

时尚买手全攻略

在人人都爱时尚的年代，我们身边有这样一群人，他们是“时尚宠儿（Fashion Lucky Devil）”。一年中有大半年要满世界去捕捉时尚信息，每个季节各个国际大品牌的新品发布会的T台前几排会永远为他们留着。既要与各国供货商沟通、谈判，又要到巴黎、伦敦、纽约、东京尽情地购物繁忙时节，常常早上在酒店醒来，忘记自己是在哪个国家。而这一切，不需要自己买单。他们在购物的过程中不但可以游走世界各地，还满足了他们对物质的欲望，同时也在自己的国家塑造出一个个时尚的宠儿。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购的人，被称为“时尚买手”。

买手（buyer）作为职业，起源于上世纪60年代的欧洲。按照国际上通行的说法，买手指的是往返于世界各地，时时关注最新的流行信息，手中掌握着大批量订单，不停与供应商联系，组织商品进入市场，满足消费者不同需求的人。

时尚买手全攻略

时尚买手之 必备条件

很多人都认为买手就是边周游世界边过着消费瘾的工作，其实真正的买手是承担很大的责任的，采买的成败决定着店铺赢利情况，发货的时间计划决定着上市时间，风格的准确决定着消费者的信任……

一、具备敏锐的时尚“嗅觉”

这是作为一个时尚买手最基本的条件。

二、具备一定的统筹全局的能力

在买手的采买过程中，价格是一个重要的决定因素。以西单和国贸作为例子，前者吸引的多是年轻人，后者以白领甚至金领人群居多，因此在选购时，就要针对不同的店面制定不同的采买策略。另外，针对产品的价格，还应制定不同的采买数量及种类，预测此种商品的利润率。

三、准确分析市场

国内外消费者的消费观念及理念有出入，因此不能盲目追求国外的流行。比如西方人比较喜欢素气的颜色，而中国人偏向于鲜艳的颜色。再如，像GUCCI印得满是LOGO标的款式，中国人很是受用，具有吸引力，而欧洲人却相反。因此，买手在选购时，不能掺杂个人的好恶，也无所谓“购物快感”之言。

四、对未来的流行做出准确的预测

到世界各大时装周参观世界级顶尖品牌的高级成衣发布，是时尚买手预测下一季的流行资讯、获得灵感的重要途径。Zara的买手每天都会把相关资讯传回总部，及时调整流行款，因此它的产品款式会比其他品牌相对超前。

五、具备一定的体力及心理承受能力。

表面风光的时尚买手，实际的工作量是相当大的。时尚买手通常都是“空中飞人”，常常要频繁奔波于世界各地，挑选货品、进行商务谈判、与各方面沟通联系，工作压力非常大。

时尚买手之 购物圣地

纽约第五大道

提到这个地方，难免让人想到《蒂凡尼的早餐》中，奥黛丽·赫本身穿黑色小礼服，戴着假珠宝，站在纽约第五大道的蒂凡尼店橱窗前，啃着面包，幻想拥有名贵珠宝的镜头……这个历史悠久、以时尚大气闻名世界的街道上，几乎拥有全球所有最顶级的品牌店。大家所熟知的 Louis Vuitton、Dior、Tiffany、Catier、Gucci、Chanel 等，以及一些同样驰名世界时尚圈品牌的 Brooks Brothers、A.testoni、Harry Winston 等，都能在第五街上觅得它们的芳踪。货品齐全、更新速度快是这里的一大特点，许多在其他国家买不到的产品，来这里买肯定没问题。除了品牌店外，超大型的百货商店也是第五街上的亮点。另外，这里的店铺很少打折，但一旦打折便是惊天动地，引来众人排队购买。

巴黎香榭丽舍大道

香榭丽舍大道独一无二的风景让这条商业街的观光味比其商业氛围更加浓厚。虽然香榭丽舍大道上的名店与纽约第五大道无法相比，但一些新锐设计师所设计的服饰，很有引领时尚的感觉，价格也普遍不高，适合追求个性又另类的年轻人。法国每年有两次固定的全国性商品打折，一次在夏季，一次在冬季，具体打折日期由政府统一规划，每年的日子不固定。夏季打折大致在六七月份，而冬季打折一般在元旦过后一周左右开始，无论你是买手或是消费者，“血拼”的念头已经蠢蠢欲动了吧？

香港铜锣湾

铜锣湾购物区是全世界租金第三贵的地段，仅次于纽约的第五大道及巴黎的香榭丽舍大街，超大型的时代广场、崇光百货、利园以及集合街头时尚流行的小精品店都聚集在这块不大的地域内，所以，最贵的东西和最便宜的东西都可以在这块小小的区域里找到。不过，铜锣湾名牌密集度之高颇让人叹为观止。相隔不远的时代广场连卡佛和崇光百货里，众多顶级品牌都分别设有分店，有些品牌甚至在两处都设有专卖店。在铜锣湾，巴黎的奢华、米兰的典雅、伦敦的经典和纽约的简约风格构成了一道宜人的时尚风景。香港的打折季是每年的7-9月以及新年前后至下一年的2月份。在打折季内，时间越拖后东西越便宜，但所剩下的精彩货品也较少。