

<<时尚买手>>

图书基本信息

书名：<<时尚买手>>

13位ISBN编号：9787506453295

10位ISBN编号：7506453290

出版时间：2009-1

出版时间：中国纺织

作者：戈沃瑞克

页数：177

字数：178000

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>

## <<时尚买手>>

### 内容概要

本书主要介绍了时尚买手的职责，是多家服装公司买手从业人员实践经验的总结。其中包括采购环节、流行预测、计划安排、面料采购、服装采购等具体环节的知识讲解。本书案例丰富，并且针对自有品牌、品牌服装以及服装采购等不同的市场要求，进行了更加深入的研究。

同时本书还在第一版的基础上进行了最新探索，力求反映与时尚买手工作职责的相关变化。此外，本书在市场营销和买手的职业规划方面，也进行了较为细致和实操讲解。

## &lt;&lt;时尚买手&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 时尚买手简介 时尚买手的职责 服装市场的分类 参考书目第二章 服装买手的职责 成功买手的素质 联络供应商 谈判 联系内部各部门 管理 小结 参考书目第三章 采购环节 回顾当前季节销售情况及预算 比较采购 目标采购 确定采购范围和产品筛选 产品的生产、开发及交货 确定面料及装饰 小结第四章 流行预测 流行趋势预测信息源 收集流行趋势信息 小结 参考书目及进一步阅读书目第五章 服装采购计划 制订服装采购计划 季节性和阶段性 销售的历史记录 目标采购与比较采购 色彩选择和设计 尺码选择 制订零售价 流行服装产品分类 影响时尚服装采购计划的因素 小结第六章 面料的采购 纤维含量 面料结构 面料印花 面料染色、整理和装饰 面料采购方式 面料研发 面料的进出口 面料价格 小结 参考书目及进一步阅读书目第七章 服装采购 服装采购的模式 联系服装供应商 服装制造商内部的部门划分 小结 参考书目及进一步阅读书目 参考网站 服装采购道德的案例分析第八章 自有品牌连锁店的采购 英国主要百货集团 服装连锁店的种类 产品分类 零售业绩 陈列和终端促销 小结 参考书目及进一步阅读书目 参考网站 自有品牌服装买手案例分析第九章 邮购订货的时尚买手 服装邮购市场 编辑产品目录 预测和估算邮购销售业绩 网络购物 小结 参考书目及进一步阅读书目 服装邮购公司案例分析第十章 品牌服装的采购 财务预算与产品订购 选择品牌服装产品 订单过程和 监督发货 监控销售情况和检查季度业绩 重复订单与降价 公共关系与促销 小结 参考书目及进一步 阅读书目 品牌服装产品采购案例第十一章 服装买手的市场营销 服装市场营销组合 服装产品的生命周 期 客户档案 市场调查方法 试销产品 服装消费者行为 小结 参考书目及进一步阅读书目第十二章 服 装买手的职业生涯 你适合成为一名服装买手吗 服装买手的职业资格 服装买手的相关技能 服装买手 的职业发展 服装买手的求职方法 简历 面试过程 给求职者的建议 小结 参考书目及进一步阅读书目 参考网站附录 服装采购术语索引

## 章节摘录

第一章 时尚买手简介本书着重关注时尚商品的采购，尤其是服装的采购，但在服装的采购过程中会涉及更为广泛的商品，如鞋袜、装饰物，这些商品几乎左右着消费者的购买行为。

服装市场在英国经济中占有重要地位，2005年其销售总额达到356亿英镑[《零售报告》(Retail Intelligence)，2006]。

服装买手的工作前景不可限量，这是由于英国的服装销售总额在2010年前会稳步上升(Key Note，2006)，另外消费者对服装市场的经济发展与产品的销售过程起着关键作用。

时尚买手应该具有多方面的产品销售与采购知识，同时具有与他人沟通的能力和团队意识，一个成功的时尚买手还应是一个有耐心与热心的人。

时尚买手的职责不同的公司对于一个时尚买手会有不同的工作要求。

简而言之，时尚买手会针对特定的公司，特定的产品市场去选择一系列产品，如大量的女性休闲装或女性内衣。

时尚买手的工作包括以下六个方面：分析相关时尚发展动态与趋势与产品供应商保持联络为同事和管理层选择产品—预测产品的利润空间监控时装发布会并加以分析观察与分析同行业竞争公司的发展动态时尚买手有必要熟悉产品的目标顾客群，这样才有益于商品的销售。

大多数买手在职业伊始会先从一个助理或是受训者做起，这会对以后的买手工作起到一定的辅助作用，以保证日后能胜任买手工作。

由于零售商的实际管理与买手所经历的受训内容可能有不同，积累丰富的经验对买手来说是大有益处的。

买手的职责多种多样，通常取决于零售商的销售规模。

采购团队通常是由采购经理或主管直接管理员工。

并与其他高级管理人员协调采购及宣传策略，同时对采购范围进行全面监控。

本书第八、第九、第十章主要介绍了时尚买手在不同采购环境及采购形式中的案例，向读者展示其工作中真实的一面。

对于一个时尚买手来说，每天都会遇到新的情况，他们的工作较为繁杂，包括从输入新产品数据到参观米兰的服装店。

毫无疑问。

买手的工作量大大超过其被作为魅力职业所给人的光鲜感受，这反映在大量涉及时尚产品的背景工作中，因为消费者还不甚了解大部分时尚的商品。

买手不会独自进行交易，他们的采购范围通常由采购团队决定。

此外，买手还会依赖于公司内部的其他部门以及供应商网络。

时尚买手的职责在不断发展和扩大。

这反映了消费者品位的变化和新技术的引进。

在本书第一版问世六年以来，时尚行业的快速发展以及巨大变化使时尚买手的工作职责也在发生着变化：进口商品几乎使市场基本呈饱和状态，网络销售也正发展成为时尚商品的一种销售形式。

时尚行业的无穷变化意味着，在商品零售商扩大或改变所有权的这段时期，其他商品已经逐步退出这个市场。

本书第二版旨在反映这些变化与时尚买手工作职责的联系。

服装市场的分类在英国的主要街道上布满各种服装连锁店，显然，时尚买手的主要工作就在这里。

在英国服装市场中，女装的销售总额要远远高于男装，男装仅仅占服装和鞋袜市场销售总额的1/3(《零售报告》，1999)。

其结果导致零售商更愿意销售女装，由此便出现了更多的女装买手，男装或童装买手却非常少见。

而在跳槽时，相对于男装或童装买手来说，女装买手在专业程度上更具竞争力。

采购服装产品的两种主要方式如下：采购特殊零售商或者邮购公司的商品(有时涉及自有品牌)采购品牌商品第一种方式适用于多种零售时尚商品连锁店或邮购公司，产品开发管理费用使得这一方法仅对有能力大量购买商品的大零售商具有可行性，并且主要针对大众市场。

## &lt;&lt;时尚买手&gt;&gt;

私人店主通常会采取第二种方式，虽然这种方式也适合销量面较窄的时尚连锁商店和邮购公司，尤其是百货商场，以增补其销售商品范围。

一般情况下，大零售商会将商品价格上调得较高，尽管小的私人主会为其所卖商品品牌支付更高的进货价，但他们也不会将价格定到如大零售商一样高。

第二章 服装买手的职责买手的职责因公司而异，但是所有的服装买手都会监督一系列产品的研发。这些产品有其特定的顾客群及价格范围。

在一个采购团队中有各种不同级别的买手。

小型商店的买手可能只有一个人，会同时参与产品的销售和促销，而大型服装公司的买手则包括受训买手、助理买手、买手以及采购经理，他们共同由一个采购主管来领导。

服装买手这一职业的称呼也各有不同，值得一提的是像国际零售商玛莎百货（Marks & Spencer）这类公司，人们通常称买手为“挑选者”（selectors'）。

一个采购团队需要的是高效的交际能手，因为他们大部分的工作时间都是在和供应商以及内部其他部门人员进行沟通和谈判。

买手们通常是在采购专门类别的商品。

小公司买手的采购范围很广，如女性休闲装就包括夹克、披肩、裙子和裤子。

但是，大公司买手的采购范围可能会小得多，如只采购男性衬衫。

一般情况下，公司越大，其买手选择商品的范围越小。

然而，与小公司的全方位买手相比，由于这类买手所采购的产品量大，因此往往会带来更高的营业额。

像玛莎百货公司以及英国百货公司（Bhs）由于所售产品范围很广，往往会依商品的不同类别而设定专门的采购部门来采购男装、女装和童装。

而各类商品的采购会被进一步细分为针织衫、毛织衫、休闲衫、睡衣、泳衣、手工编织或制作的服装、内衣、晚装、鞋袜和小饰品。

大公司买手的职责会界定得较为严格，而小公司的买手有可能是全才或通才，因为他们的工作范围多样化，有时甚至会延伸到产品设计创新和质量控制领域。

就采购职责而言，小型商店零售商和一些小百货店的买手与就职于大型服装商场的买手有所不同，主要表现在小百货店的买手只采购品牌商品，不会参与商品的设计与开发。

一般情况下，买手的职责也会因所在国家的不同而不同。

在美国，买手不但会承担更多的行政职责，还要考虑经济创收，而在英国，这常常是推销商的工作[克劳德菲尔特（Clodfeher, R），2003]。

在美国，采购行为通常是销售团队的职责范畴，而在英国。

采购则是一个公司的核心，有经验的买手不可避免地会频繁出差，主要是为了了解服装供应商的情况并积累时尚信息（参阅第五、第六、第七章）。

受训买手在被雇用的第一年很少有机会出国工作，他们在开始海外工作之前，主要是在总部，让他们了解公司是如何运营的以便更好地协助买手工作。

对于一个受训买手或助理买手来说，第一次的海外工作很可能是跟随他人去巴黎的商品交易会或商店了解流行趋势。

经过两三年之后，才可以根据零售商的情况和产品的门类在不同的销售季单独出行。

成功买手的素质服装买手要多才多艺、灵活变通，因为买手的工作日程是灵活多变的。

今天一个买手可能整天都在写报告或通过电话和电子邮件与外界沟通，下一周就有可能去巴黎调研流行趋势，下个月又可能飞到远东与供应商会面洽谈。

一个素质良好的买手不但要有活力，同时还要有热情，负责任、具备专业知识，能果断处理问题，逻辑思维能力强，富有创造力、想象力和积极性。

要在这一领域取得成功，买手们还需要具备前瞻性眼光，还要有人力资源管理能力以及时间分配能力。

很少有人能具备所有买手应该具备的素质，但大多数买手会在某些方面表现出色，而在其他方面略逊一筹。

## <<时尚买手>>

尽管这些素质看起来很难，但其中大部分还是可以在工作中培养出来的。

热情与自我激励是最重要的素质，因为它们是无法习得的。

它们与工作经验或工作资质一道将会帮助一个买手迈向成功的至关重要的第一步。

仅从简历或面试是很难确定一个人是否具备成为优秀买手的必要素质的。

因为这些素质只有在实际的采购环境中才能得以体现。

然而，如果你已经具备了一些素质，并愿意培养其他的素质，你就有潜力成为一名出色的买手。

即使已经拥有广泛的技能和一定的工作经历，一个初来乍到的买手也需要一些特定的训练和调整时期去熟悉一个公司不同的体制和各种状况。

如果公司不进行这样的培训，引入新人会对公司的营业额和利润产生负面影响。

## <<时尚买手>>

### 编辑推荐

《时尚买手》在第一版的基础上进行了最新探索，力求反映与时尚买手工作职责的相关变化。此外，《时尚买手》在市场营销和买手的职业规划方面，也进行了较为细致和实操讲解。立足服装的专业特点和商业定位，以买手从业者的实际工作流程为编写依据，结合多家知名品牌买手的实际工作经验，该书热销法国、德国、西班牙、意大利、葡萄牙、挪威和荷兰7个国家，世界范围内51个服装专业院校和经济院校定为专业教。

时尚买手应该具有多方面的产品销售购买知识，同时具有与他人沟通的团队意识，一个成功的时尚买手还应是耐心与热心的买手。

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>