

<<流行预测>>

图书基本信息

书名：<<流行预测>>

13位ISBN编号：9787506417365

10位ISBN编号：7506417367

出版时间：2000-01

出版时间：中国纺织出版社

作者：(美)丽塔

页数：309

字数：321000

译者：李宏伟/等

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：<http://www.tushu007.com>

<<流行预测>>

内容概要

本书是服装业全面阐述流行预测的第一本书。

主要内容包括：介绍流行的运作过程；帮助流行规划人员确定未来方向的复杂资讯系统；协助读者熟悉流行服饰事业的结构，并了解如何取得相关的讯息；通过实例深入解读及评估预示流行方向的各类新闻媒介；介绍如何将对流行的观察转变为切实可行的实际做法。

本书可供服装行业、商业部门有志从事流行事业的专业、管理、营销人员以及相关专业师生阅读。

<<流行预测>>

书籍目录

- 第1章 季节流行的必备要件 1.1 流行与过时是谁决定的 (WHO DECIDES WHAT'S IN AND WHAT'S OUT?)
-) 1.2 流行领导者的去向 (WHERE HAS THE FASHION LEADERSHIP GONE?)
-) 1.3 全球市场殊途同归 (HOW DOES THE WORLDWIDE MARKET PLACE COME TO THE SAME CONCLUSION?)
-) 1.4 市场实况：设计师如何发挥创意、决定流行趋势 (THE FORMAL MARKETPLACE: THE FRAMEWORK FOR CREATIVE DECISION MAKING AND TREND SETTING BY THE DESIGNER)
- 1.5 市场实况：记者如何评估各种趋势与风格 (THE FORMAL MARKETPLACE: THE FRAMEWORK FOR CREATIVE TREND AND STYLE EVALUATION BY THE PRESS)
- 1.6 市场实况：零售商如何确认趋势作出决策 (THE FORMAL MARKETPLACE: THE FRAMEWORK FOR CREATIVE TREND SPOTTING AND DESIGN DECISION MAKING BY THE RETAILER)
- 1.7 流行预测工作者侦查线索、推算趋势的技巧 (THE FORECASTER'S TECHNIQUES FOR DETECTING CLUES TO EMERGING TRENDS)
- 1.8 消费者选择特定风格的力量 (WHAT ARE THE FORCES THAT LEAD THE CONSUMER TO MAKE CLOTHING SELECTIONS?)
-) 1.9 影响消费者做出最后决定的因素 (WHAT ARE THE FORCES THAT ULTIMATELY SHAPE CONSUMERS DECISIONS?)
- 1.10 流行的动力就在我们身上 (THE FORCES OF FASHION ARE WITHIN US)
- 第2章 定义专用名词 2.1 名词定义 (WHAT IT MEANS TO SAY)
- 2.2 流行计划 (THE FASHION PLAN)
- 2.3 如何区分各种流行服饰 (HOW TO DIFFERENTIATE THE KINDS OF FASHION)
- 第3章 谁在贩卖流行服饰?
- 3.1 传统的百货公司——老字号信用好 (THE TRADITIONAL DEPARTMENT STORES THE STANDBYS)
-) 3.2 专卖店——开路先锋 (THE SPECIALTY STORES THE TRAILBLAZERS)
- 3.3 设计师精品店——纯种零售商 (DESIGNER BOUTIQUES - RETAILING BLUE BLOODS)
- 3.4 超大型零售商——业界巨擘 (MASS MERCHANTS THE GIANTS)
- 3.5 服装版型公司 (THE PATTERN COMPANIES)
- 3.6 商店街——小镇大街的重生 (THE MALLS - THE REFORMATTING OF MAIN STREET)
- 3.7 多样化零售店 (THE VARIETY STORES)
- 3.8 薄利多销的商店——善用计策的权谋者 (服装超级市场) (LOW MARGIN STORES - THE OPERATORS)
- 3.9 供应商附设商场——强化竞争力 (OUTLETS - MORE COMPETITION)
- 3.10 批发仓储 (THE WAREHOUSE)
- 3.11 第七大道展示厅 (THE SEVENTH AVENUE SHOWROOM)
- 3.12 直销 (DIRECT MARKETING)
- 3.13 展示中心 (STAGING CENTERS)
-) 3.14 侦探式购物 (SLEUTH SHOPPING)
- 第4章 服饰工业的流行预测：商店橱窗与广告的背后 4.1 何谓流行? (WHAT IS FASHION?)
-) 4.2 何谓预测? (WHAT IS FORECASTING?)
- 4.3 预测工作者都在做些什么? (WHAT DOES THE FORECASTER DO?)
-) 4.4 预测的精准度 (THE PRECISION OF THE FORECAST)
- 4.5 其他产业运用预测技术 (OTHER INDUSTRIES USE THE FORECASTING PROCESS)
- 4.6 流行服饰工业的组成元素 (THE FASHION INDUSTRY'S COMPONENTS)
- 4.7 流行服饰工业的结构 (THE FASHION INDUSTRY'S STRUCTURE)
- 4.8 流行服饰业的工作日历 (THE FASHION TIMETABLE)
- 4.9 讯息网络 (INFORMATION NETWORK)
- 4.10 销售策略 (THE SELLING STRATEGY)
- 4.11 身陷泥淖的预测工作者 (THE FORECASTER IN A QUAGMIRE)
- 第5章 流行预测三部曲第一部 研究 5.1 检核点1——第一级资讯来源 (CHECKPOINT 1 - THE PRIMARY SOURCES)
- 5.2 检核点2——第二级资讯来源 (CHECKPOINT 2 - THE SECONDARY SOURCES)
- 5.3 检核点3——第三级资讯来源 (CHECKPOINT 3 - THE TERTIARY SOURCES)
- 5.4 检核点4——销售记录 (CHECKPOINT 4 - TRACKING SALES)
- 5.5 检核点5——竞争对手 (CHECKPOINT 5 - COMPETITION)
- 5.6 检核点6——人口统计数据 (CHECKPOINT 6 - DEMOGRAPHICS)
- 5.7 检核点7——价值观与生活形态 (CHECKPOINT 7 - VALUES & LIFESTYLES)
- 5.8 检核点8——眼光的拓展 (CHECKPOINT 8)

<<流行预测>>

- DEVELOPING THE EYE) 5.9 检核点9——出版物 (CHECKPOINT 9 - PUBLICATIO) NS) 5.10 检核点10——流行预测服务业 (CHECKPOINTTT0 - FORECAST SERVICES) 5.11 捡核点11——无边无际的影响力 (CHECKP OINT11 - APLETHORA OHINFIUENCES) 5.12 检核点12——观察海报 (CHECKP (OINT12 - OBSERVA TIONPO) STS) 5.13 检核占13——新科技 (CHECKPOINT13 - THE NEW TECHN LGY) 5.14 检核点14——与生活紧密契合的流行 (CHECKPOINT14 - FASHIONS OFINVOLVEMENT) 5.15 检核点15——旧衣新穿 (CHECKPOINT15 - NEW USES FOR PRODUCTS) 5.16 检核点16——独具特色的地区 (CHECKPOINT16 - LD NEIGHBORHOODS) 5.17 检核点17——相关工业 (CHECKPOINT17 - RELATEDINDUSTRIES) 5.18 检核点18——资讯网络 (CHECKPOINT18 - NETWORKING) 第6章 流行预测三部曲第二部 报告 6.1 报告的目的 (THE PURPOSE OF THE REPORT) 6.2 服饰零售业者的组织结构 (THE RETAIL STORE SET - UP) 6.3 有效的流行报告 (EFFECTIVE FASHION REPORTING) 6.4 重要投资之测试——以支持流行规划 (TESTING ANIMPORTANTINVESTMENT - to bolstefaShion projections) 6.5 什么时候报告 ? (WHEN DO WE REPORT ?) 6.6 为到国外采购准备的特殊迷你会议 (SPCEIAL MINIMEETINGSIN PREPARATION FOR OVER SEAS BUYING TRIPS) 6.7 讯息的更新——永不间断的活动 (UPDATING THE NEWS - AN ONGOING ACTIVITY) 6.8 典型的“ 流行速报 ” 之格式 (PROTOTYPE FOR FASHION FLASH) 6.9 管理阶层的投入 (COMMITMENT BY MANAGEMENT) 6.10 采购办公室之流行预测 (FASHION FORECASTINGIN THE BUYING OFFICE) 6.11 制造厂层次的流行预测 (FASHION FORECASTING ATTHE MANUFACTURER LEVEL) 第7章 流行预测三部曲——第三部执行 7.1 领导主题 (LEADERSHIP THEME) 7.2 策略规则 (STRATEGIC PLANNING) 7.3 获利程度如何 ? (HOW PROFITABLEISIT ?) 7.4 商店如何突显自己的特色 ? (HOW DOES A STORE BECOME DISTINGUE ?) 第8章 流行服饰促销 8.1 流行服饰促销的形式 (TYPES OF PROMOTION) 8.2 促销小组 (PARTICIPATINGIN THE EFFORTS OF THE PROMO TIONAL TEAM) 8.3 支援部门 (THE SUPPORT DEPARTMENTS) 8.4 促销失败 (PROMOTIONAL PRATFALLS) 8.5 成功衡量的标准 (MEASURE OF SUCCESS) 第9章 流行预测成为流行事实 9.1 消费者要的是什么 ? (WHAT DOES THE CONSUMER WANT ?) 9.2 当代服装需具备哪些特征 ? (WHAT CHARACTERIZES CONTEMPORARY CLOTHES ?) 9.3 专业采购人员应该提供什么 ? (WHATSHOULD THE PROFESSIONAL BUYERCON TRIBUTE ?) 9.4 管理者的任务是什么 ? (WHATIS THE ROLE OF MANAGEMENT ?) 9.5 流行预测专家的责任何在 ? (WHATIS THE RESPONSIBILITYOF THE FORECASTER ?) 9.6 了解趋势背后的动力 (UNDERSTANDING THE DYNAMICS BEHIND A TREND) 第10章 流行预测专家的工作 10.1 流行预测专家距离消费者有多远 ? (THE FORECASTERS , HOW FAR FROM THE CONSUMER ?) 10.2 你的技巧能力如何 ? (HOW SKILLFULARE YOU ?) 10.3 有效率的预测专家 (THE EFFECTIVE FORECASTER) 10.4 考虑明天、考虑未来五十年 (THINK OF THE TOMORROWS : THINK OF THE NEXT FIFTY YEARS !) 10.5 流行预测专家这一行 (THEJOB : FASHION FORECASTER) 10.6 带创意的工作 (THEJOB WITH CREATIVITY) 10.7 一些流行预测专家的忠告 (NOTES FROM THE PROFESSIONALS) 10.8 流行管理人员的工作内容 (JOB DESCRIPTION OF THE FASHION ADMINISTRATOR) 10.9 流行管理人员期望流行预测专家能做什么 ?

<<流行预测>>

- (WHAT DO THEY WANT OF YOU ?
-) 10.10 流行管理人员是些什么人？
- (WHO ARE THEY ?
-) 流行预测之用语索引

<<流行预测>>

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:<http://www.tushu007.com>