号上难以有保障。

(五) 展会成为服装销售的又一渠道

随着服装产业经济的发展，不少服装品牌把展会作为业务拓展的渠道之一。展会除了具有市场推广功能外，还有着独到的销售功能，在展会上聚集了众多的品牌和买家，可以谈合作意向，达成经销合同，也可以寻找到加盟商等，其影响力不可小视。除此之外，不少展会也吸引了普通消费者。

当然还要提醒服装企业注意，参展不是目的，后续的跟进服务与市场开拓十分重要，是服装展会成果的一个延伸，使得意向客户转化成为真正的经销商。

(六) 网上购物/电视购物

新技术与生活习惯或生活方式的变化，直接导致网络购物或者电视购物的快速增加。网上购物主要针对无纸化办公的女性人群，主要是产品形象和流行元素；电视购物其陈述式的销售方式对于一些具有特定功能或者形式的服装产品特别有效。

这两种方式与百货商场一样，属于终端平台决定产品价格的情况，平常的产品用这种方式销售就可以达到300%-500%的溢价能力。对于某些价格便宜的卫视，相对于其他媒体的昂贵费用，这也是比较合算的方式。

中国现在有上亿的网民，网络普及速度越来越快，普及速度也加快了奢华产品的更新与普及速度，以前上百元的服饰，现在通过这样的渠道达到400-500元已经是比较平常的事情。

当然这种形式也存在一些限制，比如产品销售处于不可控状态，产销协调的压力会比较大。随着消费文化的持续深化，更多的人会倾向于选择独特的服饰产品，因此怎么把企业的

战略、消费者需求以及新的销售途径结合起来，是一部分企业可以尝试的销售途径。

目前在美国，网上购物最大的是食品，其次是服饰。

(七)店中店

相信一说起店中店模式，很多人会想到商场中开放的服装柜台，其实，这里的店中店模式其经营思路是与常规的截然相反的。

顶级品牌与实用成本不但是整个服装产业的战略道路，更具体的体现在对现有终端的利用思路上，商场是高档品牌的战场，商场不但是一个销售的终端，更是一个平台，一个被诸多想做品牌的企业用金钱哄抬起来的整体的品质平台——进入商场，消费者面对的是与街边店截然相反的体验——这里的服装质量是绝对没有问题的，唯一有问题的是价格高了。

英昂曾经为浙江一个不知名的品牌在上海的大商场成功的实施了错位经营，当年实现上百万的盈利。这里面涉及的品牌设计、产品设计等等都不是问题，关键是产品形式，而这些又最终是与企业的终端策略结合在一起的。

服装工作总结精辟篇四

1、实习时间□20xx年3月1日-20xx年2月10日

2、实习地点：山东省淄博市

3、实习单位：淄博格伊佳服饰有限公司

(二)实习目的：

为了使自己的基础更牢固，技术更全面，知识面更广，实习的

内容是学习服装的整个流程，因为考虑到以后毕业必定要走上工作的岗位，因此我非常珍惜这次实习的机会，在有限的时间里加深对各种工作程序的了解，找出自身的不足。这次实习的收获对我来说有不少，我自己感觉在知识、技能、与人沟通和交流等方面都有了不少的收获。总体来说这次是对我的综合素质的培养，锻炼和提高。

(三) 实习内容：

山东淄博格伊佳服饰有限公司是集服装设计、生产、销售为一体的现代化服饰公司。公司具有先进的智能化服装生产设备，一流的专业设计队伍，一流的生产流水线和现代化的生产车间。格伊佳公司的经营理念是：开拓、进取、共谋发展、共创辉煌。

工厂主要是按订单的须求生产的，服装样式由专业的设计师设计，服装涉及多方面的。工厂主要由当地人和民工组成。工厂总工人数大约二百人。从事服装生产的大约占总数的一半，剩余人分别从事：采购、设计、检查、仓库、销售、会计等多个部门。工厂着重于下一季度的服装生产。主要在内地市场销售，有时会涉及外国的订单。

学习采购相关方面的知识，个人心得体会：一、认识到采购的主要内容：1、接受采购要求或采购指示。2、选择和管理供应商。一个好的供应商是确保供应物料的质量、价格和交货期的关键。3、订货。4、订货跟踪。指订单发出后的进度检查、监控、联系等日常工作，目的是为防止到货延误或出现数量、质量上的差错。5、货到验收。二、认识到采购物料的各方面的轻重和不同物料的采购管理策略组合。三、认识到人际关系的重要，特别是工厂与工厂之间的供应和销售关系，正确查找合适的合作关系。四、认识到仓库的管理对合理的采购具有重要的作用。

服装工作总结精辟篇五

在厂长的领导下开展工作。严格遵守、认真贯彻落实公司的方针政策和各项规章制度。

对本部门的工作效率、工作质量负总责，担任本部门消防、安全生产□5s推行、资产管理、文件资料管理总责任人。负责质检部内部日常运作的管理及部属员工的工作安排、培训、考勤考核。根据企业经营、品质□5s等方针目标要求，负责本部门内方针目标展开和检查、诊断、落实。负责对科技楼（质检部所属区域）卫生、各车间环境卫生、个人卫生、所使用包装材料、生产用水的监督抽查工作。

负责对成品、半成品检验、退货产品检验的监督管理。

负责编制新产品投产卫生方面、消毒工艺的程序。负责质检检验规程、规则和部门管理规章的制订或修订、审核。

负责对产品留样的观察，发现问题及时上报。

负责产品内在质量不合格的跟踪与协调。

负责完善制订本部门文件及文件及时修订工作。

负责收集本部门的记录每周上交厂办。

于每月3号前做好本部门工作总结上交至厂办。

对部门的安全生产、消防安全和5s推行负总责。

服从工作安排，完成上级交给的各项临时任务。

对本部门人员的配备及调动、调整、奖惩、晋（降）级有参与审定权。

有权检查公司会议中有关于原料、半成品、成品、退货产品、车间环境及设备设施卫生、生产用水品质方面决议的执行、落实情况，对不执行决议而影响进度者有权追究责任，并向厂长报告。对违反品质管理、卫生管理□5s规章制度的单位与个人有制止、要求整改和处罚建议权。在有需要时有权对企业相关干部、员工提出质量、卫生管理培训的要求并经批准后实施。

对原料、生产用水、半成品、成品、退货产品、车间环境卫生、车间人员及设备设施卫生检测结果有权依据相关规章制度、标准规范作出合格与否的最终核定（审批）。

对原料、生产用水、半成品、成品、退货产品、车间环境卫生、车间人员及设备设施卫生的检验检测不及时，或漏检，或监控不力，造成影响生产、品质的不良后果。

对原料、生产用水、半成品、成品、退货产品、车间环境人员及设备设施卫生检验检测结果作出错误的判定。

对发现的不合格情况未及时提出或未彻底跟踪至解决。

对有需要的人员未及时进行质量、卫生方面的培训。

因管理不善，造成本部门资产受到异常损坏、损失。

因用人不当、管理不严、培训欠妥、督导不力而造成部属员工的失职、工作效率和质量低下及违反企业其他规章制度。

本部门方针目标未及时展开、检查、诊断和落实。

其他过失、失职及违规违纪。

服装工作总结精辟篇六

本人认为,必需从店长抓起,店长是一个专卖店的灵魂,是领头羊,店长的工作能力及领导能力,直接影响整个专卖店的业绩,为了抓店长管理,无论是生产服装的企业,还是销售服装的商场,对店长的认识都很明确——店长,就是一个店的管理者。

有许多店长对自己的角色是这样认识的:一个店就像是一个家,店长就是这个家的家长。家长要操心这个家的所有问题,人员、货品、卫生、陈列……方方面面都要照顾到,任何一个小的细节考虑不到,就有可能给工作带来不良影响。

更多的企业则希望店长是一名优秀的导演。店面是一个表演的舞台,店堂内的硬件设施就是布景和道具,而公司一年四季不断变化的货品构成了故事的素材。店长要把这些素材组织成吸引人的故事,讲给每一位光顾的客人。故事讲的好不好,客人爱不爱听,全凭店长的组织、策划和安排、带动。

无论哪种说法,都表明了一个观点,那就是店长是一个店的领导者,是企业文化信息传递的纽带,是公司销售政策的执行者和具体操作者;是企业产品的代言人,是店铺的核心。

因此,店长需要站在经营者的立场上,综合的、科学的分析店铺运营情况,全力贯彻执行公司的经营方针。执行公司的品牌策略,全力发挥店长的职能。

店长的工作职责:

- 1、了解品牌的经营方针,依据品牌的特色和风格执行销售策略。
- 2、遵守公司各项规定,执行上级指示,完成公司下达任务。
- 3、负责管理专柜的日常工作,监督考核导购的工作表现,及

时反映员工动态，并对导购进行培训。

4、负责盘点、帐簿制作、商品交接的准确无误。

5、负责店铺内货品补齐，商品陈列。

6、协助主管处理与改善专柜运作的问题。

7、协助主管与所在商场的沟通与协调。

8、定时按要求提供周围品牌在商场的公关推广活动。

9、了解周围品牌销售情况，登记并提供每天店内客流量资料。

10、激发导购工作热情，调节货场购物气氛。

店长的工作重点：

1) 销售工作最基本的顾客维护量太少。记载的贵宾顾客有626个，其中有389个老贵宾今年一年没消费过，加上办过贵宾就来消费一次的概括为100个，从上面的数字上看我们基本的维护工作没有做好。没能及时的了解贵宾不来的原因。导致销售量也不是太理想。

2) 沟通不够深入。员工销售在与顾客沟通的过程中，没能把我们产品的价值十分清晰的介绍给顾客，只是意味的在纠结价位提升，没能说出产品的价值。也没了解顾客的真正想法和购买意图；对顾客提出的疑义没能及时给予完美的解答。

3) 工作每天/每月没有一个明确的目标和详细的计划。没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4) 对店面要求也不严格，特别是门岗这块，站岗不及时，在

员工面前缺少说服力，没有起到号召力的作用。工作责任心和工作计划性不强，这些问题都是下一步需要尽快改进的。

5) 因为个人不够勤快、没有严格要求自己，所以没有好好的关注库存销量。22店从5、1开业---9月份女裤一直占比都比较高73% 男裤只占27% 后来意味的要求提高男裤比例，这样想着同样也在提高销量，结果在这后来的几个月男裤是提上去了 女裤却在一直下降，这是自己不关注库存销售导致的，现在就开始改进这一系列的问题。以上是自己做的好的及不好的和需要改进的问题，望领导给予监督，帮助和提宝贵意见。