



国家职业资格培训教程 用于国家职业技能鉴定

助理纺织面料 设计师

中国就业培训技术指导中心组织编写

(国家职业资格三级)



中国劳动社会保障出版社



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING

GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

助理纺织面料设计师

(国家职业资格三级)



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

助理纺织面料设计师：国家职业资格三级/中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京：
中国劳动社会保障出版社，2009

国家职业资格培训教程

ISBN 978-7-5045-7994-2

I. 助… II. 中… III. 纺织品-设计-技术培训-教材 IV. TS105.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 156737 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

新华书店经销

北京地质印刷厂印刷 三河市华东印刷装订厂装订

787 毫米×1092 毫米 16 开本 16.25 印张 7.5 印张彩插页 414 千字

2009 年 10 月第 1 版 2009 年 10 月第 1 次印刷

定价：60.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64927085

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64954652

前 言

为推动纺织面料设计师职业培训和职业技能鉴定工作的开展,在纺织面料设计师从业人员中推行国家职业资格证书制度,中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准·纺织面料设计师》(试行)(以下简称《标准》)制定工作的基础上,组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家,编写了纺织面料设计师国家职业资格培训系列教程。

纺织面料设计师国家职业资格培训系列教程紧贴《标准》要求,内容上体现“以职业活动为导向、以职业能力为核心”的指导思想,突出职业资格培训特色;结构上针对纺织面料设计师职业活动领域,按照职业功能模块分级别编写。

纺织面料设计师国家职业资格培训系列教程共包括《纺织面料设计师(基础知识)》《纺织面料设计员(国家职业资格四级)》《助理纺织面料设计师(国家职业资格三级)》《纺织面料设计师(国家职业资格二级)》《高级纺织面料设计师(国家职业资格一级)》5本。《纺织面料设计师(基础知识)》内容涵盖《标准》的“基本要求”,是各级别纺织面料设计师均需掌握的基础知识;其他各级别教程的章对应于《标准》的“职业功能”,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”。

本书是纺织面料设计师国家职业资格培训系列教程中的一本,适用于对助理纺织面料设计师的职业资格培训,是国家职业技能鉴定推荐辅导用书,也是助理纺织面料设计师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书在编写过程中得到纺织行业职业技能鉴定指导中心、中国纺织信息中心等单位的大力支持与协助,江南大学纺织服装学院的邱红娟、陈东林副教授应邀审阅了书中针织部分并提出改进建议,在此一并表示衷心的感谢。

中国就业培训技术指导中心

目 录

CONTENTS

国家职业资格培训教程

第1章 产品设计分析	(1)
第1节 产品调研	(1)
学习单元1 根据调研计划进行产品调研	(1)
学习单元2 产品调研报告的编写	(5)
第2节 流行趋势研究	(15)
学习单元1 流行趋势信息收集	(15)
学习单元2 纺织面料色彩流行特点	(22)
学习单元3 纺织面料风格流行特点	(30)
第2章 织物产品设计	(41)
第1节 机织物产品设计	(41)
学习单元1 机织物的风格特征及性能	(41)
学习单元2 机织物来样设计	(57)
学习单元3 机织物仿样的延展设计	(72)
学习单元4 机织物生产机械与工艺	(89)
第2节 针织物产品设计	(179)
学习单元1 针织物的特征和实用性能	(179)
学习单元2 针织物来样设计	(183)
学习单元3 针织物仿样的延展设计	(188)
学习单元4 针织物生产机械与工艺	(194)
第3节 织物图案设计	(242)

11

第1章

产品设计分析

第1节 产品调研



学习单元1 根据调研计划进行产品调研



学习目标

- 了解纺织面料产品调研中应该注意的问题，以及纺织面料产品调研人员的素质要求。



知识要求

产品调研的方法在《纺织面料设计员（国家职业资格四级）》中已进行了介绍。本单元介绍产品调研计划中涉及的一些问题以及一个合格的调研人员的基本素质要求。

一、纺织面料产品调研计划中涉及的基本问题

相对于单项产品调研，产品调研是对某一产品所进行的全面的调研，调研内容通常包括用户对企业产品的评价及要求、产品的流行趋势和产品的生命周期等。

一个科学而周密的调研计划是取得成功的重要环节。一个好的纺织面料产品调研计划必须由专业人员设计，纺织面料产品调研计划需要确定如下内容：

1. 数据来源，确定调研地点和调研对象。
2. 调研方法，选择采用观察法、询问法还是实验法。
3. 调研工具，选择采用调研表的形式，还是采用机械设备进行调研。
4. 抽样计划，明确抽样的方法、范围、数量和程序。
5. 接触调研对象的方法，选择采用电话、邮寄问卷还是面谈等方式。
6. 时间安排，包括起止时间和各项活动的具体时间安排。
7. 预算，包括资料费、交通费、调研费和印刷费等各类费用。

二、纺织面料产品调研人员素质的最基本要求

1. 宽容的态度和耐受力

在纺织面料产品的调研过程中，可能会遇到各种各样个性特点的调查对象。有的人容易接近和交流，有的人应付或无理。作为纺织面料产品的调研人员，想要得到正确有效的回答，就必须在工作中报以宽容的态度。无论对方做出何种不可理喻的行为或说出任何不友好的言语，调研人员都应该表现出自己的职业风范，报以宽容的态度，不和对方计较，将谈话内容回归到调研内容上来，对方自然会知难而退。当然，这就要求调研人员掌握一定的谈话技巧，在不影响调研质量的前提下，尽可能地让调研对象感到轻松和愉悦，乐于接受调研问话。

纺织面料产品调研人员要具有较强的耐受力。在纺织面料产品调研过程中首先要明确，调研人员做纺织面料产品调研的目的并不是要和对方进行争论，而是要听对方的意见和建议。尽管有时会碰到自傲的调研对象，可能会对调研本身做出批判或议论。这时候调研人员要有计划地引导对方进入主题回答问题。如果遇到语言冲突，一定要表现出良好的耐受力，不要和调研对象产生语言冲突，更要避免肢体冲突的发生。

2. 有正确的判断力和良好的理解能力

调研人员在作纺织面料产品调研时，要能够做出正确的判断，正确地分析对方想要传递的到底是什么样的信息。有时候，调研对象对想要表达的内容由于缺乏纺织面料专业知识而出现信息传递上的偏差，调研人员要能够根据自己所具有的纺织面料专业知识分析出对方所想表达的意思。

此外，为了保证调研效果，当纺织面料产品调研人员了解到调研对象信息传递上存在问题后，应该及时调整自己调研的方式，结合提问的技巧，将所想调研的内

容用最简单、最直接的方式传递给调研对象,并将问题分解成简单的单一问题,以促使调研对象能够清楚地表达自己所想传递的信息。因此,调研人员必须掌握扎实的纺织面料专业知识,才能具有正确的判断力和良好的理解能力。

3. 具有丰富的知识

除了纺织面料专业知识以外,纺织面料产品的调研人员还必须要其他的丰富知识,例如,一定的心理学知识。一个问题的提出采用不同的方式,包括语言表达和肢体语言的辅助作用,将产生不同的反应和回答;向不同个性心理特征的个体以同样的方式提出同样的问题,问题的答案也会有所区别。调研人员如果能在第一时间判断出被调研者的个性心理特点,在问题的提出和等待回答的过程中就能表现出被调研者容易接受的态度,避免产生冲突,形成良好的谈话环境,对答案的准确性有很大的影响。例如,被调研者是个性强烈的人,或者是性子较急的人,谈话时间就不宜过长,应该尽快进入主题,提高谈话的效率,迅速达到调研目的,结束谈话;反之,可以放慢谈话的节奏,先从感情上拉近与被调研者之间的距离,细致入微地进行调研,提高调研的效果。

在谈话中,不可避免地要涉及纺织面料产品调研内容以外的谈话。调研人员丰富的知识将吸引谈话对象的注意力,提高谈话兴趣,愿意接受调研,并能主动配合调研需要,可以提高调研结果的准确性。

可见,具有丰富的知识是一个好的纺织面料调研人员做好纺织面料产品调研工作的基本素质之一。反之,则可能会影响调研工作的顺利开展。



能力要求

一、纺织面料产品调研人员的调研要领

在进行某项具体的纺织面料产品调研过程中,实施调研的要领是,调研者应该首先明确调研时间、调研目的、调研对象和调研方法等,然后对具体的调研策略进行检查和分析,进行资料的收集,最后再将收集的资料进行整理、分析,做成产品调研报告。

二、调研的实施

1. 调研前的准备

进行纺织面料产品调研前,调研监督员和调研人员需要将纺织面料产品调研的目的、方法、问题事项和回答书及回收时间等内容都达成一致,并对各项调查工作

的实施进行统一安排，避免由于调研人员的个人原因使调研过程出现问题。

2. 调研人员的准备

纺织面料产品调研人员在正式实施调研工作以前，应做好以下各项准备工作：

- (1) 对纺织面料产品问题进行分类，确定问题的顺序。
- (2) 调查目标地区的方位、确定交通工具、与调研对象约定时间等，以便花最少的时间和精力，获得最好的效果。
- (3) 准备好调研问卷或宣传材料。
- (4) 熟记调查问卷上的内容。

3. 调研的实施

(1) 接近时应注意的问题

首先要保持对调查对象的尊重。考虑到是初次见面，要给对方留下好的第一印象，并且要有自信。在调查人群中，有配合调查的人，也有不配合调查的人，更有反对、排斥的人，对于出现的各种问题要能够做到随机应变，态度平和可亲，将调查工作尽量做好。

(2) 提出问题的方式

提出问题时应该是平易的、自然的，让对方在不知不觉中，进入调查的主题。提问时不要对所提出问题的内容作主观说明。同时，提问应该依照问卷的顺序。问题以外的事项不做交流，问卷里的问题应一题不漏地问完。否则，会影响对方的心情，导致调查结果的失真。具体操作时注意以下几点：

- 1) 如果对方回答时离题太远，应及时扭转，并注意说话技巧。
- 2) 在任何情况下避免和对方争论。
- 3) 如果被调研者对问题作了不恰当的回答，应判断其说话的态度和真实性，进而转向下一个问题。
- 4) 对方回答不知道，是很平常的事，在任何纺织面料产品的调查中都占有一定的比例。但从中可判断出教育的普及程度、常识的认知程度等。
- 5) 如果有模棱两可的回答，应引导其做出“原则上是否同意”等的回答。
- 6) 如果使用填写问卷，可将完成时间定为 5 min 左右，注意在被调研者填写时不可发问。

三、记录的处理

1. 通常，当人们知道自己的回答被记录时，都会相对思考地去回答问题，也有因为被记录而拒绝回答的人。所以，要向调查对象说明其回答将被绝对保密，以

取得其理解和配合。

2. 如果有因需要记录而被拒绝回答的问题, 就应放弃记录, 将其回答记在脑中, 事后再作记录。

3. 如果对方对记录不反感, 可出示调查问卷, 将其回答如实记录下来。

4. 要避免因调查人员的失误而漏记记录, 失去信息的完整性, 造成调查的不准确。

5. 个人信息不得外漏。诸如性别、职业、年龄、家庭、教育程度、财产关系等个人信息要严守秘密。

6. 调查结束后, 应对被调研者表示感谢。同时, 要再次向对方保证所回答的问题会绝对保密。

7. 调查活动结束。调查人员的工作并不是到此为止, 应该整理调查问卷, 做好观察记录, 整理调查对象表, 作出当日的报告书。



学习单元2 产品调研报告的编写



学习目标

➤ 掌握根据调研结果编写产品调研报告的方法。



知识要求

一、纺织面料产品调研报告编写的目的和要求

纺织面料产品调研活动有一个完整的工作程序, 报告的准备与呈送是调研活动的最后环节, 也是决定纺织面料产品调研活动是否成功的关键环节。

对企业而言, 一项纺织面料产品调研活动之所以开展, 是因为纺织面料企业遇到了亟待解决的问题。调研的目的是为了给企业的决策者提供有关纺织面料产品、竞争以及市场营销策略方面的信息和建议。这就要求: 一方面, 纺织面料产品调研所提供的信息是客观、准确、可靠和建设性的; 另一方面, 虽然企业的决策者和调研成果的使用者并不直接参与调研, 而是委托给企业的调研部门和调研人员进行, 但是他们迫切需要了解调研的过程和结果。纺织面料产品调研人员对某一问题进行

深入细致的调查研究后，必须及时地将调研活动的整个过程和最终结果以书面的形式加以总结。纺织面料调研人员的调研工作是否被认可，评价调研报告是最直接的衡量方式。因此，调研人员一定要掌握纺织面料产品调研报告的编写方法。

二、纺织面料产品调研报告的重要性

1. 纺织面料产品调研报告是纺织面料产品调研活动的成果，是调研过程的历史记录和总结

通过阅读调研报告，能够了解调研活动的整个过程。也就是说，纺织面料产品调研人员具体做了哪些工作？完成了哪些任务？与先期的调研方案是否一致？调研预算在调研中是如何分配的？研究人员的工作态度和纺织面料专业水平如何？诸如此类的问题，将全部体现在调研报告中。

2. 纺织面料产品调研报告是管理决策的重要依据

纺织面料产品调研项目之所以得以确立，就是因为纺织企业在经营管理过程中遇到了新的问题，急需通过调研工作获得解决的办法和依据。纺织面料产品调研报告必须能够针对这些问题提供有价值的信息，帮助企业识别存在问题的程度，了解事实真相，阐明各种重要的相关因素的联系。通过对调研报告所反映的问题和数据的分析，企业管理者可做出正确的解释和趋势预测，真正体现出调研活动在企业决策支持系统中的作用。



能力要求

一、纺织面料产品调研报告的基本结构与内容

尽管每一篇调研报告会因项目和读者的不同而有不同的写法，但调研报告的格式有通常的规定。这些规定是在长期的实践中形成的。

一份完整的纺织面料产品调研报告可分为四大部分：序言、摘要、正文、附录。另外，根据内容需要可恰当运用表格和图像。

1. 序言

纺织面料产品调研报告的序言一般只简单介绍有关市场调查项目的基本情况，通常由扉页、目录、简介组成。

(1) 扉页
产品调研报告的“扉页”通常单独占用一张纸，并要求以简洁工整的文字载明下列事项：

1) 产品调研报告名称;

2) 使用调研报告的公司名称;

3) 执行调研工作人员的姓名和单位;

4) 呈交产品调研报告的具体日期。

(2) 目录

产品调研报告的“目录”应该较为完整地列出构成报告的主要章节和索引。各主要章节的题目,报告中的有关编号和页码均应具体注明,以便查阅。每份产品调研报告的目录所占用的篇幅,以不超过一页纸为宜,如图1—1所示。

目 录	
引言	1
摘要	1
一、调研结果摘要	
二、结论与建议摘要	
调研方法	2
一、调研设计	
二、资料采集方法	
三、抽样方法	
四、实际工作情况	
结论、建议及局限性	9
一、结论	
二、建议	
三、局限性	
附录	15
一、调研计划书	
二、调研提纲	
三、座谈会记录	
四、统计表	
五、其他	

图1—1 调研报告目录

(3) 简介

简介部分,应说明组织纺织面料产品调研的时间、背景和原因,也就是要对产品调研活动的基本目的做出扼要的说明。与此同时,也应简述原先确定需要进行实地考察的问题。因为随着产品调研工作的深入开展,原先确定需要进行调研的问题有可能发生变更或调整。如有此种情况,则应简要说明实际变更或调整的情况和原因。

2. 摘要

摘要应写明为何要开展此项调研,考虑到该问题的哪些方面,有何结果,建议要怎么做。摘要是产品调研报告的重要部分,是影响决策的重要环节。

摘要的撰写应该是在报告正文完成之后。摘要是摘取报告的核心内容而成,篇幅以不超过两页纸为佳,因此要仔细斟酌哪些东西是足够重要的,需要在摘要中写明。摘要不是报告正文各章节的等比例浓缩。既要概括调研成果的主要内容,也得简明扼要,重点突出。

摘要通常包含四方面内容。第一,要申明报告的目的,包括重要的背景情况和项目的具体目的。第二,要给出最主要的结果,有关每项具体调研项目的关键结果都需写明。第三,所谓结论,就是建立在发现结果基础上的观点,以及对于结果含义的解释。第四,建议,或者提议采取的行动,这是以结论为基础而提出的。在许多情况下,管理人士不希望在报告中提出建议。因此,是否在摘要中包括建议,需要依据报告的具体情况而定。

【案例 1—1】

关于功能性纺织面料产品的调查(报告摘要部分)

本次调研从 200×年×月×日开始启动,200×年×月×日结束。调研分为三个阶段:第一阶段,历时 30 天,为二手资料准备阶段。第二阶段,历时 30 天,为一手资料收集和深度调研阶段。第三阶段,历时 7 天,为资料汇总、整理、分析和撰写调研报告阶段。

调研目的

目前,纺织面料企业面临着越来越激烈的市场竞争,经营压力巨大。新的形势下,要求企业必须不断开发技术附加值更高的新产品,不断升级企业的产品结构,才能适应当前愈来愈严峻的竞争环境。把握市场需求发展趋势,找准面料新产品开发方向,是新产品开发的首要环节,也是本次调查的主要目的。

调研结果与结论

(1) 功能性面料目前的类别

按不同功能划分,人们对服装面料的功能性要求包括:① 轻便使用要求:如可机洗(轻薄、易洗),易打理(快干、免烫、外观平整、不变形),休闲型;② 安全保健要求:如舒适(吸湿、透气、无刺痒感、无冰凉感等),有益健康(抗菌、消臭、抗紫外线、有磁疗发热作用等),安全(抗热、抗冷、抗压、抗射线及抗腐蚀、抗静电、阻燃等),绿色环保(对环境无污染)。

无论做普通服装(包括人们日常穿着的西服、休闲服、运动服、各式制服及老人和婴幼儿服装等),还是特殊的工作服装(包括航空航天、海洋开发、电子精密制造装配及森林、采矿、土木建筑等)均有上述两方面的功能要求。

(2) 功能性面料的获取方式

功能性面料可应用功能性纤维和功能性整理获得。

功能性纤维包括:改性纤维(如在原料阶段改性获得抗起球性、抗静电性、亲水性、阻燃性等);在纤维成形阶段改性获得中空纤维、异型复合纤维、超细纤维等)、含新型陶瓷微粉的远红外纤维、蓄热保温纤维(能吸收太阳辐射中的可见光与红外线,并转化成热能,且可反射人体热辐射)、防紫外线纤维(加陶瓷微粉的涤纶)、抗菌防臭纤维、消臭纤维、发热纤维、磁性纤维等。

功能性整理包括:舒适性整理,体现在透气、透湿、轻盈、滑爽、防静电、亲水、吸湿、快干、自动调温等方面的整理;卫生性整理,体现其抗菌除臭性;防护性整理,体现在阻燃、抗紫外线、防辐射等;保健性整理,体现在美容亲肤、远红外;易保管性整理,体现在抗皱、防蛀的功能整理;环保性整理,体现在对环境无污染。

(3) 功能性面料国内市场需求特点

根据对上海、南京、宁波等12个城市及江苏、浙江等省的部分面料采购商的调研,采购商在选购面料时,有如下几种情况:

1) 服装企业在面料采购时,第一考虑因素是“手感与垂感”、第二考虑的因素是“价格”、第三考虑的因素才是面料的功能性。这说明在一般情况下,功能性还不是首选的因素。

2) 使用过功能性纺织品的企业占53.7%,这说明尽管功能性面料刚刚尝试使用,但是未来前景会很乐观。

3) 在问及功能性面料适合哪类服装时,大多数企业选择适合用于“户外产品”“专业运动服”和“特殊职业工装”这三大类服装,这种反馈与功能性面料的主要用途相吻合。

4) 面料采购中,“重视哪些功能性特征”的选项上,选择“抗皱性”“抗静电

性”和“防水透气性”的企业最多。“抗皱性”提高了服用性能,易打理;“抗静电性”解决了人们在干燥季节遭受静电的困扰;“防水透气性”适应了部分高档休闲装、专业运动装及户外服装在功能性方面的需要;内衣和童装则比较强调织物吸湿透气性带来的舒适感。这些功能面料提高了人们的生活质量。

(4) 西方国家该类产品占领着国际高端市场

以运动纤维面料为例,Dupont(杜邦)公司的 Supplex(棉的柔软、锦纶强度、抗异味、防风、快干、渗水),Nike(耐克)公司的 Driflt(快速排汗的超细纤维)、Reebox(锐步)公司的 Hydromove(会呼吸的排水纤维,调温),瑞士 Schaeller 公司的 3XDRY(干爽、瞬时快干),美国 3M 公司的“新雪丽”(欧美市场保暖性最好的薄型面料)等均是著名品牌商品。

(5) 国内部分生产功能性面料的厂商及产品

PTT 运动面料:壳牌(中国)有限公司、浙江绍兴银桥纺织有限公司、浙江宏大经编股份有限公司。

PLA 运动面料:华纺股份有限公司、东华大学、上海市合成纤维研究所。

保健功能面料:江苏东升艾克科技股份有限公司的特种纺织防护面料,帛方纺织有限公司的差别化导汗透湿纤维功能纺织品。

保定依棉集团有限公司的抗菌、防静电功能性织物,上海兴诺实业有限公司的 CLEANCOOL 快干、抗菌、吸湿面料,杜邦公司 COOLMAX 快干面料。

伴随现代经济、科技的发展和社会文明的进步,人们越来越关注个人的生活品质、工作环境及自身的健康。为了适应和改善人们的生活和工作环境,提高人们的生活品质和生命质量,扩充人类的活动空间,功能性纺织品在人们的生活中占据了越来越多的份额。功能性纺织品的研制开发已成为国际潮流和热点。

与世界发达国家的领先产品相比,我国目前的功能性纺织品研发水平仍有差距,必须加快研发、创新的步伐。

差距的背后意味着巨大的发展空间与潜力,也是我国纺织企业所面临的市场机会所在。企业应抓住当前有利的机遇,学习先进经验,加大投入,努力创新,开发出适应市场需求的功能性纺织面料,实现企业产品结构的升级,以利企业在激烈的市场竞争中占取主动地位。

3. 正文

正文包括引言、调研方法、结果、局限性、结论和建议。

(1) 引言。引言对为何开展此项纺织面料产品调研和旨在发现什么做出解释。

引言中包括基本的授权内容和相关的背景材料。这些内容和材料应该足够可以讲清楚为什么值得做这个项目。当然,不重要的历史情况应予略去。究竟写到什么程度算是足够,要看报告提交对象的需要。在介绍项目旨在发现什么问题时,对于问题的表述可以采用在调研建议书中的提法。注意,提到的每个问题在正文的其他部分应该提供相应的结果。

(2) 调研方法。想要阐明所用的调研方法是一件不太容易的事,因为对技术问题的解释必须能为读者所理解。在这里对所使用的一些材料不必详列,详细的材料可以放到附录中。

调研方法部分要阐明以下5个方面的内容:

1) 调研设计。说明所开展的纺织面料产品调研项目是属于探索性调研、描述性调研,还是因果性调研,以及为什么适用于这一特定类型的调研。

2) 资料采集办法。说明所采集的是初级资料还是次级资料,结果的取得是通过调查、观察还是实验。所用调查问卷或观察记录表应编入附录。

3) 抽样方法。说明总体目标是什么,抽样框如何确定,是什么样的样本单位,样本是如何被选取出来的。对以上问题的回答根据,若有相应的运算,需在附录中列明。

4) 实地工作情况。启用了多少、何类型的实地工作人员,对他们如何培训、如何监管,实地工作如何检查。这些对于最终结果的准确程度十分重要。

5) 分析。说明所使用的定量分析方法和理论分析方法,但注意不要与后面的内容重复。

(3) 结果和局限性。结果在正文中占较大篇幅。这部分报告应按某种逻辑顺序提出,是紧扣调研目的的一系列项目发现。发现结果可以以叙述形式表述,以使得项目更为可信,但不可过分吹嘘。可以配合一些总括性的表格和图像,以避免枯燥无味的、不易建立起总括印象的大块文字叙述。然而,详细和深入分析的图表宜放到附录中。

在很多的情况下,完善无缺的调研是难以做到的。所以,必须指出调研报告的局限性,诸如作业过程中的无回答误差和抽样程序存在的问题等。讨论调研报告的局限性是为给正确地评价调研成果以现实的基础。在报告中,将成果加以绝对化,不承认它的局限性和应用前提,不是科学的态度。当然,也不必过分强调它的局限性。

(4) 结论和建议。调研报告正文的最后部分是有关结论和建议。正如前面已经提及的,结论是基于调研结果的意见,而建议是提议应采取的行动。正文中对结论