



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

插花员

(高级 技师)

中国就业培训技术指导中心组织编写

chahua
yuan



 中国劳动保障出版社



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

插花员

(高级 技师)

编审委员会

主 任 陈 宇
副 主 任 张永麟
委 员 王莲英 秦魁杰 陈 蕾 刘永澎 张 伟 赵 欢

编审人员

主 编 王莲英 秦魁杰
编 者 王莲英 秦魁杰 罗 宁 王绥枝
示范作品制作 谢晓荣 尚纪平 梁勤璋 王 福
绘 图 袁 涛 程 绅
摄 影 郑 青 张 超
审 稿 虞佩珍



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

插花员：高级 技师/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，2005. 6

国家职业资格培训教程

ISBN 7-5045-5175-9

I. 插… II. 中… III. 插花-装饰美术-技术培训-教材 IV. J525.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 066918 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

*

世界知识印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 12.75 印张 2 彩插页 169 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数：4000 册

定价：24.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64911344



彩图1 “青山依旧在，几度夕阳红” 王莲英作



彩图3 “舞姿” 环保固定法 日本宫川春丰作



彩图2 现代花艺 “天地同辉” 孙炜作



彩图 4 棉纸和拉菲草扎制的花束 谢晓荣作



彩图 5 纱网包装的花束 谢晓荣作



彩图 6 现代花艺 日本深野俊幸作



彩图 7 新娘捧花 刘飞鸣作



彩图 8 双人餐桌花 台湾·杨佩华作



彩图 9



彩图 10 天使发丝装饰的西方插花 孙可作



彩图 11 现代花艺“水晶之恋” 谢晓荣作



彩图 12 现代花艺“春华秋实” 刘飞鸣作



彩图 13 现代花艺“三羊开泰” 薛立新作



彩图 14 中国现代插花“流光溢彩” 王缓枝作



彩图 15 中国现代插花“顾盼生姿” 王莲英作

前 言

为推动插花员职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在插花花艺从业人员中推行国家职业资格证书制度，劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——插花员》（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《国家职业资格培训教程——插花员》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对插花员职业活动的领域，按照模块化的方式，分初级、中级、高级、技师4个级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《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“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——插花员（高级 技师）》适用于对高级插花人员的培训，是职业技能鉴定的指定辅导用书。

本教程由王莲英、秦魁杰主编，王莲英、秦魁杰、罗宁、王绥枝编写，谢晓荣、尚纪平、梁勤璋、王福制作示范作品，袁涛、程绅绘图，郑青、张超摄影；虞佩珍审稿。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

劳动和社会保障部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》

第一部分 高级插花员工作技能

第一章 接待	(3)
第一节 服务	(3)
第二节 解答咨询	(17)
第二章 准备	(21)
第一节 选材	(21)
第二节 花材的整理与加工	(68)
第三章 设计	(75)
第一节 构思	(75)
第二节 构图	(94)
第四章 制作	(113)
第一节 艺术插花作品的制作	(113)
第二节 现代花艺作品的制作	(131)
第五章 管理	(141)
第一节 养护	(141)
第二节 陈设	(144)

第二部分 插花技师工作技能

第六章 设计	(149)
第一节 构思	(149)

第二节 造型设计	(166)
第三节 作品插制	(174)
第七章 技术管理	(181)
第一节 花店技术管理	(181)
第二节 插花、花艺作品质量管理	(186)
第八章 培训指导	(191)
第一节 理论知识传授	(191)
第二节 操作示范	(193)
第三节 植物拉丁学名简介	(194)

第一部分

高级插花员工作技能

第一节 服 务

作为高级插花员不仅要掌握好插花花艺的知识，还应对公共关系、市场营销以及消费心理学等方面的知识有所了解，方能为顾客提供高质量的服务。

一、公共关系学的基本知识

1. 公共关系的定义

公共关系一词，源于美国，英文为 Public Relations，可缩写为 PR。公共关系亦可简称为“公关”。

《大不列颠百科全书》对公共关系所下的定义是：“公共关系是在传递个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。”又如美国普林斯顿大学的希尔兹（H. L. Chils）对公共关系所下的定义是：“公共关系是我们所从事的各种活动，所发生的各种关系的统称，这些活动和关系都是公众性的，并且都有社会意义。”1978 年在世界公共关系协会召开的大会上，代表们对公共关系的定义形成了共识：公共关系是一门科学和艺术，它的策划和实施，目的就是为了本组织和公众的利益，包括趋势分析、后果预测、向组织提供决策依据，以及其他一连串的实务活动。

2. 公共关系的科学含义

公共关系是社会组织为了塑造良好的形象，而进行具有艺术匠心的设计和信息的传播活动，与相关公众结成特定的社会关系。主要内容包括以下几个方面：

(1) 从形式上说，公共关系是一种社会组织与相应的公众结合而成的社会关系。公共关系的构成主要包括：组织、传播、公共三个要素，它们之间相互联系、相互制约、相互影响，按照一定的运行机制，共同处在一个不断发展的公共关系活动的状态之中。

(2) 从本质意义上说，公共关系是一种良好组织形象的设计艺术。在公共关系活动中，除了依靠科学的理论和方法指导外，还需要掌握一定的创造艺术、工作技术和运行规范，才能充分实现公共关系的管理职能。

(3) 从手段上来说，公共关系是一种传播活动。它通过传播活动促进组织与公众之间建立良好的合作关系，以确立组织的整体形象，保证事业的成功。

3. 公共关系的基本特点

(1) 以塑造良好的组织形象为目标

在公众中树立良好的组织形象是公共关系活动的根本目的和追求效果，也是公共关系的核心问题。

(2) 以诚为本

社会组织为自己塑造的形象首先是一个真诚的伙伴形象，任何虚伪的宣传和行为，都会损害组织形象，惟有真诚才能赢得合作和成功。

(3) 以公众为“上帝”

公共关系是组织与公众相结合而成的关系，因此组织必须着眼于自己的公众，公共关系设计者和实施者必须始终将自己的公众视为“上帝”。

(4) 以长远利益为着眼点

公共关系活动主要着眼于长远利益，需要进行长期的艰苦努

力，社会组织才能与公众建立友好关系，获得良好的社会声誉。

4. 插花员公关的职能和作用

(1) 插花员公关的职能

1) 为企业经营管理决策采集各种必要的经营信息，为科学经营管理提供依据。

2) 在企业与公众之间，通过沟通信息，搭建起双向信息交流的桥梁，协调企业内外各种关系。

(2) 插花员公关的作用

1) 为企业决策提供咨询意见，使企业政策制定得更正确、更完善。

2) 有效地增强了社会公众对企业的了解和支持，从而形成一股强有力的舆论力量。

3) 可促进企业与企业之间的业务交流，从而融洽感情、促进合作。

4) 塑造良好组织形象，促进产品销售，扩大企业生产经营效果。

■ 案例分析

某广告公司同芬兰驻华大使馆洽谈的第一项业务是制作一条横幅，广告公司通过精心设计、细致而周到的服务，完成了这项工作。经过长时间不断的业务往来，该广告公司最终全权代理了使馆与广告公司业务相关的全部业务，并于中芬建交50周年之际代理了在全国政协礼堂举行庆典活动的全部环境布置任务，其中包括花艺环境布置工程。

案例说明：在公共活动中，插花员要抓住时机，明确公共活动的目的，树立自己的形象，提高自己的知名度，及时了解要达到这个目的需要经过哪些途径，确定自己的公关对象，真心实意地为对方考虑，实实在在地为对方服务，公关的效果就会达到。

5. 插花员公关的原则

(1) 事实第一原则

本着实事求是的精神，以对事实的掌握为公关工作的出发点。

(2) 互惠互利原则

在组织与公众之间起到交换意见、交流情感的作用，在取得互相理解和信任的基础上谋取经济利益。

(3) 组织形象原则

依靠企业全体人员的共同努力树立组织形象。

(4) 科学指导原则

借助现代科学的理论和方法，从事现代组织公关活动。

6. 插花员公关策划

(1) 插花员公关策划的内容

插花员为达到企业既定目标，在充分进行公关调查的基础上，对总体公关战略，专门公关活动和具体公关操作进行策划、计划和设计工作。

(2) 插花员公关策划的原则

- 1) 信息原则 插花员收集的信息是策划的前提条件。
- 2) 优化原则 插花员通过筛选，确定最优化方案。
- 3) 可行性原则 符合社会环境及公众的承受力和喜好。

(3) 插花员公关策划的内容

1) 确定公关目标 公关目标包括一定时期内能控制组织公关活动全过程的总目标和指导实施方案的分目标。

2) 选择公众对象 根据公关目标确定相应的公众对象，使公关方案具有针对性。

3) 制订公关方案 公关方案是公关目标的具体化，是就公关工作的项目、主题、策略、时机等问题进行设计。

4) 编制预算 从财力和物力上保证公关工作的正常进行。

5) 起草书面报告 以书面报告的形式付诸文字，便于开展和检查工作，便于向组织决策层汇报，便于积累资料，建立完善的文书档案。

7. 插花员公关的工作方式

(1) 插花员公关的工作方式为插花员提供可选择的各类方法,对公关计划的实施具有指导意义。

(2) 插花员公关工作实施要考虑的因素

- 1) 组织的特点。
- 2) 组织发展的特定要求。
- 3) 执行者的意志与行为。
- 4) 开展公关的环境。
- 5) 不同类型和不同要求的公众。

(3) 插花员公关工作内容

1) 宣传性公共关系 即插花员运用大众传播媒介和内部沟通方法,开展宣传工作,树立良好的组织形象。

案例:前几年,荷兰的切花月季经技术处理,产生蓝色月季,预计在情人节上市。国内经销商正策划如何在市场上推广新品种,以获得消费者认可。恰逢电视上播放《蓝色妖姬》,商家在女主人公的名号与蓝色月季间找到了某种共同的地方,遂将蓝色月季称之为“蓝色妖姬”,并在大众传播媒介上大加宣传,让消费者在情人节之前就了解到这一信息。商家利用了消费者猎奇、求新的消费心理,制定了一个消费者可以接受的高价,使消费者倍感尊贵,亦使受花者感受到送花人的深情,成功的获得了商家与送花人双赢的局面。

2) 交际性公共关系 即插花员在无媒介的人际交往中,开展公共关系活动。目的是通过人与人的直接接触,进行感情上的联络,为组织广结良缘,建立广泛的社会关系网络,形成有利于组织发展的人际环境。

3) 服务性公共关系 即以提供优质服务为主要手段的公共关系活动方式,插花员以实际行动使企业获得社会公众的了解和好评,建立起良好形象。

案例:松林宾馆是广州的一家普通宾馆,平均开房率超过