

快时尚品牌服装质量管理分析 ——以UGOCCAM为例

答辩人:张红辉
指导老师:江学为

目录页

CONTENTS PAGE

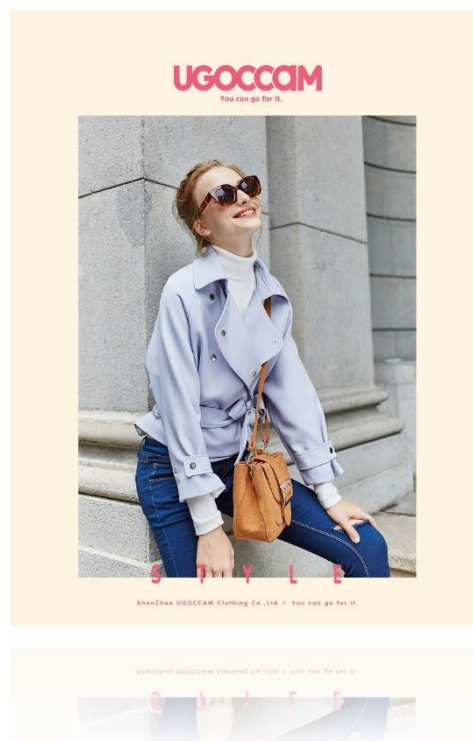
01 快时尚概述

02 研究方法

03 影响返修率的因素及改进对策

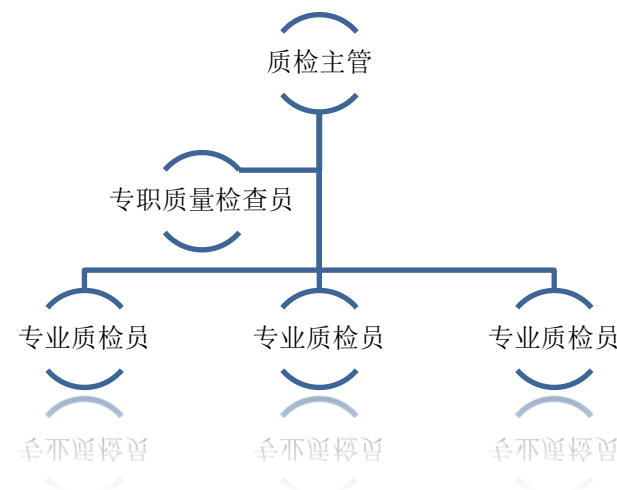
04 总结





上世纪八十年代，美国一些零售商开始以最快的速度模仿制造时尚秀场上的服装并在市面上销售，这是“快时尚”的原型

UGOCCAM是一家产品定位为青春活力、热爱时尚的大学生、白领的本土上快时尚品牌，借鉴了ZARA的制造稀缺的销售模式，小批量多款式限量发售，并且实行全面生产外包，贴牌加工



为改善货品质量问题，迎合越来越挑剔的消费者，提升品牌形象与竞争力，UGOCCAM于今年成立QC质检管控部门，由专人对入库服装质量进行检验并记录整理、保存数据，其结构体系如图

- 本文收集UGOCCAM的1093个质量问题数据进行筛选后，剔除248个被退货、合格数据后，对余下的845个返修款数据进行整理，用SPSS进行分析，以探究造成次品的症结所在。



单因素方差分析



双变量相关性分析



单变量多因素方差分析

过渡页

Transtion PAGE

01 快时尚概述

02 研究方法

03 影响返修率的因素及改进对策

04 总结



3.1 影响返修率的因素

3.1.1 到货数量与全查返修数量的关系

		到货数量	全查返修数量
到货数量	Pearson 相关性	1	.258**
	显著性（单侧）		.000
	N	845	845
全查返修数量	Pearson 相关性	.258**	1
	显著性（单侧）	.000	
	N	845	845

为了分析到货数量与全查返修数量的关系，我们对数据进行了双变量相关性分析。由表可知，到货数量与全查返修数量的相关性系数 $0.258 < 0.4$ ，而且显著性系数 $0 < 0.05$,达到显著性水平,这里虽然达到统计学上相关水平，但因相关性系数小，所以到货数量与全查返修数量相关性很低。

3.1 影响返修率的因素

3.1.2 工作时段

由工作时段与返修率LSD多重比较表知周一与周四两两比较，均值差-8.00943，标准误3.66083，显著性0.029<0.05,达到显著性水平，说明周一与周四两个时间段返修率存在明显差异。周二与周五两两比较，均值差为9.88149，标准误4.2932，显著性0.022<0.05,达到显著性水平，说明周二与周五两个时间段返修率存在显著差异。

	平方和	df	均方	f	显著性
组间	14809.485	6	2468.248	2.289	.034
组内	903503.805	838	1078.167		
总数	918313.290	844			

(I) week	(J) week	均值差 (I-J)	标准误	显著性	95% 置信区间	
					下限	上限
周一	周二	-5.72841	3.97855	.150	-13.5375	2.0807
	周三	-4.74903	3.74454	.205	-12.0988	2.6008
	周四	-8.00943*	3.66083	.029	-15.1949	-.8240
	周五	4.15308	3.95871	.294	-3.6171	11.9232
	周六	-6.04805	4.63777	.193	-15.1511	3.0550
	周日	1.35116	4.61560	.770	-7.7083	10.4107
周二	周一	5.72841	3.97855	.150	-2.0807	13.5375
	周三	.97938	4.09656	.811	-7.0613	9.0201
	周四	-2.28102	4.02018	.571	-10.1718	5.6098
	周五	9.88149*	4.29320	.022	1.4548	18.3082
	周六	-.31964	4.92637	.948	-9.9891	9.3498
	周日	7.07957	4.90550	.149	-2.5489	16.7081
周四	周一	8.00943*	3.66083	.029	.8240	15.1949
	周二	2.28102	4.02018	.571	-5.6098	10.1718
	周三	3.26040	3.78874	.390	-4.1761	10.6969
	周五	12.16251*	4.00054	.002	4.3103	20.0148
	周六	1.96138	4.67353	.675	-7.2118	11.1346
	周日	9.36059*	4.65153	.045	.2306	18.4906
周五	周一	-4.15308	3.95871	.294	-11.9232	3.6171
	周二	-9.88149*	4.29320	.022	-18.3082	-1.4548
	周三	-8.90211*	4.07729	.029	-16.9050	-.8992
	周四	-12.16251*	4.00054	.002	-20.0148	-4.3103
	周六	-10.20113*	4.91035	.038	-19.8392	-.5631
	周日	-2.80192	4.88942	.567	-12.3989	6.7950

3.1 影响返修率的因素

3.1.3 疵病类别

根据子集图可以得出:辅料疵病、缝制不良、尺寸不良明显区别于外观不良和面料疵病，具有显著差异性。疵病类别对查验结果造成影响，尺寸稳定与否是衡量产品质量的重要标尺，也是引起返修因素，其次为缝制问题，返修率均值达35%以上，说明这2个问题是给供应商和品牌带来损失的因素。

	平方和	df	均方	f	显著性
组间	31759.470	4	7939.868	7.523	.000
组内	886553.820	840	1055.421		
总数	918313.290	844			

		alpha = 0.05 的子集		
		N	1	2
Student-Newman-Keuls ^{a,b}	疵病类别			
	面料疵病	136	19.7042	
	外观不良	483	22.9073	
	辅料疵病	128		34.3169
	缝制不良	64		37.0419
	尺寸不良	34		38.2749
显著性			.532	.720
Scheffe ^{a,b}	面料疵病	136	19.7042	
	外观不良	483	22.9073	22.9073
	辅料疵病	128	34.3169	34.3169
	缝制不良	64		37.0419
	尺寸不良	34		38.2749
	显著性		.088	.062

3.1 影响返修率的因素

3.1.4 供应商

- 供应商间外观不良为通病，均占总计数疵病超过50%的比例，应重点加强整治，
- 供应商KAKA的主面料疵病占比25.6%，说明其在查货时重点查验此供应商的面料问题，
- 供应商定型娇辅料疵病占比21.1%，说明在辅料缝制方面须加强，可考虑减少该供应商货品上的辅料，尽量开发简单款以适应其生产。

	平方和	df	均方	f	显著性
组间	21970.672	3	7323.557	6.120	.000
组内	315921.551	264	1196.673		
总数	337892.223	267			

			疵病类别					合计
			尺寸不良	外观不良	主面料疵病	辅料疵病	缝制不良	
供应商	DK	计数	11	76	16	15	8	126
		期望的计数	8.9	73.3	15.5	17.4	10.8	126.0
		供应商 中的 %	8.7%	60.3%	12.7%	11.9%	6.3%	100.0%
		疵病类别 中的 %	57.9%	48.7%	48.5%	40.5%	34.8%	47.0%
		总数的 %	4.1%	28.4%	6.0%	5.6%	3.0%	47.0%
		调整残差	1.0	.7	.2	-.8	-1.2	
	时尚俪人	计数	3	29	3	9	2	46
		期望的计数	3.3	26.8	5.7	6.4	3.9	46.0
		供应商 中的 %	6.5%	63.0%	6.5%	19.6%	4.3%	100.0%
		疵病类别 中的 %	15.8%	18.6%	9.1%	24.3%	8.7%	17.2%
		总数的 %	1.1%	10.8%	1.1%	3.4%	.7%	17.2%
		调整残差	-.2	.7	-1.3	1.2	-1.1	
	KAKA	计数	4	17	10	1	7	39
		期望的计数	2.8	22.7	4.8	5.4	3.3	39.0
		供应商 中的 %	10.3%	43.6%	25.6%	2.6%	17.9%	100.0%
		疵病类别 中的 %	21.1%	10.9%	30.3%	2.7%	30.4%	14.6%
		总数的 %	1.5%	6.3%	3.7%	.4%	2.6%	14.6%
		调整残差	.8	-2.0	2.7	-2.2	2.3	
	定型娇	计数	1	34	4	12	6	57
		期望的计数	4.0	33.2	7.0	7.9	4.9	57.0
		供应商 中的 %	1.8%	59.6%	7.0%	21.1%	10.5%	100.0%
		疵病类别 中的 %	5.3%	21.8%	12.1%	32.4%	26.1%	21.3%
		总数的 %	.4%	12.7%	1.5%	4.5%	2.2%	21.3%
		调整残差	-1.8	.2	-1.4	1.8	.6	
合计		计数	19	156	33	37	23	268
		期望的计数	19.0	156.0	33.0	37.0	23.0	268.0
		供应商 中的 %	7.1%	58.2%	12.3%	13.8%	8.6%	100.0%
		疵病类别 中的 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		总数的 %	7.1%	58.2%	12.3%	13.8%	8.6%	100.0%

3.1 影响返修率的因素

3.1.5 品类

品类与返修率ANOVA值表					
	平方和	df	均方	F	显著性
组间	6806.676	3	2268.892	2.093	.100
组内	911506.614	841	1083.837		
总数	918313.290	844			

对不同品类服装进行分类。并与返修率进行单因素方差分析，得出：**F值=2.093**，**显著性系数0.1>0.05**，未达到显著性水平，说明品类与返修率间不存在相关性，因此不作事后比较差分析。

3.1 影响返修率的因素

3.1.6 工作时段、疵病类别、供应商对返修率的影响比较

关联强度指标值等于调整后的 $R^2=0.124>0.059$,表示“返修率”能被工作时段,疵病类别,供应商解释的变异量为12.4%,根据Cohen的观点, R^2 大于0.138,表示一种高度关联强度, R^2 介于0.059至0.138之间,变量间属于中度关联强度, $R^2<0.059$,变量间属于低强度关联强度。因此工作时段,疵病类别,供应商与返修率的关联强度属于中强度关系。

误差方差等同性的 Levene 检验 ^a								
F		df1		df2		Sig.		
3.123		146		698		.000		
源	III 型平方和	df	均方	F	Sig.	偏 Eta 方	非中心参数	观测到的幂 ^b
校正模型	253136.881 ^a	146	1733.814	1.819	.000	.276	265.628	1.000
截距	153634.979	1	153634.979	161.216	.000	.188	161.216	1.000
week	3850.103	6	641.684	.673	.671	.006	4.040	.270
供应商	17840.380	5	3568.076	3.744	.002	.026	18.721	.935
疵病类别	16501.997	4	4125.499	4.329	.002	.024	17.316	.932
week * 供应商 * 疵病类别	75614.099	57	1326.563	1.392	.033	.102	79.345	.999
误差	665176.409	698	952.975					
总计	1481170.743	845						
校正的总计	918313.290	844						

3.1 影响返修率的因素

3.2 改进对策



加强与供应商的
沟通



加强样衣批版环节
对尺寸的把控



加强对质检部门的
监控力度

过渡页

Transtion PAGE

01 快时尚概述

02 研究方法

03 影响返修率的因素及改进对策

04 总结





加大对人的管理，应对质检部门员工宣传教育质量管控的重要性，增加人文关怀，充分调动其工作积极性。

THANK YOU .

