


1+X

职业技术·职业资格培训教材

家具 设计师

JIAJU SHEJISHI

人力资源和社会保障部教材办公室 组织编写
上海市职业培训研究发展中心

 中国劳动社会保障出版社





职业技术·职业资格培训教材

家具 设计师

JIAJU SHEJISHI

主 编 颜鸿蜀
副主编 叶柏凤
编 者 徐 勤 陶志言
主 审 王小瑜



 中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

家具设计师/上海市职业培训研究发展中心组织编写. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2009

职业技术·职业资格培训教材

ISBN 978-7-5045-8114-3

I. 家… II. 上… III. 家具-设计-技术培训-教材 IV. TS664.01

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 235674 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 15 印张 2 彩插页 281 千字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

定价: 29.00 元

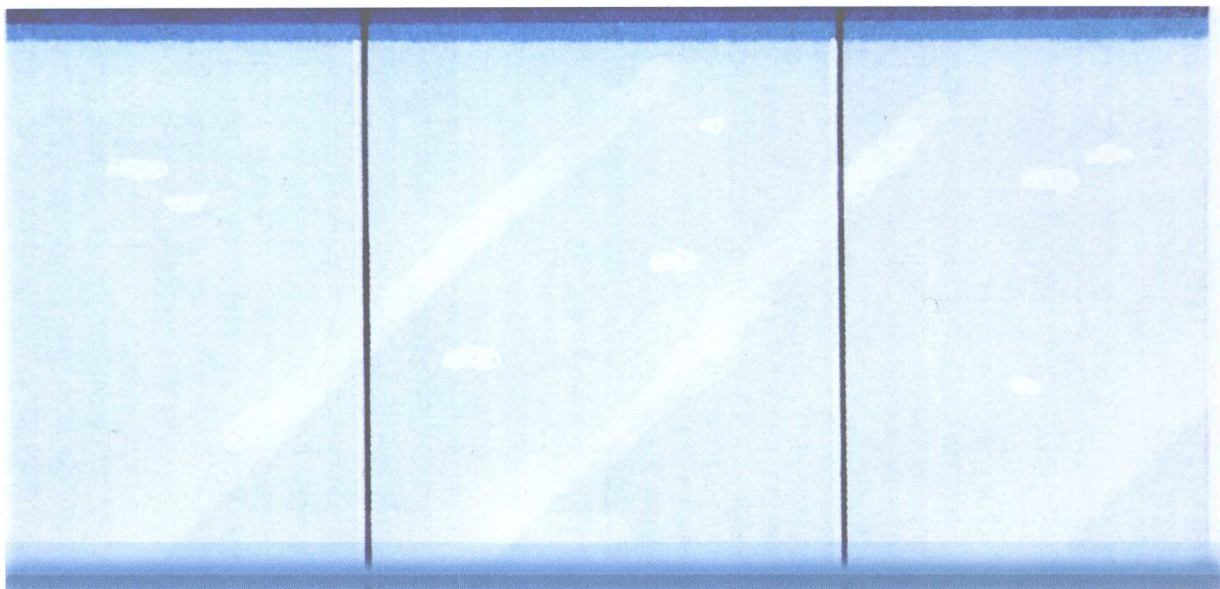
读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64927085

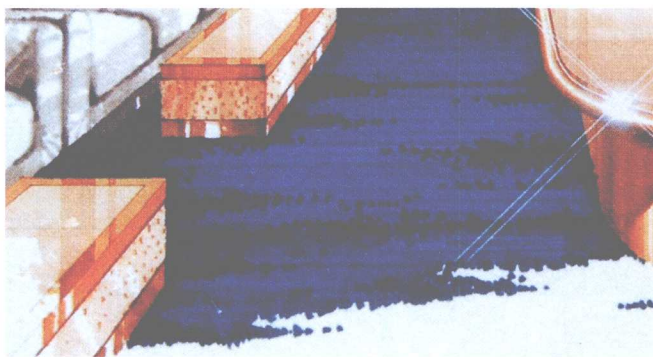
出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

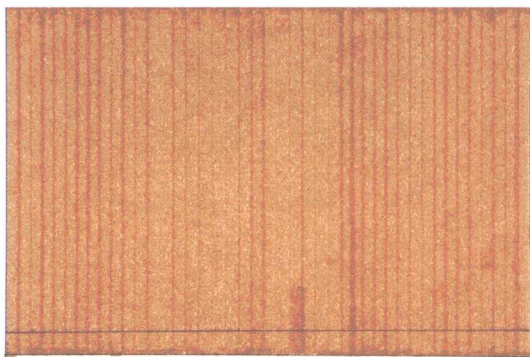
举报电话: 010-64954652



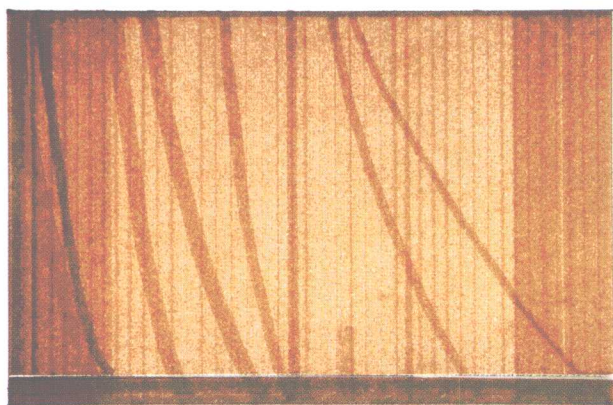
彩图6 水彩色粉彩法表现玻璃



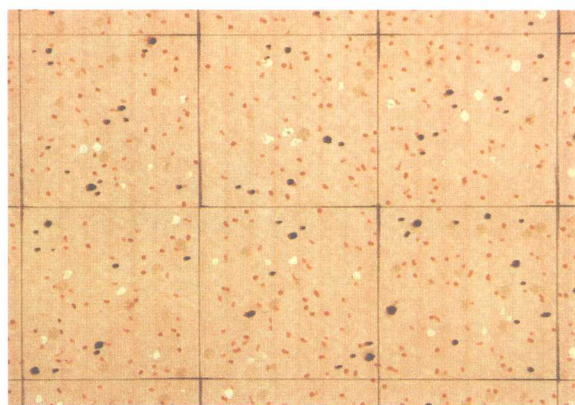
彩图7 水彩色粉彩法表现地毯



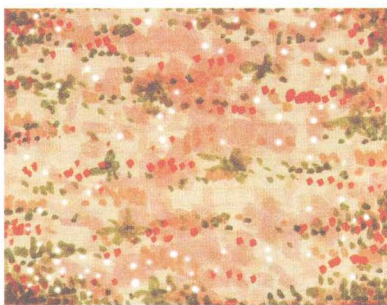
彩图8 马克笔画木质感的方法一



彩图9 马克笔画木质感的方法二



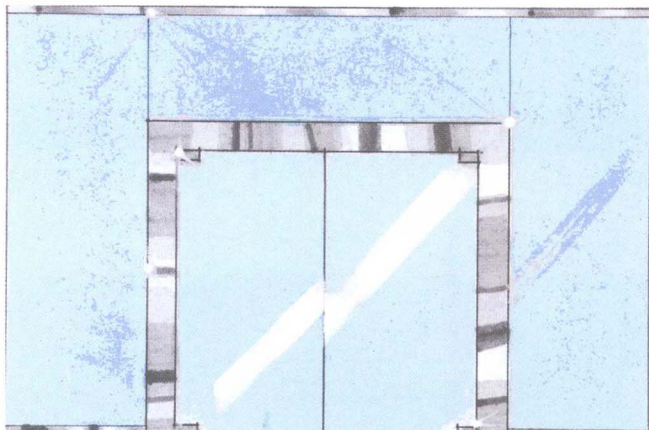
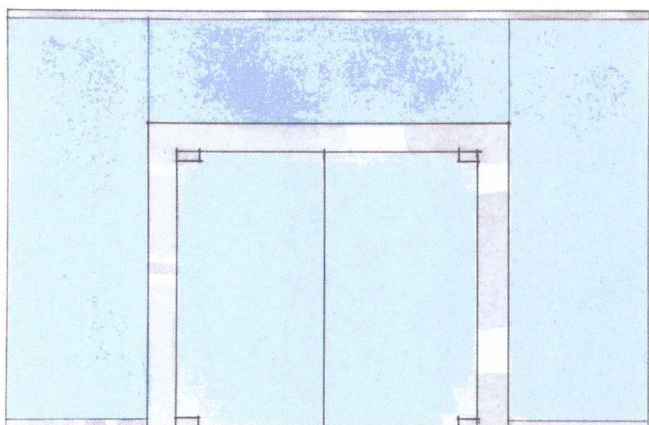
彩图10 马克笔画石材质感



彩图 11 马克笔画织物材料质感



彩图 13 水彩色和马克笔结合表现台灯



彩图 12 水彩色和马克笔结合表现不锈钢材质



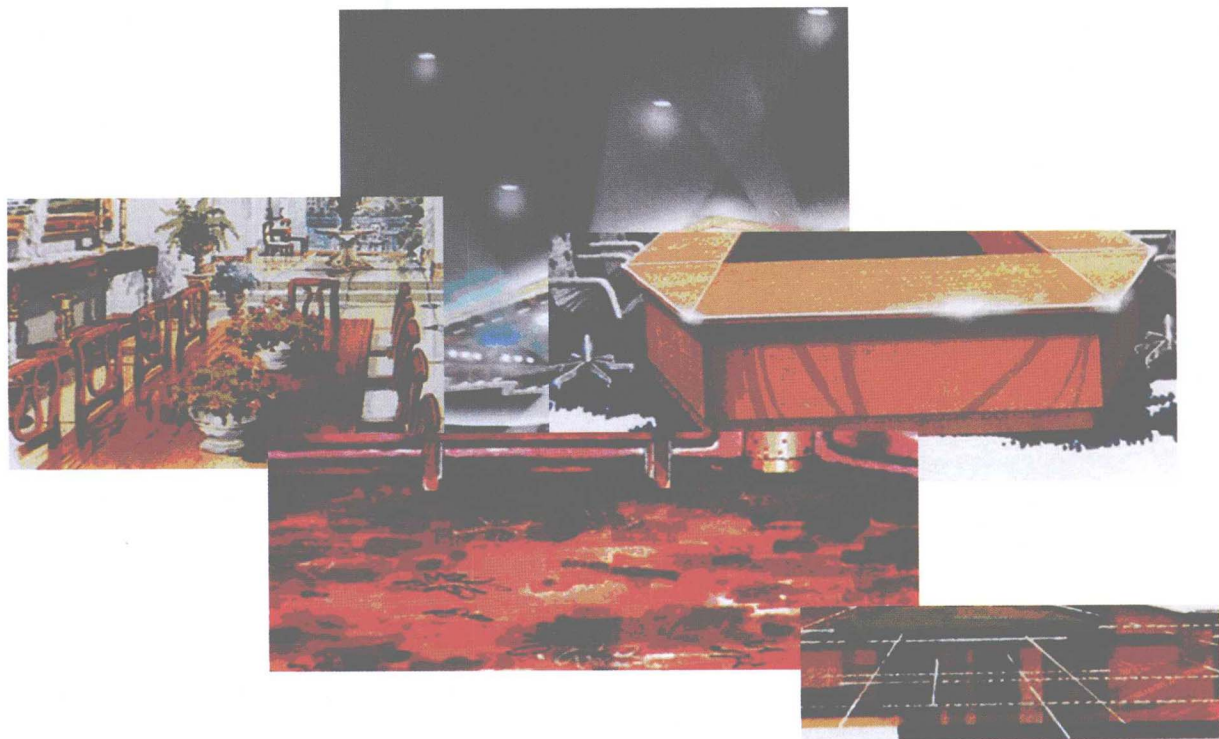
彩图 14 材质表现光与空间



彩图 15 水彩色和马克笔结合的效果



彩图 17 建筑与环境的效果（一）



彩图 16 水粉色表现材质



彩图 18 建筑与环境的效果 (二)



彩图 19 室内空间 (一)



彩图 20 室内空间 (二)

内 容 简 介

本书由人力资源和社会保障部教材办公室、上海市职业培训研究发展中心依据上海 1 + X 家具设计师（二级）职业技能鉴定细目组织编写。本书从强化培养操作技能，掌握一门实用技术的角度出发，较好地体现了当前最新的实用知识与操作技术，对于提高从业人员基本素质，掌握家具设计师核心知识与技能有直接的帮助和指导作用。

本书内容分为 5 个单元，主要包括：家具市场营销、家具结构工艺与辅助制造、家具设计、家具设计表现技法、相关理论知识。

本书可作为家具设计师（二级）职业培训与鉴定考核教材，也可供中、高等职业院校相关专业学生参考使用，还适用于相关从业人员参加岗位培训。

前 言

职业资格证书制度的推行，对广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能，提高就业能力、工作能力和职业转换能力有着重要的作用和意义，也为企业合理用工以及劳动者自主择业提供了依据。

随着我国科技进步、产业结构调整以及市场经济的不断发展，特别是加入世界贸易组织以后，各种新兴职业不断涌现，传统职业的知识和技术也愈来愈多地融进当代新知识、新技术、新工艺的内容。为适应新形势的发展，优化劳动力素质，上海市人力资源和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试，推出了1+X的鉴定考核细目和题库。1+X中的1代表国家职业标准和鉴定题库，X是为适应上海市经济发展的需要，对职业标准和题库进行的提升，包括增加了职业标准未覆盖的职业，也包括对传统职业的知识技能要求的提高。

上海市职业标准的提升和1+X的鉴定模式，得到了国家人力资源和社会保障部领导的肯定。为配合上海市开展的1+X鉴定考核与培训的需要，人力资源和社会保障部教材办公室、上海市职业培训研究发展中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了职业技术·职业资格培训系列教材。

职业技术·职业资格培训教材严格按照1+X鉴定考核细目进行编写，教材内容充分反映了当前从事职业活动所需要的最新核心知识与技能，较好地体现了科学性、先进性与超前性。聘请编写1+X鉴定考核细目的专家，以及相关行业的专家参与教材的编审工作，保证了教材与鉴定考核细目和题库的紧密衔接。

职业技术·职业资格培训教材突出了适应职业技能培训的特色，按等级、分模块单元的编写模式，使学员通过学习与培训，不仅能够有助于通过鉴定考核，而且能够有针对性地系统学习，真正掌握本职业的实用技术与操作技能，

从而实现我会做什么，而不只是我懂什么。每个模块单元所附单元测试题和答案用于检验学习效果，教材后附本级别的知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷，使受培训者巩固提高所学知识 with 技能。

本教材结合上海市对职业标准的提升而开发，适用于上海市职业培训和职业资格鉴定考核，同时，也可为全国其他省市开展新职业、新技术职业培训和鉴定考核提供借鉴或参考。

新教材的编写是一项探索性工作，由于时间紧迫，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及个人对教材提出宝贵意见和建议，以便教材修订时补充更正。

人力资源和社会保障部教材办公室

上海市职业培训研究发展中心

目 录

第1单元 家具市场营销

1.1 市场营销·····	3
1.2 产品策略·····	5
1.3 产品定价策略·····	9
1.4 产品分销渠道策略·····	11
1.5 促进销售策略·····	12
单元测试题·····	13
单元测试题答案·····	16

第2单元 家具结构工艺与辅助制造

2.1 木家具结构工艺·····	19
2.2 金属家具结构工艺·····	36
2.3 其他材料家具结构工艺·····	43
2.4 CAM 基础知识·····	50
单元测试题·····	55
单元测试题答案·····	57

第3单元 家具设计

3.1 家具设计基础理论·····	61
3.2 家具与人体工学·····	72
3.3 家具设计与室内环境·····	83

3.4 成套家具造型设计的方法步骤	94
单元测试题	98
单元测试题答案	100
第4单元 家具设计表现技法	
4.1 手绘家具设计效果图	103
4.2 计算机绘制家具设计效果图	117
4.3 制作家具模型	165
单元测试题	169
单元测试题答案	172
第5单元 相关理论知识	
5.1 中国艺术设计简史	175
5.2 世界现代设计简史	190
单元测试题	211
单元测试题答案	215
家具设计师职业技能考试简介	216
知识考核模拟试卷	217
知识考核模拟试卷答案	224
操作技能考核模拟试卷	225
操作技能考核模拟试卷评分表及答案	228

1

第 1 单元

家具市场营销

- | | | |
|-----|----------|-----|
| 1.1 | 市场营销 | /3 |
| 1.2 | 产品策略 | /5 |
| 1.3 | 产品定价策略 | /9 |
| 1.4 | 产品分销渠道策略 | /11 |
| 1.5 | 促进销售策略 | /12 |



引 导 语

家具是人们生活、工作以及从事社会活动的用具，是为消费者生产的一种商品。在市场经济条件下，家具从生产厂家到消费者手中，必须经过市场，经过市场营销。因此，树立现代市场营销理念，理解并掌握市场营销策略的基本原理和基本技能，成为家具设计师应会的基本能力。本单元就现代市场营销中产品策略、产品定价策略、产品分销渠道策略、促进销售策略几方面最基本的知识作简要讲述，以期增强家具设计师的职业能力和职业素养。

1.1 市场营销

1.1.1 概述

1. 市场的概念

市场是以货币和价格为媒介物联系在一起的商品供求关系，家具市场则是以货币和价格为媒介物联系在一起的家具的供求关系。家具制造企业能否生存和发展，取决于其产品是否适应市场需要。所以，我们必须了解市场、认识市场。

2. 市场营销的概念

市场营销是个人或群体同他人交换产品，以获得所需物品的一种社会过程，是为了达到个人和组织之目的的交换活动。家具市场营销是关于家具构思、设计、定价、分销和促销的规划与实施过程，是帮助家具企业对提供给消费者的家具产品进行设计和定价的手段。因此，家具市场营销涉及从设计制图一直到最终卖到顾客手中的每一项活动。

3. 市场营销的构成要素

市场营销活动有三个显著的要素：

- (1) 市场参与者。
- (2) 在市场上出售的商品、劳务或设计。
- (3) 潜在市场。

4. 市场营销的宗旨

市场营销的宗旨是使自己的商品和服务满足顾客的需要，增加顾客的获利程度，使消费者满意。

5. 市场营销的特点

现代市场营销的特点是由四个互相关联的理念所反映出来的，这四个理念是：顾客导向，目标市场，整体营销，利益远景。

(1) 顾客导向是指企业营销活动的出发点是顾客需求，所有的营销策划必须以满足顾客需求为目的。以顾客为导向应当是企业运行和计划的主旨。

(2) 目标市场就是企业依据市场细分方法，把总体市场细分为多个有不同需求特征的子市场，然后选择几个子市场作为营销目标，为其设计新的产品，进行针对性的营销。

(3) 整体营销就是产品、定价、分销、促销四要素的组合运用。

(4) 利益远景要求企业追求的不是一时一地的产品利润，而是通过长期行为在社会上

长期生存，从而获得长期利润。

6. 市场营销的作用

- (1) 方便消费者购买。通过市场营销可以让顾客便利地获得产品或服务。
- (2) 树立企业形象。通过市场营销展现企业的风采、企业的产品，在顾客心目中树立起良好的企业形象，提高企业的声誉，同时赋予产品或服务更高的价值。
- (3) 促进新产品开发。通过市场调研，了解市场需求，对新产品的开发和改进提供有效的意见。

1.1.2 消费品市场与购买行为分析

1. 消费品市场

消费品市场是指为满足需要而购买消费品或劳务的一切个人、家庭和群体。家具市场是消费品市场之一。消费品市场与其他市场相比，具有如下特点：需求的扩展性、需求的多层次性、需求的复杂多变性、需求的可诱导性和购买者的分散性。

消费者具有不同的个性，他们购买消费品的行为复杂多变。消费品的购买者是一个群体，由五个角色组成：倡议者、影响者、决策者、采购者、使用者。决策者有五种类型：各自做主型、丈夫支配型、妻子支配型、调和型、子女支配型。消费品的购买时间和地点也会影响购买者的购买行为。

2. 消费者购买动机

动机是引起行为的原动力，人们的各种行为都有一定的动机，消费者的购买动机来自人们本身存在的各种需要。所以，要想有效推销家具产品，就有必要了解消费者购买家具的动机。动机又分为两种类型：生理需要和心理需要。

(1) 生理需要。是由生理状态引起的需要。对家具而言就是能否满足人的生活、工作 or 社会活动的各种特定的生理需要。

(2) 心理需要。包括对家具的审美、时尚等由心理引起的需要。

把握好消费者的购买动机，是家具设计获得成功的一个关键。

3. 消费者购买行为

消费者购买行为有习惯性购买行为、寻求多样化的购买行为、化解不协调的购买行为和复杂的购买行为。

影响购买行为的因素较为复杂，有个人因素（性格、生活方式、经济状况、年龄、性别）、经济因素（收入、价格）、社会因素（社会文化、相关群体、家庭）和心理因素（感觉和知觉、学习、信念和态度）。

4. 消费者购买过程

由于商品性质不同，消费者的购买过程也有很大差异。典型的购买过程一般包括：确认需要、收集信息、评估选择、购买决策、购后评价。

研究消费品市场、消费者购买动机、消费者购买行为、消费者购买过程，有利于把握家具市场的销售规律，为企业制定正确的销售策略。

1.1.3 市场细分

现代营销理论认为，任何一个企业的产品（或服务）都不可能占有全部的市场，只能占有与其特点相适应的某一部分（或一小部分）市场，家具市场也不例外。市场细分是建立在市场调研基础上的一种营销手段，目的就是帮助企业找到其所能占有的某一部分（或一小部分）市场，以帮助家具企业设计和生产更多适销对路的家具产品。

市场细分的方法有：地理细分（地区、地形、气候、城市或乡村、交通运输），人口细分（年龄、性别、家庭、职业、教育、宗教、收入），心理细分（生活方式、性格、社会阶层），行为细分（追求利益、信赖程度、对销售因素的敏感程度、使用情况）等。

在对细分市场进行分析评价的基础上，进行目标市场的营销策略选择。如选择“密集单一市场”，生产高档红木家具服务于特定高收入人群；如采取“有选择的专门化”，既生产红木家具，又生产红木饰品；如选择“市场专门化”，则不仅生产家具，而且还为同一类顾客提供他们所需要的其他商品；如选择“商品专门化”，只生产某一类家具，满足某一类顾客的需要；而选择“完全市场覆盖”，则是生产各种家具，满足整体市场的需要。

1.2 产品策略

1.2.1 产品和新产品的概念

1. 产品

产品是指向市场提供的能满足人们某种需要的物质产品或服务。

当人们购买产品时，他们需要产品的整体，即物质产品和与之相适应的包装、配件供应、维修服务、保证等。因此，产品应是物质形态与非物质形态的统一，这是现代观念的“产品”概念。具体来说，产品（如家具）应包含三层含义：

（1）核心产品。是指家具提供给用户的基本功能，是购买者所追求的利益。

（2）形式产品（实际产品）。是指向市场提供的家具实体的外观和标记，包括特色、