



21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业

“十二五”精品课程规划教材

珠宝首饰商务设计

Jewelry Business Design

主 编 吴小军

副主编 杨 杰 戴继明

Jewelry Business Design

辽宁美术出版社

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业

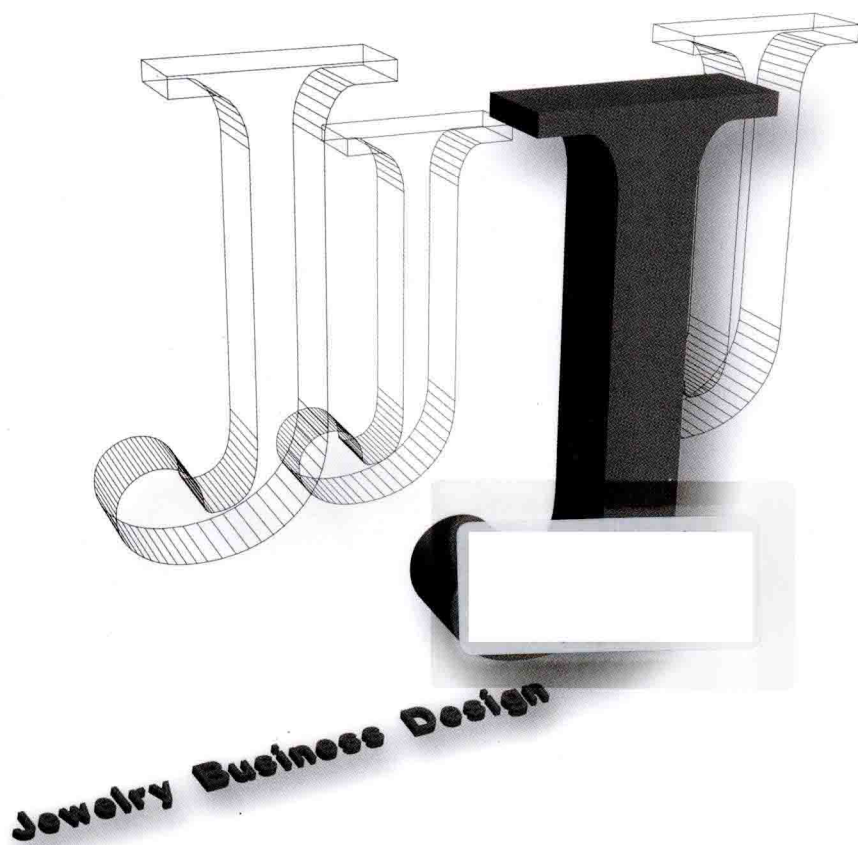
“十二五”精品课程规划教材

珠宝首饰商务设计

Jewelry Business Design

主 编 吴小军

副主编 杨 杰 戴继明



辽宁美术出版社

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业
“十二五”精品课程规划教材

总 主 编 范文南

总 策 划 范文南

副总主编 洪小冬

总 编 审 苍晓东 方 伟 光 辉 李 彤
王 申 关 立

图书在版编目 (C I P) 数据

珠宝首饰商务设计 / 吴小军主编. — 沈阳 : 辽宁
美术出版社, 2012. 4

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业“十二
五”精品课程规划教材

ISBN 978-7-5314-5103-7

I. ①珠… II. ①吴… III. ①宝石—设计—高等学校
—教材②首饰—设计—高等学校—教材 IV. ①TS934. 3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第057449号

编辑工作委员会主任 彭伟哲

编辑工作委员会副主任

申虹霓 童迎强 刘志刚

编辑工作委员会委员

申虹霓 童迎强 刘志刚 苍晓东 方 伟 光 辉

李 彤 林 枫 郭 丹 罗 楠 严 赫 范宁轩

王 东 彭伟哲 薛 丽 高 焱 高桂林 张 帆

王振杰 王子怡 周凤岐 李卓非 王 楠 王冬冬

出版发行 辽宁美术出版社

经 销 全国新华书店

地址 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

邮箱 lnmscbs@163.com

网址 <http://www.lnpgc.com.cn>

电话 024-23404603

封面设计 范文南 洪小冬 彭伟哲 林 枫

版式设计 彭伟哲 薛冰焰 吴 烨 高 桐

印制总监

鲁 浪 徐 杰 霍 磊

印刷

沈阳市博益印刷有限公司

责任编辑 方 伟 王 楠

技术编辑 徐 杰 霍 磊

责任校对 张亚迪

版次 2012年5月第1版 2012年5月第1次印刷

开本 889mm×1194mm 1/16

印张 6

字数 160千字

书号 ISBN 978-7-5314-5103-7

定价 39.00元

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话 024-23835227

21世纪全国普通高等院校美术·艺术设计专业
“十二五”精品课程规划教材

学术审定委员会主任	
清华大学美术学院副院长	何 洁
学术审定委员会副主任	
清华大学美术学院副院长	郑曙阳
中央美术学院建筑学院院长	吕晶晶
鲁迅美术学院副院长	孙 明
广州美术学院副院长	赵 健

学术审定委员会委员	
清华大学美术学院环境艺术系主任	苏 丹
中央美术学院建筑学院副院长	王 铁
鲁迅美术学院环境艺术系主任	马克辛
同济大学建筑学院教授	陈 易
天津美术学院艺术设计学院副院长	李炳训
清华大学美术学院工艺美术系主任	洪兴宇
鲁迅美术学院工业造型系主任	杜海滨
北京服装学院服装设计教研室主任	王 羿
北京联合大学广告学院艺术设计系副主任	刘 楠

联合编写院校委员(按姓氏笔画排列)

马振庆	王 雷	王 磊	王 妍	王志明	王英海
王郁新	王宪玲	刘 丹	刘文华	刘文清	孙权富
朱 方	朱建成	闫启文	吴学峰	吴越滨	张 博
张 辉	张克非	张宏雁	张连生	张建设	李 伟
李 梅	李月秋	李昀蹊	杨建生	杨俊峰	杨浩峰
杨雪梅	汪义侯	肖友民	邹少林	单德林	周 旭
周永红	周伟国	金 凯	段 辉	洪 琪	贺万里
唐 建	唐朝辉	徐景福	郭建南	顾韵芬	高贵平
黄倍初	龚 刚	曾易平	曾祥远	焦 健	程亚明
韩高路	雷 光	廖 刚	薛文凯		

本书参编人员

陈炳忠	陈丹枫	张 颖	谢 晴	谭东风	李委委
李柱生					

学术联合审定委员会委员(按姓氏笔画排列)

万国华	马功伟	支 林	文增著	毛小龙	王 雨
王元建	王玉峰	王玉新	王同兴	王守平	王宝成
王俊德	王群山	付颜平	宁 钢	田绍登	石自东
任 戡	伊小雷	关 东	关 卓	刘 明	刘 俊
刘 赦	刘文斌	刘立宇	刘宏伟	刘志宏	刘勇勤
刘继荣	刘福臣	吕金龙	孙嘉英	庄桂森	曲 哲
朱训德	闫英林	闭理书	齐伟民	何平静	何炳钦
余海棠	吴继辉	吴雅君	吴耀华	宋小敏	张 力
张 兴	张作斌	张建春	李 一	李 娇	李 禹
李光安	李国庆	李裕杰	李超德	杨 帆	杨 君
杨 杰	杨子勋	杨广生	杨天明	杨国平	杨球旺
沈 雷	肖 艳	肖 勇	陈相道	陈 旭	陈 琦
陈文国	陈文捷	陈民新	陈丽华	陈顺安	陈凌广
周景雷	周雅铭	孟宪文	季嘉龙	宗明明	林 刚
林 森	罗 坚	罗起联	范 扬	范迎春	邹海霞
郑大弓	柳 玉	洪复旦	祝重华	胡元佳	赵 婷
贺 祎	邵海金	钟建明	容 州	徐 雷	徐永斌
桑任新	耿 聪	郭建国	崔笑声	戚 峰	梁立民
阎学武	黄有柱	曾子杰	曾爱君	曾维华	曾景祥
程显峰	舒湘汉	董传芳	董 赤	覃林毅	鲁恒心
缪肖俊					

前言 >>

「在人类的发展历史上，首饰一直伴随着人类的发展足迹，且与人们的生活习俗、文化审美、技术和观念等息息相关。无论是石器时代的各种石器装饰品，还是原始社会的骨器制品；无论是传统的手工艺首饰，还是现代工业时代中批量生产的时尚饰品，都充分展现了时代相应的生产条件和科学技术。一枚戒指、一款项链往往代表着一个时代、一个民族或一个地域的精神文化、审美倾向、价值观念和工艺水平。

在中国，传统珠宝首饰的设计和加工有着悠久灿烂的历史，有着精湛绝伦的技艺，是中华民族上下几千年智慧的结晶。如景泰蓝、烧瓷、花丝镶嵌、斑铜工艺、锡制工艺、铁画、金银饰品等传统工艺无不诠释着各个历史时期的辉煌。

在现代社会中，科学技术快速发展，随着人们物质生活的不断提高，首饰已经被赋予更多的形式、功能和情感。在首饰的材料、色彩、形态和结构上，已由传统的观念走向更为广泛的概念，在首饰的功能上，也已由原有的价值、装饰层面上升到时尚、个性和情趣层面。珠宝首饰不再是某一阶层或某个特定人群的产物，而是一个大众化的商品。时代的变迁和社会的进步，必然带来技术的改良和观念的更新。珠宝首饰在设计和加工上需要根据现代工业加工技术的要求，不断完善和创新，不断探索和追寻，才能创造出符合现代人需求的首饰产品。

本书着重从珠宝首饰的商务设计出发，结合珠宝首饰生产企业的设计要求，在高校的人才培养与企业对人才的需求之间探索其平衡点，力争通过高校的平台为企业培养合格的应用型人才。经过几年的教学实践总结得出：在珠宝首饰设计中，表现技巧是基础，技术水平是条件，设计创意是命脉，思维方式是根基，人文素养是保障，而准确的市场定位和规范的制图要求则是首饰产品最终获得成功的关键。我们力求通过简要的文字和翔实的图片，一步步带你进入珠宝首饰设计的成功之路。在艺术与技术上找到合理的表达方式，在理念和方案上寻求最终的设计定位，在设计和制作中明确市场的需求，为我国的珠宝首饰设计教育贡献一份力量。

本书在编写过程中，得到了广西壮族自治区教育厅的大力支持，获得广西高等学校特色专业及课程一体化建设项目，得到了梧州学院和艺术系各位领导和同仁的关心和帮助，也得到了我的家人和学生的支持，在此一并表示感谢！本书也存在一些不足，恳请各位读者批评指正为感！

目录 contents

前言

— 第一章 概论 007

第一节 珠宝首饰概念 / 008

第二节 商务首饰设计理念 / 010

第三节 商务首饰的分类 / 012

第四节 商务首饰的功能和文化 / 014

— 第二章 珠宝首饰材料 017

第一节 金属材料 / 019

第二节 非金属材料 / 023

第三节 宝石材料 / 024

第四节 仿真首饰的材料 / 026

— 第三章 设计方法和程序 028

第一节 商务首饰的表现方式和工具 / 029

第二节 商务首饰设计的程序 / 032

第三节 商务首饰设计的基础 / 033

第四节 商务首饰设计的表现形式 / 044

— 第四章 设计思维和案例 060

- 第一节 珠宝首饰商务设计的原则 / 061
- 第二节 珠宝首饰商务设计的设计思维 / 062
- 第三节 商务首饰的单件设计 / 072
- 第四节 商务首饰的主题套件创作 / 078
- 第五节 概念设计 / 079

— 第五章 设计能力培养 082

- 第一节 创造能力的培养 / 083
- 第二节 设计能力的培养 / 084
- 第三节 综合能力的培养 / 085

— 第六章 结构设计和配件 087

- 第一节 首饰结构 / 088
- 第二节 配件 / 091

参考文献

第一章 概论



— 本章重点 >

理解珠宝首饰商务设计的相关概念和了解首饰的功能和文化。

— 学习目标 >

能准确对首饰进行分类和正确掌握首饰设计的基本理论。

第一章 概论

首饰在现代社会中已经不仅仅是一种装饰品，更多的是一种精神、一种观念、一个符号或者一个标志。现代首饰设计受现代社会发展的影响，同传统的首饰设计相比已经有了质的改变。在现代社会

高度发展和现代文明快速进步的过程中，人们对首饰以及首饰设计有了全新的认识，尤其是在追求个性化的今天，如何满足现代人对首饰的个性化需求以及如何达到现代人的审美水平就显得尤为重要。

第一节 珠宝首饰概念

一、设计

“设计”一词源于英文design。第十五版《大不列颠百科全书》（1974）对该词作了明确的解释：

“Design是进行某种创造时，计划方案的展示过程，即头脑中的构思。”也就是说，设计是一种活动过程，将我们头脑中对某一事物的构思、计划、规划、设想通过视觉的形式完整地传达出来。

人类通过劳动改造世界，创造文明、创造物质财富和精神财富，而最基础、最主要的创造活动是造物。设计便是造物活动中进行预先的计划，任何造物活动的计划技术和计划过程都可以理解为设计。

根据工业设计师 Victor Papanek 的定义，设计（design）是为构建有意义的秩序而付出的有意识的直觉上的努力。即：

第一步：理解用户的期望、需要、动机，并理解业务、技术和行业上的需求和限制。

第二步：将这些所知道的东西转化为对产品的规划（或者产品本身），使产品的形式、内容和行为变得有用、能用，令人向往，并且在经济和技术上可行（这是设计的意义和基本要求所在）。尽管不同领域的关注点从形式、内容到行为上均有所不同，但是把“设计”理解为创造性劳动的过程却是得到大家的共识的。

二、首饰

随着历史的发展，人类社会的进步，社会分工的出现，尤其是物质文明和精神文明的高度发达，首饰不再是传统概念中的贵重稀有物品，而逐渐成为人们生活中的常见物品，甚至是某些地区、某些人群的生活必需品。

在传统的定义中首饰是指人们戴在头上的装饰品，后专指妇女的头饰、耳环以及项链、戒指、手镯等；在现代，首饰的定义更为广泛，泛指用各种材料（包括金属、天然珠宝、玉石、人造宝石，甚至塑料、木材、皮革等）制成的，用于个人及其相



图1-1 情侣对戒



图1-2 钻石戒指



图1-3 黄金饰品



图1-6 不锈钢耳环



图1-4 铂金戒指



图1-5 水晶手链

关环境装饰的饰品。首饰概念的这种变化，其根本原因在于社会的发展、观念的改变以及人们对事物认识程度的提高。

因此，在现代设计中，标新立异的事物和个性化特征很强的产品更容易满足人们精神上的需求，获得青睐。

三、首饰设计

首饰设计指的是把首饰的构思、造型以及材料与工艺要求通过视觉的方式传达出来，并实施制作或生产的活动过程。

现代首饰设计，其含义包括符合现代艺术、现代加工工艺、现代商业及社会环境的各种首饰造型设计、首饰结构设计和首饰功能设计，是现代物质文明、艺术科学相结合的产物。所以，我们应结合各种学科，将先进的科学和技术融合进来，改变传统的首饰设计观念，丰富和发展首饰设计。

目前在市面中热销的首饰依然是传统首饰设计中的造型，款式的变化在丰富着首饰市场。但同质量化、同风格化和同造型化已经让很多的消费者感觉到了视觉的疲劳和审美的单一。尽管传统首饰设计中的改款、变款等设计方式依然占有很大的市场份额，但随着社会的发展，人们精神需求的进一步提高，全新的产品、全新的设计和全新的设计理念

才会满足人们对首饰的渴望和需求。

现代首饰设计的理念是结合现有的科学技术创造新兴的首饰概念,是现代哲学、艺术、科学、技

术、美学以及人文等多学科综合的结晶,而不再局限于某种固定的格式或者所谓的黄金法则,设计应以人为本,为人所用。



图1-7 18K金戒指



图1-8 18K玫瑰金戒指

第二节 商务首饰设计理念

一、商务设计的概念

商务设计是指以市场为基础、以商品为载体、以满足消费者的需求为原则所进行的一系列围绕产品开发、营销、售后等服务性、创造性的设计活动。

商务首饰设计是一个复合型专业设计,它涵盖了首饰的设计与开发、生产技术与成本控制、商务贸易与宣传推广、售后服务与产品升级等多方面的专业知识。同时,在整个商务设计活动中,必须考虑地域、民族、人文、习俗和经济等客观存在的社会人类学、文化学的知识。

主要从商业的角度出发,衔接相关专业知识链,为解决首饰设计的定位、首饰制作的技术、首饰商贸的策略和首饰产品的消费观念等问题。



图1-9 商务首饰套件

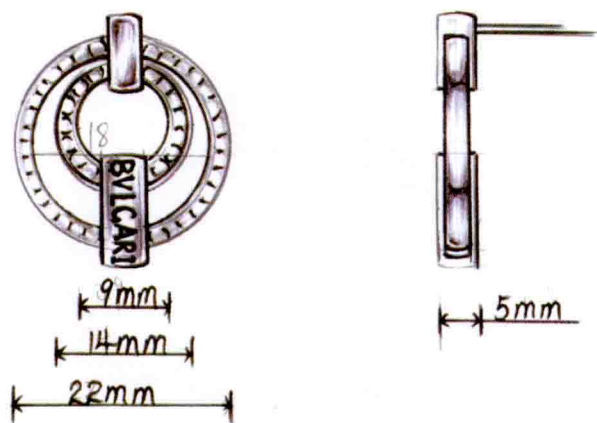
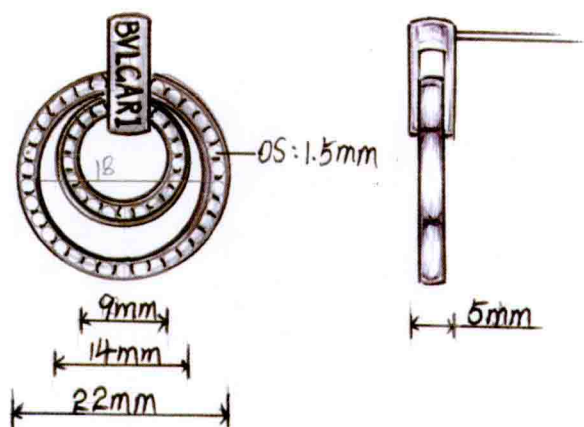
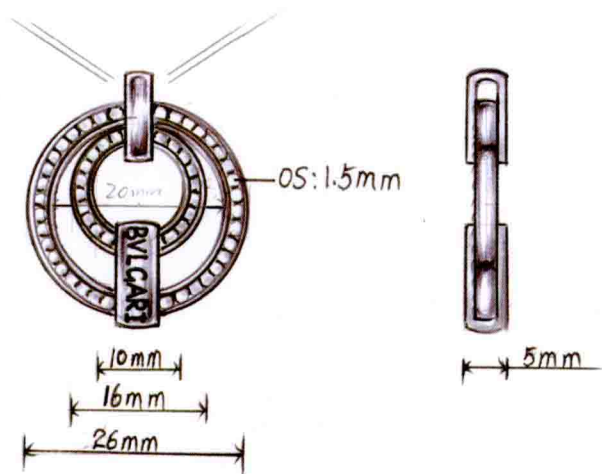


图1-10 吊坠款式的商务设计

二、商务首饰设计基础

1. 对不同地域、文化的消费者需求及习俗的市场把握。

2. 对时代潮流和审美趋势的了解和把握。

3. 对材料的属性和市场走向的熟悉。

4. 对各种首饰生产技术和工艺制作要求的把握。

5. 对新型产品和新兴技术的了解。

商务首饰设计一方面受制于目前的首饰市场，同时，也在不断引导着市场的发展，包括其材料、款式、风格、文化及价值等。

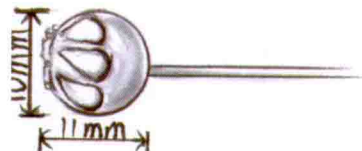
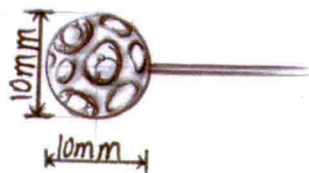
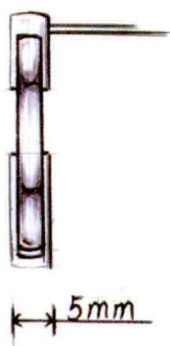
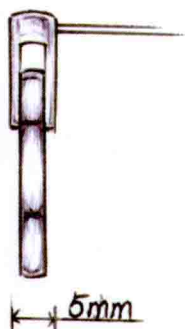
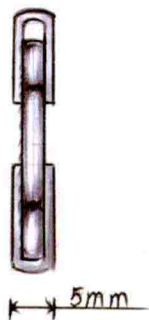


图1-11 耳钉款式的商务设计

第三节 商务首饰的分类

首饰分类的标准很多,但最主要的还是按材料、工艺手段、用途、装饰部位等来划分。

一、按材料分类

1. 金属

(1) 贵金属。

a. 黄金; b. 铂金; c. 银。

(2) 常见金属。

a. 铁(多为不锈钢); b. 镍合金; c. 常见金属铜及其合金; d. 铝镁合金、锡合金。

2. 非金属

(1) 皮革、绳索、丝绸类。

(2) 塑料、橡胶类。

(3) 动物骨骼、贝壳类。

(4) 木料、植物果实类。

(5) 宝玉石及各种彩石类。

(6) 玻璃、陶瓷类。

二、按工艺手段分类

1. 镶嵌类

(1) 高档宝玉石类。

钻石、翡翠、红蓝宝、祖母绿、猫眼、珍珠等。

(2) 中档宝玉石类。

海蓝宝石、碧玺、丹泉石、天然锆石、尖晶石等。

(3) 低档宝玉石类

石榴石、黄玉、水晶、橄榄石、青金石、绿松石等。

2. 不镶嵌类

(1) 足金: 足黄金、足铂金等。

(2) K金类: 玫瑰金、彩色金等。



图1-12 黄金首饰



图1-13 黄金材料



图1-14-1 白18K金钻石女戒



图1-14-2 铂金钻戒



图1-15 铂金吊坠



图1-16 铂金耳环

三、按用途分类

1. 流行首饰

- (1) 大众流行：追求首饰的商品性。
- (2) 个性流行：追求首饰的艺术性、个性化。

2. 艺术首饰

- (1) 收藏：夸张，不宜佩戴，供收藏用。
- (2) 摆件：供摆设陈列之用。
- (3) 佩戴：倾向实用化的艺术造型首饰。

四、按装饰部位分类

1. 发饰：发卡、钗等。
2. 冠饰：冠、帽徽等。
3. 耳饰：耳钉、耳环、耳线、耳坠等。
4. 脸饰：包括鼻部在内的饰物（多见印度饰物）。
5. 颈饰：包括项链、项圈等。
6. 胸饰：吊坠、链牌、胸针、领带夹等。
7. 手饰：包括戒指、手镯、手链、袖扣等。
8. 腰饰：腰带、皮带头等。
9. 脚饰：脚链、脚镯等。



图1-17 皇冠



图1-18 塑料项饰



图1-19 珍珠贝



图1-20 仿珍珠塑料饰品

第四节 商务首饰的功能和文化

一、商务首饰的功能

一个完美的首饰设计应该在充分展现首饰璀璨的同时发挥首饰最大的功能，尤其是商务首饰，只有在市场上的功能定位准确，才能产生商业价值。商务首饰的功能包括装饰功能、使用功能、保值功能和保健功能。在现代社会中人们更加注意的是首饰的装饰功能和使用功能，也就是在满足美的需求的同时带给人精神的愉悦。

1. 装饰功能：纵观古今中外所有首饰的造型和搭配，自始至终承载着人类对美和美好事物的向往与追求，呈现出人们内心最本源的情感。无论是光滑、规则、小巧、美观的远古石器首饰，还是现代夸张、豪华、奢侈、富贵的各类时尚珠宝，无不起着装饰自我、展现地位、吸引异性等重要心理因素。因此，首饰作为“美化人体”的功能是首饰最原始、最根本的功能。

2. 使用功能：在商务首饰中，其使用功能主要是纪念、馈赠、祈福、祈愿等，属于精神和物质两个层面。一般首饰商品在美观的基础上，都代表着某种寓意，包括爱情永恒、事业有成、平安吉祥、富贵安康等。同时，还有部分商务首饰扮演着地



图1-21 天然红宝石吊坠



图1-22 刻面钻石



图1-23 翡翠观音



图1-24 翡翠佛

位、身份、文化品位的象征，以及其他诸如体温戒指、宝石耳环、音乐项链等多功能用途。

3. 保值功能：保值功能一直伴随着贵金属和高档宝玉石首饰的产生和发展，对于天然、稀缺的各类矿物资源，其保值的空间较大。对于古董首饰、艺术作品以及具有特殊纪念意义的首饰商品，在购买或选择过程中需要专业的鉴定和权威的评价。

4. 保健功能：首饰的保健功能包含原料本身的药物作用和物理作用。如珍珠、琥珀、珊瑚、水晶、玛瑙、黄铁矿、辰砂等具有药理效应；另外，有部分矿物材料对人体的经络穴位起到按摩、保健的作用。

二、商务首饰的文化

商务首饰的文化主要从首饰的自然属性和首饰的社会属性着手来进行阐述。首饰的文化是需要结合不同地域、民族、宗教及不同历史时期进行高度概括，和人们的生活习性、生产方式以及社会观念息息相关。

首饰文化丰富多彩，不同的民族、不同的宗教信仰具有不同的特色。在现代商务首饰设计过程中，首饰的文化属性往往决定着首饰的价值和首饰的销量。根据现有市场分析，首饰文化大体可以分为：

1. 民族首饰文化：少数民族因习俗、文化的不同，所赋予的首饰文化也不同，比如瑶族与苗族一样用造型尖锐的银饰和极具民族特色的图案设计各类首饰来辟邪、祈福和装饰；高山族用海贝、兽牙材料等辟邪；藏族用牛骨、纯银、藏银、三色铜、玛瑙、松石、蜜蜡、珊瑚等材质和各类佛教图案来设计制作首饰用于祈愿、祈福等。



图1-25 苗族头饰

2. 宗教首饰文化：在中国，几千年的佛教文化对首饰有着相当深远的影响。清代乾隆年间编有一本《造像度量经》，对佛像各种标准比例进行了规定。书中说：佛像上八种宝饰：“一宝冠，即坟佛冠也，二耳环，三项圈，四大璎珞，五手钏及手镯，六脚镯，七珍珠络腋，八宝带也。”这八种宝饰称为“大饰”，还有“小饰”，即指耳垂上的饰物、冠左右下垂的宝带，脚镯上围绕的碎铃等。佛像佩饰既反映了世俗社会的佩饰风尚，同时又反过来对世俗社会的佩饰产生影响。其他国家和民族的首饰也有着很深的宗教文化烙印，比如十字架是基督教的信仰标记，用十字架为元素进行造型的首饰得到了基督教所有信徒的钟爱。

3. 奢侈首饰文化：物以稀为贵，稀缺性是物品成为奢侈品的必要条件之一。同时，还需考虑其材料、工艺和其特殊的文化价值。一般来说，奢侈品的价值较高且比较持久，因而可以作为财富贮藏，奢侈品可以显示一个人的身份和社会地位。在珠宝首饰中，一般采用高档的宝玉石和贵金属，尤其是名贵宝玉石进行高级定制。

4. 时尚首饰文化：一般与流行文化、流行服装、流行色彩等流行元素结合起来，往往带有阶段性和区域性。其材料一般不限定，可以是贵金属和天然宝石，也可以是仿真材料和人工宝石，甚至用一般的合成材料。其设计主要体现在款式、色彩、工艺上。

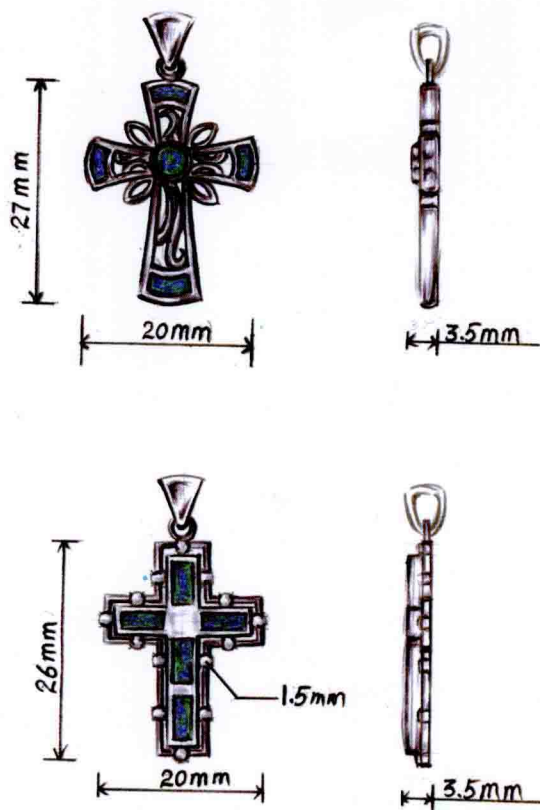


图1-26 十字架吊坠

【作业】

一、问答题

1. 珠宝首饰设计与其艺术设计的区别。
2. 珠宝首饰商务设计的概念和要求。
3. 珠宝首饰在现代社会中的功能。

二、论述题

1. 珠宝首饰商务设计与现代设计的关系。
2. 佛教对中国首饰文化有哪些影响？