

应用技术

基于销售的服装新产品市场测试模型

季晓芬¹, 蔡丽玲¹, 韩曙光²

浙江理工大学服装学院 浙江杭州310018; 浙江理工大学理学院 浙江杭州310018

收稿日期 2005-12-3 修回日期 2006-4-6 网络版发布日期 接受日期

摘要 在面临全球化竞争及买方市场的压力下,成功的零售组织纷纷借助各种科学方法和手段对零售过程进行优化,并通过运用科学合理的市场测试来进行准确的销售预测。基于服装新产品的市场测试问题,提出一种新品测试的三步模型:1)商店聚类并获得组中心店;2)挑选测试商店;3)销售预测。并且,通过实际案例比较了该模型与服装公司现行方法的预测误差和成本,得出前者具有更优的效果。

关键词 [服装](#) [市场测试](#) [测试商店](#) [模型](#)

分类号

DOI:

通讯作者:

作者个人主页: [季晓芬¹](#); [蔡丽玲¹](#); [韩曙光²](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [PDF \(109KB\)](#)
- ▶ [\[HTML全文\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“服装”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [季晓芬](#)
 - [蔡丽玲](#)
 - [韩曙光](#)