

<<时尚行业生存手册>>

图书基本信息

书名：<<时尚行业生存手册>>

13位ISBN编号：9787508627755

10位ISBN编号：750862775X

出版时间：2011-7-1

出版时间：中信出版社

作者：瘦马

页数：244

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>

<<时尚行业生存手册>>

内容概要

《时尚行业生存手册》继《时尚，幕后的策动》出版5年之后，瘦马以宏观以及专业媒体人的视角，再次为我们解决时尚行业的缘起、现状与发展趋势。

瘦马浸淫时尚与传媒行业二十多年，亲身经历了时尚行业的发展历程，拥有丰富的经验和见地。

《时尚行业生存手册》既是时尚编辑的入门指南，也有一些深入细致的分析，也是专业媒体人的参考书籍。

<<时尚行业生存手册>>

作者简介

瘦马，曾担任《出色CHIC》杂志总策划。

2002年9月加盟时尚传媒集团，历任《时尚健康》(与美国《Men'sHealth》刊物版权合作)主编，现任时尚传媒集团出版副总裁兼《罗博报告》执行出版人。

1988年8月毕业于上海对外贸易学院经济系，本科毕业。

美国加州大学伯克利分校2006-2007年度新闻研究生院访问学者长江商学院EMBA在读：中国“新派男性文化运动”的倡导者、瘦马于2002年参与创办了《时尚健康》(美国《Men'sHealth》杂志中文版权合作)，他开宗明义地提出“关爱男人”、“解放男人”。

而他于2003年11月首次倡议申请的“国际男人节”则更进一步强调了男女平权的重要性，“男人节”目前已经成为国内每年一度的重要活动。

瘦马于2004年创办了《男人装》(英国《FHM》杂志中文版权合作)，他倡导非主流的价值观，同时将流行于英美的“后雅皮”概念引入中国并构建了这个逐渐庞大的消费群体，传达出21世纪中国人们要求获得话语权以及分享私生活体验的渴望。

《纽约时报》称赞《男人装》“对开放民间隐私权具有较高价值”。

BBC将《男人装》作为中国中产曾经迅速成长的案例之一进行分析。

在不到两年的时间内，《男人装》发展成为发行量最大的男性杂志，并引发了国内男性期刊的投资热潮。

不管是线下报刊亭零售还是线上电子杂志、博客营销，其受欢迎程度持续高涨，《男人装》获得诸如《新周刊》2005大盘点新锐杂志等奖项。

2007年瘦马创办了《罗博报告》(美国《Robb

Report》杂志中文版权合作)，该刊为目前国内单价最高、旨在培养提升富裕阶层整体品鉴能力与品位水平的杂志。

因为《罗博报告》的出炉，瘦马受到《华尔街日报》《中国日报》等英文媒体的专访。

《罗博报告》也因此获得由新闻出版署颁发的2009年期刊创新年度。

业界殊荣：鉴于瘦马在社会文化领域的杰出成就，美国加州政府于2005年特别授予他“加州政府奖”。

目前获此殊荣的有艺术大师陈逸飞、京剧大师梅葆玖及音乐人三宝等。

该奖奖项旨在奖励在全球范围内对人类文化与艺术做出突出贡献的人鉴于瘦马在传媒业的影响力，《中国图书商报》将他评选为：

●“1995-2005：中国出版业10年人物榜之24人”

●“2007中国刊业10大新锐主编”

●入选《传媒》“2007年度领军人物”

●2009年底瘦马获得第五届传媒创新年会“2009-2010中国期刊创新年度人物”

著作出版：《都是名气惹的祸》、《出位》、《死亡日记的见证》、《新海上花》、《时尚，幕后的策动》

<<时尚行业生存手册>>

书籍目录

- 第1章 名利的江湖
- 第2章 一个行业的快感
- 第3章 入错行嫁错郎
- 第4章 创刊中的X道谜题
- 第5章 你有什么资格当主编
- 第6章 三种人不可小觑
- 第7章 什么决定了杂志的气质
- 第8章 封面争夺战
- 第9章 视觉体系的确立
- 第10章 发行量：宝剑不能出鞘
- 第11章 回到产品：杂志
- 第12章 什么都可以卖掉杂志莫不如此
- 第13章 卖广告还是卖品牌
- 第14章 男性杂志的价值观
- 第15章 网络时代的杂志生存

<<时尚行业生存手册>>

章节摘录

插图：第1章名利的江湖Know-alls: Who's the creature driven by vanity?我们的身体正陷落在名头繁多的圈子中，看得见的叫做会所、俱乐部，看不见的叫做圈子。

漂浮在圈子上空的气息里面聚集了人的恩与爱，成与败，这样的圈子叫江湖。

而本书是关于名利江湖上的行走：为什么要去？

如何去？

与谁去？

谁最有资格去？

江湖上的风险与光荣。

人们按圈子所设定的趣味、标签、收入水平去寻找自己的伙伴——人仍然是群体的动物，同类的存在给他们安全感。

近几年突然火起来的新浪博客最突出的两大贡献是给大众以平等发言的权利的同时，还提供博主们不同的活动圈——文艺圈、金融圈、地产圈、教育圈等。

过去，人们彼此习惯以所出生的城市作为划分身份的核心依据，现在逐渐被职业圈子所替代：从事银行业的人容易与从事投资、金融、证券等职业的人进行沟通，而他们作为上海人、成都人、北京人之间所产生的差异则无关紧要。

你的圈子是由谁决定的呢？

这个问题听起来不那么舒服，自己的圈子自己还做不了主？

不过事实可能比这更严重。

自从你申请了Hotmail账户之后，你的信箱里不时就会收到你通讯录上朋友的交友请求。

刚开始我以为自己是个香饽饽，不断有朋友争着邀请我入盟。

后来有人在MSN上问我：“瘦马，你现在怎么也热衷于交友啊？”

我恍然醒悟，原来通讯软件强奸了我的意愿，不打招呼在外面扮演我的社会角色——自动给你征友去了。

我对交友软件的懵懂一如青春期的糊涂，而且固执地认为，每个人的社交圈子并不是由技术所决定的。

借助Google搜索“交友软件”的关键词，跳出5,370,000项的查询结果，待我这本书出版时相信这个数字早被刷新了。

这一发现客观上表明，中国人开始理解社会身份作为标签的意义了。

不过，信息上的热度并不真正表明社交经济的胜利，事实上，它严重滞后于其他行为经济（例如汽车经济、网络经济）。

计划经济时代，人们的圈子基本由同事、家庭成员（海外亲戚不在此列）构成，那时社交仅仅作为政治家权力交换的平台，普通人根本无法领略社交的纯粹性。

到了商品经济时代，随着舞厅、部分海外旅游地、电影的开放，人们似乎在一夜之间发现陌生感其实一直在戕杀他们生命中的激情。

甚至有些人借助性的开放而扩大了自己的交际圈。

方刚在《中国多性伙伴个案考察》一书中谈及社会控制与多性伙伴行为之间关系的现代化、观念开放的小环境，都促成了社会控制与个人交换的丧失及解体。

按邓巴的说法，人类生来就适合与大约150人保持密切的人际关系。

群居灵长目动物的基本守则也要求人类应该多多培养有益的朋友，不过，中国的社会文化中家庭的意义从来就重于其他关系，这也使得中国式的社交具有先天性的营养不足。

资源匮乏、社会分工升级、技术进步等等导致了就业机会出现明显的金字塔结构。

社交圈子中原来占据绝对份额的家庭文化遭到同事文化的强烈挑衅，传统家庭的居住模式被打破，同在一座城市中两代人分居的局面不再新鲜，下班不急着回家而奔向夜店的同事都在为塑造强有力的同事关系（包括上下级关系）而努力着。

“八分钟约会”的兴起源于同事文化在社交资源上日渐枯竭的现实以及网络所展示的新型社交模式的

<<时尚行业生存手册>>

丰富性与无限可能性。

当微软推出了社会性网络服务Wallop时，社交圈子成为可以通过手指运动而制造出来的社会关系。不过，说实在的，Wallop界面再清新，我仍然无法获得线下社交中的眼神与语言交流的愉悦。再说，网络上的陌生人远比一个派对中的陌生人更不可靠。

<<时尚行业生存手册>>

媒体关注与评论

有人的地方就有江湖，有瘦马的地方就有时尚。

中国男性的生活时尚推手。

——著名演员伊能静一直以为：时尚不仅仅是穿衣戴帽，也是所思所想。

需要品位更需要能力——影响别人的能力。

瘦马先生的“时尚江湖”是高手秘笈，但同时也可以成为初学者的游戏指南。

是的，对“活着而言，时尚不过是一场游戏。

——著名主持人柯蓝所谓是时尚其实就是一种积极的不断进取和学习的生活态度，也可以变成生活方式。

瘦马兄的个人做作业经历很好地诠释了这样一个过程和态度。

每次跟他聊天，都会感觉到这个时尚达人发自内心的热忱和活力。

相信他的这本书，也会给读者同样的感受和启发。

——节目主持人、办杂志的后进黄健翔瘦马对时尚和媒体两个行业都有多年的经验，这本书可以作为时尚编辑的入门指南。

书里还且些深入细致的观察分析，以及杂志的制作流程和细节，媒体人员可以拿来当作工作方法参考，专业技能方面也能有所借鉴。

——网易首席执行官丁磊多年以来，瘦马一直行走在时尚的前沿。

深入时尚的本质，其实是一种乐观、积极、进取的生活态度。

正是这种严谨的态度，汇聚成为影响这个时代的力量，并改变着这个时代。

“时尚江湖”正是这股力量的源泉。

——航美传媒集团董事长兼首席执行官郭曼时尚是只凤凰，时尚是头乌龟，时尚是游戏，时尚也是修炼。

读读本书，想想本人。

——零点研究咨询集团董事长袁岳时尚的大门是敞开的，如同时尚人的激情与自豪感一样，是尚的创造分享理念充满诱惑。

现在，瘦马将其多年所得和盘托出，但愿他的思考，他的实践，他的博采与精研，他的事例与分析，他认知的阶梯以及前瞻的判断，能够迅速找到时尚的知音。

——时尚传媒集团总裁刘江

<<时尚行业生存手册>>

编辑推荐

《时尚行业生存手册》由中信出版社出版。

<<时尚行业生存手册>>

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>