

<<服装买手与采购管理>>

图书基本信息

书名：<<服装买手与采购管理>>

13位ISBN编号：9787506465663

10位ISBN编号：7506465663

出版时间：2010-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：王云仪

页数：167

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>

<<服装买手与采购管理>>

前言

国内服装市场中的服装买手从事的是新兴的职业吗？

或者只是为一项老工作套上职业新外衣？

买手是以往概念上的销售员吗？

或者是现代意义上的商品创意企划人员、游历世界的空中飞人……买手们究竟是怎样的一群职业人？

他们每天忙碌的工作是什么？

买手们存在的意义何在？

本书将通过阐述买手所从事的采购管理工作来回答这些问题。

服装产业是率先实现资源配置和市场销售全球化的产业之一。

在如火如荼的服装产业全球化浪潮中，良好的供应链管理已经成为服装企业的核心竞争力。

服装采购管理是随着中国服装产业由劳动密集型向追求高附加价值产业环节进行结构转型的核心工作内容，发挥着合理配置资源的关键作用。

将产业从劳动密集型状态转移出来，通过买手的采购进而获得合理的资源配置，建立科学、有效的供应链，将成为未来中国服装产业转变发展方式的重要切入点。

因此，服装买手所承担的采购管理工作是服装虚拟经营以及供应链管理的关键职能；按照当前国际先进的服装产业采购管理的方法进行操作，培养相关专业人才，是未来中国服装产业及教育发展的重要内容。

据此，本书相对全面地阐述了服装采购管理学科的理论知识和操作方法，针对中国服装企业买手的工作现状和要求，对照引入先进发达国家服装企业采购管理的理念和方法，使读者能够获得基于国内服装市场和产业现状的采购管理的系统方法论知识。

服装采购管理由于时尚产业的多变性而具有特殊性，加之中国服装产业在全球时尚产业中所处的地位，亟待结合国内服装产业现状明确何种为良性的、高效的买手职能以及采购管理模式。

本书在分析服装供应链中的商品流程的基础上，结合服装商品的技术特征，总结了具有可操作性的服装采购管理模式，阐述了买手在供应链的生产和技术环节中的独特地位和能动作用。

<<服装买手与采购管理>>

内容概要

本书为服装高等教育“十一五”部委级规划教材之一，全书系统论述了关于服装买手及其采购管理工作的基础理论和知识。

本书立足于服装采购管理全球化的背景，引入发达国家服装零售采购行业的最新理念，论述了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分析、采购决策及产品开发、供应商联络、产品生产、销售及物流调控等内容。

同时，基于中国服装产业在全球服装供应链中所处的地位，分析了买手对服装产品开发和生产流程的控制及相关操作方法。

全书结构完整清晰，内容新颖，实用性强，富有可操作性。

该书不但可作为大专院校服装专业的教材，也是从事服装产品开发、品牌运作和供应链管理等相关工作的业务指南。

<<服装买手与采购管理>>

书籍目录

第一章 服装采购与服装买手 第一节 服装采购与供应链管理 一、服装产业的发展趋势 二、服装采购的作业特征 三、服装供应链管理 第二节 服装买手的职能与要求 一、买手的定位 二、买手的职能要求 三、买手的资质和能力构成第二章 服装采购的作业流程 第一节 采购时间规划及采购决策 一、编制采购时间计划 二、采购决策 第二节 采购计划及产品开发 一、采购计划组成 二、产品开发 第三节 采购实施和产品推广 一、跟单流程 二、分销物流 三、促销 第四节 服装采购的组织协作 一、内部协作 二、供应商联系第三章 影响服装采购决策的因素 第一节 环境及趋势分析 一、市场环境分析 二、流行趋势分析 三、目标消费者特征 第二节 需求预测 一、分析预测工具 二、预测方法 三、顾客需求分析报告第四章 服装采购计划的构成与制订 第一节 销售价格计划 一、目标价格——采购计划的起点 二、价格计划的组成与制订 三、价格设定的原则和方法 四、影响价格计划的因素 第二节 产品计划 一、产品计划的拟定依据 二、产品计划构成 第三节 购买及销售计划 一、供应商与采购成本 二、购买数量与存货控制 三、物流与销售计划 第四节 利润预测及风险评估 一、采购计划利润预测 二、风险评估第五章 服装产品的开发与确定 第一节 产品开发准备 一、成品款式信息分析 二、原材料信息分析 三、面料开发 第二节 产品设计 一、产品设计的类别 二、产品款式设计 第三节 打样及筛选确定 一、打样 二、样品筛选及价格核算第六章 服装采购的实施与管理 第一节 对供应商评估 一、评估的对象及目的 二、评估指标 三、评估标准 第二节 采购订单管理 一、议价 二、单阜 三、订单的执行 四、订单变更和偏离控制 第三节 物流与分销补货 一、物流管理 二、分销补货 第四节 进口贸易 一、进口贸易成本及风险 二、进口贸易的文本 三、买手从事进口贸易的素质第七章 产品促销计划的制订与管理 第一节 促销组合 一、样本目录 二、广告 三、视觉营销 四、特别活动与低价促销 五、人员推销与直接销售 第二节 促销企划与管理 一、促销预算 二、促销企划 三、销售人员培训参考文献

<<服装买手与采购管理>>

章节摘录

插图：因此，虽然我国服装产量（占世界总产量的五分之一）及出口量在世界领先，但盈利却不及法国、意大利等服装强国。

我国服装产业表现出缺乏核心技术、“技不如人”、没有具有国际影响力与文化渗透力的品牌、“软实力”、“软性价值”欠缺等特征。

要打破这一局面，就迫切需要推动服装品牌的国际化及发展创意产业，中国要从服装大国走向服装强国，未来国内服装产业发展的重点将指向技术含量高、附加价值高的服装产品开发和市场拓展等环节。

服装买手是指在服装企业中于恰当的时间为企业采购恰当的服装货品的从业人员，英文名称为“buyer”。

研究分析服装买手在适应快速时尚、管理服装采购、发展时尚品牌的供应链管理技术等方面的作用，具有现实意义。

（二）服装产业发展趋势服装是纺织产业链终端的集成产品，是拉动纺织产业的龙头之一。

服装产业的持续发展是纺织业振兴和转型的关键和前提。

同时。

服装也是创意产业的重要载体。

欧、美、日等发达国家和地区的服装行业正逐步退出或减少服装产品的制造生产，而是强化品牌创意设计 & 流行信息服务，特别是通过市场化和社会化机制，使自己不仅拥有一大批世界著名的面料设计师和服装设计师，而且形成了设计师的市场化和社会化的服务体系。

它们凭借大量高素质的专业人才、雄厚的研发设计实力和引领潮流的时尚理念占据了国际时尚产业的主导地位。

例如。

欧洲拟建设的未来纺织品与服装技术平台.将支撑欧洲纺织服装行业成为全球高新纺织技术的领先者。

<<服装买手与采购管理>>

编辑推荐

《服装买手与采购管理》：买手在采购中的定位、职能、作用及风险，服装采购作业流程、影响采购决策的因素，服装采购计划的构成与制定、实施与管理，服装产品的开发与确定、促销计划与管理。

<<服装买手与采购管理>>

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>