

全面的掌握，经销商对公司销售策略的执行力也相对较弱。因此公司在销售模式方面也在进行新的尝试，公司已在全国主要省市甄选代理商，计划采取代理销售的方式进行销售渠道的拓展，通过代理销售将更有利于公司的品牌维护和产品推广。另外，公司也在尝试通过互联网方式对品牌女装进行销售。通过对于新模式的拓展和尝试，可以增加公司销售的自主性。

（三）发展计划

未来三年，公司在品牌、产品、渠道及人力资源方面的战略及规划如下：

1、品牌推广方面 申请商标，通过升级品牌终端 VI 系统、建设品牌自媒体平台以及有选择的参加线下品牌推广活动（如展会或跨界联合推广等形式）、推广智能服装新开技术 以及参加专业领域的展销会等途径传播品牌价值及产品应用价值，提高品牌附加价值。

2、产品开发方面 公司将更系统、专业的进行产品开发工作，通过市场调研，准确锁定目标 客户及产品开发方向。通过增加专业买手和自主设计师来扩大产品研发队伍； 通过产品定价反向核算开发成本，进一步整合供应链，以支撑产品定价策略； 向国际、国内知名品牌商学习其在产品开发、商品企划方面运作思路和管理经验。

3、渠道方面 在现有渠道的基础上，通过整合供应链资源、优化品类结构、控制产品成本以及电商运营人员专业程度等方面提高运营水平，加大电商平台的销量；以华中为中心，向华东区域辐射，增

加直营网点的比例；增设社区店，探索高品质社区店经营模式，为品牌综合社区店构想积累经营和参考依据。

4、人力资源方面 公司将继续加强人才的培养，制定相应的人力资源发展计划。公司将积极引进专业人才，加强公司人才队伍建设；同时，持续实施优先从公司内部选拔 人才的培养计划，将根据制定的人才培养成长通道，在已有骨干和储备人才中 通过培训、轮岗、规划引导、提供实践学习机会等，有计划的从内部培养选拔 相应的专业人才；对于核心技术人才，通过实施股权激励计划，使员工的个人发展与公司发展紧密结合，实现双赢。

（四）实现上述计划面临的困难

1、产能不足，公司产品虽具有一定的竞争力，且有着广阔市场前景。但按照当前的 产能难以满足持续增长的订单需求，影响公司开拓新客户的能力，限制了公司的 进一步发展，从而影响公司的长期盈利和行业地位。

2、线下销售渠道尚需扩大， 虽然公司目前与政府机关及一些知名企业有着良好的合作关系，然而随着市 场竞争加剧，公司目前尚缺少足够的实力与竞争对手进行竞争。

3、信息化系统需要进一步提升 公司在信息化建设方面与知名品牌企业相比较还存一定差距。随着公司渠道 规模、供应链条的扩张和延伸，渠道终端的信息化管理，特别是渠道终端和供应 商的管理和资源有效整合，以实现信息资源共享、供应链快速反应、科学决策等 方面需要进一步加强。

4、公司管理面临人才短缺劣势 公司正处于高速成长期，积极向相关业务领域拓展，公司在战略规划、资源整合、组织配置、运营管理、资金管理、内部控制等方面都将面临挑战，对于相关的经营管理人才和管理资源产生较大的需求，特别是具有多年的从业经验、既精通服装行业市场营销又了解客户需求的人才。