经理人：打造中国职业装品牌 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文
https://www.100test.com/kao_ti2020/282/2021_2022__E7_BB_8F_E7_90_86_E4_BA_BA_EF_c123_282981.htm 徐家逊虽年少，但在营销策划中，出的点子总是别出心裁。１９９１年，在武汉的促销活动中，他想到了有奖销售，在当时这还是件新鲜事。这一年的３月至５月份，大哥大西装在武汉商场的销售活动中，营业额竟高达１７０余万元。 徐家逊总是这样一幅样子：穿着西装，打着领带，十足一副职业经理人的样子。但是，他身上穿的永远都是国产品牌大哥大。 作为广东大哥大集团有限公司的总经理，徐家逊无论去哪里，总是穿着自己品牌的西装，“ 这也算是自己给自己做广告吧。许多人说我不像广东人，因为广东的靓仔平常不穿西装。 ”刚从北京参加完全国职业服装大赛的徐家逊笑着说。 西装创出品牌 徐家逊出身于一个制衣世家，爷爷曾在香港经营制衣业，父亲徐保子承父业，２０多岁时已是远近闻名的裁缝师傅。８０年代初，中国人穿西装的还没几个，当了几十年裁缝，精通西装设计剪裁的徐保已敏锐地意识到西装将会被国人普遍接受。他率先引进国际流行的西服板型，进口优良布料。首批产品在广州南方大厦试销就受到消费者的欢迎，很快销售一空。 徐家逊亲眼目睹和亲身经历了“ 大哥大 ”创业的艰辛和辉煌。由一个小小的家庭式缝纫作坊变成一个具有现代化一流设备的西装厂。大哥大西服从小镇走进全国十大名牌的行列。 １９８９年，徐家逊从广州外国语学院回家随父兄创业。１９９０年参加全国十大百货商场贸易联合会，从而打开了“ 大哥大 ”西装市场。 徐家逊虽年少，但在营销策划中，

出的点子总是别出心裁。１９９１年，在武汉的促销活动中，他想到了有奖销售，在当时这还是件新鲜事。这一年的３月至５月份，大哥大西装在武汉商场的销售活动中，营业额竟高达１７０余万元。 职业装再造辉煌 但是，在徐家逊担任“大哥大”西装销售总负责人期间，却遇上了西装市场出现疲软。于是，他推出了“个性服务，无库存销售”策略，把“大哥大”的业务转向职业装的制作。以新颖独特的设计，争取了大量来自航空、邮电、铁路、银行、工商、宾馆等不同行业的客户。 徐家逊认为，目前中国的职业服装发展正赶上好时机，很多单位的职业服装正面临提高档次，全面改装的阶段。“如去年全国公检法换装就是职业装的市场需求开始提升的一个实例。”以前，一个１０００人的单位做服装，几乎有３００人的不合适。许多职工以前不愿穿工作服，有些人甚至一年没穿过，有些则回家就脱。而现在，“大哥大”职业装的档次逐年提高，从量体、统计、裁剪、制作、包装，从头到尾都会有专人跟，避免更换，不仅服装的合格率达９９％，可穿率也达９９％。高质量的制作令“大哥大”成为广东最大的职业服厂家。“我们已先走一步，去年在广东成立了第一家大规模的服装设计研究中心，聘请参加职业服装大赛的得奖者作设计顾问。世界服装业呼唤个性，必须改变广东服装在设计方面单兵作战的落后态势。‘大哥大’以前也像其它服装企业一样，热衷于模仿意大利等先进国家的设计制作，但一味地模仿所导致的‘水土不服’，低层次的竞争。这使我们不得不在服装设计上寻求突破。”“中国人现在开始对职业装的观念逐步改变。以前给人古板印象的职业装也开始与时尚结合，今后也将会更多的职业装设计

大师出现。我看好这个市场。”徐家逊对未来充满信心。
100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com