

# 《赵迎光说韩都衣舍》

## 图书基本信息

书名：《赵迎光说韩都衣舍》

13位ISBN编号：9787111509676

出版时间：2015-8-1

作者：赵迎光 口述,伟雅俱乐部 编辑

页数：260

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《赵迎光说韩都衣舍》

## 内容概要

这是来自一线的声音，原汁原味，丝毫不做作，这本《赵迎光说韩都衣舍：一个网商的成长回顾及未来展望》展现的就是互联网商业的经验材料，讲的全是干货。韩都衣舍的成功，是“互联网+服装”产业的成功。赵迎光对互联网的敏锐感觉、对多元文化的认识，让他最终进入了互联网时尚行业，并且如鱼得水。韩都衣舍的成功，也是互联网原创品牌的成功。赵迎光和他的韩都衣舍的组织模式、供应链体系、营销能力都独具优势，最关键的是，赵迎光和他的团队孜孜不倦的创新精神，是驱动韩都衣舍不断前进的最大动力。

## 书籍目录

- 推荐序一 百亿品牌不是梦想
- 推荐序二 向有互联网情怀的人致敬
- 推荐序三 “群落型组织”的崛起
- 推荐序四 这一代网商的梦想
- 第1章 小组制是公司的发动机
  - 1.1 互联网不是渠道，而是革命
    - 做互联网品牌要问三个问题
    - 找到关键点，在点上尽量做
    - 从做品牌到做平台
  - 1.2 以小组制为核心的单品全程运营体系
    - 互联网提供了低成本快速试错的可能性
    - 在最小的业务单元上实现责权利统一
    - 产品小组更新自动化
    - 投资小组是为了投资于人
    - 不是去组织化，而是再组织化
    - 随时随地上新带来免费流量
    - 每个产品都是“妈妈”和“保姆”照顾的结果
    - 细说小组制的三点好处
    - 把阿米巴模式应用到互联网上
  - 1.3 传统服装企业，互联网在踢门
    - 读懂互联网品牌的供应链
    - 逛是强需求，买不是强需求
    - 把公司变成“云”
- 第2章 打造时尚品牌孵化平台
  - 2.1 将韩都衣舍建成一个开放的体系
    - 企业快速发展的核心招数是建团队
    - 选款师要能“抄得好”改得好
    - 通过关键人管起供应链体系
    - 花时间建ERP系统是值得的
    - 坚决不做线下店
    - 能做供应链和能做品牌是两码事
    - 联营模式的大开放系统
  - 2.2 韩都衣舍：一个线上品牌的衍变
    - 多品牌：突破天花板的必选项
    - 小组制：为平台化发展做准备
    - 从抓大放小到抓小放大
    - “疯狂”的未来：云平台上的设计师
  - 2.3 当素缕遇到韩都衣舍
    - 管理体系的融入是关键
    - 专注调性，快速发展
    - 探索多品牌孵化的有效路径
  - 2.4 韩都“阿米巴”+无线=服装品牌孵化平台加速器
    - “阿米巴”奇迹韩都版
    - 当无线遇上“阿米巴”
- 第3章 核心是经营人，而不是经营事
  - 3.1 小组制的人性面
    - 工资结构随发展而变化

组织转型要走完一个过程

小组制是对人性的理解和一种驱动

选品牌是选有情怀的创始人

3.2 成就有梦想的团队

小前端、大后台、富生态

互联网品牌是属于90后的

3.3 合伙人制是\*\*核心的问题

我只找比我能的人

员工持股计划

千军易得，一将难求

找增量市场，找合适的人

3.4 电商之争\*\*终是人才之争

全国品牌得靠全国人才

互联网品牌是“人以群分”

栽下梧桐树，引得凤凰来

小组制的人员配置和目标管理

在工作中传帮带

帮助子品牌坚持调性

把钱更多投放在产品研发上

第4章 韩都衣舍的成长和未来

4.1 一个草根网商的成长回顾及未来展望

韩都衣舍的创立没有区位优势

从代购品牌到自有品牌

成长中的烦恼

从封闭系统到开放平台

4.2 企业从0到1的定位阶段是\*\*难的

买手制品牌与买手小组

老板要有守弱的理念

企业是养猪的，投资人是卖猪肉的

找准定位是赢的关键

4.3 成长的进化：小组制背后的管理能力

欢迎来到电商现场

从陆地到海洋，玩法变了

做中间层平台模式

仅靠机制是不够的，关键是能力

附录

附录A 赵迎光创业小史

附录B 赵迎光微博微信碎碎念

附录C 伟雅网商俱乐部：一个能够深度分享的平台

# 《赵迎光说韩都衣舍》

## 精彩短评

- 1、主要讲小组制，买手制，孵化器，内容有点拼凑之嫌
- 2、整理的不够细致，且内容编排缺乏逻辑性，前后重复的内容较多。但是作为一个商业案例还是比较鲜活和真实，对于互联网企业与线下企业的区别有了更进一步的认识，对于传说中的小组制也有了本质上的理解。积累鲜活的企业案例，其实是一个管理学习者必不可少的功课，即便过了一段时间，这些企业衰落了，至少也可以对比出当时兴盛的原因与衰败的根源。借由这本书，对服装行业还有了一点了解，算是附加的收获。
- 3、有些点是值得学习的，但更多是时也势也，有选择的吸取就好了
- 4、通过一本书了解了一个企业发展的脉络，值得一读。
- 5、表达这个思想，写三分之一厚足矣。非标的产品没有大规模，平台化的网商是做大做强方向和未来。太扯淡的就是同一个内容第一章写，第二章写，一直写到附录。浪费我时间
- 6、算是接触服装行业的一个小起步，服装行业是红海，很大，但是每一个细分的行业就蓝海，中国没有做到极致的那一种品牌。  
韩都从08左右做到现在的类目第一，几十个品牌，一步步走来并不轻松，从最初的买手制到之后发展的小组制，是实践得出来的结果。  
生产“垃圾”卖，OEM，ODM，到成立了自己Hstyle，AMH，甚至现在不断的结合自有品牌和外界品牌，简直是互联网良心咯。
- 这本书可读性挺高的，不到一天看完，可以回味一下结合自己的创业经历
- 7、干货有的，编排缺乏逻辑。韩都应该是国内在模式上唯一能赶超zara的了，但产品是硬伤
- 8、内容很有意思，特别是管理制度上。但是他家的衣服真的不好看。ZARA是200多个设计师全世界看秀，回来打扮改衣服；韩都的设计师看韩国的衣服，回来改。眼界和品位上差距还是很大的。
- 9、1
- 10、作为一个淘宝草根创业者，我对韩都衣舍是充满敬意的，向超老师学习。
- 11、挺实在。
- 12、访谈记录合集，不值得
- 13、还不错，几个大型的采访和讲座变成了文字版，不过还是可以清楚地了解到韩都衣舍从创立到现在的发展过程以及几大股东的加入背景，有借鉴意义。重要的是让我了解到了好多个以前不知道的女装品牌，大功一件。
- 14、这本书值得一看的。干货多多，在道和术的方面都有提及，道偏多。赵迎光本人的个性铸就了这家企业的文化以及这本书的内容。其实赵总说的是对的，没必要藏着掖着的。互联网世界瞬息万变，而且是不断试水前行的地方，唯有互联网思维和互联网精神来不断改造。看完本书，我感兴趣的是供应链的管理，这个几乎没有提及如何管理。看样子公共读本的深度还是不够的啊。无论如何感谢这本书的内容制作单位和赵总本人。
- 15、文章写的比较冗长，逻辑也不是很清晰，但是干货不少，韩都的成功是有目共睹的，清晰的商业逻辑，所谓的小组制我的理解就是保证产品正常经营最小化的利益共同体，小组成员通过利益捆绑，对产品的营业额、利润率、库存周转率进行复制，整个韩都衣舍实际上以主品牌的成功基础上，利用标准化的人员和资源配置，以项目组的形式快速扩张SKU，通过多品牌的孵化经验打造更深层次的时尚平台，韩都成功的阿米巴模式值得深入学习。
- 16、产品为王，扁平管理，每个团队都是小公司，值得之后再看看。

# 《赵迎光说韩都衣舍》

精彩书评

# 《赵迎光说韩都衣舍》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)