少年商学院第1期——电影

P04-07 编年史：电影的历史

讲述自电影第一次公开放映开始的电影编年史，例如

1895年 第一次公开放映

卢米埃尔兄弟向公众展示电影放映机，并为其申请专利

……一直到

2010年 数字特效被越来越多地应用到电影中，一共约40个时间节点+关键人物（事件或变革）

P08-11 点子工厂：情绪的价值

讲述大导演斯皮尔伯格从小就什么都害怕，最终将“恐惧”变成了自己导演的电影中的重要元素，在电影中实现了情绪的价值

P12-13 创意备忘录：电影类型大揭秘

讲述各种不同类型的电影，总结了各种电影类型的代表影片，用简短的语言陈述了类型电影的概念；配以融合了鼠小白形象的知名电影的海报

P14-19 创业车库：开启电影的新时代

运用60个以内分镜的幽默漫画形式，配以诙谐的对白，讲述了大导演卢卡斯是如何克服资金、剧本、人员、认可、演员与时间等困难，创造《星球大战》系列电影第一部，改变了好莱坞电影工业的历程；特别展示了电影制作时的预算使用范围、最早的电影摄影机及相关知识点

P20-21 团队宝典：剧组

图文讲述电影拍摄剧组涉及哪些工作人员和设备，及其作用都是些什么，配以有趣的情节和搞笑的简单对白

P22-23 神奇银行：大圣钱来

讲述了动画电影《大圣归来》的制片人田晓鹏为了拍摄电影所经历的困难却充满戏剧性的融资历程；然后轻松讲述了拍摄电影几乎所有的融资模式，并以拍摄《古墓丽影》引出了一个电影界融资的吸引人的实例

P24-25 神奇银行：其实，融资才是造车的常规操作

讲述制造汽车和车企创始人造成融资的7种常见方式

P26-27 投资人手册：制片人手册

通过一个简单的小故事，串接起了制片人需要掌握的技能与知识、责任和注意事项

P28-29 投资手册：从梦想画布到完美座驾汽车设计

江苏汽车设计的7步流程

P30-33 最伟大的推销员：进击的好莱坞

先是讲述了从最初到现在电影的几种发行模式及其演变，然后以图文形式重新梳理了一遍，还讲述了好莱坞电影发行的层次系统。

P34-35 销售清单：超级销售术

讲述8种行之有效的影片营销手段

P36-37 客户加油站：电影的诞生

以一半文字叙述，一半图画叙述的方式，讲述了电影的诞生过程

P38-39 客户加油站：经营电影院

图文形式讲述了电影院内的各种设备，设施，以及各种相关衍生服务，同时简要孩子们了解一下如何经营一家电影院

P40-41 巨头档案：电影公司

讲，以展览馆内的图画形式，讲述了全球8大电影公司的特色和主要出品影片

P42-43 模式ABC：IP诞生记

讲述了哈利波特是如何因为原作者的积极参与而成为最为著名的电影IP之一的

P44-45 产业地图：电影产业地图

讲述拍摄一部影片都会关联哪些公司和人员

P46-47 未来已来：电影产业的未来

侧重于看电影，天马行空地讲述了对未来电影的畅想

P48-49 入门日志：用手机拍电影

讲述如何使用一部手机，拍摄出一部深受欢迎的微型电影来。属于实践活动。

P50-53 向百万富翁一样思考：与霍华德休斯一起拍电影

讲述好莱坞新晋制片人霍华德修斯是如何以富人思维和由此形成的模式拍摄了一部划时代的超级成功的空战电影的，同时与普通人的穷人思维和由此采用的工作方式进行了鲜明的对比

P54-57 我的百万计划：鼠小白的零用钱

毫不贪婪的鼠小白偶遇神秘的斯芬克斯老爹，开始对金钱产生了很大的兴趣。

少年商学院第2期——汽车

P04-07 编年史：汽车的历史

讲述自汽车诞生

1876年 德国工程师奥古斯特•奥托研制成功世界上第一台四冲程煤气发动机……一直到2024年 比亚迪成为全球新能源汽车销售龙头，有望冲击全球汽车销量前三名编年史的知识，大概40个点

P08-11 点子工厂：本茨、本茨、向前进！

讲述汽车创始人发明汽车的真实故事，以爆笑幽默故事的模式呈现

P12-13 创意备忘录：买车难,选车更难!

讲述各种不同类型的汽车，总结各汽车类型的代表车辆及其最基本的特点

P14-19 创业车库：福特的流水线

用幽默漫画的形式讲述亨利福特是如何创造T型车装配流水线的，需要有相当于60个左右分镜的漫画脚本

P20-21 团队宝典：汽车组装线

图文讲述现代汽车组装流水线都有哪些步骤与机械

P22-23 神奇银行 ：造车大冒险

讲述雷军开始造车时的故事，结尾处点明雷军选用的融资方式什么

P24-25 神奇银行：其实，融资才是造车的常规操作

讲述制造汽车和车企创始人造成融资的7种常见方式

P26-27 投资人手册：造车人的思维模型

以后来者思维模型，讲述汽车三个具有代表性的创始人具有的关键思维模式

P28-29 投资手册：从梦想画布到完美座驾汽车设计

江苏汽车设计的7步流程

P30-31 最伟大的推销员：用美丽名字销售优质汽车

讲述汽车出现到现在的各种销售模式

P32-33 最伟大的推销员：不可思议的乔·吉拉德

讲述历史上最伟大的汽车销售员乔·吉拉德的营销手段

P34-35 超级销售术：讲述8种汽车有效的销售手段

P36-37 客户加油站：舒适与安全的价值

讲述汽车的安全与舒适的具体的解决方案和诸如安全带、儿童安全座椅以及各种安全及行车系统

P38-39 客户加油站：开个汽车服务站吧

图文形式讲述汽车加油站、充（换）电站以及智慧补能站的知识点，配以孩子们可以开一个洗车店的具体步骤

P40-41 巨头档案：梦想之车

讲述实际上最贵的三款汽车以及世界各大车企的市值为多少亿元

P42-43 模式ABC：哲学与赚钱法

用哲学家亚里士多德提出的第一性原理讲述特斯拉汽车是如何遵循第一性原理造车的

P44-45 产业地图：汽车产业地图

讲述汽车行业都包括哪些产业与行业，它们的关系与联系是什么

P46-47 未来已来：讲述未来的汽车

从汽车行业全行业的角度畅享未来汽车行业的样貌，分为6各方面

P48-49 入门日志：职业大搜索

以提问的方式确定不同性格的12岁孩子长大后能在汽车行业中从事什么职业，担任什么职务

P50-53 向百万富翁一样思考：赛车之王

讲述恩佐·法拉利创建法拉利汽车公司后，是如何运用8方面的富人思维获取成功的，而普通人又是因为哪8种穷人思维而失败的

P54-57 我的百万计划：斯芬克斯的考验

不是每个人都适合拥有大量的财富，除非他勇敢、守信，有耐心，喜欢钱却不贪婪，有着正确的价值观和金钱观。斯芬克斯老爹通过100元钱对鼠小白进行了考验，觉得他是一个可造之才。于是，老人告诉小白，可以从存钱开始，逐步实现他拥有百万财富的目标。

少年商学院第2期——汽车

P01 卷首语

讲述很多不可思议的汽车方面的大数据，如自发明伊始，全球累积生产了约数十亿辆汽车

世界上销量最高的汽车是丰田卡罗拉。到2018年，其全球销量已经突破5000万辆等

P04-07 编年史：汽车的历史

讲述自汽车诞生

1876年 德国工程师奥古斯特•奥托研制成功世界上第一台四冲程煤气发动机……一直到2024年 比亚迪成为全球新能源汽车销售龙头，有望冲击全球汽车销量前三名编年史的知识，大概40个点

P08-11 点子工厂：本茨、本茨、向前进！

讲述汽车创始人发明汽车的真实故事，以爆笑幽默故事的模式呈现

P12-13 创意备忘录：买车难,选车更难!

讲述各种不同类型的汽车，总结各汽车类型的代表车辆及其最基本的特点

P14-19 创业车库：福特的流水线

用幽默漫画的形式讲述亨利福特是如何创造T型车装配流水线的，需要有相当于60个左右分镜的漫画脚本

P20-21 团队宝典：汽车组装线

图文讲述现代汽车组装流水线都有哪些步骤与机械

P22-23 神奇银行 ：造车大冒险

讲述雷军开始造车时的故事，结尾处点明雷军选用的融资方式什么

P24-25 神奇银行：其实，融资才是造车的常规操作

讲述制造汽车和车企创始人造成融资的7种常见方式

P26-27 投资人手册：造车人的思维模型

以后来者思维模型，讲述汽车三个具有代表性的创始人具有的关键思维模式

P28-29 投资手册：从梦想画布到完美座驾汽车设计

江苏汽车设计的7步流程

P30-31 最伟大的推销员：用美丽名字销售优质汽车

讲述汽车出现到现在的各种销售模式

P32-33 最伟大的推销员：不可思议的乔·吉拉德

讲述历史上最伟大的汽车销售员乔·吉拉德的营销手段

P34-35 超级销售术：讲述8种汽车有效的销售手段

P36-37 客户加油站：舒适与安全的价值

讲述汽车的安全与舒适的具体的解决方案和诸如安全带、儿童安全座椅以及各种安全及行车系统

P38-39 客户加油站：开个汽车服务站吧

图文形式讲述汽车加油站、充（换）电站以及智慧补能站的知识点，配以孩子们可以开一个洗车店的具体步骤

P40-41 巨头档案：梦想之车

讲述实际上最贵的三款汽车以及世界各大车企的市值为多少亿元

P42-43 模式ABC：哲学与赚钱法

用哲学家亚里士多德提出的第一性原理讲述特斯拉汽车是如何遵循第一性原理造车的

P44-45 产业地图：汽车产业地图

讲述汽车行业都包括哪些产业与行业，它们的关系与联系是什么

P46-47 未来已来：讲述未来的汽车

从汽车行业全行业的角度畅享未来汽车行业的样貌，分为6各方面

P48-49 入门日志：职业大搜索

以提问的方式确定不同性格的12岁孩子长大后能在汽车行业中从事什么职业，担任什么职务

P50-53 向百万富翁一样思考：赛车之王

讲述恩佐·法拉利创建法拉利汽车公司后，是如何运用8方面的富人思维获取成功的，而普通人又是因为哪8种穷人思维而失败的

P54-57 我的百万计划：斯芬克斯的考验

不是每个人都适合拥有大量的财富，除非他勇敢、守信，有耐心，喜欢钱却不贪婪，有着正确的价值观和金钱观。斯芬克斯老爹通过100元钱对鼠小白进行了考验，觉得他是一个可造之才。于是，老人告诉小白，可以从存钱开始，逐步实现他拥有百万财富的目标。

少年商学院第3期——饮料业

饮料乐园

封面

以将各种饮料儿童乐园化的方式阐述令孩子们无比快乐的各种饮料。

封二-P01卷首

嗨，朋友，你喜欢喝饮料吗？我猜你肯定超级喜欢！你知道吗，饮料不仅能给我们的身体“加油”，还能让我们心情变得特别愉快！而且，饮料在商业中也十非常重要，很多人每天都在研究它。

怎么，你不相信？那就来和鼠小白一起来瞧瞧饮料中的奇妙数据吧！

P02-03目录

特别的排布方式吸引小读者的阅读渴望。

P04-05 编年史：饮料的流淌时光

公元前3000年，古埃及人开始酿造啤酒——21世纪，元气森林的“自在水”,成为其旗下第三款10亿级大单品。

P06-11 点子工厂：茶之道

运用插、漫画+图文+信息图的形式讲解人们如何围绕茶叶打造各种饮品。

• 讲述陆羽如何对唐代茶文化的发展产生了深远影响。

• 茶是怎么成为全球流行饮品的（使用信息图讲解各种各样的关于茶的创意点子）。

P12-13 创意备忘录：这么多饮料

按照中国GBI0789《饮料通则》的分类，饮料可分为11大类。

P14-21 创业车库：汽水的故事

运用漫画+图文，讲述汽水诞生发展的全程，按时间顺序排序，一个对页讲述一个关键历程。

• 苏打水的故事

• 可口可乐的故事

• 百事可乐的故事

• 新汽水的故事（附赠：包装的故事）

P22-23 团队宝典：揭秘饮料生产线

通过有趣的连续插画，讲解饮料生产过程中的关键人员和设备，包括生产线工人、技术人员、研发人员等（设计有趣的角色冲突），以及如何通过各种协作生产出饮料。展示现代化饮料生产线的运作流程，包括原料处理、调配、灌装、包装等环节，突出质量控制团队的重要作用。此外，还尽可能展示现代饮料生产线的高效与精细化管理；强调食品安全的重要性。

P24-25 神奇银行：一起喜茶去

用儿童化的语言讲述一个卖茶的凭啥融资了一个亿。

喜茶的崛起是中国茶饮行业最具戏剧性的投资故事之一。自2012年成立以来，喜茶凭借创新的茶饮品类和独特的品牌形象，逐渐引起了投资者的兴趣。特别是在2017年，喜茶获得了来自红杉资本的千万美元级投资。这笔资金让喜茶能够加速品牌建设，并在短短几年内扩展至全国范围。

喜茶的成功在于其快速的扩张和高效的资金使用，尤其是在门店布局、品牌营销和产品研发等方面的精细化操作。2021年，喜茶的估值一度突破100亿元人民币，成为中国最具价值的茶饮品牌之一。投资的推动不仅帮助喜茶在短时间内完成了全国布局，也让它引领了整个茶饮行业的升级风潮，吸引了大量的资本关注。（配合讲述其他奶茶品牌，如霸王茶姬等）

P26-27 投资手册：来打造下一款“红牛”！

（编写核心：读者根据本手册，可以快速进行饮料业的正确投资）

鼠小白：打造一款成功的能量饮料，需要综合考虑产品配方、品牌形象、营销策略等多个方面，同时，也要注意与现有品牌进行差异化竞争，并结合市场趋势和消费者需求，才能在激烈的市场中脱颖而出。以下是一些建议：

1. 产品配方与创新

2. 品牌形象塑造

3. 营销策略

4. 渠道建设

5. 商业模式创新

6. 市场调研与反馈

7. 法律法规

打造一款成功的能量饮料，需要综合考虑市场、消费者、产品、品牌、营销等多个因素。

P28-29 最伟大的推销员：宗庆后的娃哈哈

40来岁的宗庆后，胆子很大。

P30-31 销售清单：到处都是好喝的

沙滩上美好的休憩时光。

P32-35 客户加油站：人人都爱饮品店

• 饮料机的出现——各种各样的饮料机，家庭化发展

• 以蜜雪冰城的案例引入，如何开一家儿童饮品店（饮料对身体的作用——饮料和肠道）

（选址、装修、选品、制作、座位安排、获客……可实操的内容，有趣简单一些。）

P36-37 巨头档案：全球饮料巨头TOP8

选择全球前8的饮料公司，列举它们著名的品牌。

P38-39 模式ABC：百年可乐的相爱相杀

两大可乐的竞合模式。

P40-41 产业地图：

饮料产业链趣味导图。

P42-43 未来已来：饮料产业的未来

用有趣的画面和诙谐的语言描述关于未来饮料的奇思妙想。

P44-47入门日志：DIY饮品

• 讲述如何自制一台饮料机。

• 成为健康饮料小达人

1.如何根据季节选择合适的饮料

2.如何根据身体情况制作适合的饮料（比如药饮）

3.使用合适的材料搭配出美味的口感饮料（味觉扇形图）

P48-51像百万富翁一样思考：攀登时尚之巅

通过星巴克创始人霍华德•舒尔茨的成功故事，讲解他是如何巧妙运用富人思维，创造出饮品行业的传奇品牌；对比普通人的思维方式，加深小读者对成功者的思维模式和成功的商业模式的理解。

P52-55我的百万计划：标题待定

继续鼠小白的故事，内容待定。

P56-封三 大咖面对面（10位饮料业大佬回答鼠小白10个关于饮料的奇趣问题）

少年商学院第4期——服装业

服装秀

封面

阐述画面布局和细节内容

封二-P01卷首

P02-03目录

P04-05 编年史：时光的衣橱（暂定名）

讲述从古代到现代服装的演变历程，涵盖从最早的树叶、兽皮、天然纤维制成的衣物，一直到到工业革命带来的大规模生产，再到现代时尚与设计的多元化。重点梳理约40个关键时间节点，以及对应的服装款式和相关材料、技术、设备的出现，回顾服装史上的重要转折点与时尚变革。

P06-07 点子工厂：时尚界的超级明星——丝绸

从嫘祖发明丝绸的传说讲起，讲解养蚕抽丝的秘密和丝绸纺织技术，以及随着丝绸之路的畅通，丝绸进入西方大受欢迎，再到丝绸技术的外传和不断进步，展现独特的东方之美。

• 缘起发明故事、商业化过程（漫画+图文结合的形式），

• 衍生发起的设计创新、技术创新、生产创新、销售创新、推广创新等新点子……举例：丝绸在传播中，产生新的织造设备、工艺、纹样、款式……（以信息图或者思维导图的方式呈现）

P08-09 创意备忘录：服装大家族

按照服装用途进行分类：生活服装、工作服装、运动服装、礼仪服装、舞台服装、特种服装（防火、防水、宇航服、登山、滑雪、户外）等，配以融合鼠小白形象的经典服装造型插画。

**附简单构思文档“服装类型-粗编”。**

P10-19 创业车库：破解成功密码

运用小漫画+图文，讲述5个成功的服装品牌的成功密码，按时间顺序排序，一个对页讲述一个品牌。

• 法国：香奈儿——‌独特个性与创新精神、经典设计与永恒的品牌价值、精湛的工艺与高品质

• 伦敦：巴宝莉（风衣）

• 纽约：李维斯（牛仔）

• 日本：山本耀司（）

• 意大利：阿玛尼（男装）

P20-21 团队宝典：从设计灵感到市场爆款

（将画面叙述清楚，如：设计阶段，设计师画了一幅猫外形的服装，鼠小白很生气……仅供参考）

设计阶段：设计师

打版与样衣制作：打版师制作纸样；裁缝师根据纸样制作成衣；试穿、调整。

面料采购与检验：采购人员进行，检验颜色、质地、缩水率等。

裁剪与缝制：使用指定面料裁剪、缝制。

整烫与检验：让服装更加平整、美观，检查瑕疵、线头等问题。

包装与发货：

展示与推广：模特走秀、明显代言等广告（线上、线下实体店）、店面陈列

售后服务：

P22-23 神奇银行：江南布衣——中国设计力量的崛起

• （图解、详细介绍）‌江南布衣由吴健和李琳夫妇创立，最初在杭州服装市场开设了一家小店‌。李琳先是从广东进货，随后尝试自行设计并组建生产线。随着业务的不断壮大，他们在1996年开设了首间门店，并在1997年成立了江南布衣，注册了JNBY商标。江南布衣以其独特的东方美学和原创设计，在国内外市场赢得了广泛关注。江南布衣通过资本运作，不断提升品牌形象，拓展海外市场。

• 罗列服装行业中常见的融资方式，如股权融资、天使投资、众筹、债务融资等，阐释各类方式的特点和应用场景，并结合服装行业的实际情况分析融资的挑战与机遇。（一句话介绍具体案例即可）

P24-25 投资手册：服装业盈利手册——SHEIN（读者根据本手册，可以快速进行服装业的正确投资）

1. 抓住快时尚机遇，定位年轻市场

• 市场洞察： SHEIN敏锐地抓住了年轻消费者对快时尚、个性化和高性价比服装的需求。

• 精准定位： SHEIN将目标客户锁定在追求潮流、对价格敏感的年轻女性身上。

2. 建立高效的供应链

• 柔性供应链： SHEIN建立了一套柔性供应链体系，能够快速响应市场变化，缩短从设计到上架的时间。

• 垂直整合： SHEIN在设计、生产、物流等环节进行垂直整合，提高了效率，降低了成本。

• 数据驱动： SHEIN通过大数据分析，预测流行趋势，优化生产计划。

3. 社交媒体营销

• 网红合作： SHEIN与众多网红合作，通过她们的影响力推广产品，吸引年轻消费者。

• 用户生成内容： SHEIN鼓励用户分享穿搭照片，营造出一种社区氛围，增加用户粘性。

• 付费广告： SHEIN在社交媒体上投放大量广告，扩大品牌曝光度。

4. 低成本策略

• 中国制造： SHEIN的生产基地主要在中国，充分利用了中国的制造业优势，降低了生产成本。

• 规模效应： SHEIN通过大规模生产，摊薄了固定成本，降低了单位产品的成本。

• 精简设计： SHEIN的产品设计相对简单，减少了不必要的成本。

5. 跨境电商

• 平台入驻： SHEIN入驻了多个跨境电商平台，如亚马逊、eBay等，拓展了海外市场。

• 自建网站： SHEIN拥有自己的独立网站，直接面向全球消费者。

• 物流优化： SHEIN建立了完善的物流体系，保证了产品的快速交付。

SHEIN成功的启示

• 快速迭代： SHEIN能够快速推出新品，紧跟时尚潮流。

• 数据驱动决策： SHEIN通过数据分析，指导产品设计和营销决策。

• 全球化视野： SHEIN将目光放在全球市场，积极拓展海外业务。

• 成本控制： SHEIN通过精细化管理，有效控制成本。

• 客户导向： SHEIN始终以客户为中心，不断优化产品和服务。

其他服装品牌可以从SHEIN身上学到什么？

• 重视供应链管理： 建立高效的供应链是快速响应市场变化的关键。

• 利用社交媒体： 社交媒体是品牌推广的重要渠道。

• 注重用户体验： 提供良好的用户体验，才能留住客户。

• 不断创新： 服装行业竞争激烈，只有不断创新才能保持竞争力。

总结

SHEIN的成功并非偶然，它代表了快时尚行业的发展趋势。对于其他服装品牌来说，SHEIN是一个值得学习的榜样。通过分析SHEIN的成功案例，我们可以总结出一些在服装行业取得成功的关键因素。

**（小贴士，栏目未确定）投资手册：为什么有人愿意花几千块买件T恤？**

• 生产成本高，质量好：材料昂贵或者工艺复杂，比如自主研发的面料、设计专利等

• 品牌历史和故事（身份地位、品味和生活态度等）

• 艺术价值

• 广告费、推广费高

• 心理价值和社交属性

P26-29 最伟大的推销员：服装的营销艺术

• Gap：唐纳德·费希尔（廉价时尚服装）（详细讲解一个对页）

• 大卫·奥格威的哈撒韦衬衫广告传奇

明星直播带货

其他多种销售模式

P30-31 销售清单：服装特卖会（服装大卖场+专营店）

• 组合销售

• 买一赠一

• 第二件半价

• 限时折扣

• 满减优惠

• 赠品策略

• 积分好礼

• 限量版

• 明星同款

P32-35 客户加油站：

• 高级服装定制

• 如何开一家儿童服装（定制）店

（选址、装修、选品、橱窗陈列、获客……可实操的内容，有趣简单一些。）

P36-37 巨头档案：全球运动服装品牌Top 8

（运动员明星穿着代言的运动品牌服装）

• 李宁 李宁

• 耐克 迈克尔乔丹

• 阿迪达斯 ……

• 安德玛 ……

• 露露柠檬 ……

• 锐步 ……

• 斐乐 ……

• 新百伦 ……

P38-41 模式ABC：优衣库

• 出色的性价比、基础款和常规款（联名款）的产品策略以及全球市场布局。

（图文形式：一家三口，周围有优衣库产品的小图。通过图片和文字讲解一些基本概念——基础款有哪些？常规款有哪些？尺码的选择？穿搭方案？）

• 结合一个汉服品牌的成功案例，讲解IP打造故事和模式

1深入挖掘传统文化

2注重创意与设计

3强化品牌建设与运营

4提升产业链整合能力

5注重文化传承与教育

6关注市场趋势与消费者需求

• 始祖鸟或者大鹅模式（选其一）

P42-43 产业地图：

服装产业链导图、（T台、服装周等环节）

P44-45 未来已来：服装产业的未来

展望未来服装行业的发展趋势，分析环保时尚、智能穿戴、数字化设计等新兴技术对行业的影响。探讨未来服装的可能形态，如虚拟现实时尚、3D打印衣物等。如：

• 可持续时尚如何成为未来的主流趋势

• 服装行业如何利用数字化技术提升设计与生产效率

（内容可以更好玩一些，更异想天开一些。）

P46-47入门日志：T恤DIY创意坊

• 教导孩子们如何用简单的工具和材料，制作独一无二的个性T恤。

• 服装小贴士：成为时尚达人

提供一些关于服装搭配、流行趋势等小贴士，帮助年轻人在日常生活中展现个人风格，打破穿衣误区。如：

1如何根据季节选择合适的服装

2简单搭配技巧，轻松打造时尚感

P48-51像百万富翁一样思考：攀登时尚之巅

ZARA——紧跟时尚潮流的设计、精准的市场定位、敏捷的供应链管理。

对应鼠小白的普通人思维，对比出ZARA创始人的富人思维。

P52-55我的百万计划：标题待定

继续鼠小白的故事，内容待定。

P56-封三 巨匠面对面（10位服装业大佬）

CK、迪奥、范思哲、普拉达、爱马仕、古驰、芬迪……共10个品牌大佬回答上面有趣的问题，可以起到总结全书的作用。

• 奢侈品花费数百万美金举办时装秀，但秀场上展示的服装从未用来销售，如何解释？（引出著名的时装秀、模特、嘉宾等话题）

• 为什么秋冬时装秀会在三月举办，而春夏时装秀却在十月？（服装销售逻辑）

• 为何一些奢侈品牌会设计出一些挑战大众审美的“丑东西”？

• 奢侈品为何不喜欢打折？

• 爱马仕与路威酩轩找不同（两相对比，看到不同的经营策略）

* Fendi的标志性字母“FF”代表了什么？
* 小黑色为何如此风靡？（顺带介绍创始人的原名）
* 为什么说LV名声大噪与“泰坦尼克号”有关？
* 什么叫潮牌，目前都有哪些呢？
* 为什么1000元的T恤也有人买？