

国家职业资格培训教程
用于国家职业技能鉴定

家用纺织品

设计师

纺织行业职业技能鉴定指导中心
中国家用纺织品行业协会

组织编写



中国纺织出版社

国家职业资格培训教程
用于国家职业技能鉴定

家用纺织品设计师

纺织行业职业技能鉴定指导中心 组织编写
中国家用纺织品行业协会



中国纺织出版社

内 容 提 要

本教程遵循“以职业活动为导向,以职业技能为核心”的编写原则,按照助理家纺设计师、家纺设计师和高级家纺设计师的技能要求依次递进,体现了高级别涵盖低级别的要求。

《家用纺织品设计师》介绍了职业标准中家用纺织品设计师应掌握的工作技能及相关知识,涉及市场调查、织物设计制作、印染图案设计制作、绣品设计制作、纺织品空间装饰设计、产品造型设计等内容。

本书适用于对家用纺织品设计师的职业资格培训,同时可供家用纺织品企业相关人员和纺织院校相关专业师生阅读。

图书在版编目(CIP)数据

家用纺织品设计师/纺织行业职业技能鉴定指导中心,中国家用纺织品行业协会组织编写. —北京:中国纺织出版社, 2012. 2

国家职业资格培训教程. 用于国家职业技能鉴定

ISBN 978 - 7 - 5064 - 8249 - 3

I. ①家… II. ①纺… ②中… III. ①家用织物—设计—技术培训—教材 IV. ①TS106. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 001341 号

策划编辑:孔会云 责任编辑:曹昌虹 责任校对:王花妮
责任设计:李 然 责任印制:何 艳

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京鹏润伟业印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2012年2月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:14.5 插页:2

字数:252千字 定价:36.00元

京东工商广字第0372号

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



图 2-7 锦纶高弹丝



图 2-8 膨体纱



图 2-32 成品效果图



图 3-30 富安娜 2010 秋冬系列《浮生若茶》



图 3-33 主题为“释心”的家用纺织品

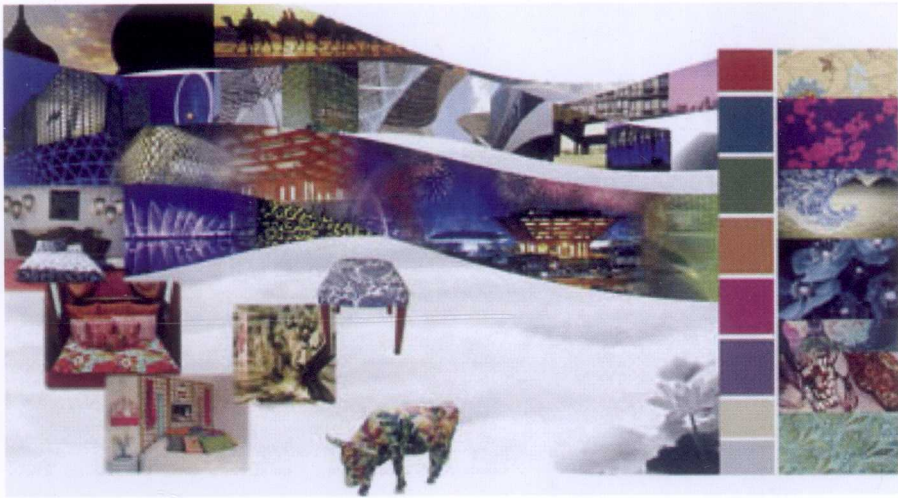


图 3-34 主题为“视界”的家用纺织品

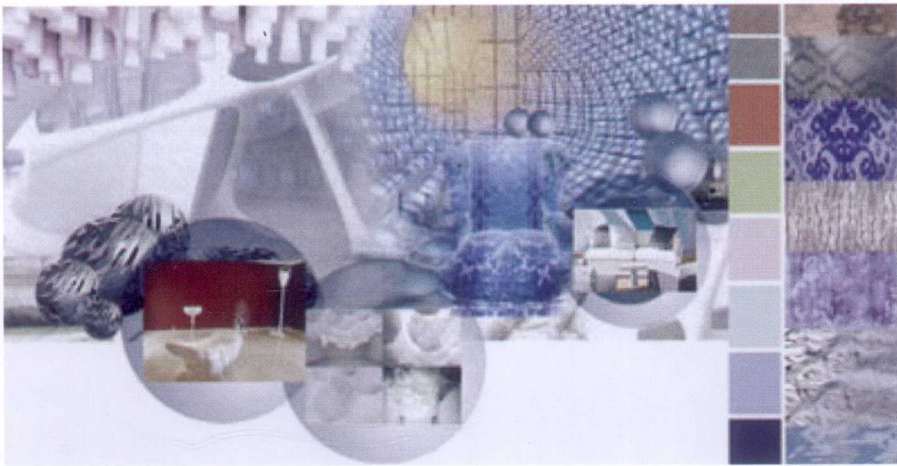


图 3-35 主题为“探寻”的家用纺织品



图 3-36 主题为“异想”的家用纺织品



图 4-2 汉代刺绣品 (选自《中国美术全集》)



图 4-6 明代刺绣 (选自《中国美术全集》)



图 4-18 瓯绣《锦羽迎春》



图 5-5 色彩配套 (一)



图 5-6 色彩配套 (二)



图 5-21 华丽风格情调



图 5-24 现代简约的素雅风格



图 6-11 窗帘主色调的运用



图 6-16 简欧风格色彩和纹样的特征



图 6-18 欧式新古典风格色彩和纹样的特征



图 6-22 美式田园风格图案与色彩要素



图 6-26 系列产品间色彩的搭配



图 6-27 系列产品间材质的搭配

前言

为推动家用纺织品设计师职业培训和职业技能鉴定工作的开展,在家用纺织品设计从业人员中推行国家职业资格证书制度,纺织行业职业技能鉴定指导中心和中国家用纺织品行业协会在完成《国家职业标准——家用纺织品设计师》(以下简称《标准》)制定工作的基础上,组织行业内的专家和院校老师,编写了国家职业技能鉴定推荐的辅导用书,《标准》的配套培训教材——《国家职业资格培训教程——家用纺织品设计师》系列教程(以下简称《教程》)。

《教程》紧贴《标准》要求,内容上力求体现“以职业活动为向导,以职业技能为核心”的指导思想,突出职业资格培训的特色;结构上针对家用纺织品设计师职业活动的领域,按照模块化的方式分级别进行编写:共包括《家用纺织品设计师基础知识》、《助理家用纺织品设计师(国家职业资格三级)》、《家用纺织品设计师(国家职业资格二级)》、《高级家用纺织品设计师(国家职业资格一级)》四本。各级别教程的章对应于《标准》的“职业技能”,节对应于《标准》的“工作内容”,节中阐述的内容对应于《标准》的“能力要求”和“相关知识”。

《家用纺织品设计师》是教程中的一本,适用于对家用纺织品设计师的职业资格培训,也是家用纺织品设计师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书由于编写时间仓促,不足之处在所难免,敬请读者提出宝贵意见和建议。

纺织行业职业技能鉴定指导中心
中国家用纺织品行业协会

编审委员会

主任 王久新
副主任 杨兆华 孙晓音
委员 朱晓红 何锋 王易 郑立民 刘淑琴 赵林

编写成员

主编 杨东辉
执行主编 章国初
编写作者 姜淑媛 樊学美 陈立 刘达 梁丽韞 霍康
杨颐 丁敏 冯秀芪
主审 何锋

目录

第一章 市场调查与分析	1
第一节 制订与实施市场调查计划	1
学习目标 / 1	
相关知识 / 1	
一、市场调查的概念 / 1	
二、市场调查的内容 / 2	
三、家用纺织品市场调查方案的制订 / 3	
四、家用纺织品市场调查的实施和把控 / 6	
五、市场调查报告的撰写 / 7	
制订与实施市场调查计划工作流程 / 8	
一、市场调查的准备工作 / 9	
二、市场调查策划 / 9	
三、市场调查实施 / 9	
四、提交市场调查报告 / 9	
第二节 分析调查结果	9
学习目标 / 9	
相关知识 / 9	
一、家用纺织品市场调查分析 / 9	
二、家用纺织品品牌的市场调查工作 / 14	
三、家纺产品品牌分析 / 16	
市场调查结果分析流程 / 18	
一、家纺市场营销环境分析 / 18	
二、家纺市场概况分析 / 18	
三、目标市场定位分析 / 18	
四、家纺消费者的分析 / 19	
五、家纺产品分析 / 19	
六、同行业状况分析 / 19	
七、家纺产品品牌分析 / 19	
八、撰写家纺产品品牌分析文案 / 19	

思考题 / 19

第二章 织物设计制作	20
第一节 织物素材选择	20
学习目标 / 20	
相关知识 / 20	
一、织物设计的各种要素分析 / 20	
二、织物设计素材所表达的产品风格 / 37	
织物素材选择工作流程 / 43	
一、根据市场要求确定织物设计的基本风格 / 43	
二、按照产品风格选择材料、色彩、图案等要素 / 44	
三、按照产品风格确定织物的组织设计 / 44	
四、其他工艺的选择 / 45	
第二节 织物设计方案	45
学习目标 / 45	
相关知识 / 46	
一、设计创意主题写作方法 / 46	
二、织物设计创新知识 / 48	
三、围绕设计主题说明材料、色彩、图案整合关系 / 50	
四、材料、色彩、图案、工艺的整合过程 / 53	
织物设计方案制作流程 / 53	
一、确定织物设计的创意主体并说明其风格特点 / 53	
二、围绕设计主题说明材料、色彩、图案整合关系 / 53	
三、针对设计图案的主题风格和要素组合关系写出创意说明书 / 53	
四、试样生产 / 57	
第三节 织物样品制作	57
学习目标 / 57	
相关知识 / 57	
一、编制设计说明书知识 / 57	
二、生产工艺知识 / 58	
三、织物小样织制 / 60	
四、改进设计方案的制订 / 64	
织物样品(样稿)制作流程 / 64	
一、样稿制作与实施 / 64	
二、编制用于指导试样的设计说明书 / 64	
三、根据织物设计工艺进行小样试织 / 65	

思考题 / 65	
第三章 印染图案设计制作	66
第一节 印染图案素材选择	66
学习目标 / 66	
相关知识 / 66	
一、印染图案设计风格知识 / 66	
二、印染设计素材运用知识 / 72	
三、印染工艺知识 / 81	
四、印染前后整理工艺知识 / 85	
印染图案设计素材选择流程 / 87	
一、确定印染图案设计风格 / 87	
二、根据印染图案的设计风格选择各种素材 / 87	
三、按设计要求选择确定相应的印制工艺 / 87	
四、其他工艺的选用确定 / 88	
第二节 印染图案设计方案	88
学习目标 / 88	
相关知识 / 89	
一、印染图案主题创意写作知识 / 89	
二、印染图案设计要素的整合方法 / 91	
三、文案综合分析方法 / 95	
印染图案设计方案制作流程 / 99	
一、确定印染图案设计风格和创意主题 / 99	
二、按照印染图案设计风格整合各种设计要素 / 99	
三、对印染图案设计方案做出整体的分析 / 99	
四、编写产品设计文案 / 99	
第三节 印染图案样品制作	99
学习目标 / 99	
相关知识 / 99	
一、样稿设计知识 / 99	
二、编制样稿设计说明书知识 / 102	
三、印染分色描稿与制版工艺知识 / 106	
四、按照印染图案分色、描稿与制版工艺要求修改样稿知识 / 109	
印染图案样稿制作流程 / 111	
一、编制样稿设计说明书 / 111	
二、制作适用于印染生产的样稿 / 111	

三、按生产要求对样稿进行修正 / 112

思考题 / 112

第四章 绣品设计制作 113

第一节 绣品设计素材选择 113

学习目标 / 113

相关知识 / 113

一、绣品设计风格知识 / 113

二、素材信息的采集 / 126

三、绣品生产工艺综合知识 / 129

绣品设计素材选择流程 / 133

一、确定绣品设计主题风格 / 133

二、根据绣品的设计风格选择各种素材 / 133

三、按设计要求选定相应的刺绣工艺 / 134

四、其他工艺的选择确定 / 134

第二节 绣品设计方案 134

学习目标 / 134

相关知识 / 135

一、文案的综合分析 / 135

二、绣品设计综合知识 / 136

绣品设计方案制作流程 / 141

一、确定绣品设计风格和创意主题 / 141

二、按照绣品设计风格整合各种设计要素 / 141

三、对绣品设计方案作出整体的分析 / 142

四、编写产品设计文案 / 142

第三节 绣品设计样品制作 142

学习目标 / 142

相关知识 / 143

一、编制设计说明书的方法 / 143

二、绣花软件打版和上机试织知识 / 145

三、样稿修改知识 / 150

四、配线知识、坯布知识 / 151

绣品设计样稿制作流程 / 151

一、制作绣品样稿 / 151

二、编制指导试样的设计说明书 / 152

三、结合生产实际对样稿进行修正 / 152

四、根据设计要求进行制作	/ 152
思考题	/ 153
第五章 纺织品空间装饰设计	154
第一节 空间展示设计方案	154
学习目标	/ 154
相关知识	/ 154
一、空间装饰风格知识	/ 154
二、室内软装饰设计的风格	/ 156
三、家纺产品配套设计知识	/ 156
四、家纺产品空间展示设计要求	/ 161
空间展示方案制作流程	/ 165
一、确定装饰空间的主体风格	/ 165
二、根据空间装饰风格的要求进行产品组合设计	/ 165
三、按照产品整体风格配套的要求制订展示设计方案	/ 166
第二节 纺织品空间展示方案分析	168
学习目标	/ 168
相关知识	/ 168
一、空间展示文案写作方法	/ 168
二、空间展示创意设计分析方法	/ 170
纺织品空间展示方案分析流程	/ 171
一、品牌和产品分析	/ 171
二、主题创意分析	/ 171
三、风格定位分析	/ 171
四、设计方案合理性分析	/ 172
五、后期配饰运用分析	/ 172
六、对总体展示效果分析	/ 172
第三节 纺织品空间展示方案实施	172
学习目标	/ 172
相关知识	/ 172
一、设计施工图制作知识	/ 172
二、绘制节点大样图	/ 174
三、按照空间展示主题的要求选择展示产品	/ 174
四、不同风格产品展示的整体搭配	/ 178
五、选择各种道具	/ 180
纺织品空间展示方案实施流程	/ 183

- 一、项目接洽 / 183
- 二、签约合作 / 183
- 三、概念设计 / 183
- 四、效果图(方案)修改、确认 / 183
- 五、项目实施,合约完成 / 183
- 六、合作胜利完成 / 183
- 思考题 / 187

第六章 产品造型设计 188

第一节 产品造型分析 188

学习目标 / 188

相关知识 / 188

一、家纺产品造型设计的概念及基本要素 / 188

二、家纺产品造型设计要素分析 / 190

三、产品造型要素整合设计分析 / 195

产品造型分析流程 / 202

一、窗帘款式的造型设计分析 / 202

二、窗帘款式的纺织材料运用分析 / 202

三、窗帘款式的辅料配件运用做出分析 / 203

四、窗帘款式的制作工艺做出分析 / 203

第二节 产品造型设计表达 203

学习目标 / 203

相关知识 / 203

一、造型设计所体现的产品功能性 / 203

二、造型设计所体现的产品风格特征 / 208

三、在造型设计中体现产品功能性和风格特征 / 216

四、编写系列产品造型设计说明 / 220

产品造型设计表达流程 / 221

一、分析造型设计所体现的产品功能性 / 221

二、在产品造型设计中具体体现某一产品的功能性 / 221

三、分析造型设计所体现的产品风格特征 / 221

四、在产品造型设计中具体体现某一产品的风格特征 / 221

五、编写产品造型设计文案 / 221

思考题 / 222

第一章 市场调查与分析

家纺设计师市场调查工作有别于助理家纺设计师的市场调查,要求家纺设计师通过系统的调查知识的学习,具备制订市场调查计划与实施调查计划的能力。家纺设计师应该通过对市场调查的分析,写出对企业的品牌建设和新产品开发有指导意义的市场调查报告,并能按目标市场及消费群体的需求明确企业的品牌和产品定位。

第一节 制订与实施市场调查计划

家纺设计师的市场调查工作与企业的整个营销活动息息相关。因此,家纺设计师的调查工作也是与企业营销人员共同配合下完成的一项工作。企业营销人员的市场调查活动贯穿于整个营销工作的始终,其侧重点在企业的经营方向与营销策略等方面,而作为设计师的市场调查活动则是重点围绕企业的品牌建设和新产品研发设计等方面。本章节教材市场调查重点突出的是家纺设计师在本职工作中所应具备的制订与实施市场调查计划方面的知识及相应能力。

✦ 学习目标

通过学习制订市场调查计划书与实施市场调查计划的知识,使家纺设计师能根据家纺企业的实际情况选择市场调查的目标主题,拟定切实可行的调查方案并把控调查实施的过程,提交对企业的经营决策和产品开发有指导意义的市场调查报告书。

✦ 相关知识

一、市场调查的概念

所谓市场调查是运用科学的方法和合适的手段,系统地搜集、整理、分析和报告有关营销信息,以帮助企业准确地了解市场机遇,发现市场营销过程中的问题,正确制订、实施和评估市场营销策略和计划的活动。

家纺市场调查是为了进行有效的家纺市场营销所进行的调查与研究活动。具体地讲是家纺企业为了制订某项具体的营销决策而对有关市场信息进行系统的收集、分析和报告的过程。家纺市场调查并非对市场营销的所有问题盲目地进行研究,而是重点围绕家纺企业某项经营决策的需要进行调查。市场调查的职能是既服务于市场营销,又监控营销管理的过程,是制订营销决策的前提条件。市场调查本身是一个系统工程,它包括对有关资料进行系统的计划、收集、记录、分析解释和报告的过程。

二、市场调查的内容

在企业的经营活动中,市场调查的内容覆盖营销管理的全过程,从识别市场机会、确定目标市场、市场定位,到分析营销效果,都是市场调查的内容。我们经常进行的市场调查有:个人消费者市场调查、产业市场调查、目标市场调查、产品调查、价格调查、销售渠道调查、促销手段调查、竞争对手调查等方面。

联系到家纺行业的实际情况看,家纺企业市场调查的内容涉及家纺市场营销环境调查、家纺消费者的市场调查、家纺产品的产品调查、家纺产品的市场价格调查、市场竞争对手的调查以及相关销售渠道调查等内容。通过市场调查达到使设计师了解在宏观与微观经济环境中,企业面临的自身状况和需要解决的问题;了解不同消费者的消费观念和消费方式及其诉求,确定服务的方向;了解各类产品的市场信息,确定产品开发的方向;了解同行业竞争者的发展状况以决定本企业的自身经营策略;了解各种渠道的销售模式特点,有针对性地选择适合自己的营销服务方式。

(一) 家用纺织品市场营销环境的调查

家用纺织品市场营销环境的调查工作分为宏观市场调查与微观市场调查,宏观市场因素有政治法律环境、社会文化环境、经济环境、技术环境、地理环境和竞争环境;微观因素有企业、供应者、营销中介、消费者和公众等因素。

对宏观市场环境的调查目的是企业从总体方面了解市场需求及其变化的依据,它是家纺企业生存发展和制订中长期发展规划的基础,对微观市场环境的调查目的是企业能够顺利地搞好市场营销和实现既定市场目标的前提条件。这一类调查活动应该是企业经营决策者与设计师共同完成的。

(二) 家用纺织品消费者的市场调查

家用纺织品消费者的市场调查工作包括:不同消费者的消费行为、影响消费者的行为的内在因素与外在因素、消费者的类型特点和消费者购买行为的决策过程等方面。家纺产品消费者行为的调查目的是按不同消费者的需求开发适合于其消费的产品。对家纺产品消费者不同类型的调查是使家纺产品设计不断细化和针对性更明确的市场细化的必要过程。

(三) 家用纺织品的产品调查

家用纺织品的产品调查工作是家纺设计师从事的最主要调查工作,从营销学角度来讲,产品调查不仅是指具体的家用纺织品,还包括设计服务在内的相关内容的调查。产品调查包含非常丰富的内容,它是企业和设计师制订产品策略的依据。家纺设计师的市场调查与分析工作要紧密围绕产品调查工作展开。

(四) 家用纺织品市场价格调查

家用纺织品市场价格调查工作对于家纺设计师而言也是至关重要的一项工作,因为家纺用品的价格定位直接影响产品的销售和收益。产品价格调查主要是对市场同类产品的价格进行比较,为企业制订经营策略和达到经营目标提供准确的、最佳的选择。

(五) 家用纺织品市场竞争对手的调查

家用纺织品市场竞争对手的调查工作主要是针对相同的市场和区域内同类型产品和可替