

纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

服装职业教育项目课程系列教材

系列教材主编：张福良

MERCHANDISING
MANAGEMENT OF APPAREL
服装理单
跟单实务

周爱英 于春阳 楼亚芳 编著



东华大学出版社

纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

服装职业教育项目课程系列教材

系列教材主编：张福良

MERCHANDISING MANAGEMENT OF APPAREL 服装理单 跟单实务

周爱英 于春阳 楼亚芳 编著



东华大学出版社
· 上海 ·

图书在版编目(CIP)数据

服装理单跟单实务 / 周爱英, 于春阳, 楼亚芳编著.
—上海: 东华大学出版社, 2015.8

ISBN 978-7-5669-0873-5

I. ①服… II. ①周… ②于… ③楼… III. ①服装
企业—工业企业管理—销售管理—高等学校—教材
IV. ①F407.865

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 179816 号

责任编辑: 谭 英

装帧设计: 戚亮轩

服装理单跟单实务

周爱英 于春阳 楼亚芳 编著

东华大学出版社出版

上海市延安西路 1882 号

邮政编码: 200051 电话: (021)62193056

新华书店上海发行所发行 苏州望电印刷有限公司印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 18.25 字数: 470 千字

2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5669-0873-5/TS·636

定价: 41.00 元

序

服装职业教育是服装工业化和生产社会化、现代化的重要支柱。我国高职服装教育起步较晚,是从普通高等教育分化出来的,受普通高等教育的影响很大。从课程结构上看,其课程结构安排基本上是普通高等教育的翻版,表现为文化基础课、专业基础课和专业课这种三段式结构。专业课的教学与实习也是分开进行的,理论教学与实践教学缺乏紧密的联系。从课程内容上看,高职课程也是以理论知识为主,实践仅被作为理论的应用和验证而置于次要地位。尽管通过改革,实践教学的比例有所放大,但并没有从根本上解决理论和实践的整合问题,正如近代教育家杨贤江所说的“教育与劳动分家”,“脑与手拆了伙,求知与做工离了婚”。理论与实践的这种割裂,必然难以培养出融理论和实践于一体的高技能人才。

教材建设也与服装产业快速发展的要求存在很大差距。虽然市场上高职服装教材似乎并不缺乏,但普遍存在着这样或那样的问题,许多教材缺乏高职特色、内容陈旧,大多还是按照学科体系安排的,往往都是挑选学科知识体系中的显性知识,并且每门学科课程都强调系统性和完整性。然而,这些所谓的“经典”内容往往跟不上日新月异的服装时尚的发展,没有和先进的产业技术接轨,“教非所用,用非所学”的现象相当普遍。

国际上一些国家近年来对职业教育教学内容进行了改革,如德国的学习领域、澳大利亚的培训包、美国的课程整合、法国的职业探索课程以及日本“地域综合科学科”和“桥梁课程体系”等。这些国家职业教育的改革呈现了许多共同要素,也为我们职教课程改革提供了总体走向。

国内近年来高职项目课程的教学改革也如火如荼。以工作任务为主体的项目课程,一方面要针对学生未来某一职业岗位或岗位群,选择特定的知识和技能,不特别强调内容的完整性、系统性,着力选择学生在未来职业世界所需要的知识结构和能力结构,使学生得到职业世界的认可;另一方面,又为学生长期的工作和生活服务,为今后的教育和持续学习创造接口和条件,增加拓展性的教学内容,使这些内容具有迁移作用。

项目课程模式的基础体系是工作体系。该体系的基本逻辑关系是基于职业岗位(群)的工作任务的相关性。工作体系在本质上是一个实践体系。工作体系是跨学科的,而学科体系是跨任务的。不同于学科结构的工作结构是客观存在的,而非人为构建的。工作知识是在工作实践中“生产”的,它们的产生完全出于工作任务目标达成的需要,依附于工作实践过程而存在。因此以工作知识为内容的项目课程的结构也必然取决于工作结构。项目课程的功能定位不同于学科课程,它适用于培养高素质技能型专门人才。项目课程模式体系、结构是符合高职教育人才培养规律的。

经过几年的教学改革和试用,我们大胆推出高职服装项目课程系列教材。课程内容打破学科界限,使内容组织服从于所要解决的服装工作领域的问题。教材配合服装项目课程体系改革,以培养学生服装职业综合能力为主要目标,内容选择以“任务”为主线,以“行动”为主题,以服装业中有结构的项目,即具有相对独立性的工作任务为单元,选择真实的案例或者完整的项目来达到课程内容的综合化,充分考虑案例和任务的典型性、真实性、完整性和覆盖面,把单一的工作任务与整体的工作任务整合起来,并与最终的产品联系起来,学生通过完成工作任务来建构和职业相关的知识和技能。

服装项目课程是一种全新的高职服装教学课程体系,与之相应的项目教材无论是体系还是内容、乃至教学方法都是全新的。因为是重新建构,一定存在矛盾和问题,也正因为新,才充满生命活力。所以我们热诚欢迎同仁们提出问题,以便我们不断进步,使新的高职服装项目教学更加健康成长,为我国目前服装产业的全面提升作出应有的贡献!

张福良

前 言

近年来,随着纺织服装行业的迅速发展以及服装品牌全球化趋势的日益明显,纺织服装的分工也越来越细,要求也越来越高,服装理单跟单工作也显得越来越重要。服装企业、服装公司的所有工作都是围绕服装订单、提高服装质量、增强服装品牌知名度这一目的开展的。本书全部采用服装企业实际案例,选取有代表性的订单——针织及梭织服装订单,根据企业服装理单跟单实际操作,详细介绍服装理单跟单的基本要求、如何签订合同、如何选择与评估服装加工厂、样衣的制做与确认、面辅料的确认、服装大货生产跟单、服装品质控制与检验以及装箱等各相关环节内容。书中各环节的详细分解说明、相关的理论知识拓展和技能训练等,便于学习者理解、掌握以及实际操作,能够起到举一反三、融会贯通的作用。此外,本书的全部资料均来自于宁波服装公司的实际订单,按照服装公司的实际工作情境组织课程内容,意在强调实用性及可操作性。

全书结构新颖,内容完整,方法具体,实例详实、丰富,且结合了当前服装企业的实际操作,具有很强的实用性。本书可作为服装类院校“服装理单跟单实务”课程的专业教材;同时也可供有志从事服装行业的人士参考使用。

目 录

第一章 理单跟单认知	1
一、理单跟单的渊源	1
二、理单跟单员的工作特点	1
三、理单跟单种类	2
四、服装理单跟单工作流程	3
五、服装理单跟单员的能力要求	4
六、服装理单跟单的应用	5
第二章 服装销售合同的签订	8
一、服装订单开发与成本核算	8
二、合同磋商与签订	13
第三章 加工厂的评估与选择	42
一、加工厂的评估	42
二、加工厂的选择	47
第四章 服装样衣确认	50
一、客人打样单整理	50
二、打样衣通知单缮制	68
三、样衣内部评审	74
四、样衣寄送	75
五、样衣客户确认	78
第五章 服装面辅料颜色确认	112
一、色样确认	112
二、印绣花样确认	115
第六章 服装面辅料品质确认	143
一、面辅料品质打样通知单缮制	143
二、面辅料品质客户确认	146
第七章 服装面辅料采购与检验	162

一、面辅料采购单缮制	162
二、面辅料采购合同缮制	171
三、面辅料采购跟单	174
四、大货面辅料检验	175
第八章 服装大货生产跟单	189
一、产前样的制作与确认	189
二、生产工艺技术文件缮制	191
三、产前会议和产前检查	206
四、首件封样的缮制与评审	208
五、大货检验	210
六、检验报告的缮制与解析	224
第九章 服装装箱与出运	253
一、装箱明细表缮制	253
二、订舱	255
三、服装出运	257
四、出运相关单据	260
附录 1 常见服装线迹	271
附录 2 服装常见疵点	273
附录 3 原产地证样表	277
附录 4 信用证	281
附录 5 提单	284
参考文献	286

第一章 理单跟单认知

理单跟单是企业以客户需要为起点,以客户订单为线索,对生产、贸易过程中的各种沟通资讯以及订单标的(产品或服务)的生产运作过程加以监控,对与订单任务有关的生产、物流、信息、资金、客户服务等进行全程跟进、组织、协调、管理、控制,以确保生产任务和订单交易按质、按量、按时完成的全过程。从事理单跟单工作的人员被称为理单跟单员。

理单跟单是生产、贸易运作过程的基本控制手段,是企业经营管理的核心业务,综合反映了企业的贸易谈判能力、产品开发能力、生产协调能力、成本控制能力、资讯管理能力和客户服务能力。理单跟单员工作能力的强弱和工作水平的高低,直接关系到产品质量的好坏,交货期的准时与否,成本与效益的高低。

一、理单跟单的渊源

理单跟单是专业分工的结果。在手工时代一件产品是由一个人完成的,产品的质量由单个生产者的技艺水平决定,生产者的质量标准就是市场的质量标准。专业分工出现之后,产品是由多人分工来完成的,为了达到预期的质量标准,必须有人跟进生产线,监督每位员工的工作质量是否与预期标准一致,这样质量跟进的管理职能就出现了。这是理单跟单最早的形态。

在卖方市场时期,由于市场的质量标准是由生产者的质量标准决定的,消费者没有选择权,因此,理单跟单的职能也就简单地界定为企业内部预期的质量控制。大工业化出现之后,生产者由生产要素的组织者转变为生产要素的被组织者。随着生产、交换的时间与空间分离,特别是品牌营销策略付诸实践之后,为了确保统一的质量,贸易或零售企业制定了质量标准,生产企业必须按照客户的质量标准组织生产。为了检查客户的质量标准是否被有效执行,生产企业需要有内部理单跟单人员进行质量监测,客户也需要有专业的理单跟单人员进行质量监测,从而形成由企业理单跟单与客户理单跟单构成的质量监测体系。

二、理单跟单员的工作特点

理单跟单员的工作范围既有涉及企业(外贸公司和生产企业)生产过程和产品质量控制的事宜,也涉及与外贸业务员有关的其他相关部门(如海关、检验检疫、货物运输)等的事宜。因此,理单跟单员的工作具有以下特点。

1. 较高的责任心

理单跟单员的工作是建立在订单与客户基础上的。订单下的产品质量,是决定企业能否安全收回货款、保持订单持续性的关键。因此,执行好订单、把握产品质量需要理单跟单员的敬业精神和认真负责的态度。

2. 协调与沟通

在工作过程中,对内需要与多个部门(如生产、计划、检验等部门)打交道,对外要与商检、海关、银行、物流等单位打交道,因此跟单员的协调与沟通的能力直接影响工作效率。

3. 节奏快、变化多

跟单员的工作方式、工作节奏必须适应客户的要求。由于客户来自世界各地,他们有不同的生活方式和工作习惯,因此,跟单员的工作节奏和工作方式必须与客户保持一致,要具有高效率和务实性,能吃苦耐劳。另外,不同的客户需求也不同,而且这种需求又随着产品不同而有所区别,这些都需要跟单员具有快速应变能力。

4. 工作的综合复杂性

跟单员工作涉及企业所有部门,由此决定了其工作的综合性、复杂性。对外执行的是销售人员的职责,对内执行的是生产管理协调职责。所以跟单员必须熟悉进出口贸易的实务和工厂的生产运作流程,熟悉和掌握服装专业知识和生产管理全过程。

5. 涉外性和保密性

跟单员工作是围绕着外来订单进行的,在跟单过程中要与客户沟通,理解并贯彻他们对合同的要求,从而保证订单的顺利执行。在工作过程中涉及的客户、商品、工艺、技术、价格等信息资料是企业商业秘密,跟单员必须保密,必须忠诚于企业。

三、跟单种类

根据工作地点、工作单位、工作对象和工作内容的不同,服装跟单可以被划分为不同的种类。划分方法没有固定的模式,各服装企业可根据自身的实际情况作适当分类,以明确工作分工和职责。

1. 根据工作地点不同划分

可划分为内勤跟单与外勤跟单。内勤跟单是指在企业内部开展相关跟单工作。外勤跟单是指在有关协作企业开展相关跟单工作。比如,对于接单能力较强的生产企业,通常会有大量的外发业务,为了控制外发业务的质量与进度,需要派出专门人员跟进,这就属于外勤跟单。

2. 根据隶属单位不同划分

可划分为企业跟单、中介跟单与客户跟单。企业跟单又分为贸易跟单和生产跟单,是生产加工厂和贸易公司分别聘用的跟单人员;中介跟单是专门提供跟单服务的中介公司聘用的跟单人员;客户跟单是客户聘用的跟单人员。

企业跟单、中介跟单、客户跟单虽然分工不同,但都有着共同的目标,就是确保订单生产、交易顺利完成。但由于他们任职的主体不同,其利益关系不同,因此他们之间既有协作又有对立,特别是在质量问题上出现争议时,需要相互的理解与合作才有利于问题的解决。从服务性、独立性的角度看,贸易跟单更有代表性,生产跟单通常是从属于贸易跟单,为贸易跟单服务。

在国际贸易中,许多大型的采购集团经营范围很广,不可能在各个专业领域配备专门的跟单人才,通常委托专业的跟单服务机构提供独立性强的第三方跟单服务,他们提供的跟单报告具有权威性,是交货、付款的重要依据。

3. 根据跟单环节不同划分

可划分为业务跟单、样板跟单、订单资料跟单、面料跟单、辅料跟单、生产跟单和船务跟单。

营销部的跟单只要是为客户和生产部门提供服务,完成交易,销售产品,称之为业务跟单;在接单前后以及整个订单生产过程中涉及的所有样板的制作跟踪和审核、寄送、修改等均为样板跟单工作的内容;订单资料的收集、编织、分发、更改与存档等均属订单资料跟单;面辅料的开发、采购、供应商的开发与评估等工作则归属于面料跟单和辅料跟单的范畴;而生产部的跟单是监控生产过程是否符合订单或客户要求;成品的运输与安排、发货跟踪等物流管理工作以及贷款结算工作均称为船务跟单。

对于一些中小型的服装生产加工厂或贸易公司,一个跟单员的工作涵盖了客户业务开发、面辅料采购、订单资料汇编、样板试制、生产与货运的全过程跟进工作。对于一些大型的服装企业,其订单量大、客户较多,为了提高跟单专业化水平,将跟单过程分解,每个跟单员只负责某一个环节的跟进工作。

四、服装理单跟单工作流程

服装跟单的核心内容大致可包括订单开发、样品跟单、面料跟单、生产与质量跟单等相对独立的跟单流程。

1. 订单开发

也称业务跟单,工作内容包括不断开发新客户、定期寻访老客户、产品设计开发与展示、接洽订单与交易磋商、订单报价与合同签订。

2. 样品跟单

利用生产企业资源或专业打板公司,设计、制作服装样板,监控各种成衣样板的制作质量和进度,跟进各种成衣样板的评审,并按照客户的修改意见跟进各种样板的修改,为相关部门及生产企业提供成衣生产的成本估算。

3. 面辅料跟单

面辅料跟单的主要工作包括:开发面辅料品种及面辅料供应商;按照客户要求或提供的面辅料样品,评审面辅料供应商的面料样品,向客户提供面辅料样品,跟进客户的评审、确认;为相关部门及生产企业提供面辅料报价服务;对面料生产进度、质量、交货期进行监控,组织面辅料查货验收。

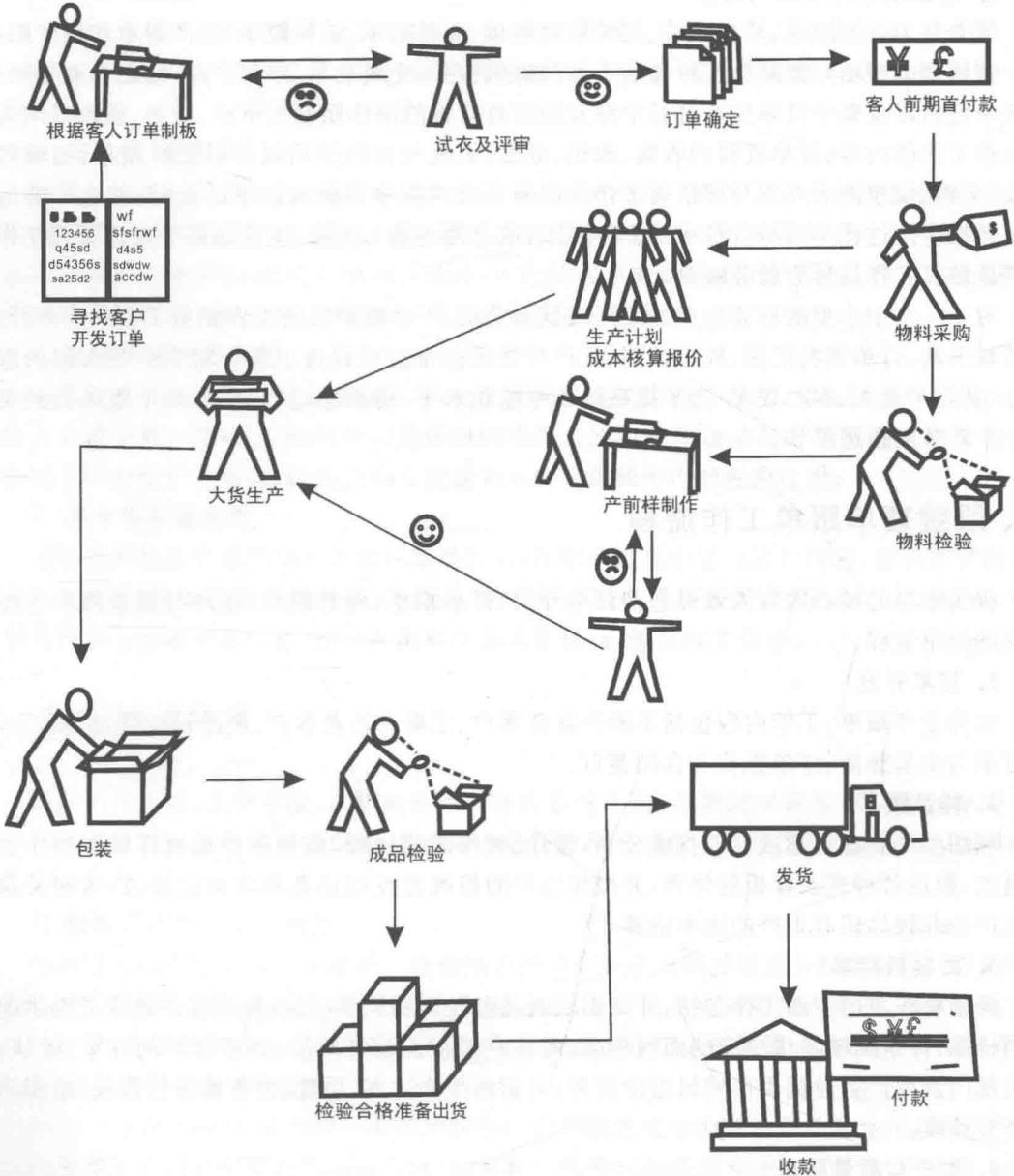
4. 生产与质量跟单

生产与质量跟单的主要工作包括:评选服装加工厂;向客户提供生产前样板、生产周期计划等咨询;跟进生产进度,对生产过程进行现场监控,并开展中期质检;开展后期质量查验,做好出货安排;跟进加工厂寄出船头样板和客户对船头样板的确认;订单生产完成后的文件资料整理与归档工作等。

5. 船务跟单

根据订单交货期,制定交货日程安排计划,租船订舱,分配货柜;跟进交货的详细资料及有关文件,协助做好货款结算工作等。

一个订单从接单到出运,其操作流程如下图所示。



理单跟单工作流程图

五、服装跟单跟单员的能力要求

1. 分析报价能力

能够分析客户的特点，清晰了解客户的需求。随时掌握市场原材料价格的变化，并根据订单产品价格的构成，迅速提供生产企业与客户均能接受的准确、合理的报价，并尽快获取订单。

2. 生产预测能力

根据客户订单的要求、企业的生产能力、物料的供应情况等,预测生产加工过程中可能出现的问题,并与客户协商,制定相应预防、变通措施,反馈给客户确认,以利于订单签订、生产计划以及交货期的安排。

3. 沟通交际能力

不仅要善于口头沟通,还要善于书面沟通,能够熟练使用现代通信工具,准确地表达本企业的生产能力、产品的报价、规格限制、交货期限、付款方式等各种信息。既要与企业外部的客户、协作企业、原材料供应商等打交道,也要与企业内部的主管、同事打交道,故应建立良好的人际关系,做好各方面的协调工作,取得各方面的支持,确保任务顺利完成。

4. 服装专业能力

对客户所下的任何一张订单,都要从价格、面料、辅料、工艺、款式、质量等多方面加以分析,所以理单跟单员需要具有相应的服装专业知识。例如,掌握产品原材料的特点、性能、来源地、成分、所生产服装的种类特点、款式细节、品质要求,以便向客户提供专业的参考意见,帮助客户改进产品,提高产品市场竞争力。

5. 商务谈判能力

理单跟单员在日常工作中经常遇到与客户谈判的情况,无论是涉及价格、服务、投诉,还是面对客户提出过高的要求,都需要通过与客户谈判,争取客户的认同或降低标准,力求用有限的资源换取最理想的回报。跟单员要通过谈判,努力使企业与客户双方达成共识,实现双赢。

6. 紧急应变能力

在服装生产过程中,如果出现紧急情况或突发事件,理单跟单员必须根据实际情况做出快速反应,或及时向主管汇报、或采取恰当办法、或请求援助,务必使问题得到及时有效的解决,确保订单生产按预订计划进行。

7. 角色转变能力

服装理单跟单员有时代表服装生产企业与客户进行谈判,有时又代表客户与服装生产企业协商,有时代表服装生产企业与原材料供应商洽谈,有时又代表供应商向客户反映原材料的问题。总之,理单跟单员在整个跟单过程必须懂得随时转换角色。

8. 其他综合能力

由于理单跟单工作具有较强的综合性,涉及相关的外贸业务,这决定了理单跟单员还需要具备一定的外语会话能力、计算机操作能力、灵活运用各种统计工具控制进度的能力,需具备装卸、运输、仓储、配送以及财务会计、银行单证等方面的知识,了解国际贸易的相关规则以及商检、报关等进出口手续,熟悉关于合同、票据等的法律知识。

六、服装理单跟单的应用

服装理单跟单作为服装生产过程控制的手段,在服装产业链升级过程中逐渐延伸到商业贸易、第三方公证服务等领域,成为服装贸易过程控制的关键程序之一。

1. 在服装加工产业(加工厂)的应用

服装加工企业是指按客户订单要求进行服装产品加工的企业。客户订单可以来自国内服

装品牌经营者,也可来自国际大型的采购集团、品牌公司或百货公司。中小型的服装加工企业往往只具有单纯的服装生产加工能力,大型的服装加工企业还可提供产品设计、面料开发、出口业务等方面的服务。

在服装生产加工企业中,服装跟单作为生产控制、质量控制的重要环节,就是在全面理解客户订单所规定的客户要求、质量要求的基础上,对生产过程的每一个环节进行质量、数量、进度方面的跟进,并与客户沟通,确认生产的每一个环节均能符合客户的要求,确保正确履行订单合约,保证质量(含品种)、数量、成本、交货期达到客户要求,实现交易合同100%的达成率。

2. 在服装贸易公司(或服装洋行)中的应用

一般服装销售是由中间商完成的。以本国资本为主的中间商通常称为服装贸易公司,其业务既包括国内贸易、国际贸易。以外资为主的中间商,沿用我国香港、台湾的叫法,通常称为服装洋行,其业务只是面对国际客户,提供服装采购服务,其采购地点可以遍及世界各地。

规模较大、职能较全的服装贸易公司通常有自己的服装品牌,可为客户提供市场信息咨询、服装产品设计、服装样板制作、仓储运输及质量保证等服务,也可为服装生产商提供原材料采购、生产技术指导等服务。而规模较小的服装贸易公司,往往只能提供有限的批发服务或按照客户提供的服装样板代理服装商品采购。

在服装贸易公司中,跟单作为贸易过程控制的关键环节,其工作的目的是保证受托加工的生产企业能够完全按照公司所下订单的要求完成订单生产任务。一方面,跟单人员根据订单规定,监控生产企业的生产过程,使订单的整个生产过程处于受控状态;另一方面,跟单人员也可与生产企业的有关部门及生产跟单员进行沟通,使生产企业更容易理解贸易公司对产品的要求,及时解决生产过程中出现的问题,从而正确安排与组织生产。

3. 在服装集团公司中的应用

服装集团公司是指拥有自主品牌,集研发、生产、贸易于一体的大型服装企业,其产品设计、样板制作、材料采购、生产加工、仓储运输、销售贸易等过程中的全部业务由企业内部机构完成,企业内的各个部门相对独立,业务各有分工。

在服装集团公司中,服装跟单主要包括生产跟单与贸易跟单两大类,分别服务于生产部门和营销部门。在服装集团公司内部,生产部门相当于生产加工企业,营销部门相当于客户,由营销部门向生产部门签发的生产通知相当于订单,生产跟单与贸易跟单虽然各自职责不同、利益相对独立,但目标完全一致,在公司管理层统一领导指挥下两者能够紧密配合、协调运转。

4. 在国际公正机构或商会机构中的应用

国际公正机构或商会机构是专门提供国际贸易过程监控服务的机构,其受客户委托,以第三方的身份对客户委托单额标的(产品或服务)进行全程监测,独立发表相关的专业意见,出具权威报告。该报告将直接影响客户是否接受标的,如沃尔玛(Wal Mart)在国际市场采购中,通常需要公证机构或商会机构提供的厂评、查货、技术检测等服务。

知识拓展

以下是两则招聘信息,请仔细阅读并进一步深入理解服装跟单员的工作内容与能力要求等。

招聘信息 1

外贸理单跟单 Merchandiser

<http://search.51job.com/job/43326671,c.html>

职位描述:

要求:三年以上外资企业外贸跟单经验,熟悉服装(针织梭织),如牛仔裤、衬衫、女装上衣等。能合理有效控制生产产品品质,与不同单位、不同部门有效沟通,具有优秀的英语听说读写和翻译的能力,能熟练运用 Internet 及 Excel、Word 等。性格开朗、有活力,工作认真负责,能承受工作压力,有团体协作精神。

职责:

- ① 负责通过邮件与客户沟通,确认订单以及细节。
- ② 负责接待客户,陪同翻译并面对面商洽,提供相关信息。
- ③ 负责产品开发阶段与工厂的沟通以及样品的跟进,从头板到确认样。
- ④ 负责跟进样品开发制作过程,合理安排工序,并改进生产流程。
- ⑤ 负责订单的维护与跟进,及时跟相关单位沟通,安排订单生产进度。
- ⑥ 负责评估及开发供应商。
- ⑦ 负责生产过程的监督与跟进,及时发现生产中的问题并着手解决,确保品质稳定。
- ⑧ 发现生产流程中的潜在问题并持续改进。
- ⑨ 与各部门沟通,确保订单按时按质完成。
- ⑩ 确保货物及时出货。
- ⑪ 处理与客户的往来邮件,帮助各成员有效及时沟通。

招聘信息 2

Merchandiser-apparel/clothing

来自<http://search.51job.com/job/52753631,c.html>

Position Description:

1. In charge of order contact and follow up the company's customers order.
2. Arranging the sample delivering according to the customer requirements.
3. Contact with the supplier, finding the suitable factory and making sure the quality of the products fits the customer requirements.
4. Ensure timely arranging test and shipping.
5. Other duties as specified by Manager.

Past Experience:

1. Female, above 2 years past experience of merchandising with apparel or clothing in foreign sourcing company.
2. Familiar with apparel/clothing accessories material marketing.
3. Have experience of developing accessories of clothing, hand bag, belt and shoes supplier would be beneficial.
4. Efficient, quick thinking, autonomous and high responsibility.
5. Can use all Microsoft computer programs: Word/Excel/Outlook/PowerPoint.

Education & Training:

1. Minimum 2 years past experience of merchandising in trading company.
2. University Degree is required.
3. English speaking with minimum CET 6 achievement.

第二章 服装销售合同的签订

一、服装订单开发与成本核算

订单开发以服务老客户为主,同时也承担新客户的开发任务,为有意向的新客户提供服务。订单开发的过程主要包括订单开发的前期工作、洽谈磋商、成本估算与报价、签订合同等。订单开发的每一个环节,都是客户亲身体验交易过程的“关键时刻”,其中任何一个环节出现疏漏,将导致整个过程出现问题,损害客户对企业的满意度。要真正让客户满意,首先必须做好订单开发这项基础工作。

(一) 客户开发

通常,可以通过关系介绍结识客户,通过广告媒介向外发电发函或发送介绍自己公司的资料,通过参加展销会等向客户介绍自己,以引起国外客户的兴趣,进而建立业务关系。介绍自己公司的资料要简明扼要,突出自己的特点,表明自己的诚意。如果通过电子邮件交往,在开始阶段的邮件上建议在标题栏写明自己公司的名称和邮件意图。同时邮件当中不要随意粘贴照片或其他压缩文件,以免被他人误以为藏有“病毒”而直接删掉,或被他人公司的服务器管理员误认为是垃圾邮件而拦截。

有条件的公司可以建立自己的网站,条件不成熟的公司可以在网络服务商的服务器上申请建立自己公司的主页。可以通过申请知名搜索引擎的链接,介绍自己的公司,发布自己的商品信息,让客户能够及时了解你的能力和需求。也可以通过网络浏览有关国外客户的网页,搜寻客户信息,了解客户的需求。有条件的公司也可以考虑选择一个较好的拥有信息发布和交易平台的大型网站,注册成为它的会员。以上这些都可以为业务关系的建立和发展提供良好及便利的途径。

(二) 客户资料认知

买卖双方进行服装贸易磋商时,买方一般会提供一些物件或打样资料说明自己对所要购买的服装的一些要求。具体提供什么,通常视具体情况而定,不过对加工商来说,其跟单员应该很清楚自己必须从买方那里获取什么信息。

在来样制作的贸易中,买方一般需要提供服装、面辅料实样以及对应的工艺单等资料。看懂工艺单是非常重要的,尤其当买方不提供或不及时提供样品时。需要注意的是,不同服装公司的工艺单格式、内容不尽相同。一般来说含款式图、规格尺寸、面辅料要求、工艺要求(如具体部位的缝合方法、缝迹形式、线密度)等,有的工艺单会标明标签、吊牌的具体要求,如图形、文字的大小、制作要求及在服装商上的缝制部位和缝制要求,有些工艺单甚至还说明包装方式及刷唛要求。

为了确保磋商能够顺利进行,对卖方来说,一般对具体订单要求明确以下信息以利于报价

和是否能够满足客户要求而接单。

1. 面料的要求

面料的规格要求多作为服装的品质的指标之一,且面料成本是构成服装成本的主要要素。一般要明确了解客户要求面料的信息有:面料的名称、原料名称及其配比、所用纱线的细度、织物密度、面料克重、染整要求、理化指标等。复杂的面料还要借助样布(fabric sample或swatch)来说明。例如,合同编号为CF-FZ-09-0110中SAMPLE ORDER中,明确指出了面料的组织结构为100%CTN, interlock, 180~190 g/m²,这就要求加工商必须使用100%全棉的棉毛布,克重介于180~190 g/m²。

面料的理化指标是对面料品质要求的进一步描述。特殊服装的面料可以限定机械强度方面的理化指标,但普通服用面料常见的指标多为缩水率(shrinkage)、色牢度(colour fastness)等。确定理化指标有两点注意:①对测试标准应有共识,通常多为国标或大家公认的第三方测试机构所用标准;②指标应合理并应有机动幅度,如“shrinkage below 3%”(缩水率低于3%),“colour fastness to light, minimum Grade 4”(光照色牢度指示4级)等。有些指标如甲醛含量、pH指标等,如有必要可以说明,以便加工商生产出来的产品能够符合客人的要求。

2. 辅料的要求

必须仔细查看所涉及的辅料的材料、质地要求,以及有没有指定品牌或供应商等。如果有特殊的材料、质地、品牌等要求,要考虑是否能操作;如果能够,报价时必须考虑相应的增加成本。比如,特殊款式的钮扣需要专门开模具,因此钮扣用量和成本将有密切关联,并且加工商需要及早获得样品以供钮扣厂出样、生产。例如合同号为CF-FZ-STUD001下的订单资料中钮扣的要求“30L DTM CF WB closure, shiny utility button with Fox Head engraved”,即买方要求30号的配色带在狐狸头刻模的树脂钮扣。

审核客户资料时还应注意买方对标签和吊牌的要求,包括文字、图案、条形码、质地、缝制部位和缝制要求等,并关注它们的可操作性。比如提花织造的标签肯定要比印制的标签费钱费时,套色的吊牌也肯定比单色的吊牌费钱费时。

3. 服装纸样

买方是不是提供纸样也要视具体情况而定。通常可以看到以下三种情况。

① 如果款式比较复杂且买方又有自己的设计和打样部门,买方不但会提供服装样品,还会提供样品纸样。如果大货生产纸样需要加工商自行推档,买方往往要求加工商另外提交最大和最小尺码的样品供确认。

② 如果买方公司具备完善的CAD系统,为了避免加工商推档失误,买方除了提供样品纸样,还会提供用于大货生产的各档尺码的纸样。

③ 如果服装款式比较简单或买方是没有设计和打样部门的纯商业公司,买方可能仅提供服装样品或服装效果图,由加工商安排出基础尺码的纸样,制作样品。买方确认样品后,加工商将按买方提供的成品规格表计算推档变量,将基础尺码纸样推档成大货生产所需的各档尺码的纸样。

在贸易磋商中,买方提供的样品、工艺单等说明了所需的服装名称、规格(如款号、面辅料要求、颜色和尺码搭配)等的要求。加工商应仔细审核买方提供的物件和单据,确定实施的可

能性。如有疑问,应及时向买方提出,要求给予澄清;如有异议,应向买方提出并阐述自己的观点。

服装加工商需要按实样和工艺单要求预期在服装加工厂以他们的工艺水平制作对等样。对等样品经买方确认后,将作为今后服装交接的品质依据。不过,一般服装样品仅反映了服装的款式和加工水平,因为这一阶段,大货生产所需的面辅料还未定购,加工商只是选尽可能接近的库存面辅料来制作样品。对于新客户,加工商最好在对等样被确认后再签约。

(三) 报价

服装报价是一项重要工作,关乎整个公司的利润前景,也是公司与外界的一个窗口。所以,报价虽然只是一个小环节,却起到很大作用。

通常服装企业和客户事先都有一个目标价格,而且双方的目标价格都会有一定的差距。对服装企业而言,通常会争取更高的成交价格,以保证自己的收益;对客户而言,通常会尽量压低成交的价格,争取更大的利润。在洽谈过程中,服装企业要充分考虑市场实际,制定成交底线,合理确定目标价格。因此,在订单开发时,根据客户提出的需要,给出正确、及时、合理的报价是提高接单成功率的关键。

1. 报价原则

报价原则就是追求最高,就是要获取利润。但是太高会失去客户,太低会亏本,要结合市场指定价格。

2. 价格构成

服装企业在确定价格时,既要了解客户订单的尺寸规格(如尺码大的服装用料多,尺码小的服装用料少)、颜色配比(如浅色面料成本较低,深色的面料成本要高)、数量多少(如有特殊要求或成交数量少的产品成本较高)等因素,又要充分考虑面辅料市场行情的变化和价格的涨跌,以便确定的价格既能基本实现企业的目标利润,又符合市场的行情,具有较强的竞争力。影响价格水平的因素主要有以下五个方面:

① 直接成本。包括面料、配料、物料、加工费用等。可以根据订单的生产技术资料及有关原材料的市场行情进行估算。

② 间接成本。包括经营过程中发生的各种折旧、管理人员的工资、福利费用及行政管理费用等。通常根据经验进行估算,如按照直接成本的定额比例进行估算。

③ 交易成本。包括付款方式、结算费用、运输费用、银行费用等。可以根据合同中规定的交易方式进行计算。

④ 目标利润。可以根据目标成本利润率进行估算。

⑤ 税金。在商品报价时,通常将税金考虑进去,成为含税的报价。

3. 报价流程

1) 分析客户的询价资料

当收到客户的询价资料之后,不要急于报价。首先须考虑客户所提供的资料是否齐全。一份完整的询价资料通常包括:①客户的基本情况、产品的种类、市场上的卖价等。②面料的名称、成分、组织、处理方式等资料。③辅料的种类、规格、处理方式等。④款式或生产图。⑤尺码表。⑥洗水方法与要求。⑦产地要求。

要详细跟客户全面沟通、了解此订单信息,如数量多少、何时交货、工艺如何、有无绣