

# 最新服装行业周总结 服装企业计划书(汇总10篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。我们该怎么拟定计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

## 服装行业周总结 服装企业计划书篇一

xxx服装服饰有限公司由深圳资深服装营销策划师靳海舟先生由欧洲marlon(马龙)服装设计公司引入的viven□davis□loren等系列品牌于2008年在全国女装之都的深圳创办了xx服装服饰有限公司。

公司以品牌策划为切入点，首创品牌批发的营销模式，在全国各省级市发展独立二级公司合作伙伴，在全国各县/地级市寻找商业合作伙伴进行交叉持股联合经营，建立长久而稳固的合作关系。

公司将建成以服装、服饰、鞋帽、箱包等多种商品，以县/地级市及发达乡镇为终端的覆盖全国的强大营销网络。所有合作伙伴可以在规模化经营下规避市场风险、低成本进货和强大的管理技术咨询(支援)服务，将创业风险降到最低；同时，终身享受到总公司及二级分公司的直接经济利益。

### 1、宏观环境分析

中国经济经过近20年的改革开放，主要以沿海区域的特殊政策和地缘优势迅速发展起来，同时也与内地逐渐拉开了较大差距，形成了明显的梯度经济和区域经济格局。中央政府的十一大工作报告中明确规划了重点调整国家总体经济格局，将未来五年发展关注点倾向中、西部地区。一是通过产业转移，以梯度形势将经济发展与增长向内地扩散，二是以政策

性、国家财政反哺性发展内地经济，推动国内市场消费，特别是对全民社保体系、教育体制的重新调整改革，新三农政策的实施，都将间接提高内地居民可消费水平，给零售服务等第三产业带来较大的发展空间。

近一年多以来，虽然经过以美国次贷为导火索的世界经济下滑，以石油、粮食、金属等能源和原材料涨价从而拉动全球物价飞涨。国内虽然经历了南方雪灾；512地震；股市从07下半年的6800点跌至08年8月份的2400点；以及商品出口屡屡受阻；取消或降低部分商品出口退税；房市全国价格泡沫破灭等各种重大经济事件。但因经济惯性和国家宏观政策的调控，经济gdp依然以7%以上高增长，今年中国经济增长估计仍在9%-10%之间。目前的中国经济形式正处在工业化中期，工农业投资机会较多，市场供给不足仍然严重，服务业在gdp中的比重只有30%左右，发展空间潜力巨大。可以说，中国依然处在高经济增长时期。

经济持续增长需要四个条件：资本、市场、技术、管理。首先，在中国市场经济中目前资本充足，民间资本力量雄厚，正在寻找出路；政府投资保持相当大的比重，外商看好中国市场，对中国的经济发展充满信心。第二，中国产品价格低廉，有国际竞争力，中国的机电产品、纺织产品在发展中国家占比较大。在中国对发达国家的出口中，有不少生活用品的销量近期不会发生变化。十一大的宏观政策中鼓励增加居民非工资性收入。居民增加资产性收入目前主要有两种渠道，一是进行固定资产投资(如06、07年疯狂的房市)，但投资房地产业受到自2007年下半年开始国家宏观政策的导向倾斜及银根紧缩而低靡；二是进行债券投资，这种投资方式需要长时间经济积累，普通工薪阶层往往因为不具备对市场风险的预见性使其投资风险加大；再有，就是包括股票、基金及权证在内的其它投资，自2007下半年开始的股市跌宕风险使投资者如履薄冰。低风险高回报的投资方式一直以来成为众多持币者真正要寻找的创业途径。而这种创业方式最多的是以下三种。直接投资创业；从事第二职业；商业投资。

因此，未来五年中国内地投资机会将进一步增加，机会与风险并存的背后是高额利润。可以预料的是，将会有更多民间资本在内地寻找投资机会，内地市场竞争将在两年内达到白热化阶段，关键看谁先行一步，找到合适项目抢占先机。

## 2、服装行业的发展趋势分析

服装行业在中国自古以来就是一大行业，发展至今，随着政策开放与经济发展，中国现已成为全世界服装加工基地与品牌发展的战略阵地。中国是服装消费大国，也是出口大国，我国的服装出口额占到整个纺织产品出口总额的2/3左右，世界很多知名服装品牌60%的生产和销售与中国有关，而中国内地市场每年的消费额在1000亿左右，且有不断增长需求，市场潜力巨大。这就为我们开展品牌经营提供了广阔空间。

服装行业是一个生活消费品行业，同时也是高利润行业。因利益驱动与市场需要，在整个业态的设计、加工、市场推广、直营、加盟等不同环节，已经发展成相对完善且专业的群体。近十年来，拥有庞大生产和消费规模的中国服饰市场，企业的经营模式和管理水平有了很大提升，更加重视品牌的经营。服装“品牌经营”在服装市场竞争中具有独特的竞争优势，在具体的经营模式上，通过对采购、生产、销售等各个环节的组合，形成多种不同形式的品牌经营模式，但无论以何种方式进行品牌经营，都必须将品牌开发、维护与管理放在重要位置，以品牌优势为切入点，将品牌经营真正做好。

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位，可见衣服对于人类的重要性。中国人口十四亿，庞大的人口基数本身就组成了一个庞大的服装消费市场。同时随着中国国民收入的不断飞升，自2004年人均gdp超过了1000美元后，中国市场将进入精品消费时代，服装消费将不再仅仅为了满足其最基本的生存需求，将向更高的心理需求、自我满足需求跃进，特别是几千万人口跨入中产阶级后，其对反映自身社会地位和品味服饰的迫切需求，终将成就一批该阶层

的服装品牌。

当今消费者对流行的判断更趋于理性化，对于各种流行潮流，现在的人们不再象以往那样盲从和追捧，相比较而言，消费者的服装消费正在呈现出个性化，更多人开始注重能够体现自我魅力和风格的服装。尤其在年轻的新生代中，他们更善于接受新事物，他们个性张扬，也乐于大胆尝试。从另一个角度来看，这也是人们审美观进步的一种体现。

### 3、市场容量

拥有14多亿人口的中国在过去十年里经济增长速度惊人。据国家统计局2008年7月发布的统计数字表明，上半年城镇居民人均可支配收入8065元，上半年城镇居民人均消费性支出5490元。据2007国家统计局发布的数据表明，2006年全国城镇居民中中等收入家庭用于服装购买的支出约占家庭总支出的20%左右，全国平均每人用于衣着消费支出达到901.78元。其中北京、山西、内蒙、上海、浙江、山东、重庆等地达到1038-1442元，综合以上数据，国内服装销售市场十分庞大。

休闲装方面，由于现代人生活节奏加快和工作压力增大，促使人们在业余时间追求一种放松、悠闲的心境。在服饰观念上，更是越来越漠视习俗而成为潮流的追逐者去寻求一种舒适、自然的新型外包装。因此，休闲服装以不可阻挡之势侵入了正规服装的世袭领地，行业规模不断扩大，服装涵盖也越来越丰富。休闲服装成为热点商品和主流趋势，休闲服装市场空间和发展潜力巨大。

近年来国内休闲服装的生产规模 and 市场需求快速成长，2001年以来全国大型商场的夹克和t恤销售一直保持20%以上的增长，2004年两项产品分别增长23.6%和22.7%，远远高出服装类15.9%的销售增长。统计资料显示国内的休闲服消费仅占服装消费的18%，而全球的休闲服消费比例在2000年已达到36%，两者的差距预示着国内休闲服市场还有一倍以上的增长空间。

综合考虑整个服装行业和相关行业的运行趋势以及经济、社会等多方面因素，我们分析认为：在今后的三四年内，中国的休闲服装市场将持续保持高速增长，年增幅将保持在10%上下，2008年休闲服装市场规模将超过2000亿人民币，达到2200亿左右，届时休闲服装在整个服装市场中的份额也将有所上升，达到25%-30%。

#### 4、机遇

(1)、国内服装行业虽然以地域划分产品的不同特色和侧重点，如深圳、杭州的女装；温州、惠州的男装；泉州的茄克等，在服装行业日趋成熟的今天品牌定位相近者其生产工艺、产品品质、款式等已基本雷同。以产品特色进行目标市场定位或单一的以品质、价格取胜的营销渠道已属常规常态，优势早已不再。因此，我们认为：以模式创新，顾问式营销服务将具有独特的竞争优势。

(2)、国内服装市场正在遭遇出口受挫，人民币升值等压力，大型服装企业因规模化的运作体系，经营成本一时难于下降，知名品牌因企业需要维护品牌及区域代理商利润，均有多方制肘，将会导致大量库存尾货的产生，为我们低成本、系列化组合自有品牌产品提供了丰富的资源。而无名无牌服装也正被国内消费者品牌意识的觉醒而抛弃，消费者的消费观念日益成熟，商家的竞争最终是品牌和经营模式的竞争，新式的品牌经营模式的时机逐渐成熟。面临着服装行业的洗牌前夜，重新调整产业格局和经营模式将给新的入行者带来新的机遇。如国内近年迅速崛起的服装零售整合商itac正是成功抓住行业机遇，成功组合了集名牌折扣、国美式集中连锁特卖场、山姆会员店式等多种营销模式而高速发展，而如ppg凡客等网络服装销售企业也成功借用网络将传统的服装销售渠道搬上了互联网而取得快速发展和巨大成功。

(3)、在国内品牌混战，三线城市消费者处于品牌消费觉醒初期，我们认为：以省级城市批发中心设置形象店和完善的售

前、中、后营销策划，通过各地、县、发达镇级加盟专卖店的唯一性、独特的装修风格以及体验式销售服务，并配合地方广告、活动策划等形式快速渗透区域性服装市场，逐地击破的战略营销铺开全国市场终端，建立完善的市场营销网络。

(4)、国内镇、县、地级城市中20-30万元富余资金者有之，并有创业或开辟家庭第二收入渠道的愿望，这些持币创业者有一定管理经验和当地良好的人脉关系，是我们在当地发展事业合作伙伴的最佳选择。如现在非常成功的快迪、百里臣等社区小型超市，化妆品业的雅芳、欧莱雅等，在统一管理与统一经营模式下，都快速地复制扩张并取得成功，为我们提供了可资借鉴的成功案例和探索。

(5)、对有代表性的高档、中高档大型服装商业中心统计显示，近两年的服装销售单价一直呈上升趋势。城市消费都在向高一层次消费模式挺进，以产品现货交易为核心的批发市场已现颓势。目前各级服装市场均呈现品牌更迭加速、新品牌层出不穷、营销模式分化、注重渠道建设法、加强终端管理等态势。新一轮“洗牌”已开始，服装市场已经进入新的品牌循环期。

## 1、欧尚创立背景

欧尚公司创办人凭藉在服装界多年品牌营销经验，在国内内地中小城市品牌意思觉醒的时机，抓住行业重新洗牌调整，中小型资本寻求投资点的机遇，以“品牌批发”“联合创业”的经营模式，以国内休闲概念的成熟为切入点，创办了欧尚服装服饰有限公司。

## 2、公司优势

先进的管理理念，独特的联合经营、交叉持股的营销模式，丰富的行业资源整合能力，创办管理人员近十年服装界、企业界的营销及规划管理经验，以及覆盖全国的人才网络等。

## 1. 公司发展战略：

以品牌创立为切入点，以品牌批发、顾问式销售、联合创业经营模式的创新为优势，整合品牌管理公司、生产厂家、原材料供应、服装协会、服装设计公司、全国各地品牌加盟、联营、专卖店等多方资源，立足全国四大服装之都深圳，在各省会城市设立二级公司—在大型服装批发市场设立品牌展示形象店，同时作为货物批发服务中心，主要以地级市、县级市、发达乡镇为市场终端进行覆盖。市场定位在二、三级城市中的一级服装市场。

## 2. 目标营销战略

1)、三年目标规划，二三级市场覆盖率达到30%(120家)，累计总销售额 8500 万元。

家品牌形象店。

3)、建立科学管理体系及销售系统营运平台；

4)、建立分工明确协同作战的营销团队。

### 1、公司定位

公司将是一家专门经营国内外知名品牌的专业运营公司。经营品类包括服装、服饰、鞋、箱包、化妆品、家居用品等。

### 2、市场定位

采用贸易、零售、批发等多种营销模式，最终形成多品牌，多品类，多渠道的营销网络。

公司产品将以公司直接或通过二级分公司及加盟店在国内商业街设立独立专卖店销售。

根据产品类别不同区分市场，所经营的产品均注重品质，强调品味。

### 3. 品牌定位：

#### 4. 目标顾客定位

##### 1. 自主品牌经营。

品牌的全部运作，形成多种品牌、多种项目的规模效益。

##### 2. 品牌经销商经营

依托国内外知名品牌，以联营、托管等合作方式负责市场运作。

##### 3. 品牌代理商经营

以引进国外知名品牌为基础，全面负责产品的设计、采购、加工、市场营销等，向品牌公司支付一定比例的品牌代理费，初期的设计和生产通过外包方式与承包公司合作，取得品牌在中国的经营权。

##### 4). 国外品牌联合经营

与国外服装设计室(或品牌公司)合作，成立利益共同体，由国外设计室负责服装风格与产品设计，公司则以网络资源及销售开拓管理成为对品牌共有的基础。

#### 1、自营中心

以省级形象展示店作为品牌推广点，再以地县级终端加盟店及零售店和其它品牌专卖店等形式逐级逐地进行渗透式扩张市场覆盖率。以此模式在国内省会城市寻找二级分公司合伙人，采取网点渗透市场扩张战略。



## 2. 二级分公司

## 3. 特许加盟

有效运用加盟商的资金投入，辅助以良好的品牌资源，通过强化终端管理拓展品牌的目标市场。即有利于企业资金周转，也能使加盟商快速收回资金投资和稳定的市场利润。这是品牌战略中快速掠夺目标市场的捷径之一，在很短时间内就能完成品牌营销网点的建设。

1. 一级城市开设自营专卖店为主，二级城市以代理、加盟店为主。

2. 市场以华南、华东、华中、中西部、沿海城市等为市场切入点。

### 一. 重点营销区域：

1. 一级市场所属省份或城市：上海、江苏、浙江、福州、北京、广州、武汉、重庆、成都、大连、深圳等。

2. 二级市场所属省份或城市：天津、河南、长沙、南京、山东、广西、江西、安徽、云南、四川等。

3. 三级市场所属省份或城市：陕西、甘肃、宁夏、河北、贵州、内蒙等。

### 二. 拓展目标：

1. 公司自营店拓展以北京、昆明、浙江、上海、江苏、重庆、成都、大连、深圳为主。

2. 山东、河南、湖北、西北、江苏、贵阳以二级分销代理模式推进。

- 1、 一年内初步完成品牌建设，在全国重点区域开设不低于5-8家终端形象店，或成功与1-2个国内外知名服装品牌合作。
- 2、 第二年进入战略性扩张营销，在国内二三级城市完成1/10(不低于40家)的网点渗透与建立。
- 3、 三年内使自主品牌或合作品牌在国内二三级市场颇具知名度。市场覆盖率不低30%，年销售额突破6000万元。
- 4、 销售额与国内外服装设计室(或品牌公司)共享，成立利益共同体。由国内外设计室负责服装风格与产品设计，项目公司负责国内销售网络的建立与管理。
- 5、 多种品牌经营同时展开，网络扩张到国内各省、市、县有影响的商业中心、步行街、百货广场等。

## 服装行业周总结 服装企业计划书篇二

甲方： \_\_\_\_\_

乙方： \_\_\_\_\_

一、甲方根据公司业务的需要，聘请乙方为甲方招收厨师人员；

二、乙方服务范围：

1、根据甲方业务需要提供甲方业务的相关证明；

2、提供相关资料，包括身份证复印件，确保证件真实有效；

三、甲方的权利和义务：

- 1、甲方有权监督乙方的工作质量。
- 2、甲方应提供所需人员的工作岗位;甲方同时负责员工的安全保障。
- 3、甲方应按月付给厨师人员的劳动报酬，具体报酬按照商议结果支付。工资按季度付给乙方，并为员工提供免费吃住。
- 4、甲方在乙方工作满\_\_\_\_\_年后，原则上报销乙方的车费。

#### 四、乙方的权利和义务:

- 1、乙方按照甲方要求需身体健康且无犯罪记录的男性公民
- 2、乙方遵守甲方的劳动纪律和就业规则，服从工作安排。
- 3、乙方应享有甲方应支付报酬的权利。
- 5、协议期内输出乙方发生工伤事故，甲方应按照当地政策规定负责办理伤待遇享受。
- 6、乙方确定本协议无误需要支付甲方保证金\_\_\_\_\_万元。

#### 五、其它约定:

- 1、协议履行期间，任何一方、任何原因要求终止或者变更协议的，均应提前\_\_\_\_\_个工作日天以书面形式通知对方，由甲乙双方协商决定。
- 2、本协议一式\_\_\_\_\_份，甲方乙方各持\_\_\_\_\_份，协议经双方签字或盖章后生效。有效期自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。

## 服装行业周总结 服装企业计划书篇三

又到了一年的尾声，元旦促销活动也又一次开始火热起来，而在这个元旦促销活动当中，服装行业的新年促销可是吸引着更多人们的注意力，而为了更好的吸引人们的眼光，把直接把消费者留住，商家们对于服装元旦促销方案就报有了最殷切的期盼。

### 服装元旦促销要点

1、主题：服装元旦促销方案要掌握元旦的节日特点，新年的特点，从新年元旦的文化背景中挖掘，与自己的产品相结合，然后在促销活动中极力的营造这种气氛，让消费者感受到这种温暖的气氛，尤其现在的`消费者大都凭“感觉”消费，这样的促销形式很容易触及消费者最柔弱的神经。

2、礼品：新年送新礼，这是大多数商家做服装元旦促销方案都会用的方法，但这个送礼也是有所讲究，像以往的买件衣服送个衣挂什么的，已经不会给消费者留下什么感觉。但网上有一家送礼品却很巧，母亲节的时候送给消费者的是一朵康乃馨。

不知道大家是不是已经想好了服装元旦促销方案里的礼品该怎么送。

3、让利：虽然说特价，打折，都是老生常谈，但消费者等到节日来消费，也是冲着优惠去的，所以促销如果没有让利，消费者选择你的机率也不是很大，但让利也要有分寸，也要照顾老客户，更要做好预算。因此，在做服装元旦促销方案过程中，在促销资源有限的情况下，做纵向促销，集中兵力于一点，自然就拉大与其它商家的距离，脱颖也就容易了。

### 1.营销策划书2018

2.服装企业网络营销项目策划书

4.代理市场开拓营销策划书2018怎么写

5.网络营销策划书2018怎么写

6.2018优秀品牌营销策划书怎么写

7.网络营销策划书2018

8.2018年酒店营销策划书怎么写

## 服装行业周总结 服装企业计划书篇四

乙方：

1、根据服装销售行业有关规定和劳动用工办法，经协商甲、乙双方平等自愿共同签订本合同，共同遵守执行。

2、本合同期限为至\_\_\_\_年\_\_\_\_月，或无合同约定期限\_\_\_\_\_，可根据企业经营和用工需求，商议解决。

3、工作任务：

3.4因甲方生产（工作）情况发生变化或乙方不能胜任本岗位服务要求时，乙方应服从甲方的工作安排和调配。

4、劳动报酬：

4.1甲方应按照国家劳动法有关规定，遵守按劳分配原则，结合工作价值，根据乙方所从事的工作岗位和工作态度，依法确定乙方的劳动报酬，按月以货币形式支付。

4.2按个人工作能力和营销经验合理确定工资待遇，1个月为双方共同适应期，期内薪金为\_\_\_\_\_元/月，试用期满薪金为\_\_\_\_\_元/月，根据企业经济效益和个人劳动付出，调整浮动奖金为\_\_\_\_\_元/月。

4.3为增强员工爱岗敬业，增强责任心意识，工作时间为每日\_\_\_\_\_或\_\_\_\_\_，因行业特点和工作要求确定每月全勤奖为\_\_\_\_\_元/月。

4.4为公司正常运作和约束乙方按规办事，按月收取岗位抵押金\_\_\_\_\_元，计：\_\_\_\_\_元（按月扣除）

## 5、劳动纪律：

5.1乙方应严格遵守国家各项法律规定。遵守甲方工作规范、操作规程、劳动安全制度等各项规章制度和规定要求。同时，爱护甲方财物，保守甲方机密，维护甲方利益，服从甲方的领导、管理和教育。

5.2乙方违反劳动纪律，甲方可对其进行批评教育，直至按有关规定给予必要的纪律处分或解聘。

5.3乙方因个人原因请假休息，不支付劳动报酬，并应提前告知甲方妥善安排，同意后方可休假。

## 6、合同的终止、变更、续签和解除：

6.1经甲乙双方协商同意，可以变更合同有关内容并办理合同变更手续。

6.2甲方可以根据国家有关规定和生产经营状况，以及乙方工作适应能力解除本合同，按约定结清劳动报酬。

6.3下列情况乙方可以提出解除合同，甲方严重违反劳动合同

或法律法规，侵害乙方合法权益和经济收益的。

6.4乙方要求解除合同，应提前45日内通知甲方或经甲方工作安排合适接替人选同意。未按此项规定办理，乙方承担违约责任，岗位抵押金不予返还。合同正常终止后，甲方应保证全额退还甲方所缴纳的岗位抵押金。

7、任何一方违反本合同规定，给对方造成经济损失，应视其后果和责任大小按有关规定予以赔偿。

8、合同如有未尽事宜，凡属国家有规定的，按有关规定执行；凡属国家没有规定的，甲、乙双方可协商修订、补充。出现任何异议甲乙双方均可向锦州市劳动仲裁委员会提起申诉和复议，公平裁决。

9、请甲乙双方认真阅读，本合同双方签字即生效。合同一式贰份，甲、乙双方各持一份，具有同等法律效力。

签订日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日

乙方：

签订日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日

## **服装行业周总结 服装企业计划书篇五**

在进行培训前，要确定有哪部分对象需要进行哪方面的对象，进行有目的有针对性地进行划分。这样才可满足不同层级员工对不同级别培训的需要。

培训目标大致可分为以下几类：

### **(1) 服务技能培训**

培训目标是帮助员工按照规范统一的服务准则为顾客提供各

种服务，提升员工与顾客间的沟通互动能力。培训主要内容可以是零售店的服务规范或准则，如迎客，送客，观察顾客，与顾客互动交谈，应对顾客的投诉等。

## (2) 商品知识与管理培训

培训目标是帮助员工了解商品组合的特点，产品基本属性，主要卖点，使用方法，注意事项，销售手法等，是一种经常需要的培训工作。通过商品知识培训，更新员工对商品的认识，来提高员工的销售能力及服务水平。

## (3) 店务作业技能培训

帮助员工按照规范统一的动作开展店务作业也是培训目标的重点之一，培训内容主要是店务作业规范，如顾客进门时的第一句话，商品陈列，整理，包装，票据整理等，以达到创造富有生机的卖场氛围。

## (4) 思想观念培训

帮助员工树立正确的工作态度，人生价值观，培养员工的责任感，团队意识等。

## (5) 综合素质培训目标

培训目标是提高员工的综合素质，为员工提供发展机会，丰富员工生活。培训内容需是对员工全方位的培训而不仅只局限于对工作本身的培训。

## (1) 教授培训法

这种培训方法是由专门的培训讲师通过理论教学，让店员掌握专业理论知识，比如消费心理职业道德、商品知识、服务规范、作业规范等，这种培训法不适合用于商品知识，销售



技巧等灵活性操作的培训讲解。

## (2) 相互学习提高法

这种培训方法要求店员在日常工作中，能相互学习与交流，扬长避短，提高店员的整体服务水平。从而提高零售业绩。这种培训方法可在日常工作中进行，如每天早会或者每月总结会，须所有店员一起参加效果会更理想。

## (3) 实例分析法

这种培训方法通常是总结每个店员一天的工作心得为途径来获得更多有用的实例，来达到发现不足的地方，然后由各店员总结这个实例中的改善措施或者做得好的地方，这种方法能让受训人员主动思考，寻找问题及答案，从而有效提高受训都发现问题及解决问题的能力。

## (4) 小结会

这是零售店管理人员培训店员的一种常规技巧，店长可利用交接班花5分钟的时间来让各店员对当天的工作的心得进行总结，这种方法比较经济，效率高，也有利于培养团队精神。

当一个培训项目完成后，一定要对培训效果进行检测与反馈从而可以从受训者对培训项目的反应、受训者对培训内容的掌握程度，受训者接受培训后的工作表现的改善程度，培训后销售业绩或服务水平的提升程度等各方面进行一个评价。

## 服装行业周总结 服装企业计划书篇六

一、那些年，对不起，谢谢。

二、那些年，因你走在时尚的高端。

- 三、那些年，女人唯衣（一）的世界！
- 四、那些年，我们相约在今天。
- 五、那些年，优雅的你，漂亮的我。
- 六、那些年，我们风采依旧。
- 七、那些年，你的倩影……
- 八、那些年，伊人风情；这些年，风韵犹存。
- 九、那些年，我们一起的那些年！
- 十、那些年，你还在等什么？行动吧！
- 十一、在那些年找到衣柜里缺少的那一件！
- 十二、那些年，引领时尚潮流，秀出美丽人生！
- 十三、那些年，时尚伴着浪漫。
- 十四、那些年，你我依然回味。
- 十五、经典永存，“极光”永恒。
- 十六、那些年的风华，那些年的风情，那些年的时尚风。
- 十七、那些年，属于你，属于我！
- 十八、那些年遗（衣）失的心跳。
- 十九、那些年，他将被你吸引！
- 二十、那些年，我们为衣执着，至今依然……

二十一、那些年，心的距离。

二十二、那些年，我们不曾有过的时尚追逐！

二十三、那些年，风度翩翩，尽显不平凡。

二十四、那些年，助我不平凡。

二十五、那些年，你着衣时尚。

二十六、那些年，仍在心。

二十七、那些年，错过是个过错！

二十八、那些年，我们一起追逐未来；这些年，我们一起追逐时尚！

二十九、那些年，衣柜里的风景。那些年，镜子里你的样子。

三十、那些年，衣柜永不满足！

三十一、那些年，我们一起创造今天。

三十二、那些年青春靓丽，柔情火热，我们的回忆是那些年。

三十三、那些年，我们在一起。

三十四、那些年，我“衣”直陪在你身边，走过一个又一个春夏秋冬。

三十五、那些人，那些年的情，那些年的美好典雅。

三十六、那些年我们多姿多彩，如今我们淡雅脱俗。

三十七、那些年，我们“衣”然美丽。

三十八、那些年，雅致（美丽）如依。

三十九、那些年，我忘不了。

四十、那些年，在等你！

四十一、那些年，从青涩到成熟，时尚的我成就了时尚的你。

四十二、那些年，真的很fashion□

四十四、那些年，追求的美丽。

四十五、那些年，留连忘返的美丽。

四十六、那些年，那样美。

四十七、那些年，那些潮流，那些青春。

四十八、那些年，美丽依然……

四十九、那些年，我们亲密无间；这些年，我们情感依旧。

五十、那些年，我们不再遗憾！

五十一、那些年，记忆的沉淀。

五十二、那些年，你一直在我心里。

五十三、那些年世界未末日。

五十四、那些年，风也走雨也过，不变的是承诺。

五十五、那些年，还要不要走。

五十六、那些年，美丽依旧（衣就）相伴。

五十七、那些年，不曾错过的美丽。

五十八、那些年，你花容月貌，我闭月羞花。

五十九、那些年，衣旧芬芳。

六十、那些年，我“衣”直陪在你身边，度过了无数的美好时光。

六十一、那些年，珍藏的记忆。

六十二、时尚，就在那些年。

六十三、那些年，你的陪伴，我的追求。

六十四、那些年，你是我的最爱！

六十五、那些年，我们共同的美。

六十六、那些年，属于你我悠扬的旋律。

六十七、那些年，我们舞动时尚；现在，我们依然舞动都市丽人。

六十八、那些年，无法阻挡的诱惑！

六十九、那些年，真我的释放！

七十、那些年，因为爱情。

七十一、那些年，常常时尚相伴。

七十二、那些年等待完整。

七十三、那些年，我们曾经拥有……

七十四、那些年，心心相印。

七十五、那些年，真我犹在那些年，你好吗？

七十六、那些年，你的美丽，珍爱依旧。

七十七、那些年，我们一起用的妆台！

七十八、那些年，曾错过！

七十九、那些年，时光不改梦之年华。

八十、那些年，只属于我们的那些年。

八十一、那些年，你一直是最美的。

八十二、那些年，我们的风采至今依旧（如昔）！那些年，我们的爱至今依旧！

八十三、那些年，时尚衣着，相约梦境。

八十四、那些年，我们一起的追寻。

八十五、那些年、一直不曾追上的潮流，在这里、让您走在流行前线！

八十六、那些年，陪我们追过来女孩。

八十七、那些年，我们一起追。

八十八、那些年，我们都想要的美。

## **服装行业周总结 服装企业计划书篇七**

2、负责到货商品的陈列、打版及销售；

- 3、负责组织并完成本区域的商品盘点；合理控制和利用库存；
- 4、负责拟定促销计划报店办，组织并完成促销计划；
- 5、制定本区域的年度、月度销售计划，组织并完成销售计划；
- 6、完成上级交办的其他工作。

## 服装行业周总结 服装企业计划书篇八

乙方(工人)姓名/性别/年龄/民族/现住址/身份证号码

### 一、合同期限：

自\_\_年\_\_月\_\_日起至\_\_年\_\_月\_\_日止。合同期满，本合同自行终止。如甲方需要继续留用，经乙方同意，双方可以续订合同，并办理鉴证 手续。

### 二、生产(工作)任务：

## 服装行业周总结 服装企业计划书篇九

职前培训职前培训又称入店培训，是新员工进店后的基础培训。它主要是使新员工了解连锁店的规章制度和职业道德规范、礼貌，以适应工作岗位要求。职前培训应从三方面着手教育员工增强工作自觉性、教育员工熟悉商品知识、教育员工学会礼貌待客。

针对连锁店的特点，除文化教育外，职前培训还应该包括以下基本内容：道德规范教育、专业技能培训。

在职培训员工的在职培训就其内容和目的而言，有三种情况：第一，改善人际关系的培训。此类培训主要是使员工对下述人员关系有一个比较全面的认识，包括员工与员工之间的关

系、感情、交往；员工自身的心理状况和社会关系；员工对部门、企业整体的认同感或疏离感，以及整个集团内部各部门之间的关系等。第二，新知识、新观念与新技术的培训。连锁企业要发展就必须随时注意环境的变迁，随时向员工灌输新知识、新技术和新观念，否则员工必然落伍。第三，晋级前的培训。晋级是企业人事管理的必然过程。由于编制的扩充、人员退休、免职等各种原因，需要相应补充各类人员。为让即将晋级的员工在晋级之前先有心理方面和能力方面的准备并且获得相关的知识、技能和资料等，企业有必要对有培养前途的员工提前实施培训。

熟悉开展工作的环境。对于管理人员，应要求他们对公司的经营性质、管理制度、所分配部门的工作性质有充分了解，只有如此才能有效地开展工作。

注重团队生活能力的培养。管理人员在团队中生活，向具有经验的老手或行家学习工作经验有助于自身的快速进步。在安排工作时，最好从基层干起，使其确切了解基层人员的状况，为将来的主管工作积累最实用的经验。

提出工作报告。在初期的培训工作中应要求被训练人员定期提出工作报告，以了解该人员学习的进度和深度，随时作出相应调整。

随时进行工作考核。除定期的工作报告外，主管应以随机测验的方式做不定期的考核。这种方式可使主管更深入地了解被培训人员的工作绩效和培训成果。

## **服装行业周总结 服装企业计划书篇十**

### **主管会计岗位职责**

- 1、严格执行国家财经法律法规和公司制定的各项规章制度，做好会计核算工作，确保准确、及时报送会计资料。



2、负责审核原始凭证，做到原始凭证内容准确完整（户头是否正确、字迹是否清晰、数量\*单价与金额是否相符、大小写金额是否一致，印鉴是否齐全清晰，辨别凭证是否真实合法），内部自制的原始凭证，做到审批和签字手续齐全，如发现问题及时纠正。

3、按时编制记帐凭证（经济业务分类、会计科目使用及科目的方向做到准确，摘要简明扼要），做到日事日清。对于编制好的记帐凭证及时传递给审核人进行审核，对于审核有误的凭证，及时更正。4. 及时登记帐簿，总帐与各明细帐、日记帐及时核对，做到准确无误。

5、按月清理往来帐项，银行未达帐项，杜绝呆死帐发生，以保证足够的流动资金，强化资金风险意识，合理安排资金需要量。

6、每月月末提前2天结帐，准确计提各项费用和应交税金，确保足额解缴（次月10日前完成报税）。

7、负责编制月（次月5日前报完）、季、年（次月10日前报完）的财务报表，保证帐帐、帐证、帐实、帐表相符，及时准确对内、外部门提供财务信息。此外，根据企业内部管理的需要，不定期编制管理费用明细表；每月编制往来账项表。

8、协助行政部门定期做好固定资产、低值易耗品、材料物资等清查盘点工作。

9、不定期抽查出纳现金实际与账面余额相符情况，及时清理公司内部人员的备用金。

10、负责整理保管好各项目合同书、票据及各种财务资料。

11、定期装订会计凭证、帐簿、银行余额表、表册等，妥善保管并归档。

12、监督和分析企业的财务收、支状况，及时反馈变动因素和实际存在问题，当好领导的参谋。

13、按时完成领导交办的其他工作。

总会计师职责：

1全面管理企业日常财务会计工作

7审批财务收支，审阅财务专题报告和会计报表，对重大财务收支计划、经济合同进行会签。

会计主管岗位职责

1、按照《会计法》和有关财经法规、政策和制度的规定，负责组织本企业的财会人员办理会计事物、会计核算，实行会计监督。协助财务经理工作，支持会计人员依法行使职权，发挥企业会计机构的核算职能、监督职能、规划职能、控制职能、调节职能和评价职能的作用。

3负责的企业日常财务活动的管理。按期按其编制各种长短期负债的偿债计划；开展全面预算管理，严格控制财务收支；建立现金和各种银行存款的内部控制制度，经常检查货币资金收支和管理情况。4负责按国家有关规定，严格审查应交税金、应交利润和其他应交款，督促有关岗位办理转交手续，做到按期足额完成上交任务，不挪用、不截流、不拖欠。

9组织企业会计工作人员学习现代企业会计的理论和方法、业务技术，不断提高会计工作人员素质。

10承办董事长、总经理及财务经理交办的其他工作。

总出纳岗位职责：

4检查一切收、付、缴款业务凭证，做到有凭证、有审批，手

续完备，项目内容清楚齐全，大小写金额相符，对检查无误的凭证及时办理； 5负责编制“企业每日资金报表”和“银行存款每日报告表” 6严格执行现金清点盘点制度，每日核对库存现金和备用金，做到账款相符，保证现金的安全。

7完成财务部经理安排的其他事项

8严格遵守现金管理制度，现金尽量做到日清月结，月结盘库后做现金盘库表。

9负责每日营业额的追缴，按领导和财务经理的安排筹集现金。

10负责企业的工资发放，按时发放工资、奖金，并填制有关的记账凭证及报表。

15负责所得税扣缴申报事项；

一、负责与收银有关账目来往的会计师职责；

1制定会计操作规程，控制及平衡预付定金，计算一切应付的佣金。2编制每月的会计应收账款和应付账款报告书； 3处理会计争端及疑问与销售部经理解决逾期已久而应收账款目，并处理乱帐。

4 负责保存企业内客户须按时支付的5负责审阅合同中有关的协议、价格及安排，审查或参与拟定经济合同、协议和其他经济文件。

二、负责企业日常所需费用（薪金除外）支出的会计师职责；

1核对及处理企业内部支付的费用，编织支出分析及其他有关单位和个人的月结单。

3对企业日常所支付的费用进行统计和控制，掌握银行存款余额的记录； 4处理销售收入与支出的记录。

## 财务主管岗位职责

1、负责公司的全面财务会计工作；

6、编制公司的记帐凭证，登记会计帐簿；

查，及时对部门间争议提出界定要求； 19、20、21、督促公司应收账款的回收工作； 做好资金预算的执行与控制事项，对公司应付货款、费用报销进行审核； 承办总经理交办的其他工作。