



中國正面臨消費升級、提升出口附加價值、往國內市場發展等三大轉型模式。零售業也正面臨觀念轉變、營運轉型的關鍵時刻。

經濟大環境不景氣不必然導致企業衰退，反而可能是企業快速發展、加速擴張的機遇期。但，賽車在彎道加速超越對手的時候，要防止翻車。產業升級必然帶來人口結構、消費習慣方面的改變，低消費人群減少，中、高消費增加。因此，在調整上，必須要更堅持定位，抓緊服務。其次，成本控制，並謹慎控制支出。持續維持整體營運的卓越性。

品牌致勝：Coach, Zara



過去的COACH，像其他時尚精品一樣，每季推出一新產品，有時候還賣上一整年，消費者都看膩了，為了讓每三、四個星期就上門一次的忠實顧客永遠保有新鮮感，每個月就需要換季一次。「每月上新貨，才能跟消費者的生活節奏、季節的頻率相吻合」

2002年關掉最後一間工廠後，COACH正式從製造業轉成行銷導向的公司。目前COACH有500多位員工，在全世界購買材料與管理分布在12個國家的50個代工廠。

西班牙服飾連鎖店Zara公司近幾個月來快速擴張，已超越主要對手美國蓋普公司（Gap），成為全球服飾零售業的新龍頭。Zara如此快速成長主要歸功於創新管理和後勤技術。

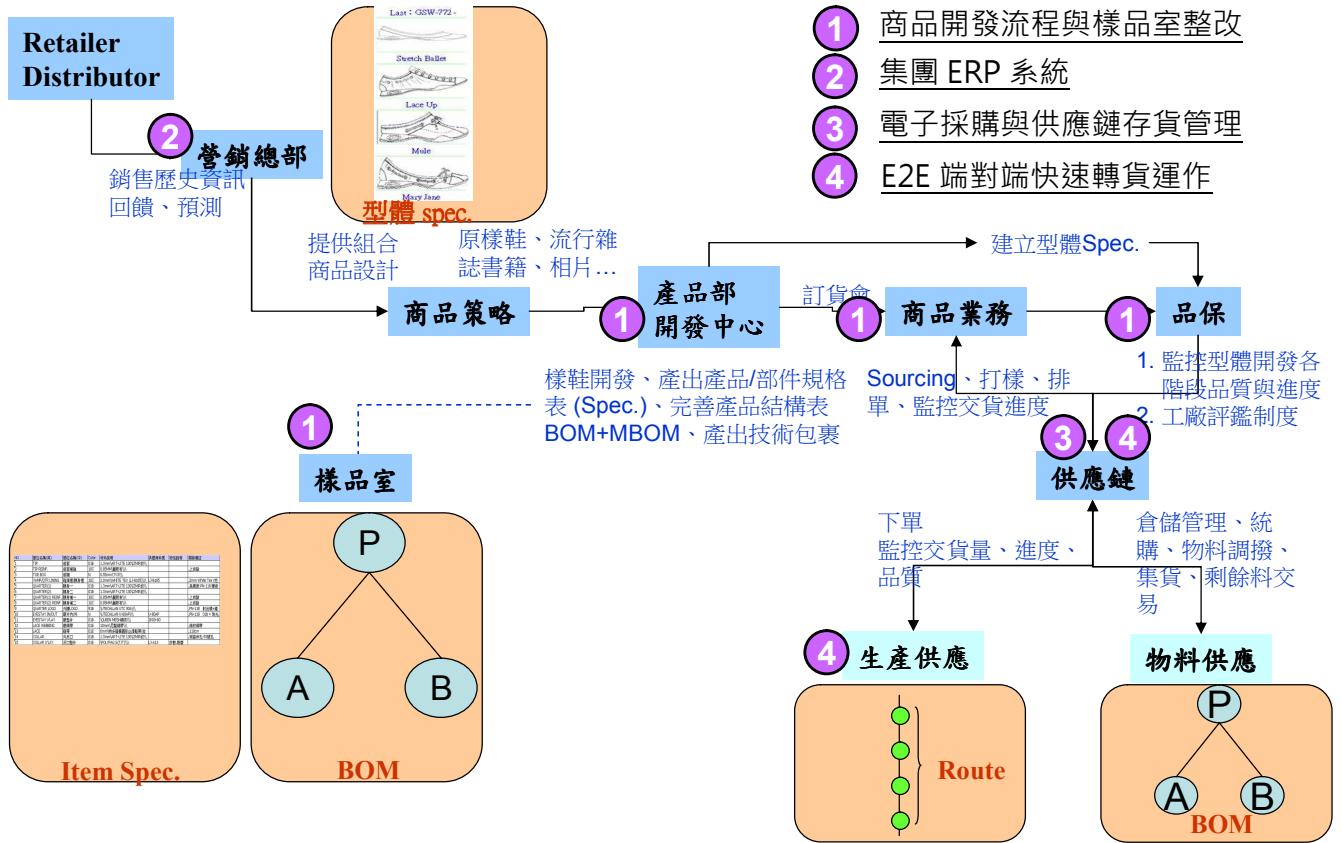
Zara 是垂直整合經營，所有開發和販售新產品的過程都在企業內部完成，包括從設計、生產、後勤和銷售。

Zara 經營模式成功之處，在於能以最短的時間改變商品，提供顧客想要的東西。Zara 認為，搶先機比控制成本更重要。

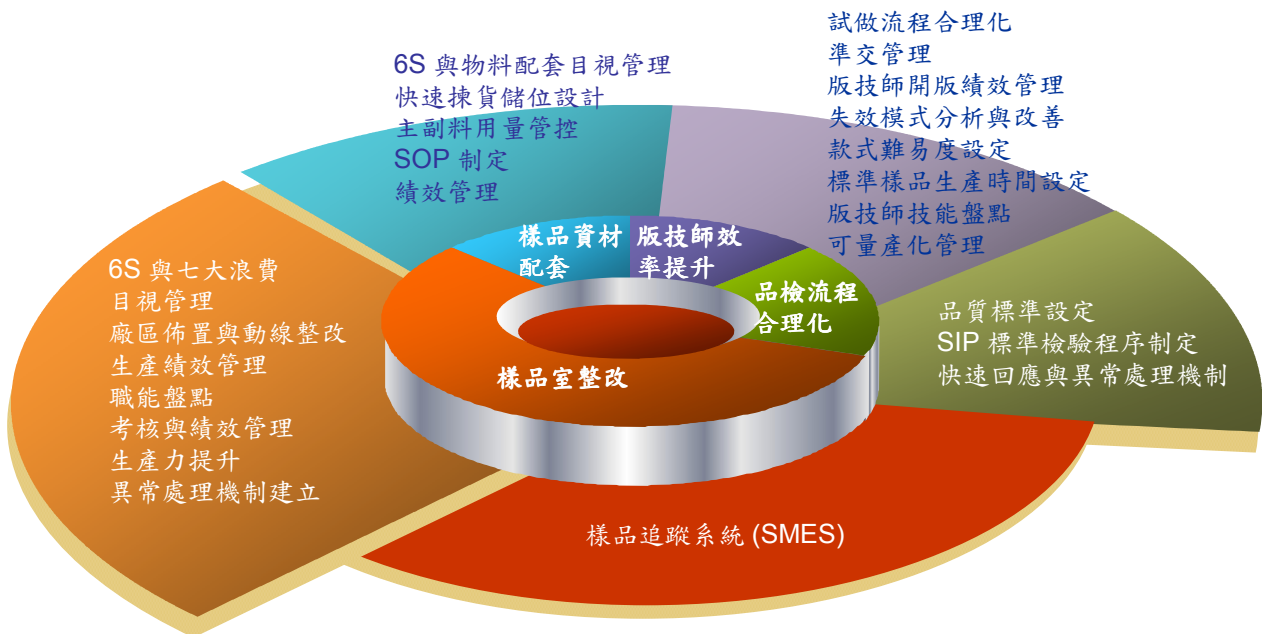


贏家的運作模式

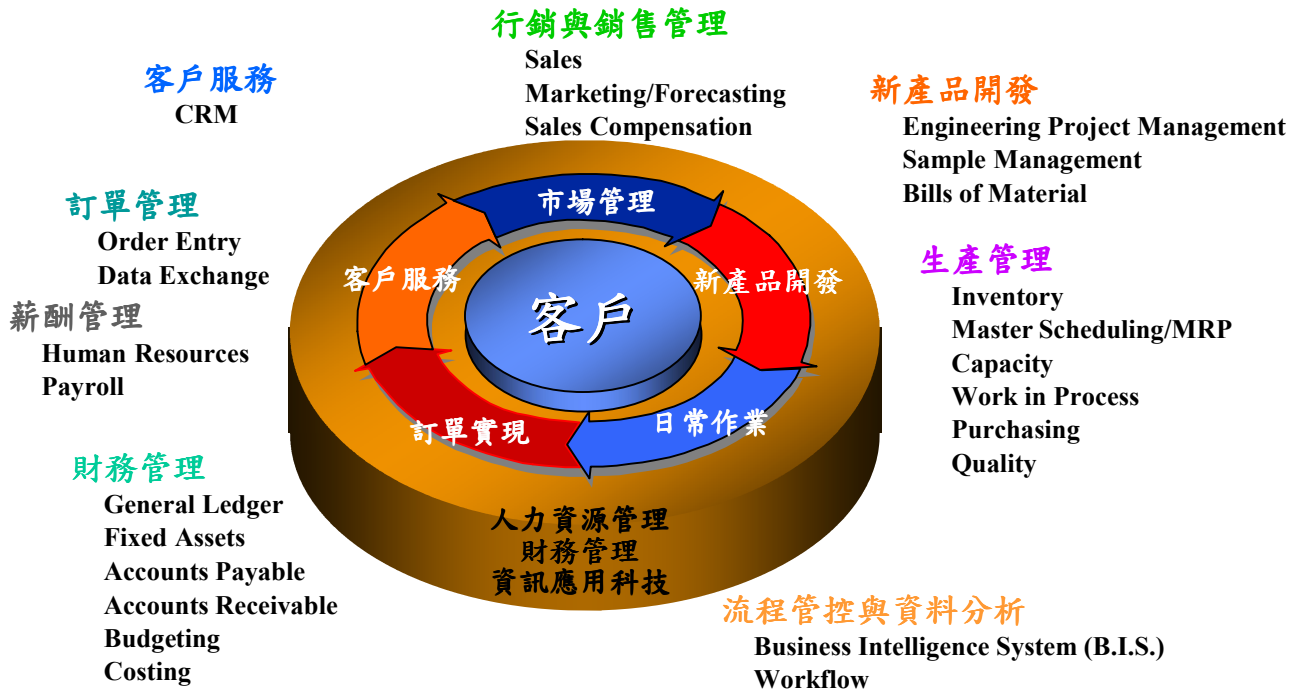
Your best partner for lean and excellence



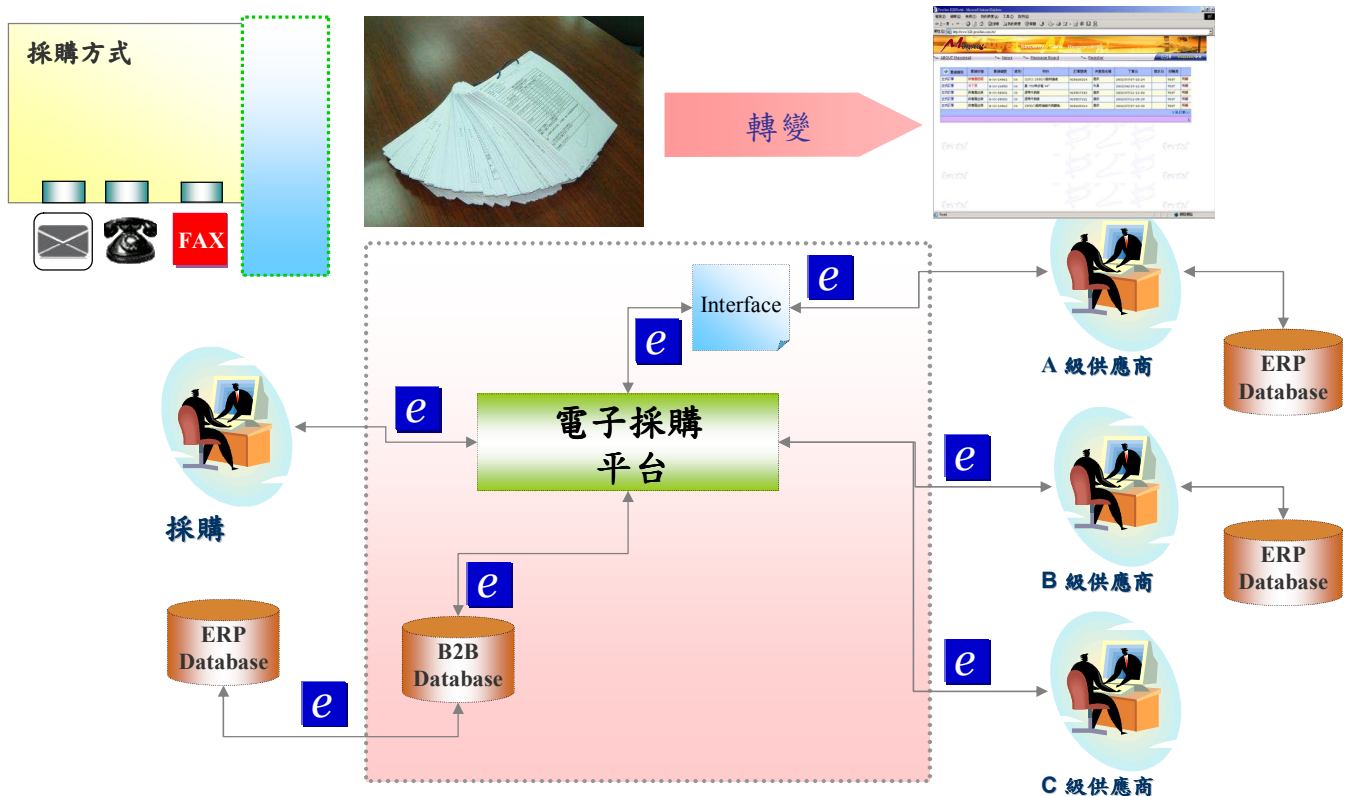
解決方案：商品開發流程與樣品室整改



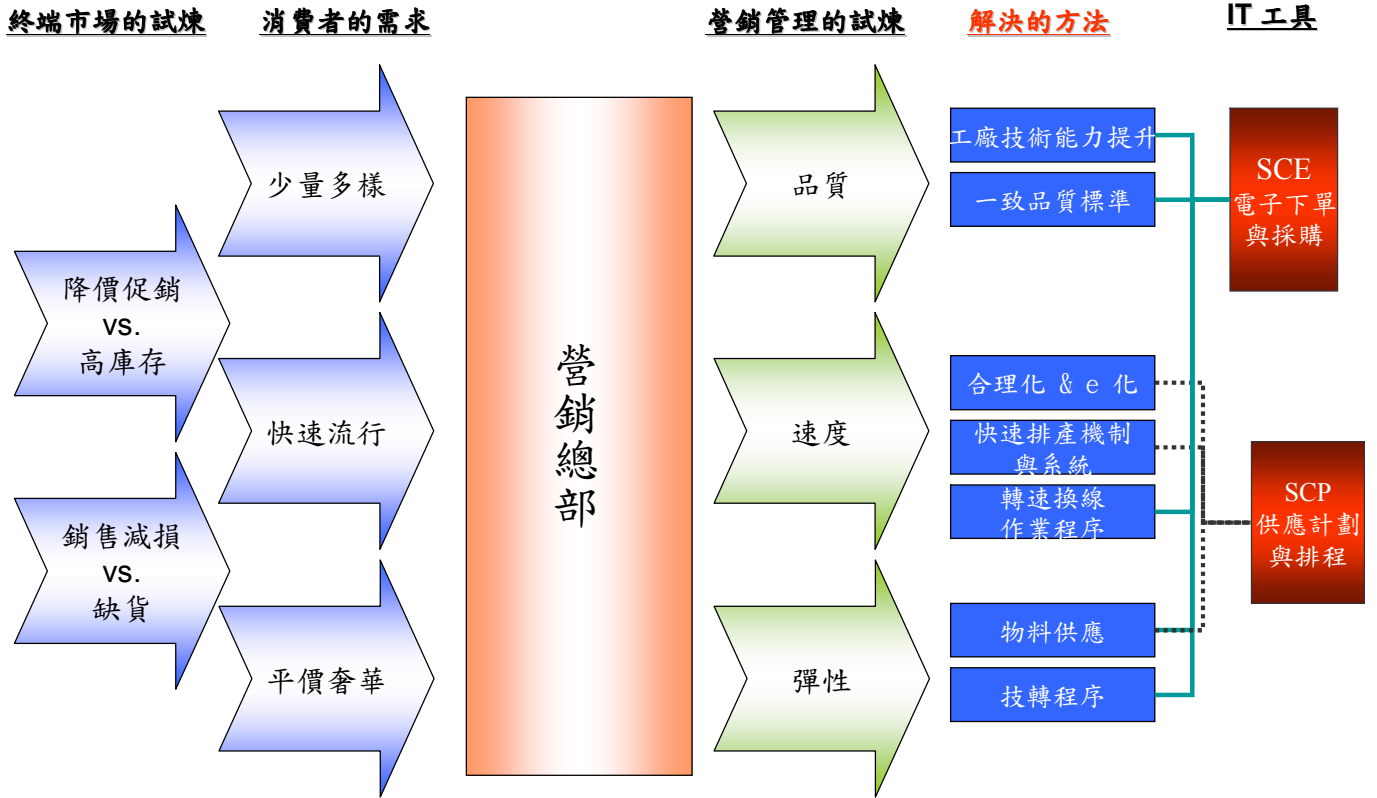
解決方案：ERP系統



解決方案：電子採購與供應鏈存貨管理



解決方案：E2E 端對端快速轉貨運作 Your best partner for lean and excellence



企業追求精實與卓越的最佳夥伴