

探索连锁经营管理在服饰企业中的应用

——以广西链接服饰有限公司为例

覃 杨

南宁学院商学院, 广西 南宁

收稿日期: 2024年5月10日; 录用日期: 2024年6月12日; 发布日期: 2024年7月12日

摘 要

近年来, 连锁经营模式在中国的发展如火如荼, 凭借其高效运营和规模化效应, 已然成为最具吸引力的投资与创业模式之一。与此同时, 随着经济的持续繁荣, 传统服饰行业的市场规模亦在不断扩大, 达到了前所未有的万亿级别。为了进一步扩大企业规模、优化资源配置、降低运营成本, 众多服饰企业纷纷选择连锁经营作为发展战略。然而, 尽管连锁经营模式在服饰行业中应用广泛, 但关于服饰企业连锁经营管理的深入研究却相对匮乏。这使得许多服饰企业在实施连锁经营时缺乏系统的理论指导, 往往只能依靠经验摸索前行, 从而制约了企业的快速发展。本研究以广西链接服饰有限公司为案例, 深入探讨了连锁经营管理在服饰企业中的应用与实践。通过对其连锁经营模式的分析与研究, 旨在为服饰企业提供有价值的理论参考和实践指导, 帮助企业更好地实施连锁经营战略, 实现可持续发展。

关键词

服饰行业, 连锁经营管理, 服饰企业, 广西链接服饰有限公司

Exploring the Application of Chain Management in Clothing Enterprises

—A Case Study of Guangxi Lianjie Clothing Co., Ltd.

Yang Qin

College of Business, Nanning University, Nanning Guangxi

Received: May 10th, 2024; accepted: Jun. 12th, 2024; published: Jul. 12th, 2024

Abstract

In recent years, the franchise business model has flourished in China, becoming one of the most

attractive investment and entrepreneurial models due to its efficient operations and scaled effects. Concurrently, with the continued prosperity of the economy, the market size of the traditional clothing industry has also expanded to an unprecedented trillion-level scale. To further expand enterprise scale, optimize resource allocation, and reduce operational costs, numerous clothing companies have chosen franchising as their development strategy. However, despite the widespread application of the franchise business model in the clothing industry, in-depth research on the franchise management of clothing enterprises is relatively scarce. This has led to many clothing enterprises lacking systematic theoretical guidance when implementing franchising, often relying solely on experience to navigate, thus restricting their rapid development. This study takes Guangxi Lianjie Clothing Co., Ltd. as a case to delve into the application and practice of franchise management in clothing enterprises. Through the analysis and research of its franchise business model, the aim is to provide valuable theoretical references and practical guidance for clothing enterprises, helping them better implement franchising strategies and achieve sustainable development.

Keywords

Clothing Industry, Chain Management, Clothing Enterprise, Guangxi Lianjie Clothing Co., Ltd.

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

现代化企业是市场经济的重要组成部分之一，在世界一体化发展趋势的影响下，给现代化企业创造了机遇的同时也带来了一些挑战，只有抓住发展机遇，才能促进企业的快速发展[1]。中国已经成为全球规模最大、种类最全、产业配置网络最完整的服装大国。根据国家统计局的数据，2023年1~12月，限额以上单位服装类商品零售额累计达到10,352.9亿元，同比增长了15.4% [2]。在中国，服装这个传统而古老的行业，仍然存在着许多前景广阔的机会赛道，而且直到现在，中国的服饰行业依旧没有独角兽企业产生[3]。此外，随着连锁经济逐渐融入公众视野，其独特的连锁经营管理模式凸显出显著的优势，探讨连锁企业经营管理的模式优势，探索连锁企业经营规模化管理的战略和方式，以及探索连锁企业如何实现经营规模化的战略与方式也显得尤为重要，这将成为推动企业实现规模化、持续化发展和成长的关键[4]。在此背景下，对于那些身处服装行业并采用了连锁经营管理作为企业管理方式的企业来说，如何制定并进一步优化其连锁经营管理方式便成了其需要深度考虑的问题。此外，面对市场的巨大变化，如何让公司的连锁经营管理方式进一步科学化、标准化和有效化已经成为公司高层的重要思考点和企业发展的重要需求。

2. 广西链接服饰有限公司概述

广西链接服饰有限公司，机构成立于2017年(前身是广西东方一致品牌服饰，成立于2006年)。是广西地区专业从事时尚女装品牌代理和连锁销售为一体的现代化服饰营销管理机构。机构目前主要代理的时尚女装品牌有“郁香菲”、“雪歌”、“佳人苑” [5]。

作为专业的时尚女装品牌营销管理机构，链接公司设有总经办、营销中心、商品中心、财务中心、商学院5个一级部门，并属设立11个二级部门，33个专业岗位。目前直营、联营、加盟在职人员800

多人。链接公司已经在广西地区开设了颇具规模的时尚女装品牌直营连锁店、加盟店合计数量已经超过 150 多家店铺。

链接公司致力于逐步完善终端店铺零售管理体系，保障终端店铺持续、健康营运与发展。其店铺形象装修格调整体偏向高雅、现代和简约，购物环境较为优美，同时坚持以“客户至上，诚信至上”为原则，为不同地区时尚女性消费者提供时尚的服饰和亲切的服务，并依靠现代化的经营管理理念、创新的营销手段和完善的服务得到了客户的好评。

3. 广西链接服饰有限公司连锁经营发展现状

广西链接服饰有限公司(以下简称链接公司)的成立虽然是在 2017 年，但其深厚的行业背景可追溯至 2006 年成立的广西东方一致品牌服饰。公司管理者们凭借在服装行业深耕的 18 年经验，取得了显著的成果。目前，链接公司在全区拥有超过 150 家终端连锁店，规模稳步扩大，同时积累了超过 20 万的 VIP 客户群体，构建了庞大的私域流量池。然而，随着公司规模的不不断扩大，链接公司也面临着一些挑战。

(一) 人力资源与文化水平参差不齐

尽管链接公司的高层和员工在行业和市场领域积累了丰富的实践经验，但团队整体的知识文化水平尚显不足。这种知识文化水平的局限在一定程度上制约了他们对行业前沿科学管理理念和技术的深入理解和有效运用，从而可能使得公司在管理和技术创新方面稍显滞后，无法迅速适应和把握市场发展的最新趋势。

(二) 数据管理权限受限

链接公司为每个门店配备了相应的电子设备及系统，用于导入和管理客户数据。然而，由于这些系统属于各品牌商所有，链接公司只能获得一般性的客户和交易信息，核心数据和总数据分析的权限则掌握在各品牌商总部手中。这极大地限制了链接公司利用数据进行深入分析和精准营销的能力。

(三) 产品创新设计与特色化存在局限性

鉴于链接公司致力于成为终端店铺零售的管理赋能先驱，其业务模式并不涵盖直接的产品生产环节，因此在产品设计的创新性和区域特色化的融入上存在一定的局限性，这种局限性在一定程度上削弱了链接公司在竞争激烈的服饰市场环境中的竞争优势。

(四) 缺乏品牌管理与标准化

由于各品牌加盟点需遵循其品牌商设定的严格经营标准，包括门店设计、促销活动和客户管理等方面，链接公司在这些领域的调控能力受到限制，难以实现统一、标准化的管理。同时，在服饰行业激烈的市场竞争中，消费者对品牌的感知敏感度逐渐降低，链接公司定位为管理赋能机构，而非直接面向消费者的品牌商，因而对于 C 端消费者来说，他们的品牌接触印象更多停留在所消费的门店对应品牌商上，如“郁香菲”、“雪歌”、“佳人苑”等，而非直接指向链接公司本身。这种情况可能导致链接公司自身的企业品牌形象在消费者心中逐渐淡化，从而影响其品牌价值和市场竞争力的提升。

4. 广西链接服饰有限公司连锁经营管理上存在的问题分析

(一) 缺少现代化的连锁经营管理人才

近年来，各领域在持续不断的发展中都凸显出对连锁经营管理人才的旺盛需求，这也是现阶段市场发展的潮流和趋势。作为一家有着 18 年服饰行业从业经验的公司来说，链接公司并不缺少管理人员也不缺少一线的营销人员，但缺少现代化的连锁经营管理综合型人才。一是因为链接公司人员的科学文化水平普遍不高，二是因为没有连锁经营管理专业出身的专业型人才，所以对于连锁经营管理相关的专业知识和认识不够，使得企业的连锁经营管理体系不够完善、连锁经营管理策略无法执行到位。

(二) 连锁经营管理标准化能力较弱

连锁经营管理策略极大地促进了企业制度、服务及设计的标准化与统一化,通过集约化的资源配置和力量整合,企业能够高效地进行制度革新、服务设计以及市场推广。同时,这种管理模式能够快速捕获市场反馈,并根据实时信息作出精准的调整与优化,从而显著提升连锁经营管理的整体效益,增强企业的市场竞争力[6]。由于链接公司经营的品牌都不是公司自身的自有品牌,且链接公司本身缺少系统性的连锁经营管理标准,使得各品牌加盟店的连锁经营管理执行标准各异,除了进行人员和货物的赋能和协调之外,公司难以对各门店进行全面统一的标准化管管理,无法将连锁经营管理的优势充分发挥。

(三) 企业连锁经营信息管理意识不强、系统不完善

信息管理系统是现代连锁经营管理不可获取的重要组成部分,通过信息管理系统可以有效帮助连锁经营发掘企业潜在的问题[7]。在当前的大数据时代,链接公司连锁经营在信息管理方面展现出一些明显的短板。一是对于信息的敏感度尚显不足,他们虽然积累了海量的客户信息记录,但尚未意识到利用大数据分析与管理运用信息的潜力,从而错失了在精准营销和门店业绩提升上的重要机遇。二是专业的信息管理人才匮乏成为制约链接公司发展的重要瓶颈。这些人才对于构建、完善、升级和运营信息系统至关重要,但当前企业在这方面的人才储备明显不足,影响了其信息化建设的步伐和效果。

(四) 自身品牌形象薄弱,阻碍了企业连锁经营的进一步扩大

连锁经营管理企业要不断加强自身品牌建设力度,塑造优质品牌形象,增强其产品服务及市场影响力,从而助力企业连锁经营稳健发展[8]。但在这激烈的行业竞争中,众多品牌涌现,使得客户对品牌的感知度逐渐降低。而链接公司所经营的品牌与其企业品牌不完全契合,品牌形象在一定程度上会被淡化。尽管旗下门店会根据节假日等时机进行定期营销,但链接公司本身却鲜少针对自身进行品牌营销,这进一步制约了其品牌形象的提升和强化,限制了企业连锁经营的扩张。

5. 广西链接服饰有限公司连锁经营管理优化的建议

(一) 加强公司连锁经营管理专业人才力量

国内连锁企业发展迅速,不仅完成了线上线下的连通与经营结构的日趋完善,还实现了连锁经营总体规模与经营利润的持续扩大,但在具体经营过程中,人才的巨大缺口仍严重制约着连锁企业的进一步发展。链接公司应加强公司连锁经营管理专业人才力量[9]。

1) 外部引入

在当前链接公司自身大量缺乏连锁经营管理专业人才,特别是顶层人才的时候,应考虑通过外部引入来弥补自身的不足。外部引入的方式可以有两种,一是对管理层级的人员,可以进行直接的招聘引进,以快速帮助链接公司进行连锁经营管理体系的顶层设计,弥补自身由于缺乏连锁经营管理顶层人才,解决链接公司连锁经营管理体系设计不够完善的问题。二是对一线营销的人员,可以通过开展校企合作的方式,进行连锁经营管理专业人员吸纳。这样既响应了政府的要求、学校的规划,满足了学生的就业需求以及链接公司的宣传和专业人才需求,同时也加深了招聘员工对于链接公司的认识,强化了“现收现用”的能力,一举多得。

2) 内部培养

既然链接公司已经选择了连锁经营模式作为长期经营发展模式,只靠外部引进肯定是不行的。如果只从外部大量引进,一是会造成链接公司人力成本的大量增加;二是会造成链接公司内部的不和谐竞争;三是会造成链接公司缺乏内部成长力。因此链接公司可以通过其引入的管理级连锁经营管理人才及链接公司商学院开展连锁经营管理专业人才培养,其首要的培养对象应为合适并且愿意进行连锁经营管理专业知识学习提升的链接公司内部人员,以便于能最快的将连锁经营管理专业人才培养的基础框架建好,

并为链接公司提供源源不断的内部人才和成长力。

(二) 制定管理标准，加强连锁经营管理标准化能力

连锁经营管理模式能够使企业不断完善和优化企业自身的管理模式，明晰连锁企业经营管理的定位和方向，使企业管理流程化、标准化和具体化，促进企业规模化、持续化发展。由于链接公司之前并没有属于自己的系统化连锁经营管理标准，大多是依靠多年的行业管理经验进行经验式管理，偶尔会参考借鉴一下合作品牌商的一些具体管理条例。所以链接公司应该建立属于自己的系统化连锁经营管理标准，制作成册，以便于参考执行，加强连锁经营管理标准化能力。

首先，应该对链接公司各个合作品牌商的系统化连锁经营管理标准框架或手册进行参考、对比，以尽量做到集各家之所长，使得链接公司的连锁经营管理标准框架或手册更加的科学化与合理化。其次，应对链接公司已沉淀的文化与标准进行系统性梳理，并制作成册，应该以企业文化手册为总引导，以后台管理手册为支持，以终端店铺管理手册为执行，这样才能便于链接公司的各项连锁经营管理事项能够“有准可依”。其次，在链接公司连锁经营管理标准制作成册后，则应该首先在链接公司的直营门店内进行“标准试推”，一是因为需要观察所制定的标准是否科学、合理、可行，是否需要适当修改；二是因为链接公司的直营门店一直都是受到链接公司总部的直接管理，进行沟通与管理的阻力最小，推行的阻力也最小。最后，当已制定的连锁经营管理标准经过直营店的实践，证明其科学性、合理性和可行性之后就可以全面试行和执行。

(三) 完善企业连锁信息管理系统

连锁企业的发展必须建立一套完整的连锁信息管理系统，这样的系统对于实现连锁企业的标准化、规模化、信息化和智能化管理具有至关重要的作用[10]。链接公司作为终端店铺零售的管理赋能机构，在服装行业深耕多年，积累了大量的客户数据和良好的一手数据收集能力。然而，由于其非科技公司的属性，以及员工构成主要集中在一线销售人员和管理人员，信息技术类人才相对匮乏，导致公司在信息管理方面存在明显短板。具体而言，链接公司面临三大挑战：一是信息技术类人才的不足，二是信息管理意识的欠缺，三是缺乏完善的信息管理系统。为了克服这些挑战，链接公司可以考虑引进专业的信息技术人才或与专业信息技术公司合作。在权衡利弊后，与专业的信息技术公司合作对于链接公司而言更为合适。首先，专业公司具备先进的技术能力和设备，能够提供更为稳定和高效的解决方案。其次，合作可以迅速将企业信息管理系统建立起来，满足公司快速发展的需求。最后，合作方式无需承担过多的人力成本，降低了公司的运营压力。通过与专业信息技术公司合作，链接公司将能够充分利用其数据资源，提升数据分析和精准营销能力，进而在激烈的市场竞争中保持领先地位。同时，这也将为公司未来的发展奠定坚实的基础。

当信息管理系统基本完善之后，就可以实行 SO 战略，将自身的优势与外部机会相结合，把自身拥有的巨大的客户数据备份导入链接公司的信息管理系统中，进行大数据分析，找到目标人群，充分利用因业内大量企业店铺而留下的行业恢复期，抢占市场份额，开展精准营销，帮助门店和企业提升业绩，在加强企业连锁经营管理的同时进一步扩大企业连锁经营规模。

(四) 加大自身品牌形象宣传，进一步扩大企业连锁经营规模

连锁经营模式已经成为众多企业的选择。然而，尽管这种模式带来了诸多优势，如规模经济、品牌扩张等，但它也带来了一些挑战，尤其在品牌管理方面。品牌管理的主要任务是创造和维护品牌的价值[11]。链接公司应深刻认识到品牌形象在连锁经营中的核心地位，并立即付诸行动以提升其品牌形象。在线上领域，公司应充分发挥其庞大的客户数据资源和先进的信息管理优势，借助多种流行且易于接受的传播渠道，如在线媒体、社交媒体平台(如微信朋友圈、抖音等)，精心策划并发布一系列引人入胜的内容，如新品发布预告、时尚穿搭指南、衣物护理小贴士以及积极向上的生活态度分享等，以链接公司的名义

进行全方位的品牌形象塑造与宣传。

在线下领域，链接公司亦需积极作为，将品牌元素巧妙地融入门店的每一处细节中，使每一家门店都成为品牌的璀璨名片。若条件允许，公司可定期举办以链接公司名义的特色活动，如VIP客户专属生日庆典、限时特惠周、时尚潮流展览等，通过这些活动，进一步加深消费者对品牌的认知与好感。

此外，员工的参与同样不可或缺。在信息爆炸的时代，每个员工都是品牌传播的重要媒介。公司应鼓励员工积极分享公司文化、参与品牌活动，将品牌故事传递给更多的人，从而极大地扩展链接公司品牌形象的传播范围。

通过线上线下的综合营销策略，链接公司可以不断在目标受众中重复展示其品牌形象，提高消费客户及潜在加盟商对品牌的接触频率与感知度。这不仅有助于强化品牌形象，更能为公司连锁经营规模的持续扩大奠定坚实基。

6. 结论

随着零售业的不断演进，连锁化和规模化已然成为其发展的必然趋势。首先，连锁经营的区域分布将更加精准合理，确保各地区的消费者能够便捷地享受到高质量的零售服务。与此同时，连锁经营的行业范围将持续拓展，覆盖更多领域，满足消费者日益多元化的需求。

在业态形式上，连锁经营将更趋于合理化和多样化[12]。各种创新的经营模式将不断涌现，为消费者带来更加丰富的购物体验。这不仅有助于提升品牌竞争力，也将推动整个零售行业的进步。在经营管理方面，连锁企业将更加注重规范化，运用先进的技术手段提升管理效率。这将有助于企业降低成本，提高服务质量，进而增强市场竞争力。

随着竞争的加剧，连锁企业将面临更加严峻的挑战。但我相信，这种竞争将促使企业不断创新，提高服务质量，从而为消费者带来更好的体验。在这个充满机遇与挑战的时代，连锁企业将不断迈向新的高度，为零售业的繁荣发展贡献更多力量。

参考文献

- [1] 戈丹. 连锁经营管理对企业发展的推动作用分析[J]. 商讯, 2020(29): 121-122.
- [2] 张楠. 服装业承压前行: 生产下滑结构继续优化[N]. 中国工业报, 2024-02-27(008).
- [3] 连一席. 中国独角兽报告: 2020 [J]. 发展研究, 2020(11): 18-28.
- [4] 郝强. 连锁经营管理对企业规模化发展的重要意义[J]. 现代经济信息, 2018(20): 67.
- [5] 广西链接服饰有限公司. 公司简介[EB/OL]. <http://www.gxylink.com/>, 2024-05-10.
- [6] 肖凌燕. 创业导向下高职连锁经营管理实践教学的创新[J]. 黑河学院学报, 2019, 10(11): 128-130.
- [7] 周英驰. 以赋能为核心的YC口腔医疗公司连锁经营管理模式研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京交通大学, 2022.
- [8] 彭晶晶. 连锁经营管理对企业发展的价值[J]. 上海商业, 2023(2): 238-240.
- [9] 汪佳. “新零售”背景下高职“连锁企业经营与管理”课程教学改革探析[J]. 河北职业教育, 2023, 7(3): 78-81.
- [10] 赵丹. A连锁便利店发展战略研究[D]: [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古财经大学, 2021.
- [11] 李彬. 连锁经营模式下的品牌管理与差异化竞争策略[C]//百色学院马克思主义学院, 河南省德风文化艺术中心. 2023年高等教育科研论坛桂林分论坛论文集. 2023: 2.
- [12] 高山. 苏宁徐州公司“新零售”下连锁店经营管理模式研究[D]: [硕士学位论文]. 徐州: 中国矿业大学, 2020.