

<<服装跟单实务>>

图书基本信息

书名：<<服装跟单实务>>

13位ISBN编号：9787811114171

10位ISBN编号：7811114178

出版时间：2008-9

出版时间：东华大学出版社

作者：吴俊 主编

页数：238

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>

<<服装跟单实务>>

前言

我国加入WTO后, 涉外企业剧增, 传统的企业管理模式发生了根本的变化。现代纺织服装的概念, 也就是大纺织的概念, 意指从纺织原料(纤维)到成品服装的全部过程, 涵盖了纺纱、织造、印染、成衣的各个生产环节。纺织品生产加工工艺复杂、工序繁多, 每一环节中每一道工序的完成都涉及许多的协调配合工作。因此, 从大纺织的视角出发, 纺织服装跟单管理就是如何促使客户的订单有条理有秩序地完成, 这也是跟单管理工作的核心内容。

在服装生产企业或贸易公司中, 针对服装生产加工的跟单管理, 其所起的作用越来越明显, 尤其是近年来企业经营管理机制的转变, 以及市场化经济体系的形成, 使企业中原有的、不适应当今市场经济体制的部分, 逐渐演化合并为高效运作、适应市场、符合企业发展的跟单管理工作。并且这一工作越来越受到重视, 已发展成为一个专业化的工作。尤其是二十世纪九十年代以来, 新的企业经营理念和管理方法的普及应用, 取代了陈旧传统的计划经济体制下的一些管理方法和手段, 使跟单管理工作集生产、计划、统计、管理等于一身, 以市场需求为主导的经营体制取代了计划经济时代的计划管理体制。因此跟单管理工作是市场经济发展的产物, 是市场经济体制的标志, 也是企业直接面对客户的重要桥梁。

随着市场需求多变与客户要求的不断提高, 给企业的计划、生产、品质、交货期提出了更高的要求, 因此基于跟单管理的需要, 高素质的订单执行队伍“跟单员”则成为这一岗位不可缺少的专业人才。

无论是业务跟单员、还是生产跟单员, 社会需求一直维持在较高水平; 不论是外资企业还是民营企业, 几乎每个企业都需要不同数量的跟单员。

企业生存与发展, 都是以订单为主线, 作为以订单为核心的企业运作管理, 跟单人员所从事的跟单管理工作涉及到一个企业运作体系的每一个环节。

企业所有的工作都是以客户和订单为中心去展开。

因此跟单管理工作是一项非常“综合性”的工作, 不但融合在企业的生产与运作之中, 更重要的是需要进行非常专业的统筹计划、实施生产、协调沟通以及高强的跟催等实际操作。

随着商品市场的多样化、小批量化以及节奏的加快, 跟单管理工作质量的好坏直接影响公司的服务品质和企业形象, 其重要性不断凸显出来。

作者多年从事纺织和服装的教学, 在实践中, 深刻体会到跟单工作的重要性, 因此根据多年的实践经验, 编写了这本《服装跟单实务》。

本书主编为华南农业大学艺术学院吴俊。

第一章、第二章、第三章、第四章、第九章由华南农业大学吴俊编写; 第五章、第六章由华南农业大学王霄凌编写; 第七章、第八章由中原工学院刘娟编写。

全书由吴俊统稿。

由于作者学识疏浅, 时间短促, 难免有遗漏、错误之处, 欢迎专家、学者及广大读者批评指正。

<<服装跟单实务>>

内容概要

本书从大纺织行业产业链环节的角度出发，系统地论述服装产业环节的跟单原理及操作方法。从项目管理领域结合企业市场运作流程详细阐述跟单管理工作职责、跟单管理模式、企业运营流程、服装面料织造跟单、服装面料染色、印花跟单、服装生产过程跟单、服装产品质量跟单、服装成品包装、出货、运输跟单、服装外贸跟单、商业书信、跟单与客户管理、跟单管理策略与应用、跟单与沟通等内容。

本书可作为高等院校服装专业跟单管理课程的教材，也可供服装行业的管理人员阅读参考。

<<服装跟单实务>>

作者简介

吴俊，副教授，毕业于俄罗斯伊万诺沃国立纺织大学服装专业，获博士学位（Ph.D）。
现担任教育部“十一五”高等学校高职高专服装纺织类专业教学指导委员会委员。
二十余年以来，一直从事服装学科的教学和科研工作，现任教于华南农业大学艺术学院。
近五年共发表论文二十余篇。

主编完成服装专业教材《女装结构设计与应用》、《男、童装结构设计与应用》、《纺织服装跟单手册—织造跟单》、《纺织服装跟单手册—成衣跟单》、《纺织服装跟单手册—染整印花跟单》等，其中两部教材获“十五”部委级优秀教材奖。

<<服装跟单实务>>

书籍目录

第一章 跟单管理体系 第一节 跟单概述 第二节 跟单管理体系第二章 服装面料织造跟单程序及管理
第一节 面料织造跟单程序 第二节 确定织造企业, 进行订单评审 第三节 样品试制跟单管理 第四节
面料织造生产过程跟单 第五节 坯布产品验收、交付的跟单工作第三章 服装面料染色、印花跟单 第
一节 染整、印花跟单作业流程 第二节 染整、印花订单评审跟单实践 第三节 染整、印花打样过程的
跟单实践 第四节 染整、印花生产加工过程的跟单实践 第五节 品质控制和产品交付的跟单第四章 服
装成衣生产跟单 第一节 服装成衣生产跟单流程 第二节 成衣订单评审 第三节 服装成品样衣试制 第
四节 服装生产过程中的跟单工作 第五节 服装跟单技巧与应用第五章 服装产品质量跟单 第一节 服
装质量管理和检验 第二节 服装生产质量跟单第六章 服装成品包装、出货、运输跟单 第一节 服装成
品包装跟单 第二节 服装成品出货跟单 第三节 服装成品运输跟单第七章 服装外贸跟单管理 第一节
服装外贸跟单流程 第二节 服装外贸订单评审 第三节 国际货物运输单证 第四节 国际货款收付与结
算 第五节 国际贸易电子单证 第六节 服装外贸函电书信第八章 客户管理与服务 第一节 客户信息资
料收集与整理 第二节 客户的分类与管理 第三节 客户的联络与跟踪 第四节 客户服务第九章 谈判技
巧与成本核算 第一节 服装贸易谈判 第二节 成本核算

<<服装跟单实务>>

章节摘录

第一章 跟单管理体系 第一节 跟单概述 一、跟单的含义 “跟单”源于对外进出口贸易过程中，有关进出口合同、单证、报关、运输等业务的跟进和实现作业过程的总称。

随着市场经济的发展，同有企业在逐步向市场化转变，而非国有体制的各种形式的经济实体飞速发展在市场中的作用越来越大。

商品的交换更加频繁，生产贸易量不断加大市场竞争日趋激烈，贸易方式更趋向多样化发展，生产企业和贸易公司的生存发展和经营方式，从单纯的生产型向市场型转变。

在这种形势下，要更加注重企业或公司内的管理工作。

因此跟单工作不再是以前所具有的含义，它被赋予了更加广泛，更加深刻的内容。

跟单管理就是以客户定为依据，跟踪产品(服务)运作流向并督促定单落实的管理过程。

跟单员是跟单管理过程的主体人员，其主要工作是业务流程运作过程中，具体跟踪落实客户定单，是企业开展各项业务的基础性管理人员之一。

“跟单”中的“跟”意指跟进、根随；“单”意指订单。

跟单的重点是在“订单”。

所谓订单，从广泛的意义上看，订单实际是指市场机会，从实践中看，它是企业或公司生存和发展的先决条件。

如果订单充足，企业或公司就会有发展的机会。

而没有订单，则会面临着生存的危机。

因此，跟单就是如何把握住市场机会并能够将这一机会变为现实的工作，是一种需要有耐心，毅力和勇气，具有挑战性的工作。

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>