# 有关中小企业财务报告汇总(6篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-09-13

*有关中小企业财务报告汇总一(一)清欠工作落实情况。一是高度重视清欠工作。县分管领导亲自研究部署，多次召集相关镇、相关部门负责人座谈，要求相关镇、相关部门认真贯彻落实好李克强总理在国务院常务会议上对清理拖欠民营企业特别是中小企业账款工作的部署...*

**有关中小企业财务报告汇总一**

(一)清欠工作落实情况。一是高度重视清欠工作。县分管领导亲自研究部署，多次召集相关镇、相关部门负责人座谈，要求相关镇、相关部门认真贯彻落实好李克强总理在国务院常务会议上对清理拖欠民营企业特别是中小企业账款工作的部署和要求，统一思想，提高站位，充分认识清欠工作的重要性，增强紧迫感和责任感，迅速开展清查、清欠行动，务求取得实效，为民营企业发展壮大和经济社会持续健康发展营造良好营商环境。为贯彻落实党中央、国务院，省委、省政府，市委、市政府关于推动和加强中小企业（民营经济）发展的工作部署，我县于20xx年12月24日成立了惠东县促进中小企业发展工作领导小组，由县长任组长，常务副县长人常务副组长，分管中小企业副县长任副组长，相关部门主要领导为成员，切实加强对清理拖欠民营企业中小企业账款等工作的领导。二是制定工作方案。县中小企业局按照上级文件要求，制定了惠东县开展清理拖欠民营企业中小企业账款工作方案，明确工作原则、工作机制、工作任务、工作要求、完成时限等，稳步推进清欠工作。三是全面开展排查。各镇、各相关部门按照方案，对拖欠民营企业账款问题进行全面排查，摸清底数。经排查梳理，我县共发生拖欠民营企业中小企业账款6宗，欠款金额809.25万元。

其中：

①白花镇政府2宗，拖欠惠州市启明物业管理有限公司非法养殖场清拆工程款99.47万元，拖欠惠州市东晨装饰工程有限公司卫片执法违法图斑整改复耕复绿工程款9.26万元；

②吉隆镇政府2宗，拖欠伟信实业投资有限公司吉隆河清理工程款43.7万元，拖欠佛晓工程服务有限公司半径村陂头工程款18万元；

③铁涌镇政府2宗，拖欠建龙公司购地款280万元，拖欠林这霖土地转让款358.82万元。

(二)目标任务完成情况。积极采取措施，确保清欠工作落实到位。县中小企业局按照市有关要求和县领导的批示精神，认真落实工作任务，对市里每次下发的相关文件，都及时转发或另行通知给各镇、各相关部门，定期报送相关材料，建立了较完善的工作台账。对发生拖欠账款的3个镇，县中小企业局主要领导、分管领导、业务股室负责人多次进行实地督查，要求相关镇决不能拖全县后腿，确保按期偿还相关欠款。由于领导重视、上下联动、督查到位，我县发生的6宗欠款809.25万元全部按期清偿完毕。

其中：20xx年9月30日前，清偿欠款4宗，合计164.17万元：

①吉隆镇政府清偿伟信实业投资有限公司吉隆河清理工程款43.7万元(全部清偿完毕)；

②吉隆镇政府清偿佛晓工程服务有限公司半径村陂头工程款18万元(全部清偿完毕)；

③白花镇政府清偿惠州市启明物业管理有限公司非法养殖场清拆工程款99.47万元(全部清偿完毕)；

④白花镇政府偿还惠州市东晨装饰工程有限公司卫片执法违法图斑整改复耕复绿工程款3万元(部分清偿)。

20xx年10月，清偿欠款3宗，合计645.08万元：

①10月13日，白花镇政府清偿惠州市东晨装饰工程有限公司卫片执法违法图斑整改复耕复绿工程款6.26万元(全部清偿完毕)；

②10月17日，铁涌镇政府清偿建龙公司购地款280万元(全部清偿完毕)；

③10月17日，铁涌镇政府清偿林这霖土地转让款358.82万元(全部清偿完毕)。

(三)政策落实情况。认真落实“地方新增债券要优先用于偿还拖欠款，地方政府融资平台通过发债或其他金融工具置换存量债务节省的利息支出要全部用于清欠”等支持清欠工作的财政金融政策。县中小企业局在督查中了解到铁涌镇政府拖欠的2笔欠款共638.82万元，由于金额较大，铁涌镇政府确实暂时无法偿还，就及时将情况上报县政府。县分管领导高度重视，亲自沟通、亲自协调，敦促铁涌镇政府制定切实可行的清偿方案。为贯彻落实市政府关于“全市拖欠民营企业中小企业账款需于20xx年10月20日前还清”的要求，我县于10月10日召开十届69次县政府常务会议，经会议审议决议，同意由县财政预借640万元给铁涌镇政府用于清偿拖欠建龙公司和林这霖债务，确保年底前完成清偿目标任务。

(四)问题清查和整改情况。按照上级有关工作部署，我县从20xx年11月起，认真开展清欠工作“回头看”，组织县中小企业局、县直有关部门以及各镇政府（含街道办事处、度假区管委会）在全县范围再次进行检查清查，对民营企业进行回访和实地核查，发放调查问卷，做到“件件有着落，事事有回音”。截至目前，我县没有发现有新增拖欠中小企业民营企业账款、企业投诉问题等情况。

(一)继续排查梳理，防止瞒报漏报。县中小企业局、县科工信局、县财政局、县人社局要继续加大清欠工作力度，积极推进清欠工作，督促各镇、各相关部门特别是重点部门进行排查梳理，查漏补缺，防止出现瞒报漏报等情况。对瞒报漏报单位，一经发现，坚决给予严肃处理。

(二)严格项目审查，防止新增拖欠账款。对政府投资类项目,要严格条件审核,没有明确资金来源的,一律不得审批,一律不得开工建设，遏止新增欠款发生。

(三)建立长效机制，强化监督考核。政府部门要把清理拖欠民营企业账款作为一项重要工作，纳入年度绩效考核评价指标体系，强化督查考核。

**有关中小企业财务报告汇总二**

在组织里，最高主管当然是指挥中心。而在厂内生产运作过程中，生产管理部门（或称生管）显然扮演的角色就是“生产指挥中心”或“运作枢纽”。中小企业因为生产管理经验不足和或认识不足，生管部门的附属单位，在生产管理不善的工厂内，经常会发生。

1、经常停工待料，甚至三天打鱼，两天晒网。

2、无休止的加班，人变成了生产机器。

3、前后工序的半成品或材料不衔接。

4、半成品堆积如山。

5、生产计划表，徒具形式，你做你的计划，我做我的产品，生产计划达成率低，生产计划表更动频繁，不是追加，就是取消。

6、紧急订单很多，生产计划无法执行。

7、交货经常迟延，影响公司信誉。

8、生产紊乱，品质跟随着失控，返工重做。

9、材料、零件或产品积压过多，造成企业资金调度困难。

以上乱象就是意味着生产缺乏“秩序”与“纪律”，就像人一样，要有秩序就得有一套既科学又切实际的生产管理制度，只有这样才能消除生产中发生的乱象。

生产管理制度，基本上的做法:生管部门先与营业部门协调好销售计划（出货计划），依此销售计划做基础，制订生产计划，生产工厂再依据此“生产计划”进行物料、人力、设备及场所的先期准备（计划），并依计划做生产排程，再依排程做进度控制。

**有关中小企业财务报告汇总三**

清理拖欠民营企业中小企业账款工作总结

一、指导思想?统一思想，提高站位，充分认识清欠工作的重要性，增强紧迫感和责任感。按照\"摸清底数、实事求是、彻底解决、不留死角\"的原则，明确任务，落实责任，把清欠工作落到实处。

二、清理范围和重点

（一）清理统计范围。全县行政机关、事业单位、政府融资平台公司、财政部门监管的地方金融企业和文化企业。

（二）清理统计内容。清理统计范围内的拖欠民营企业中小企业欠款及解决方案。

（三）工作职责及目标。优先清理拖欠农民工工资，由县人社局负责；清理\"两款一金\"（工程款、物资采购款、保证金）、清理民生、安全方面的工程项目欠款，由县财政局、发改局、工信科技局负责。各有关部门务必于x年1月底前摸清底数，统计上报，2月底前制定清偿计划，3月底前完成优先清偿，12月底前完成全部清偿。

三、组织机构成立清理拖欠民营企业中小企业账款工作领导小组，县政府分管负责同志任组长，县工信科技局、财政局、发改局、人社局、住建局、交通运输局、农业农村局、审计局等部门分管负责人为成员，领导小组办公室设在县财政局。各相关单位要明确专人负责，建立相应工作推进机制，全面开展清欠工作，确保各项任务顺利推进。

四、工作安排

（一）摸底调查。县财政局、人社局、发改局等部门组织对拖欠民营企业中小企业账款问题进行全面排查，全县各相关单位、企业填报自查表，县工信科技局对排查结果进行核实确认，审计部门负责审计监督，此项工作在1月末前完成。

（二）制定计划。明确偿还时间及资金来源，按照排查认定拖欠的账款，属于农民工工资的优先安排偿还，欠款单位有能力偿还的要求马上安排支付，没有能力偿还的由财政安排暂付工程款，工程结束的由国有资产部门加大处置低效、无效资产等方式保障偿付资金来源。属于\"两款一金\"的账款，逐项制定分期偿还计划，纳入财政预算安排的账款，财政部门要加快预算资金拨付进度，按合同约定办理支付，不得拖延，对没有纳入预算的，可通过申报新增债券或处置资产偿还欠款。各单位各部门要坚决防止边清边欠，陷入恶性循环，此项工作在2月底前完成

（三）落实清偿。要确保x年底前全面完成清欠任务，应偿尽偿。农民工工资和已纳入预算安排的欠款在3月底前偿还完毕，其他应偿账款按照偿债计划x年底前全部偿还完毕，各有关部门对列入x年底前完成清欠的账款，从x年2月起，每月4日前报送上月情况，并于x年12月10日前将书面清欠情况总结报告报送县清欠办。

（四）开展核查。县清欠办会同有关部门根据优先清欠和着力清欠完成时限节点，对各有关部门清欠工作情况分阶段开展督促指导。

五、主要措施

（一）落实清欠责任。各有关部门按照\"属地管理、分级负责，谁监管谁负责\"的要求，加强协调，落实目标责任制。各相关成员单位特别是财政、国资等部门要按照清欠工作方案要求，在抓紧组织清欠、严防新增拖欠、加强政策支持、完善长效机制等方面制定出台细化方案和政策措施，落实好各项分工任务。县清欠办要会同相关部门加强对清欠工作的督促指导，审计部门要加大对有关清欠工作的审计力度。县清欠办将对清欠工作进行抽查。

（二）严防新增拖欠。对政府投资类项目，要严格条件审核，没有明确资金来源和制定资金平衡方案的，一律不得审批，一律不得开工建设；涉及举债融资的，必须严格评估项目现金流和收益情况，依法合规落实资金来源和偿还责任。严禁未批先建、先开工后立项行为，严禁要求企业带资承包政府工程项目，坚决杜绝\"打白条\"行为，彻底清理取消没有法律法规依据或未经国务院批准的工程领域涉企保证金项目。

**有关中小企业财务报告汇总四**

人才的流动和流失，已经成为中国企业用工的一大常态。随着中国企业在快速发展，个别行业离职率也逐年上涨。 20xx年企业员工离职率微增长民营企业离职率稳居第一通过对不同性质的企业离职率分析，民营企业离职率稳居第一，国企相对来讲职业环境更稳定。

传统行业人才流失严重

20xx年各行业在经济常态下，急剧变革。传统行业重组在即，门店销售、餐饮行业、零售百货、服装纺织等行业受冲击尤为明显。高新技术产业走轻资产、知识型道路，离职率相对较低。

与上年相比，旅游/酒店、快消、贸易、金融行业离职率增长幅度均超过20%。

一线生产操作岗位离职率高，企业转型任务重受经济转型的影响，传统行业受到严重冲击。劳动密集型产业逐渐退出中国市场。生产操作、销售、工程建设等职位离职率超过30%;信息技术，行政，财务岗位则较稳定。

中层离职率高，是企业无法回避的痛主管、专业经理、专员、助理等层级离职率超过20%，其中主管和专业经理层离职率高达四分之一。同时总监和高层离职率也将超过10%。 毕业生缺少职业规划，入职一年离职率高达35.4% 工作年限低于3年的离职率保持在30%以上。90后上班族稳定性差，频繁跳槽成为其职业特征。

超七成员工因企业薪酬缺乏竞争跳槽

总体来看，员工主动离职率远远高于被动离职率。超过半数的员工离职原因，主要集中在薪酬缺乏竞争性和职业前景受阻。

超五成员工因无法胜任工作被离职被动离职原因主要集中在员工无法胜任和绩效不佳两方面。

it互联网行业平均月薪遥遥领先

按照建设四个中心国家战略的要求，落实发展海洋经济的总体规划，将充分依托洋山国际深水港和浦东国际航空港两大国际性枢纽港的优势，延伸和拓展浦东开发开放的经济社会效应，准确把握在新一轮发展的战略地位，积极贯彻宏观调控的各项政策措施，充分体现区位优势，培育和发展主导产业，加快产业发展步伐，壮大主导产业，提升产业集聚度，提升产业能级。加快经济的发展，就是要以加快优势产业的发展为基础，形成产业细化、优势明显、集群度高的产业群，共同推进经济圈产业的竞争力。

(一)总体发展现状 总体来看，我区4大重点产业发展状况良好，呈出现以下几个特点： (二)各产业发展现状

为了更全面地了解我区产业的发展现状，下面对各产业逐一进行分析：

虽然目前重点产业还很弱小，但已经有一批正处强劲发展的产业，还有一批具有较明显发展潜力的产业，经济崛起的步伐在明显的加快。经济发展的提速，我们认为其根本而有效的途径应是产业的集群化发展，以区域经济的一体化来加速改变经济发展的固有状态，不断激发发展活力。从产业发展的层面上看，加快工业产业集群建设应着力抓好六个方面。

在实际的发展中，应结合国际产业发展和转移规律、我国产业发展状况，制定出推进工业产业发展具体可行的措施。要从工业整体发展出发，立足于产业发展和产业集群状况，着眼于做大做强优势产业--强势发展产业--潜在优势产业，围绕产业联动，因地制宜地发展产业集群，合理布局生产力，形成产业聚集，要与大项目和龙头企业想结合，与产业园的特色相匹配，与人力资源相适应，发展以现代装备业为核心的先进制造业，同时与浦东联动发展电子信息、汽车及零部件、医药及医疗器械产业。

坚持二、三产业共同推动经济的产业发展方针，在发展中完成产业结构的战略性调整，在调整中实现产业创新提升，逐步构筑以高新技术为基础、现代服务业为先导、现代装备工业为支柱，特色鲜明、重点突出、体现临港经济特征的多元产业体系，努力构筑现代装备工业基地、现代物流基地和信息产业基地。 要做好工业产业集群，其根本点就是要以产业中心发展区域的产业为基础，特别是利用其市场优势和技术优势，整合同类产业和产品资源，发挥产业集群的引领导作用，带动经济圈产业的发展。充分利用产业结构调整和国际资本流动的有利时机，努力创造条件，改善软硬环境，大力引进外资，不断提高利用外资的水平和质量。特别是要吸引外资在我区建立研发中心和关键零部件生产基地，提升加工产品档次和开发能力。 (三)以产品为核心，加强产业集群分析研究

从产业竞争力上看，我们要对重点行业进行细化研究，从中类行业细化到小类行业、细化到产品。从小类行业上研究，以龙头产品为纽带，进行产业集群，进行充分合作和有效的竞争，提高产品市场占有率和赢利水平。同时充分重视国内外市场，做好两个市场大文章。比如电子信息行业，它的发展与国际it产业的发展休戚相关，但另一方面，国内市场仍有巨大的潜力，对电子行业的发展至关重要。在眼睛向外的同时，也要眼睛向内，加大技术投入，集中攻关，寻求核心技术突破，不但可从根本上解决技术受制于人的局面，而且可以大大提高行业的产品附加值，促进行业持续健康发展。坚持以质取胜战略，法力培育优秀品牌，使之成为的产品新亮点。 (四)开源节流并举，应对能源紧张局面。 工业的快速发展，用能需求急剧增加，能源供需趋紧。短期来说，强化节能意识，组织协调好能源供给，最大限度地舒缓用能紧张的局面。长远来看，关键是加强节能新技术的研发和应用，开发可替代新能源，特别是可循环使用的新能源，从根本上解决能源问题。与此同时，新技术的应用，还是从根本上化解原材料、能源价格上涨、成本压力增大的最佳途径。

招商引资是加快我区经济发展的重要手段，而工业园区则是我区工业经济发展的重要载体和主战场。要把园区的工业做大做强，招商引资，引进项目和资金仍然是一条重要的途径。把加快工业发展、壮大工业规模、培育工业经济增长点作为重大措施来抓，各部门要积极配合，为园区建设创造宽松环境。提升工业园区的能级，加快培育临港综合经济开发区、临港物流产业区、国际医学园区和信息产业园区的规划建设和功能培育。通过园区建设，拓宽我区工业发展空间，吸纳新的工业项目，形成新的发展格局，增强发展后劲。从经济一体化、空间布局扩容和功能提升出发，把工业园区整合成产业功能区，加快工业园区的产业集群化、市场专业化的发展。 (六)把握产业发展方向，加快发展新兴产业

大力扶持大型优势企业和中小高技术企业，针对我区目前存在的企业多、技术竞争力弱的问题，要继续实施企业集团战略、龙头企业战略，发挥规模优势，提高整体抗市场风险能力，力求在微电子、软件、计算机、通信等重点领域尽快形成一批具有国际竞争力的跨国企业集团和拳头产品。与此同时，进一步扶持中小高技术企业，培育大型企业的后备力量，以形成梯次推进的产业组织体系。比如通信设备、计算机及其他电子设备制造业是世界产业发展的方向，也是我国工业的五大重点发展产业。年，该产业的主营业务收入占我区规模以上总量的6.8%，实现总产值占总量的7.1%。要把握好产业发展的大势，着力发展增长潜力大、带动效益强、技术含量高的产业，发展和壮大新兴产业。

超2成男生情人节被单身

情人节复合成功率近四成

每到情人节，也是分手情侣复合的高峰。关于是否找前任过情人节的调查显示，有接近4成的男女选择可能会，有32.74%的女会员表示坚决反对。找前任一起过情人节，如果没有特别不能挽回的事情发生过，有很多人表示可以尝试，他们认为这是挽回感情的最佳时机。

**有关中小企业财务报告汇总五**

一、如何做品牌

做品牌尽管已经成为国内服装企业的共识，但是目前很多服装企业对品牌建设的理解比较片面。要实现品牌的树立，必须注意到：

第一，做品牌是一项系统工程

前些年，服装企业都知道名牌好卖且能卖高价，可自己在做品牌方面却把品牌当商标，功夫和心思全搁在如何模仿名牌服装上了。集体跟风的结果是“千人一面”，消费者只识衣服不识品牌，服装企业生产出与名牌一样的服装产品却无法获得名牌产品的高额利润。痛定思痛之后，服装企业又开始高举“设计师”大旗。遗憾的是，服装企业与知名设计师的联姻并没有走出“短命”的怪圈。

第二，用个性营销模式创造个性品牌 单一的产品个性化很容易被其他服装企业借鉴和模仿，一旦被大量克隆之后，产品的个性也就不存在了。而个性品牌不一样，品牌个性越明显，其被克隆的可能性就越小。

第三，实现品牌个性化的突破

一）品牌的定位的来说，应当从以下几方面进行定位：

１）品牌的概念：讲述的就是产品的来源以及历史，提供给消费者对产品内涵的理解。产品从设计到包装以及相关的宣传都是围绕品牌的概念来进行的，比如为一个运动休闲服装进行品牌概念的树立，就可以一个故事的讲述来定义为力量与美丽间的对比，这样产品的设计就以体现力度美以及年轻人活力而进行，产品的包装也会变得比较前卫或者是时髦，同时推广也会选用年轻偶像或者是运动来体现。

２）品牌的风格：产品在消费者心目中的形象以及被认同的特点，可以分为正装、日常便装，休闲装，运动装，时装等。每个类型中又可以分为粗狂的`，传统的，前卫的等。

３）品牌的服务对象：产品适合穿着人群以及这些对象的背景。

４）品牌的设计特点：主要是从商标、款式外型、面料、色彩等方面来体现个性化。

５）品牌的价位设计：确定不同产品以及不同品牌在市场的系列价格。

６）品牌的服务：提供销售中以及售后的系列服务。

二）、如何实现产品品牌的定位

现代消费者追求个性，展现自我。“韩服”之所以能够畅销于海内外，其原因就是抓住了消费者的这种时代心理与所需展示的风格。

ｋｏｏｇｉ是“韩服”中的一个知名品牌。它之所以成为知名品牌，并不是因为“ｋｏｏｇｉ”这五个字母与“５００１”四个数字紧密相连以暗示消费者：其服装非常前卫，即使时间跨越到５００１年，也不过时的理念，而是它能够合进地运用市场细分的组合手段，将市场定位于当代具有活泼、躁动甚至有些叛逆心理，渴望前卫、新潮又强烈突出自我，无时不透发了青春气息风格的１５—２０岁间的青少年群体上，将品牌定位于极端的前卫与另类上。同时，为了体现服装的个性化，避免服装间的雷同，ｋｏｏｇｉ的每一款服装都是小批量上市的。即使有些款式看似雷同，但细微之处的差异产生了不同的效果，如：纽扣的位置、衣服的长短、颜色的搭配等。ｋｏｏｇｉ的这些营销举措，无疑迎合了当代青少年要求突出自我、与众不同的迫切需求，深受青少年的喜爱。尽管ｋｏｏｇｉ服装的价格不菲。

通过对ｋｏｏｇｉ服装的简单分析，对于那些仅仅知道靠降价促销的中国服装企业能否有所启迪呢不容置疑的是，在小批量、多品种、个性化的服装时代，适者生存并发展的服装企业一定是那些能准确把握消费群个性需求的企业。

未来服装企业的市场定位不应该单纯的停留在２５—５０岁这种年龄范围过大的市场细分基础上，也不应该停留在“白领”或“蓝领”这种简单的职业划分标准上，更不应该停留在“时尚、自然、舒适”这种任何服装企业均可以使用的、没有任何特别之处的抽象词汇上，而应该是对消费有更深刻的理解，并在此基础上进行的市场细分。比如：外资企业中的白领与内资企业的白领，２５岁的白领与４０岁的白领，他们虽然都统属于白领阶层，但可以肯定，他们对服装的需求与理解是不同的。有文化的中老年人与无文化的中老年人，５０岁有文化的中老年人与６５岁有文化的中老年人，城市中的中老年人与农村的中老年人，他们虽然都是中老年人，但可以肯定，他们对于服装的需求与理解肯定有着明显的差异。

可能有人会问，当所有的服装企业都无一例外地采用科学的市场细分标准，准确把握住消费群的个性需求时，企业还有何优势可言呢要知道，时尚的服装永远不会面临饱和的市场，何况市场细分只是营销中的一段手段。服装企业要有效地满足消费群日益翻新的需求，就必须对这种需求进行深入的调查与透彻的理解，这对服装企业来说是一个永久性的课题。

三）、品牌的构成

１、产品自身设计

主要包括：

１）品牌的号型系列搭配

２）品牌的号型生产数量比例

３）品牌的色系

４）品牌的款式设计

５）品牌的面辅料选择

６）品牌似的产品质量要求

７）品牌的包装

８）品牌的各种标牌设计

在这个过程中，必须强调设计师与营销部门的密切配合，设计出来的产品一定要符合品牌个性，而且是市场所需要的。

２、价格定位。

价格竞争并非企业的唯一竞争手段。中国著名运动装品牌“李宁”在价格制定就明显高出其它国产品牌，但又明显低于进口品牌，而且对于收入不高甚至没有收入的年轻消费者来说，“李宁”产品的价格并没有给他们带来更多的压力。因此，企业可以通过价格的制定来确认自己产品的地位，同时也可以清晰地锁定自己的产品消费目标人群，而实现这一切，都是必须通过对服务对象的分析就才可以制定出相应适合的价格的。

３、品牌的宣传

品牌的形象塑造与推广是企业营销的重要环节。虽然品牌推广的方式各种各样，但除了商品销售及“口碑”传播外，大体可概括为两种类型：一是“直销式”推广；二是“中介式”推广。“直销”推广是通过企业参与或举办的社会活动面对面地向现场的特殊消费者宣扬品牌；“中介式”推广主要通过媒体广告和专栏评论、专题报道等向社会宣传品牌。

时装“秀”不仅以其品牌形象和产品风格来“面对面”地直接感染现场观众，而且还为品牌的“中介”推广提供了依据和“素材”。因此，作“秀”者不仅要创造良好的现场氛围，而且要注重摄影师、摄像师对灯光、舞美的要求，为制作电视片、专场录像带、产品宣传册等“后加工产品”创造条件。

４、顾客服务

顾客服务是一种十分有效的进攻手段，服务也可以创造价值和利润。顾客在店面、销售点挑选服装的时间比较长。因此，顾客服务在服装产品行销中占有十分重要的地位，而且也是很好的展示个性的地方。在这当中，销售人员除了所必要的基本礼貌和热情之外，专业的装扮知识和恰当的服务是更为关键的环节，因为他们销售的不仅仅是产品，更销售出去的是品牌的形象与品牌的精神。

５、店面设计

同时，要通过店面生动化、人性化、服务化来体现品牌的特点。店面生动化是从店面格局设计、视觉统一、产品陈列、ｐｏｐ、辅助销售工具等，实施全面系统的策划和管理，通过有效的环境规划、气氛营造、产品陈列等使卖场更加能够吸引消费者光临，最终促成消费者购买产品，实现整体销售的迅速提升。与媒体广告相比，店面生动化是一种较为廉价的推广手段，非常适合国内众多的中小型服装企业使用，更为重要的是店面生动化对品牌个性的塑造十分有效。

二、品牌的延伸

１、多品牌的战略

多品牌战略的开始实施，应该是在主品牌风格突出的情形下，为了将资源充分利用而展开的。

它应该能帮企业拓宽经营、提升档次。它的实施应注意遵从几个法则：

一是副品牌法则。纽约的“唐娜？凯伦”推出副品牌“ｄｋｎｙ”，就是为了区隔不同价位的消费者。而国内“七匹狼”的副品牌“与狼共舞”，推出时也是为了保持住批发市场的那部分客户。

第二点是扩张法则。这主要是从销售领域来讲。有时品牌需要拓宽宽度、提高市场占有率，那么佐丹奴、班尼路都是这样，“波司登”购并“雪中飞”也是一例。

其他还有延伸法则、伙伴法则、姊妹法则，都要从企业当时需要去推动多品牌战略。

此外，多品牌经营应考虑到品牌的宽广性、各品牌的特性、各品牌的品牌名称、市场评估、品牌的掌握这些环节。

多品牌战略的实施更应顾及各品牌的文化内涵的经营。目前服装界一提品牌文化就是请明星代言人，这有失远虑。而且许多明星与产品风格没有很好地粘合在一起，也会是败笔。“七匹狼”在品牌诉求中，注意突出“狼”的特性，以此来演绎与众不同的人生观点，有了一个容易辩识的特点。而ｅｓｐｒｉｔ，它注重通过时尚生活的倡导来塑造品牌文化，也很独特。

２、如何实施品牌延伸

服装品牌延伸，即以某一既有品牌为核心，通过对其核心因素的展拓，形成新的品牌线或产品线。前者为主体品牌，后者为延伸品牌或延伸产品线，由此构成一个品牌族。 服装品牌延伸主要有如下四种形式：

１）、服装品类的扩展

一个服装品牌面世时，总是针对某一目标消费群推出某一或几类服装。一旦它拥有一定的市场份额，即可利用其信誉度进行类似消费层面中的服装品类的扩展以求品牌延伸。其形式细分为：

a）男装、女装及童装间的互动

如果以消费对象为基准，服装可分为男装、女装及童装三大品类。著名的迪奥品牌则由最早的女装扩展为女装、男装及童装兼具。

b）正式服装、半正式服装、便装及家居服间的展拓

以消费者使用场合为基准，服装可分为正式服装、半正式服装、便装及家居服。此间的服装品牌延伸如以正式服装为主的比尔？布拉斯到便装式的布拉斯运动装；拉尔夫？劳伦的内衣更被视为美国三大女装品牌之一。

c）某一特殊服装品牌的强势借用

有些服装品牌以某一类最为著名，通过知名度的移罩，可再作品牌延伸。如芬迪以裘皮服装著称，但如今其普通材料时装也很出色；古奇也已由最早的皮革产品延伸至机织、针织时装系列。

２）、细分市场的跨越

服装品牌的这一延伸形式主要着眼于目标消费群的移并。得益于主体品牌的知名度集中在流行传播中位于高层的目标消费群，利用时尚的传递，将产品延续到相邻的社会群落，实现细分市场的跨越最典型的例子就是高级女装品牌，法国设计师皮尔？卡丹最早看到成衣市场的潜力，利用高级女装在流行中的先导地位及皮尔？卡丹品牌在高级女装中的影响于１９６２年起用同一品牌名生产高级成衣并取得辉煌业绩，随着高级女装及高级时装消费层的萎缩，几乎所有高级女装及高级时装品牌都附加了高级成衣系列并以此为主要经济收益。撑高级女装或高级时装大旗行高级成衣之路。值得注意的是这样的产品延伸必须在关联密切的消费群落间进行，否则会因名牌的联想效应不足而失败。如果将一高级女装品牌用于普通成衣生产，很可能会让人觉得普通成衣是盗用名牌或对原品牌产生失望和失落感而影响名牌声望。

３）、二线品牌或二线产品

二线品牌或二线产品是二十世纪八十年代才出现的两种品牌延伸特点的新形式，始作蛹者为美国品牌安妮？卡伦的二线品牌安妮？卡兰二号。二线品牌起因于消费者兴趣的转移，时装大众化的潮流及品牌经营者扩大市场的欲望。进入九十年代以后，平素充实的生活方法风行全球，“买得起的服装”倍受各阶层消费者重视，原在八十年代以高价位为主的服装名牌纷纷在保持原有的设计格调的基础上降低材质及销售成本以相对较低的价格推出二线品牌。如美国的唐纳？卡兰的二线品牌ｄｋｎｙ在１９９７年全球销量达３亿美元；卡尔万？克莱因的ｃｋ卡尔万？克莱因仅批发就超过１。７５亿美元。从某种意义上看，部分二线品牌的知名度已不在原来意义中的二线品牌了，而实现了柳暗花明的效果。

**有关中小企业财务报告汇总六**

投中小企业融资合作意向协议书

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称甲方)公司地址：\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

外方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称乙方)公司地址：\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方经友好，坦诚协商，就甲方的建设项目投中小企业融资合作事宜，达成共识如下：

一、公司名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(暂定)

二、公司注册地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

三、项目总投资\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元，注册资本\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元

甲方投资\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元，乙方投资\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元

四、甲方建设项目需提供的投中小企业融资总额约为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元。

五、甲，乙双方拟共同成立合作公司，乙方拟以现汇作为合作条件;甲方拟以项目的土地，固定资产和未来收益作为合作条件。乙方所提供的建设资金分批进入中外合作公司的外汇账户后，使用期为\_\_\_\_\_年，前\_\_\_\_\_年为建设期，建设期内免本息。从第\_\_\_\_\_年底开始，甲方每年按12%的保底利润支付乙方红利，连续\_\_\_\_\_年，到期不再还本息。

六、使乙方所提供的资金安全进入和汇出，双方就成立“中外合作公司”，设立“外汇账户”。

七、乙方负责提供申办合作公司所需的有关证明材料，甲方负责在当地办理申报，立项，注册等一切相关手续。双方保证提供给对方的材料是完整的，真实的，有效的。

八、甲方企事业用于抵押的企业的资产及建设项目，需根据中华人民共和国担保之规定，需项目担保，作为与乙方的引资条件，若由于任何不确定因素造成不能按时将利润支付给\_\_\_\_\_\_\_方的，乙方有权接管合作项目的经营权，直至收回投资后，将项目的经营权归还甲方。

九、甲方建设项目的未来收益，需按中华人民共和国合资合作法规定由双方认可的评估或谁机构进行分析评定和投资风险的估算后，作为乙方风险投资的依据。

十、中外合作公司成立后，乙方不参与今后合作公司的一切经营活动，也不承担合作公司的所有法律与经济责任，只负责提供资金的监督使用和调配。合作期满后，乙方无条件退出，合作公司及全部甲方所有。

十一、甲，乙双方在引资合作过程中所产生的有关前期动作费用，境内部分由甲方垫付，境外部分由乙方承担。

十二、由此合作意向书所涉及的甲方与第三摩肩接踵经济关系及连带责任关系，均与乙方无关。

十三、乙方资金到位同时，按实际到位资金的\_\_\_\_\_\_\_%，甲方支付第三方一次性中小企业融资咨询服务费用。

十四、本合作意向书，由双方代表签字后确认。

十五、本合作意向书一式二份，双方各执一份。未尽事宜，双方另行协商。

中方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_外方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！