

邱冠雄 胡美璇 编

纺织品营销人员

必读

68.1

中国纺织出版社

6768.1
6
2

纺织品营销人员必读

邱冠雄 胡美璇 编

XAK19/27

中国纺织出版社 572793

图书在版编目(CIP)数据

纺织品营销人员必读/邱冠雄,胡美璇编. —北京:中国纺织出版社,1997

ISBN 7-5064-1323-X/F · 0058

I. 纺… II. ①邱… ②胡… III. 纺织品-商品学-基本知识
IV. F768.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 10289 号

中国纺织出版社出版发行

北京东直门南大街 4 号

邮政编码:100027 电话:010—64168226

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

1997 年 8 月第一版 1997 年 8 月第一次印刷

开本:787×1092 1/32 印张:3.25

字数:73 千字 印数:1—5000

定价:6.00 元

目 录

序.....	(1)
第一章 消费者对纺织品的要求及纺织品的应用范围.....	(4)
第一节 消费者对纺织品的要求.....	(4)
第二节 纺织品的应用范围.....	(7)
第二章 纺织原料的分类和性能	(10)
第一节 纺织纤维原料的分类和名称	(10)
第二节 纺织纤维的一般性能	(12)
第三节 纺织纱线	(20)
第三章 化学纤维及化纤纺织品	(26)
第一节 化学纤维	(26)
第二节 再生纤维素纤维的应用	(27)
第三节 合成纤维	(29)
第四节 超细纤维和变形纱线	(38)
第五节 混纺纱线	(40)
第六节 服装的舒适性	(41)
第四章 纺织品的基础知识	(46)
第一节 机织物的基础知识	(47)
第二节 针织物的基础知识	(56)
第五章 纺织品的标记、质量保证和保养.....	(69)
第一节 纺织品标记规则	(69)
第二节 纺织品的质量保证	(71)
第三节 纺织品的保养	(73)
第六章 纺织品鉴赏知识	(77)

一、构成服装美的因素·····	(77)
二、服装款式和色彩对其销售的影响·····	(77)
三、肤色、体型与服装色彩的选择·····	(79)
四、纺织产品的“寿命周期”·····	(80)
附录 ·····	(81)
一、男子服装号型·····	(81)
二、女子服装号型·····	(83)
三、人体各部位的测量方法及测量示意图 (参考件)·····	(86)
四、常用国际单位与英制单位换算表·····	(87)
五、线密度的法定计量单位与相关非法定计量 单位的换算和对照·····	(88)
六、常用化学纤维商品名称·····	(92)
七、纺织纤维的鉴别方法·····	(95)
参考文献 ·····	(100)

序

随着人们生活水平的提高,消费者对纺织品的要求愈来愈高。而纺织工业的科技进步,又使纺织产品从使用的原料至产品品种和档次发生愈来愈大的变化。各种新型纺织原料的开发应用及纺织品高级整理技术的问世,拓宽了纺织品的品种及应用范围。纺织品的价值除包含技术成分外,还包含艺术成分。因此,纺织品营销人员必须具有一定的纺织科技知识,才能当好顾客的参谋,正确解答客户提出的与产品性能、用途有关的疑问。在销售时,营销人员不光需要微笑和良好的服务态度,还需从纺织品的知识中引发出切中客户愿望的论点,向客户提出正确的建议,这样才能赢得顾客的信任,才能在激烈的商战中,取得更大的市场份额。

在给客户供货时,有关原料、整理方法和商品性能标记的许多知识需要营销人员较熟练地掌握。营销人员只有了解商品学知识的分类和编排后,才能从中较好地识别和弄清楚它们与质量和价格之间的关联。

营销人员掌握了商品知识,就能帮助客户找到称心的产品,提出可信赖的选购意见供客户参考。

纺织品营销人员要提高业务素质,必须掌握下述五个科技要素:

1. 原料 纺织品的原料可以是单一的,也可以是混合的。用不同原料制成的纺织品适用于不同的领域。营销人员掌握了这些原料的性能,就能根据消费者的应用目的推荐适用的

商品。

虽然每种原料有其共同的特性,但同种纤维,其内在质量仍有差异,如具有不同的线密度(细度)、长度、光泽、卷曲度和纤维横断面的形状等。这些内在质量的差异,可能会影响同种原料纺织品的价格。掌握了这些,营销人员对客户提出的价格问题,就可给予正确的解答。

纺织上常将不同特性的原料复合,如涤纶和棉、羊毛和腈纶的混纺或者交织。营销人员掌握了各种不同混合原料的特点,也能推导出成品的特点,借以向消费者宣传。

2. 加工制造 纺织品的加工制造手段一般是纺纱和织造。

纱线生产影响织物的外观和使用价值,纱线可分成下面几种形式:

(1)长丝。可以是光滑长丝或是变形长丝;可以是单丝,也可以是复丝。

(2)短纤维纺成的纱或称短纤纱。

(3)加捻线或花色捻线。

织物制品的种类:织物能用不同的制织技术形成,例如机织、针织(经编、纬编)和非织造(也叫无纺布)等。由于制织技术不同,可得到不同的外观、坚牢度和穿着舒适性的织物。

3. 染整和高级整理 染整是用化学或物理机械方法处理坯布,以提高织物价值,一般指染色和印花。

高级整理可使织物在诸如棉织物的免烫熨性、防皱性等性能的耐久性得到提高。

至于采用哪种整理方法,取决于原料的种类、织物的应用和织物的时新。总之,通过染整能改善织物的手感、光泽、滑爽性、色泽、密度、牢度、耐折皱性、耐水性、收缩性、阻燃性和免

烫性。

4. 花纹设计 图案在相当程度上确定了织物外观和美感。在图案选择时,要考虑到流行、风格和材料条件等内容。

花纹可以是简单花纹(纵条纹、横条纹、对角线或方格图案),也可以是复杂的花纹图案(单色和多色,小花纹或大花纹)。

营销人员了解一些花纹设计思想、花纹的复杂程度,就可向消费者介绍,达到扩大销售的目的。

5. 成品织物的缝制加工 缝制中,通过裁剪、缝制达到造型、款式和合体是重要的质量标记。缝制中线缝、衣边以及必需的配料,如衬里、钮扣、拉链等的投入质量,也直接影响纺织品的档次和价格。营销人员了解一些织物的缝制加工过程,就可实事求是地向消费者介绍,使消费者买着放心。

我们希望这本书能对提高纺织品营销人员的业务素质有所裨益,能使纺织品营销单位的经营业绩蒸蒸日上,能使广大消费者买得称心、用着放心,让纺织品市场兴旺繁荣。

第一章 消费者对纺织品的要求及纺织品的应用范围

第一节 消费者对纺织品的要求

消费者对纺织品常常会提出两方面的要求,即纺织品的使用价值和纺织品的鉴赏价值。使用价值包含纺织品的耐用性、服用功能和织物的维护保养;纺织品的鉴赏价值主要为织物的外观效应。

当销售人员掌握了消费者对纺织品的要求心理后,就可在销售中迅速判别顾客对纺织品会提出哪一方面的要求。例如一位职业妇女在购买工作服装时,注重上衣轻薄的同时,还十分关心洗涤方便和免烫性能。因此在介绍纺织品时,要特别考虑纺织品的“免烫性能”。

一、纺织品的使用价值

1. 耐用性 耐用性是纺织品很多性能的综合反应,常见纺织品的耐用性能由以下几项指标表现:

(1)强度:强度的大小与纺织品的耐磨牢度和撕裂强度有关。

(2)染色牢度:染色牢度指染色的纤维或纺织品,在日晒、

水洗、摩擦等使用过程中,保持其原来色彩的能力。

(3)稳定性:纺织品的稳定性主要指尺寸的稳定性和缩水率。

(4)弹性:织物拉伸伸长后,当失去拉力后织物回复到原有长度的能力称弹性或称弹性伸长。

(5)蓬松性:织物受一定的载荷作用,失去载荷时织物重新达到原来蓬松形态的能力。

纺织品销售时,耐用性常常是销售产品的依据。根据不同的应用目的,客户会提出不同的耐用要求,例如职业服装、家具织物、汽车座垫织物要求有好的“耐磨性”;妇女长袜和连裤袜要求具有一定的“扯裂强度”;游泳和浴用纺织品、染色的休闲服、窗帘织物和家具织物要有较好的色牢度,并要求“耐光性”好(阳光照射后强度要稳定);对毛毯类产品和针织套衫要求有好的“蓬松性”;对运动服装、紧身衣服、长筒袜类产品要求“弹性伸长”好。

2. 纺织品的健康价值(服装生理性能) 纺织品的健康价值通常是指人体感到的舒适程度和保护人体健康的性能。在销售中可用下述指标作为推销的依据:

(1)保暖性。保暖性是冬装、运动服装、毛毯等纺织品的重要指标。

(2)热量积聚。对夏装、睡衣和内衣,希望散热性好、产品热量的积聚要少。

(3)吸湿性能和透湿性能。内衣、袜子、睡衣要求吸湿性好,使织物和皮肤接触时能有干燥的感觉;对于运动服装而言,由于运动时人体要大量出汗,为保持人体和服装的舒适接触感,要求汗液汗汽迅速输离服装,并迅速干燥。

(4)不透水性(防水)和拒水性。钓鱼和帆船等运动服要求

不透水,而雨衣、春秋大衣要求有好的拒水性。高档产品在拒水的同时,还要具有透气性,增强织物的舒适感。

此外不同的服装,对产品还希望有“轻”、“柔软”等性能要求。

除了上述健康价值中的保暖等性能外,最近健康价值中还提出了保健功能的价值观点。近期国内外出现的许多保健系列纺织品,其中最引人注目的是主动给予人体热量的积极性保温纤维材料的问世,如有代表性的利用太阳能贮热的陶瓷纤维。这类纤维中所含的陶瓷粒子有吸收可见光和红外线,并可将太阳能转化为热能贮存起来及发射人体能吸收的远红外线的独特功效。用这类纤维制做的纺织品除保暖性好外,还具有保健功能,能改善人体的血液微循环,对神经末梢炎及多种皮肤病有特殊的疗效,它的医疗功能还在进一步开发中。由于这类纺织品具有保健功能,其附加价值和健康价值大幅度上升,具有极佳的经济效益。我国制造的丙纶基和涤纶基远红外纤维,已开发出大量受消费者青睐的内衣裤、套装、护膝、护肘、保健袜、护腰、保健背心以及远红外被胎和床上用品。这些远红外纤维产品能发射出对人体有益的 4~14 微米的远红外光波。

3. 纺织品的维护保养性 消费者在选购纺织品时,常常还关心纺织品的诸如免烫、不易沾污、防虫蛀和洗涤性等维护保养性。这些性能涉及纺织品的原料、制造方法、染整和高级整理方法。在销售中要向客户介绍经特殊高级整理的纺织品,在维护保养方面的优点,如纯棉纺织品的免烫抗皱整理,高级整理使产品价格提高。销售中还应向客户介绍不同纺织品应该如何洗涤和熨烫,才能使织物不受损伤等维护保养知识,如产品允许在多高的温度下洗涤、熨烫。

二、纺织品的鉴赏价值

随着生活水平和文化素养的迅速提高,人们对纺织品不但要求耐用和舒适,而且对美观高雅也提出了较高的要求。纺织品的鉴赏价值愈来愈受到重视。现在纺织品,特别是高档纺织产品的价格中,鉴赏价值占有重要的位置。鉴赏价值一般可理解为:

1. 纺织品的外观(增艳外观) 在产品销售中,营销人员作为顾客的顾问,应该掌握判断产品外观优劣的确切论据,而不只是不断地向客户重复含糊其词的概念“美”或“漂亮”。

营销人员可以从下述几方面来评价纺织品的外观:

(1)颜色。颜色的选择和配色,掌握流行色的概念。

(2)花纹。花纹的图案和形成方式。

(3)款式。款式特点,如运动式、流行款式、华丽风雅、合体性等。

(4)加工细节和加工的精度。

2. 纺织品的功效 常常可由服装尺寸、种类、头发颜色和发形、年龄、体形、肤色等各个特殊性与纺织品的协调来确定纺织品的功效,达到和谐的总印象,使人穿着时感到雅致、苗条或显得年轻化。

纺织品还常通过第一流的材料,图案的个性,稀有或独一无二的式样等方式来收到名牌声誉的功效。

第二节 纺织品的应用范围

按照应用领域纺织品通常可分成三大类:服用纺织品,家用纺织品,其他应用领域的纺织品。

一、服用纺织品

1. 按照服用对象可分成女装、男装、童装和婴儿服装。
2. 按穿着部位来分,有外衣和内衣。例如,外衣中包括大衣、西服套装、外罩;内衣服装包括贴身内衣裤、紧身衣服等。
3. 按品种标志分,诸如裤子、衬衣、帽子等。
4. 按穿着场合可分成社交服装、职业服装、休闲服装、运动服装、节日服装、旅游服装、雨衣等。

服用纺织品常要配套使用,现以“节日服装”的配套为例:男子礼服,礼服衬衣,蝴蝶领结或领带,插入口袋的手帕,配套的短袜等。此外作为配套的饰物还有袖口钮扣、领带夹等。

二、家用纺织品

1. 房间装饰用纺织品 窗帘、家具织物、纺织地毯、贴墙用织物等。
2. 床上用品 床罩、被套、枕套、毯子、床单布等。
3. 家用织物 厨房用织物和餐桌用布,例如毛巾、浴巾、厨房用抹布,餐巾等。

三、其他用途纺织品

1. 手工纺织品 如刺绣、编织、钩编纺织品,这种品种适应了当代休闲时间增加的形势需要,数量亦在不断增加。
2. 汽车、运动和帐篷用纺织品 交通工具、运动、旅游等方面的纺织用品应用亦正在不断增加,例如汽车用座椅织物、汽车内壁装饰织物、野营帐篷、野营垫和睡袋等。
3. 其他用途的纺织品 (1)技术用纺织品,如过滤织物、纺织复合材料基布等;(2)医用纺织品,如医用弹力绷带;(3)艺术纺织品,如壁毯、壁挂等。

百货商店或纺织物连锁商店,经营上述几乎所有提到的纺织品,这类商店可称为“宽品种”商店或供应部门。若是专门从事经营指定品种的商店,则称专营店,如妇女服装用品商

店。还有只经营一类特定品种的商店，称之为特殊品种供应商店，如裤子商店、领带商店和胸衣商店等。

面对如此繁多的纺织品种，为了在销售咨询中，能准确满足顾客的各种要求，不发生差错，纺织营销人员应该做到以下几点：

1. 经常了解商店中的品种组合情况。

2. 要不断了解商店公布的库存状况及库存商品的变更。例如销售人员应了解货品的尺寸或颜色的库存状况，以便能确切回答顾客能否供货。

3. 要十分确切地记住，何处能找到所需要供应的各种货物。否则，就不能及时提供客户所期望得到的货品。

第二章 纺织原料的分类 和性能

原料对于评价纺织品性能是一个重要的因素。在纺织品销售中,原料的性能是向客户推销产品的重要依据。因此纺织营销人员必须学习和掌握纺织原料的知识。纺织品的主要原料就是纺织纤维,它是一种纤细的、可弯曲的、长度与直径的比例为 100 : 1 以上,且具有一定强度和柔曲性的物质。

第一节 纺织纤维原料的分类 和名称

在纺织品中使用的纤维原料品种繁多,并在不断增加,为了便于掌握,常常按照它们的资源来源与化学组成进行分类。

纺织纤维首先被分成天然纤维和化学纤维两大类。

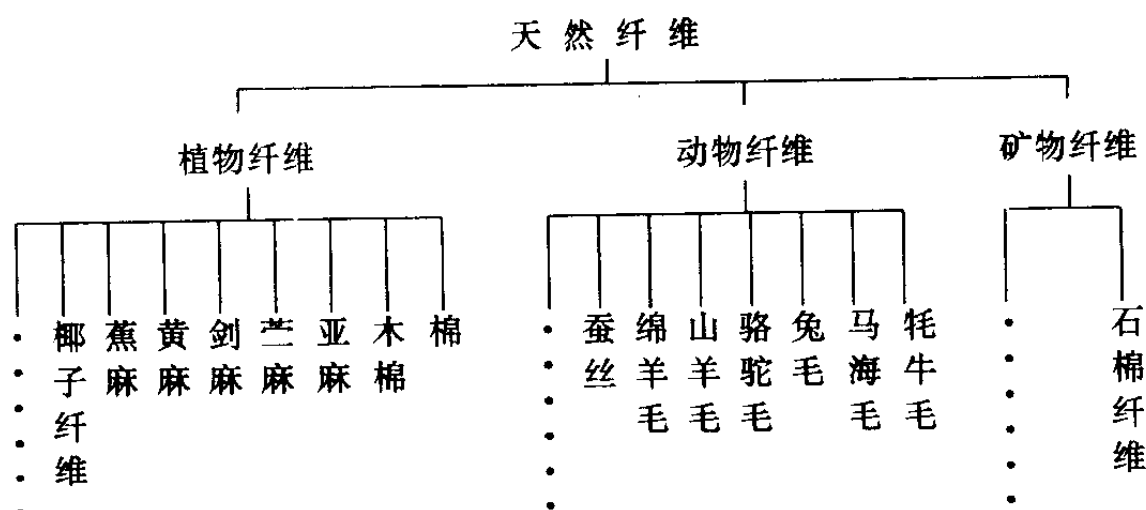
一、天然纤维

人们把从植物、动物、矿物来源的所有纤维看作天然纤维,如表 2-1 所示。

二、化学纤维

把通过化学方法生产出来的所有纺织纤维称为化学纤维。按原料、加工方法和组成成分的不同,化学纤维又可分成再生纤维、醋酯纤维、合成纤维和无机纤维四类。

表2-1 天然纤维分类表



1. 再生纤维 再生纤维是以天然高聚物为原料制成的、化学组成与原高聚物基本相同的化学纤维。它又可分为再生纤维素纤维和再生蛋白质纤维两种。

(1)再生纤维素纤维：是指用木材、棉短绒、蔗渣等天然纤维素制成的、组成成分仍为纤维素的纤维。目前生产的主要是粘胶纤维(Viscose)，此外还有莫达尔纤维(Modal)、铜氨纤维(Cupro)等。

(2)再生蛋白质纤维：是指用酪素、大豆、花生等天然蛋白质制成的、组成成分仍为蛋白质的纤维。如酪素纤维、大豆纤维、花生纤维等。由于这类纤维性能不好，价格昂贵，原料又都是食物，所以目前已很少生产。

2. 醋酯纤维 以天然纤维素为原料制成的、组成成分为醋酸纤维素酯的纤维称为醋酯纤维。有二醋酯纤维(Acetate)、三醋酯纤维(Triacetate)。纤维的化学组成与原高聚物不同，亦称为半合成纤维。

3. 合成纤维 合成纤维是以石油、煤、天然气及一些农副产品等低分子物作为原料制成单体后，经过化学聚合或缩聚成高聚物，然后再纺制成的化学纤维。

合成纤维品种繁多。目前生产的大类品种主要有:涤纶(聚酯纤维,标记为 PES 或 PET)、锦纶(聚酰胺纤维,标记为 PA)、腈纶(聚丙烯腈纤维,标记为 PAN 或 PAC)、氯纶(聚氯乙烯纤维,标记为 PVC)、丙纶(聚丙烯纤维,标记为 PP)、维纶(聚乙烯醇缩甲醛纤维,标记为 PVA)、氨纶(聚氨酯弹性纤维,标记为 PU)等。近十多年来,对合成纤维进行物理、化学改性,涌现出各种不同于常规合成纤维的如异形、超细、高收缩、中空等差别化纤维以及具有特种功能的如抗燃、高强、抗菌等特种纤维。

4. 无机纤维 主要成分是无机物构成的纤维。主要有碳纤维、玻璃纤维、金属纤维等。

纺织品营销人员关于原料的分类要注意如下三点:

1. 要记住每类原料的标记,如 PAN 表示腈纶(德国用 PAC),PA 表示锦纶,PES 或 PET 表示涤纶。

2. 要记住每一组原料中,重要原料的名字,如见到 Nylon 就应知道是锦纶类。

3. 要记住每类原料所共有的使用性能,如天然纤维中的动物纤维对碱敏感等。

第二节 纺织纤维的一般性能

一、纤维的力学性能

纤维的力学性能(也叫机械性能)是表征纤维加工和服用性能中极为重要的内容,是指纤维在外力作用下的种种行为。

(一)断裂强度和断裂伸长率

纤维被拉断时所受的力(单位为牛顿)称为纤维的断裂强度,其相应的伸长称为纤维的断裂伸长。