

FASHION
BUYING

时尚买手

费雯俐
编著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

时尚买手

FASHION
BUYING

费雯丽
编著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

时尚买手 / 费雯俐编著. —上海: 立信会计出版社, 2017. 2

ISBN 978-7-5429-5324-7

I. ①时… II. ①费… III. ①服装—市场营销学—
高等职业教育—教材 IV. ①F768.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 317757 号

策划编辑 张 寻

责任编辑 陈 昕

封面设计 包臻隽

时尚买手

Shishang Maishou

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路 2230 号

邮政编码 200235

电 话 (021)64411389

传 真 (021)64411325

网 址 www.lixinaph.com

电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net

电 话 (021)64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 上海天地海设计印刷有限公司

开 本 787 毫米×960 毫米

1/16

印 张 13.5

插 页 4

字 数 163 千字

版 次 2017 年 2 月第 1 版

印 次 2017 年 2 月第 1 次

印 数 1—2100

书 号 ISBN 978-7-5429-5324-7/F

定 价 36.00 元

如有印订差错,请与本社联系调换



宁波衣芙名典体验店陈列设计



1016 配饰集合店



宁波衣芙名典体验店



英国男装品牌的店铺陈列



GUCCI 的橱窗设计



法国品牌 Sonia Rykiel 的店铺陈列



封闭型橱窗——塞尔福里奇百货商店 (Selfridge) 橱窗设计



英国伦敦塞尔福里奇百货商店 (Selfridge)
橱窗设计

序言

近年来,随着服装商品供给丰富多彩、国内消费需求变缓,服装商品供大于求,卖方市场开始转向买方市场,新的经营渠道和模式层出不穷。同时,大量的廉价服装商品面市,使得全球市场竞争日趋激烈,采购与供应模式正在发生变革。针对国内服装零售业态的现状与问题,分析买手制模式,即分析全球领先服装零售品牌如何成功使用该模式解决服装零售业同质化问题,已经成为时尚领域的热点话题。结合我的服装产业实践经验和高校教学科研经历来看,“时尚买手”的需求非常大,但真正能称得上职业时尚买手的却非常少。愈来愈多的服装专业院校或以技术、技能型为培养方针的大学已经意识到服装市场的需求,逐渐在课程设置中加入时尚买手的内容。然而,在我国高等教育教材中,紧缺既符合中国服装市场行情,又能启发学生“critical thinking”的时尚买手教材。

费雯俪老师所著的《时尚买手》为本科服装与服装营销专业的学生,以及希望从事时尚买手相关领域的从业人员提供了一套完善而系统的学习流程。本教材以西方买手体系为参考,论述了时尚买手在服装采购管理中的地位、职能、作用及其所面临的挑战和风险,按照服装买手制订并实施采购计划的工作流程,用步骤分解的方式分别阐述了环境与竞争品牌分析、采购决策及产品开发、供应商联络、视觉营销及促销等内容,以提高针对性与实用性。此外,本教材突破了原有服装教材的著述结构,采用全新的模块制,大量的实战案例和拓展思维能力的练习题可有效提高读者的学习兴趣和学习效果。本教材可以作为专业服装院校的教学教材,同时也可以作为服装设计专业人员及爱好者的参考资料。

周旭东

前言

欢迎进入令人兴奋不已的买手世界！就其本质而言，时尚零售业是充满活力、千变万化的，而时尚买手是所有服装零售企业中的重要岗位之一。一家服装零售企业可能每个季度的商品分类和市场定位会发生变化，事实上有可能每天的商品定价、促销和存货水平都在发生改变。时尚买手身处快速变化的环境之中，每一天都在做关于商品企划的决定。时尚买手的概念源于欧洲，但对于中国的时尚界来说，并不陌生。他们有敏锐的时尚嗅觉和三寸不烂之舌，常常往返于世界各地服装秀场，时刻关注着各种流行资讯，手中掌握着大量订单，不停地与供应商讨价还价，顾客能买到什么东西，往往是由他们来决定的。他们能满足各种消费者不同的需求。时尚买手所从事的行业，最终创造出惊人的市场价值。这些对时尚敏感、能准确判断流行趋势、品位高雅、眼光独到、经验丰富，能够根据市场判断制定畅销商品采购计划并实施采买的人，被称为“时尚买手”。

从某种意义上来说，时尚买手是中国各种服装向规模化生产的前行力量，因此“时尚买手”被称为时尚产业中下一个神话的缔造者，并且被誉为现今十大高薪新兴职业之一。由于专业

时尚买手的稀缺,北京、上海、深圳等地企业甚至开出 50 万元年薪也难以找到合适的人选。面对巨大的人才缺口,本教材不仅可以作为专业服装院校的教学,还可以作为服装市场培养复合型国际时尚买手专门人才及爱好者参考之用。

我要特别感谢上海职教集团和立信会计出版社有限公司的各位领导,感谢他们对这一研究课题的支持与帮助。另外,我还要感谢上海杉达学院领导、上海国际时尚教育中心领导、上海杉达学院时尚学院领导,以及时尚学院的全体教职员对我的关心与帮助。此教材参阅的著作与文章甚多,我尽可能在各个模块中注释,并在本教材最后的参考文献中作了说明,若有所遗漏,在此一并表示歉意。对于所有对此教材写作有帮助的专家学者,我均表示诚挚的感谢。若此教材有不足之处,恳切希望各位读者,尤其是服装学术界的前辈、新锐及广大同仁赐教,那将是笔者倍感欣慰之事。

费雯俐

2016 年秋 伦敦

目录

1	模块一	时尚买手概述
3	基础知识	时尚买手的产生与发展 时尚买手的职能要求 时尚买手与采购的区别
9	拓展与提高	服装企业买手模式
15	情景案例	全球最具特色的时尚买手店
18	分析与运用	

19	模块二	流行趋势与销售预测分析
21	基础知识	流行趋势预测 销售预测
43	拓展与提高	计划存货水平 确定库存周转率
47	情景案例	购物篮分析:顾客在商店怎样购物
49	分析与运用	

51	模块三	实施采购计划与存货控制
54	基础知识	采购前的准备工作 制定采购计划 实施采购计划
101	拓展与提高	采购限额计划
105	库存控制	
107	情景案例	个体买手的小型服装集合店运营轨迹
114	分析与运用	

117	模块四	视觉营销与促销推广
119	基础知识	视觉营销的概念 视觉营销的产生与发展 视觉营销的目的与作用 橱窗与店铺陈列 商品促销活动 制定促销计划 促销评估与协调
153	拓展与提高	VMD 中的陈列企划
164	案例分析一	优衣库的视觉营销企划
173	案例分析二	Victoria's Secret: 运用网络作为促销工具
175	分析与运用	

177	模块五 时尚买手的职业生涯
	时尚买手的职业资格
	不同类型的时尚买手岗位
	时尚买手的职业规划
	时尚买手的求职方法
	应聘面试技巧

191	附录
193	附录一 全球知名时尚买手店
198	附录二 国际时尚流行网站
199	附录三 时尚买手专业术语解析
205	参考文献