

徐家逊：打造民族服装品牌的掌门人 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__E5_BE_90_E5_AE_B6_E9_80_8A_EF_c123_282983.htm 打造民族服装品牌的掌门人 把一个小小的家庭式缝纫作坊发展成集高级职业服装定制、珠宝钻饰、拍卖、传媒、房地产、IT、医疗器材等多个行业，总资产4.83亿元，年营业额3个多亿，年利税1300多万元的集团型企业，少帅徐家逊经历了太多的艰辛。但正是在这一过程中，他实现了从一个“青涩”大学生向成熟企业家的蜕变。徐家逊在大学期间就和父兄一道创办了广东大哥大集团公司。在完成好学业的同时，他潜心研究经营之道。1992年，毕业后的徐家逊担任了“大哥大”西装销售总负责人。虽然年少，但徐家逊的营销策划总是别出心裁。经过市场不断的考验和洗礼，徐家逊迅速成熟起来。1994年，他正式出任大哥大集团公司总经理，接过企业继续发展壮大的重担，踏上了新的事业征程。为了开拓广东以外的市场，在公司人员少的情况下，徐家逊自己坐火车来回奔跑于北方各大城市之间。他一路颠簸、肩背手提，带着几大包裹样板服到各大商场宣传推介，硬是以丰富的知识、过硬的技术和良好的品德使“大哥大”西服精细的做工及上乘的质量被众多商家认可，纷纷与其签订了合同，同意服装进驻商场。就这样，徐家逊迈出了商旅生涯的关键一步，“大哥大”西服从此走出广东，走向全国。徐家逊始终坚信思路决定出路，一直把创新思维融入企业经营管理之中。在西服市场疲软的情况下，他通过市场调研发现，在广东凡是职工和学生都要求穿制服，仅在三资企业的“上班族”就不少于1000万人，而

当时西服市场上竞争激烈、制服领域却少有人涉足。他抓住这一市场细分上的“亮点”，果断推出了“个性服务，无库存销售”战略，使“大哥大”的业务转向职业装的制作。现代职业装已不是俗称的“工衣”那么简单，它在拥有功能性、实用性的同时，更注重融入科技与环保、时尚与艺术的元素。徐家逊认为，很多行业的职业装正处于提高档次、追求品牌化全面改版的阶段。为此，他提出创中国职业装一流品牌的口号，并付诸于实践。2005年，大哥大集团成立了第一家大规模的服装设计研究中心，聘请参加职业装大赛的得奖者做设计顾问。“大哥大”职业装从量体、统计到裁剪、制作、包装都有专人负责，不仅服装的合格率达100%，可穿率也达99%，始终引领流行趋势。高质量的制作令“大哥大”成为广东最大的职业装厂家，集团生产的制服西服每年以20%的速度增长，成为全国制服西服行业的“龙头”。“在一般人看来，传统的服装行业与金银首饰似乎不沾边，其实它们的结合是时尚秀中的一个点缀。”这是徐家逊的一个前卫时尚理念。作为企业决策者，徐家逊不断地思考着品牌如何创新、渗透、推广，特别是做好品牌延伸的课题。

从1997年起，公司瞄准时尚行业，向珠宝、钻饰领域拓展，并成立了“DKD”珠宝公司。凭借强大的设计能力，吸取传统首饰设计精华并借鉴国外先进经验、前卫观念，设计出了富有个性而又引导潮流的DKD高级珠宝钻饰产品，深受消费者的青睐。徐家逊常说：“是党的改革开放政策给了我创建企业、发展事业、成就辉煌的机遇，我理应回报社会。”他积极参与、支持各项社会公益事业，为体育、教育、救灾、修路、资助孤寡老人等事项捐款累计达千万元以上，为社会

提供了1300多个就业岗位并安置了150多名下岗职工。目前，大哥大集团下属16家分公司，年生产西装能力达80万件套。公司凭借“诚信经营、质量至上”这一法宝，在激烈的市场竞争中立于不败之地，连续8年获“全国服装销售收入和利税总额百强企业”称号，大哥大西服也先后荣获“国家免检产品”、“广东省名牌”、“广东省著名商标”、“第26届奥运会中国记者团唯一指定西礼服”、“2006年第三届全国体育大会唯一指定西服礼服”等荣誉。徐家逊认为，服装代表着一个国家的文化。他将带领着大哥大集团与时俱进，积极与国际接轨，不断调整市场策略、完善销售网络、增强经营力度，以开放的意识与国际性标准提升品牌价值，把我们民族服装品牌推向世界的大卖场。 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