

21世纪高职高专精品实训教材

商贸系列

总主编 吴柏祥 副总主编 董鸿安

全国高职高专英语类专业教学指导委员会重点课题研究成果
商务英语专业中央财政支持专业提升项目建设成果
省高职高专院校示范性实训基地（经管实训中心）建设成果
浙江省高等教育教学课堂改革项目（KG2013666）成果

外贸企业 跟单员 实训手册

A Guide to Foreign Trade
Order Following Up

主编◎王一名

 中国人民大学出版社

21世纪高职高专精品实训教材

商贸系列

总主编 吴柏祥 副总主编 董鸿安

全国高职高专英语类专业教学指导委员会重点课题研究成果

商务英语专业中央财政支持专业提升项目建设成果

省高职高专院校示范性实训基地（经管实训中心）建设成果

浙江省高等教育教学课堂改革项目（KG2013666）成果

外贸企业 跟单员 实训手册

A Guide to Foreign Trade
Order Following Up

主编◎王一名

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

外贸企业跟单员实训手册/王一名主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2014. 12
ISBN 978-7-300-20249-5

I. ①外… II. ①王… III. ①对外贸易-市场营销学-手册 IV. ①F740.4-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 250033 号

全国高职高专英语类专业教学指导委员会重点课题研究成果

商务英语专业中央财政支持专业提升项目建设成果

省高职高专院校示范性实训基地 (经管实训中心) 建设成果

浙江省高等教育教学课堂改革项目 (KG2013666) 成果

21 世纪高职高专精品实训教材·商贸系列

总主编 吴柏祥 副总主编 董鸿安

外贸企业跟单员实训手册

主 编 王一名

Waimao Qiye Gendanyuan Shixun Shouce

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

刷 北京民族印务有限责任公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2015 年 1 月第 1 版

印 张 8 插页 1

印 次 2015 年 1 月第 1 次印刷

字 数 169 000

定 价 16.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总序

Preface

中国的职业教育已经从以“知识为本、能力为本”的阶段上升到如今的“以人为本”的阶段。职业训练的目标也从满足一般的企业职业培训的需求上升到提升从业人员的综合素质。传统的职业训练往往局限于医药、工程、维修、建筑施工、农业等操作性强的行业和岗位，强调技术、技艺的掌握。而以全球化为特征的现代社会要求职业训练从单一的操作技能训练到技能与职业素质等多种要素的综合提升。“学会认知、学会做事、学会生存、学会共处”（联合国教科文组织“国际 21 世纪教育委员会”，1996）成为现代职业训练设计重要的参考依据。

高等职业院校培养人才的定位已经由培养技能型人才跃升到培养高端技能型人才。技术技能型、复合技能型和知识技能型（黄静宜，2012）等专门人才的培养成为高等职业技术教育实现“以人为本”的主要途径。同时，培养高端技能型人才也是满足国际化的服务型社会建设需求的重要保证。围绕现代国际贸易服务等各种综合性的职业技能的训练与相关从业人员职业素质的提升已经成为现代职业教育体系不可或缺的组成部分。

那么，如何实现“以人为本”的现代职业训练体系的建设呢？简单回答这个问题，主要包括三个环节：一是找到工作任务，二是转化成教学任务，三是按工作目标训练和考核。这三个环节的实施需要所有职业教育的从业人员能够以学生职业能力的塑造为目标，以学生未来的职业活动为主线，以目标工作任务所涵盖的工作项目为载体，并以学生为主体，设计系统化的实训体系（杨黎明，2011）。从训练的理念、工作任务到教学任务的提炼，实训环境与场所的建设，仿真角色与真实岗位的导入等均成为提升实训效果、实现“以人为本”职业教育培养的重要理念和平台。

为实现涉外岗位实训模式、环境、平台与项目的规范化运作，教育部高等学校高职高专英语类专业教学指导委员会设立重点改革课题“高职涉外课程实训模式规范化理论与实践”（英教指委〔2011〕22号）。本丛书为该课题研究的重要成果。本套实训手册涵盖了外贸业务员、单证员、跟单员、货代、商务谈判、商务接待礼仪、商务信函写作等岗位的实训操作。本丛书强调涉外岗位相关实训设计的系统化、网络化、国际化和精细化的实训理念，突出学生中心与行动导向，主张项目教学与技能竞赛，倡导真实实训环境的营造与选择，从而实现涉外岗位课程实训设计与实训操作的系统化与规范化运作。

一、实训设计系统化、精细化

实训操作的设计往往从岗位的细节着手，以具体项目为平台，具体操作过程中往往受限于具体工作或仿真环境。此外，实训指导教师、软件平台以及器材、考核等相关问题均

对具体实训操作产生影响。本套实训手册的编写均注意系统化与精细化的结合问题。具体包括：

- (1) 按企业岗位综合素质要求以及具体岗位工作细节设定实训考核目标；
- (2) 根据企业实际工作岗位的需求设计实训流程；
- (3) 采用企业实际使用的国际贸易、物流、货代等相关的软件作为实训操作平台；
- (4) 指导教师由校、企合作共同承担，经理、同事以及客户的角色贯穿实训始终；
- (5) 实训环境采用企业真实工作环境和仿真环境，实训任务融合企业实际业务。

师生在进入实训岗位后强调角色意识、成本意识，既要注意具体环节的操作，又要充分理解该环节在整个流程中的意义，做到实训细节服务于职业综合素质的提高。

二、实训环境专业化

传统的教室不能满足实训的需求，但完全采用企业的真实岗位又往往不切实际，而且，完全真实的岗位可能也并不能完全满足实训的需求。原因有二：一是相对于人数众多的实训学生来说，真实岗位总是稀缺的；二是企业对能够适应某一真实岗位的实训学生缺乏频繁调整的动力，往往导致实训被禁锢于单一的工作环节中。解决这一问题的主要出路是设计专业化、仿真的实训环境并与实际工作岗位相结合。专业实训环境包括职业化的舆论导向，即在学生生活、学习和实训的整个环境营造职业化的氛围，使整个物质环境和舆论导向有利于职业素养和个人品牌的形成。此外，学生的活动空间还需要包括教室以外的网络平台、创业平台、技能赛场、个人魅力展示舞台、工作场所，从而使多种实训和实践环境能够提供给所有参与者顶岗与创业、研究与制作、体验与尝试的各种机会。同时，除教学部门与教师外，学校其他各部门及相关专业人员都应发挥职业化的影响和指导，提供顾问、财务、法律、场地、器材等相关支持，鼓励并帮助学生顶岗、创业、体验及模拟训练。

三、实训角色岗位化

岗位和角色意识的培养应贯穿职业教育的始终。岗位的概念包括两个方面：一是指职业定位，二是指具体的岗位和工作流程中的一个或多个环节。职业教育既要帮助学生明晰自己的职业定位，又要教会学生掌握具体工作流程的技艺。岗位意识的培养和训练是一个综合实践的过程，从专业培养目标的设定，到知识学习、技能训练以及考核乃至应聘等多个环节均对学生的职业意识和职业素养产生影响。首先，从始业教育开始，通过讲座、榜样、影视、规划、参观、表演等多种形式营造提升职业素养的舆论环境；其次，通过专业体验、技能体验和实践体验，使学生全面感受职业岗位；再次，通过课堂实践、岗位实践、反思日记、导师点评等方式提升学生的岗位意识；最后，体验、分析与其他岗位角色的关系，把对老板、经理、同事、竞争对手和客户的观察和体验纳入实训教学当中。

四、语言训练专业化

涉外岗位对国际化的语言能力要求较高，尤其是英语语言能力。但英语语言本身并非学习目标。英语的口头和书面表达能力作为国际化环境下完成岗位角色的重要载体和工

具,承载专业知识并制约职业能力的表现。在具有一定语言能力的基础上,专业语言能力应该尽可能在专业平台上通过与专业训练的结合,共同得到提升。首先,在实训过程中尽可能选择英语语言作为专业载体,同时尽量使用英语或者双语作为训练的工作语言;其次,通过网络鼓励自主学习、合作学习,借助网络来帮助、合作、交际、展示完成实训项目;再次,鼓励并引导学生使用英语作为工作语言完成各种专业竞赛和表演活动;最后,使用英语作为实训考核语言。

五、实训活动行业化、社交化、网络化、国际化

理想的涉外课程及岗位的实训活动与项目的设计需要在行业的总体框架内,以互联网为平台,通过国际化沟通,在商务与社交平台上真实地投入并完成相应的实训活动。互联网空间是虚拟的,但也是真实的国际化舞台,学生必须真实地投入并设定自己的商务、社交角色。该角色在网络上的所有社交行为均需要符合行业的要求和商务礼仪。为规范网络化的实训活动,在实际实训操作过程中需要把网络、行业、国际化与社交礼仪纳入实训操作和考核范畴。具体来讲是要做到以下几个方面:一是实训项目设计中尽可能以互联网为背景和平台;二是选取企业的相关标准来规范学生的实际操作;三是参与企业的实际操作项目,观察并配合企业实际的产品交换和服务等相关商业行为;四是把学校和合作企业相关的各种活动,包括各种普通的会务接待、国际性贸易洽谈会、地方举办的国际大奖赛等相关实际项目纳入实训中,让学生在實際服务中体验各种职业商务行为。

六、实训考核岗位化

实训项目以行业乃至具体企业的实际工作流程为主线,以互联网为背景平台,重点剖析企业的典型工作任务,所以实训的考核应该以企业的相关标准为准绳,确定实训成绩的高低。具体来说要做到:

- (1) 以企业业绩考核标准作为主要的实训考核标准;
- (2) 以企业实际工作任务作为核心考核项目;
- (3) 实训结果与实训过程并重;
- (4) 以技术、技能竞赛结果作为实训成绩;
- (5) 为国际贸易洽谈会、国际大奖赛以及类似项目提供的志愿服务可纳入实训考核;
- (6) 针对企业实际问题和运作的调查报告可作为实训成绩;
- (7) 以英语作为考核语言;
- (8) 建立考核结果的反馈机制。

以人为本,培养符合国际化标准并具有全球视野的高端技能型人才是建设现代服务型社会的必要条件。以学生为中心,通过多向度合作和现代化教学手段,完成工作任务向教学任务的提升,完善学生的体验式参与,形成有关涉外课程和岗位系统的实训操作规范是本套实训手册努力的目标。

吴柏祥

2013年4月

前言

Foreword

跟单员是指围绕订单工作并对订单负责的人。目前,跟单员广泛存在于订单型生产企业和外贸企业中,是客户与工厂、外贸部与生产部(或物流部、财务部等)之间沟通的桥梁和纽带。跟单员并不是业务员,也不是单证员,更不是报关员,但是跟单员的工作却跟他们有着密切的联系。一张订单从无到有、从生产到出货、从签订到收款,无一不是在跟单员的全程跟踪和全力协调之下完成的。越来越多的企业认识到跟单员岗位工作的重要性,开始聘用大量的有专业知识和操作技能及跟单经验的人员,跟单员也已成为一个新兴、热门并且需求量较大的职位。

目前,一些高职院校商贸类专业陆续开设了跟单方面的课程,旨在培养学生在外贸跟单与生产跟单方面的专业技能。由于该课程的实践性非常强,是对外贸进出口基础知识、产品知识、生产管理知识、物流知识、营销知识、礼仪知识等的综合应用,因此精心设计的项目化教学方式最为合适。本实训手册的设计就围绕跟单员的工作,涉及从客户开发到订单签订、从生产过程的跟踪到顺利出货的一个完整的流程,几乎覆盖了跟单员所有的实际工作任务,而且突出了以培养学生技术应用能力为主线的高职高专教育的特色。本手册既可以独立作为实训教材使用,也可以和有关跟单教材配套使用,适合高职高专院校商贸专业及相关专业选用。

本书由王一名主编,是其企业工作经历和企业实践的重要成果。本书在编写过程中得到了浙江省教育厅高等教育课堂教学改革项目“‘外贸跟单与生产跟单’课堂教学改革与实践研究”课题组成员黄燕、邱璐轶老师的支持。在编写过程中,我们参阅了大量参考书籍与网站的有关文献,吸收了国内外跟单操作研究方面的新成果,并得到众多企业专家、学者及相关从业人员的帮助和支持,在此一并致以衷心的感谢!

本书旨在较全面、较系统、较生动地描述外贸企业跟单员的具体工作,指导有关跟单课程项目化教学的展开。由于本书具有某种尝试性,加之编者的学识有限,因此不成熟和疏漏之处在所难免,敬请读者朋友和有关专家不吝赐教。

编者

2014年7月

目 录

Contents

实训项目一 打样跟单 / 1

- 工作任务一 分析原样 / 3
- 工作任务二 安排回样 / 7
- 工作任务三 确认成交样 / 10

实训项目二 订单审核 / 13

- 工作任务一 审核订单条款 / 15
- 工作任务二 拟订外销合同 / 24

实训项目三 大货跟单 / 31

- 工作任务一 选择供应商 / 33
- 工作任务二 落实大货生产 / 43
- 工作任务三 生产进度与质量跟踪 / 46
- 工作任务四 外包加工跟单 / 51

实训项目四 结算跟单 / 57

- 工作任务一 客户结算跟单 / 59
- 工作任务二 工厂结算跟单 / 75

实训项目五 出运跟单 / 79

- 工作任务一 确认产品包装 / 81
- 工作任务二 落实产品检验 / 87
- 工作任务三 协助办理订舱 / 93
- 工作任务四 提交清关资料 / 97

附录 跟单员实习周记 / 109

参考文献 / 117

实训项目一 打样跟单

实训目标

了解进出口贸易中样品应用方面的基础知识，能够完成从分析客户来样到安排打样、送样直至最终确认成交样的过程，为后续大货订单做好准备。

实训要求

了解产品质量方面的基础知识，掌握不同种类样品的功能及应用情况，能够根据客户的要求提供样品并进行确认，能够正确理解客户的评语，完成样品的反复确认过程。掌握样品方面的专业术语和样品编号方面的技巧。具备良好的时间观念、沟通技巧、团队协作精神及严谨的工作态度。

实训项目

香港 TAA 公司的 Anthony 通过广交会结识了宁波 Slann 公司的外贸部经理 Billy，并初步了解到 Slann 公司的情况，为了进一步了解 Slann 公司的产品质量和客户服务水平，Anthony 决定从打样开始与 Slann 公司进行接洽，以确定是否要与之合作。Billy 把从 Anthony 处收到的客户样品交给 Jenny，交代她跟踪样品的有关事项，争取到了 TAA 公司的第一张订单。

工作任务一 分析原样

Jenny 仔细查看了 TAA 公司提供的原样, 以及 Billy 转发过来的客户对打样要求的邮件, 结合自己公司产品的生产情况进行了分析。

一、知识要点回顾

在国际贸易中, 凡是以样品表示商品品质并以此作为交易依据的, 称为凭样品买卖 (Sale by Sample)。通常由卖方提供样品并由买方确认作为交货品质的依据, 称为“凭卖方样品买卖”。如图 1—1 所示, 客户可从卖方提供的样品中选择自己中意的型号 (如 C-037) 直接下订单。

当然, 客户也可以根据卖方提供的不同样品进行任意组合, 从而提出新的样品要求, 例如 “please make sample with color as C-037 and width as EWC3222B”, 再根据买方提供的新样品进行确认和磋商。

有时买方为了使其订购的商品符合自身的要求, 也会提供样品交由卖方依样承制, 如卖方同意按买方提供的样品成交, 称为“凭买方样品买卖”, 这是买方提供的最初样品, 我们通常称之为原样 (Original Sample)。

通常客户来样有两种情况: 一种是单纯来样, 另一种是跟随订单的来样。单纯来样是指客户出于试探性或者技术储备的目的, 既为考察企业生产能力也为订单预先进行准备。跟随订单的来样是指针对该订单要求, 以合同 (订单) 附件的形式一同下达, 打样的时间包括在订单的交货期内。

收到客户来样后, 跟单员要对客户邮件内容进行仔细分析, 必要时会同公司技术研发部门共同进行分析, 全面掌握客户对打样的要求。尤其要确认的是: 打样的数量、打样的时间, 工艺指标是否完整, 客户所需的工艺是否能满足, 打样所需原材料是否有库存, 技术部门是否有更好的打样建议等。分析原样不可仓促, 遇到容易误解或者需要进一步确认的事项则应立即与客户进行沟通, 力求在一切明确后安排打样, 否则可能会给后续打样及送样确认过程留下隐患, 并有可能延误时间。此外, 还要特别注意以下几点:

(1) 客户的来样要妥善整理并保管, 尤其是同一客户的多个订单对应多个样品时, 要认真仔细核对, 避免出现差错和混淆。

(2) 视样品特点将客户的原样留存一份 (或一部分) 以备随时比对, 也可在后续订单履行过程中作为依据, 有不明确的样品应及时与客户沟通, 落实样品的使用方向。

(3) 客户来样要与订单对应, 编号或单号要明确且容易分辨, 每个公司往往都有自己的一套编号方法, 只要易于判断、识别和查找即可。

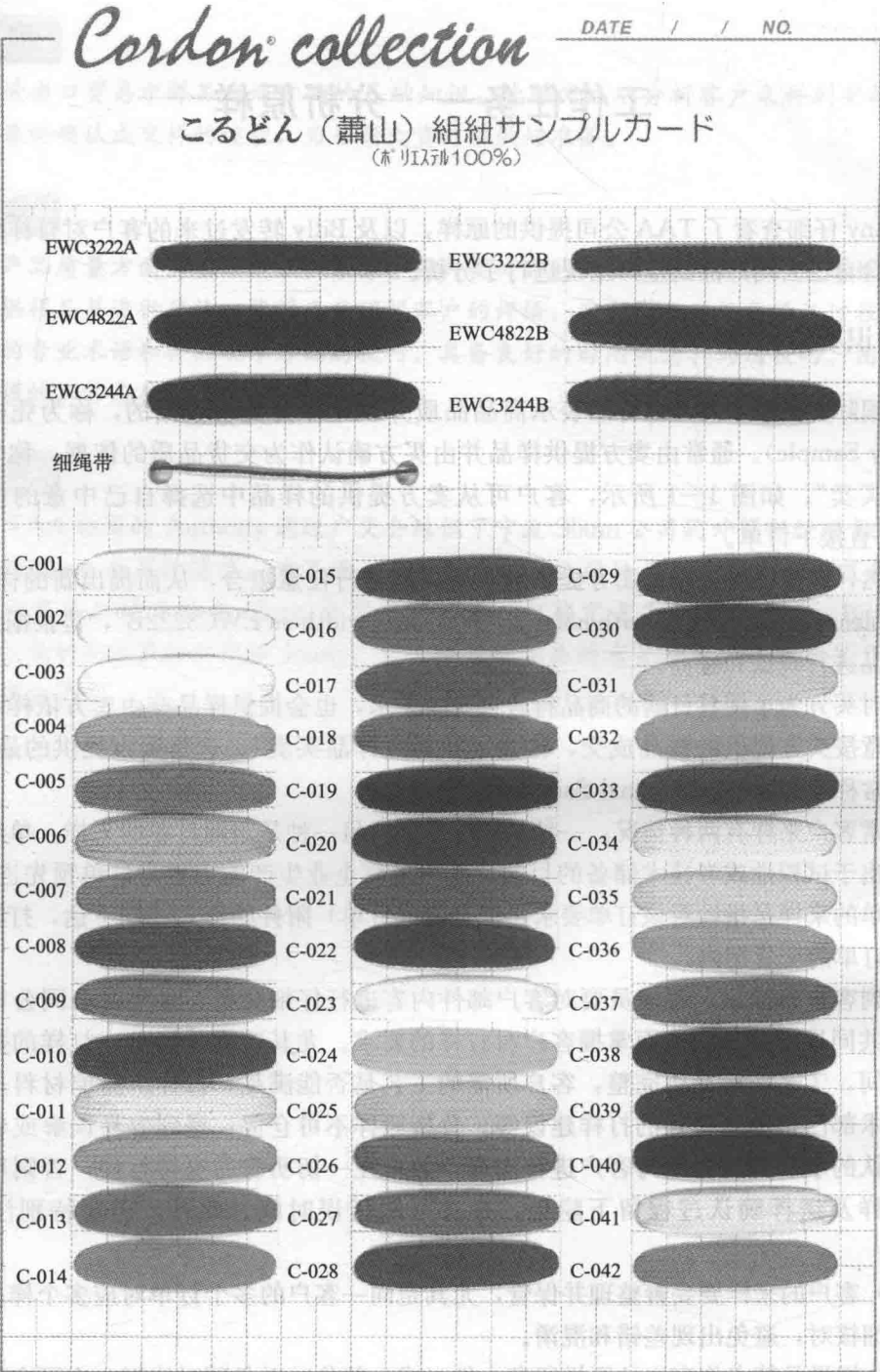


图 1—1 某织带公司样品册

二、工作任务实施

分析客户原样（见图 1—2）的全部内容，理解客户关于打样要求的邮件。

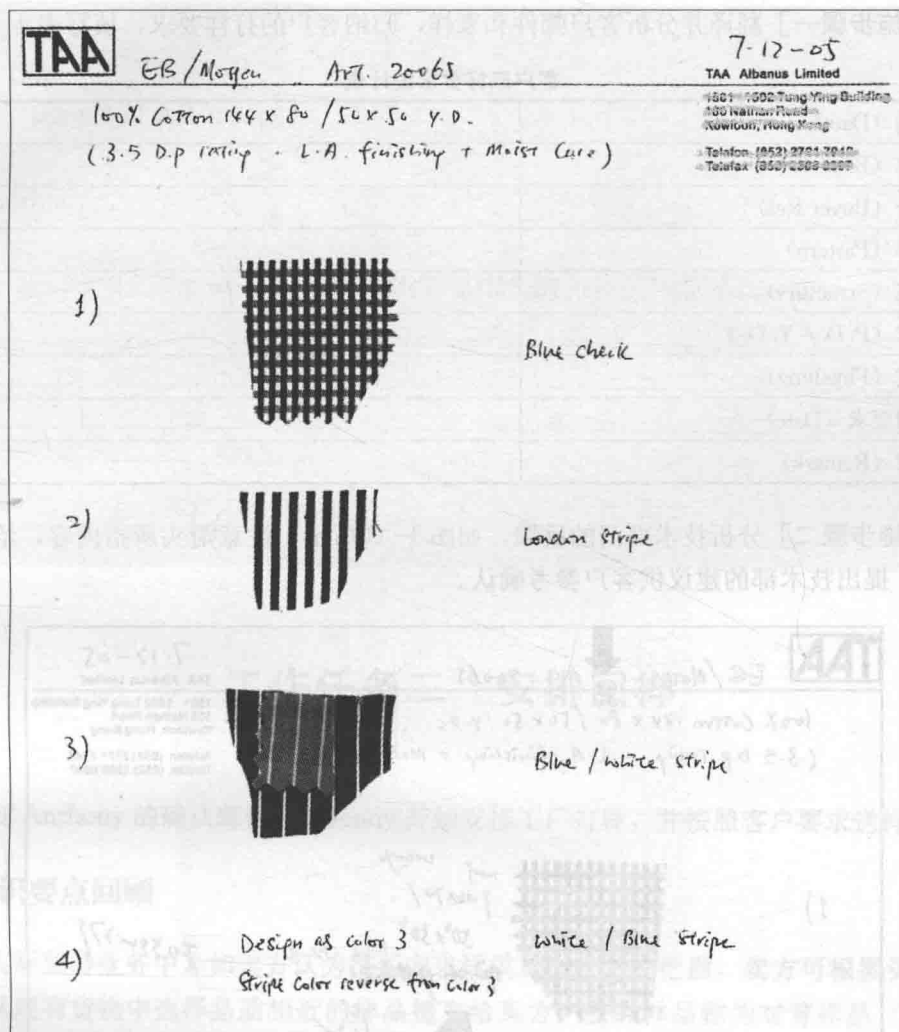


图 1-2 TAA 客户来样

Dear Billy,

Pls note we are sending you samples of ART. 20065 today, pls arrange handlooms accordingly, tks.

—pls note that the requested construction is 144×80/50×50 LAF D. P. rating 3.5, customer would like to keep the design as original cutting. In this case, pls advise by return the most similar construction and price offer with the advised construction as well, tks.

—pls kindly confirm we can receive handlooms latest on 15/12, tks.

Regards,

Anthony

[实施步骤一] 翻译并分析客户邮件和来样，归纳客户的打样要求，填写表 1—1。

表 1—1

客户来样要求统计表

来样日期 (Date)	
客户名称 (Buyer)	
客户编号 (Buyer Ref)	
花型名称 (Pattern)	
组织规格 (Structure)	
印染要求 (P. D. / Y. D.)	
整理方式 (Finishing)	
打样时间要求 (Date)	
其他要求 (Remark)	

[实施步骤二] 分析技术部门的反馈，如图 1—3 所示，注意箭头所指内容，给客户回封邮件，提出技术部的建议供客户参考确认。

TAA

EB/Moguen

↓

86

ART. 20065

100% Cotton 164 x 80 / 56 x 56 Y. D.

(3.5 D.p rating - L.A. finishing + Moist Care)

7-12-05

TAA Albanus Limited

1501 1502 Tung Ying Building

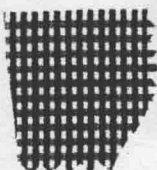
100 Nathan Road

Kowloon, Hong Kong

Telefon (852) 2721 7942

Telefax (852) 2369 0997

1)



warp

116x70 /

50" x 50"

Blue check

和为为...仅供参考!

7-12-05

2)



warp Cotton 70

116 x 70 /

London stripe

40" x 50"

和为为...仅供参考!

7-12-05

3)



Cotton 70

warp

116 x 70 /

Blue / white stripe

100% 120% / 100% 200%

和为为...仅供参考!

7-12-05

4)

Design as color 3

White / Blue stripe

Stripe color reverse from color 3

图 1—3 技术部反馈

6

To: Anthony
C. C. : Billy
Subject: sample of ART. 20065

Dear Anthony,

After checking the original sample of ART. 20065 by technology department, we find

Regards,
Jenny

工作任务二 安排回样

收到 Anthony 的确认邮件后, Jenny 开始安排工厂打样, 并按照客户要求送样确认。

一、知识要点回顾

在实际贸易业务中, 如卖方认为按买方来样供货没有切实把握, 卖方可根据买方来样仿制或从现有货物中选择品质相近的样品提交给买方, 这种样品称为对等样品 (Counter Sample) 或回样 (Return Sample)。

根据客户原样进行打样的过程, 是由客户、跟单和研发 (技术) 部门相互协调配合共同完成的, 通过打样工作, 可以达到以下目的:

- (1) 通过打样研发积累实践经验。
- (2) 探讨可行的生产工艺, 以保证在大货生产中的工艺可行性、产品质量和生产效率。
- (3) 打出的样品要能达到客户的要求, 并能得到客户的确认, 争取得到实质性的生产加工订单。
- (4) 通过打样开发, 增加生产技术储备, 提高开发能力和技术水平。
- (5) 确保订单顺利完成, 尤其是对于多品种、多颜色、多花型、小批量的订单, 能够锻炼和提高生产企业的适应能力和应变能力, 提高竞争力。

作为跟单员, 在安排打样过程中需做好以下工作:

- (1) 正确下达打样通知单, 如表 1—2 所示, 详细转达客户有关打样的各项要求, 附上客户提供的原样。
- (2) 实时跟踪打样进程, 抓紧时间, 提高工作效率, 力争在最短时间内打出合格的样

品以争取客户的信任和更多的订单。这就要求跟单员与研发（技术）部门或合作工厂保持密切联系和有效沟通。如果时间上有困难，应及时与客户沟通，争取客户的谅解后，适当延长时间。

(3) 将制作好的回样寄交客户时，应注意正确填制送样通知书并随同样品一起送交客户。通知书的表述内容通常包括所送样品的客户名称、单号、样品编号（色号）、送样时间等。

(4) 做好送样通知书的备份工作，在条件允许的情况下应留存一份（或一部分）样品，作为日后与客户沟通时对比分析之用，如图 1—4 所示。

杭州日中纺织印染有限公司
Hangzhou Sunrise Textile D&F Co., LTD.

客户名称(Buyer):	TAA-MOSGEN	来样编号(LAB No):	F0512-379
注意事项(Remark):		手纹板号(H/L No):	HL05-81983A
加工公司(Factory):	杭州日中纺织	客户编号(Buyer Ref):	ART.20065
组织规格(Structure):	50x50 / 144x86 (成份:100%cotton yarn dyed fabric)	送样日期(Date):	12/14/2005
花型名称(Pattern):	Blue/white stripe	款号(Style No):	
Process:			
Season:			

Color fastness to light: 3.5
Color fastness to rubbing(wet)/crocking(wet): 3.5
Remarks: 1.The handloom is only for the pattern layout approval. Not for whiteness.

色名	色号	色级经/纬	纱样	色名	色号	色级经/纬	纱样
1 蓝	50BL21726R	A					
2 白	50WH009	W		8			
3				9			
4				10			
5				11			
6				12			

Address: No. 1 West of Yinxian Road, Ningbo, China
(Tel): (0086)574-88264949 (Fax): (0086)574-88253301

图 1—4 TAA 客户回样留底

(5) 做好寄样与通知工作。寄样一般采用快递方式,常见的国际快递公司有 FedEx、DHL、UPS、TNT、EMS 等。使用公司约定的快递公司可以得到及时而殷切的服务,并且方便结账,一般采用签单月结的方式。寄送快递后要保留底单,作为出现意外情况时跟快递公司理赔的依据和查询物品运送情况的依据。寄送后应及时通知客户,并将快递单号和寄送时间告知客户,以确保客户及时查收并且尽早给予确认意见。

(6) 处理好样品费用问题。在实际的国际贸易业务中,较多的客户要求外贸公司提供样品或打样。制作和寄送样品都会产生费用,其一般由客户或厂家或外贸公司承担,也可通过协商由多方共同分担。基本对策是:1) 根据样品价值决定。通常对于价值小的样品可由客户自付运费(采用到付寄送),样品免费;如果样品价值较大,通常要坚持收费。2) 根据是否为目标市场进行择取。通常对于非目标市场的客户,可采取收取样品费和运费的方式;对于符合目标市场的客户,如样品价值不高,可仅收运费,或者为进一步开拓市场而全部免费。3) 对于信誉好的或老客户可考虑样品费和运费全免;对于新客户,在寄样品之前要从多方面了解客户索要样品的目的,判断其诚信度有多高,对于那些避而不谈样品费和运费或一张嘴就要求免费的客户可不必理会。如果一时难以确定,又怕丢掉订单,可与对方商谈由客户先行支付,等双方确认签订了大货订单后再将样品费用从定金或货款中扣除。总之,在保护公司利益的前提下最大化体现对客户的诚意。

二、工作任务实施

[实施步骤一] 下达打样通知单,如表 1—2 所示。

表 1—2 面料产品打样通知单

打样通知单			
客户名称 (Buyer):		来样日期 (Date):	
客户编号 (Buyer Ref):		来样编号 (Lab No.):	
成分要求 (Contents):		测试标准 (Test):	
印染要求 (Dying): P. D. ☐ Y. D. ☐		免烫等级 (D. P. Rating):	
整理方式 (Finishing):			
花型名称 (Pattern)	组织规格 (Structure)	尺寸要求 (Size)	每色小样数量
色样 (Lab Dip)	需要 ☐ 不需要 ☐		
送样时间要求 (Date)			
附件:			
后附客户原样资料 份,共 个颜色。			
其他要求 (Remark):			
跟单员:		主管签字:	
制单日期:		技术部签收:	