


国家职业资格培训教程  
用于国家职业技能鉴定

# 高级 家用纺织品 设计师

纺织行业职业技能鉴定指导中心  
中国家用纺织品行业协会

组织编写

 中国纺织出版社

国家职业资格培训教程  
用于国家职业技能鉴定

# 高级家用纺织品设计师

纺织行业职业技能鉴定指导中心 组织编写  
中国家用纺织品行业协会

中国纺织出版社

## 内 容 提 要

本教程遵循“以职业活动为导向,以职业技能为核心”的编写原则,按照助理家纺设计师、家纺设计师和高级家纺设计师的技能要求依次递进,体现了高级别涵盖低级别的要求。

《高级家用纺织品设计师》介绍了职业标准中高级家用纺织品设计师应掌握的工作技能及相关知识,涉及家纺设计的规划与指导、织物设计制作、印染图案设计制作、绣品设计制作、纺织品空间装饰设计、产品造型设计、设计师的培训与指导等内容。

本书适用于对高级家用纺织品设计师的职业资格培训,也是家用纺织品设计师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

### 图书在版编目(CIP)数据

高级家用纺织品设计师/纺织行业职业技能鉴定指导中心,中国家用纺织品行业协会组织编写. —北京:中国纺织出版社, 2012. 5

国家职业资格培训教程. 用于国家职业技能鉴定

ISBN 978-7-5064-7857-1

I. ①高… II. ①纺… ②中… III. ①家用织物—设计—技术培训—教材 IV. ①TS106.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 182677 号

---

策划编辑:孔会云 责任编辑:王军锋 责任校对:陈 红

责任设计:李 然 责任印制:何 艳

---

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: [faxing@c-textilep.com](mailto:faxing@c-textilep.com)

三河市世纪兴源印刷有限公司印刷 三河市永成装订厂装订

各地新华书店经销

2012年5月第1版第1次印刷

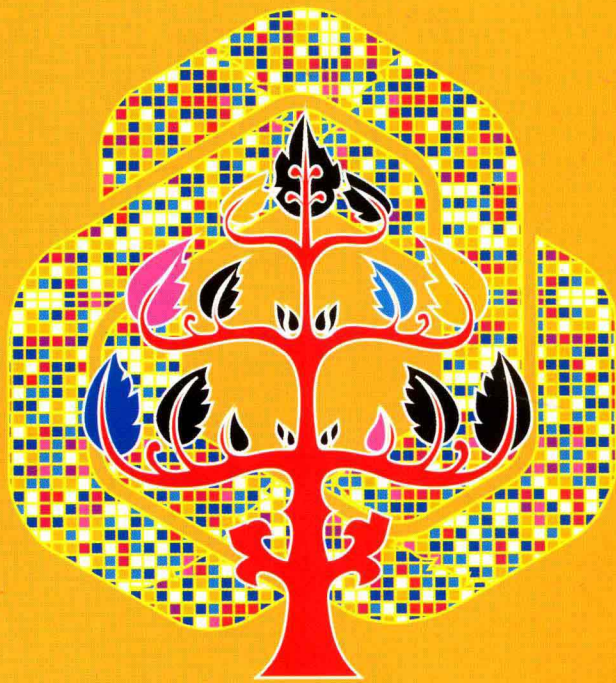
开本:787×1092 1/16 印张:11.5 插页:2

字数:186千字 定价:36.00元

京东工商广字第0372号

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



# 中国家纺协会 设计师分会 注册设计师 招募

中国家纺协会设计师分会是中国家用纺织品行业协会的下属机构,是由从事家用纺织品及相关专业研究、设计、推广的设计工作室、设计师及相关单位自愿加入的全国性非盈利组织。借助中国家纺协会的整体优势,设计师分会致力于为家纺设计师搭建一个学习、交流、展示的平台,并积极在家纺设计师与企业的相互协作,和与行业的共同发展中起到桥梁和纽带的作用。同时,在家居文化传播、产品市场形象塑造等方面为行业提供全方位的产业文化服务。

为了提高我国家纺设计水平,促进家纺设计师的交流与提高,现向全社会招募注册设计师,凡年满 18 周岁、从事家纺设计或与之相关工作的人员均可报名入会。

请登陆中国家用纺织品行业协会网站或加入家纺设计师 QQ 群,下载并填写“中国家纺协会设计师分会注册设计师入会申请表”,将其寄回或将电子版发送到 [jiafangsjs@163.com](mailto:jiafangsjs@163.com) 邮箱,审核通过后即可入会。

## 联系方式

地 址:北京市东城区东长安街12号  
中国家纺协会设计师分会  
邮 编:100742  
联系人:贾昊 赵林 王易  
联系电话:010-85229764 010-85229661  
传 真:010-85229660  
电子邮箱:[jiafangsjs@163.com](mailto:jiafangsjs@163.com)  
网 址:<http://www.hometex.org.cn/>  
设计师QQ群:150926259

## 作为中国家纺协会设计师分会注册设计师,享有:

定期对注册设计师提供国内外相关专业设计资讯、展会信息、设计竞赛信息、专业培训及职业技能鉴定信息;  
优先优惠参加协会举办的各类家纺专业论坛、家纺考察、学术交流、设计大赛、流行趋势发布等活动等权利。



图 2-6 家纺布艺时尚展示



图 2-9 法兰克福家纺展发布流行主题

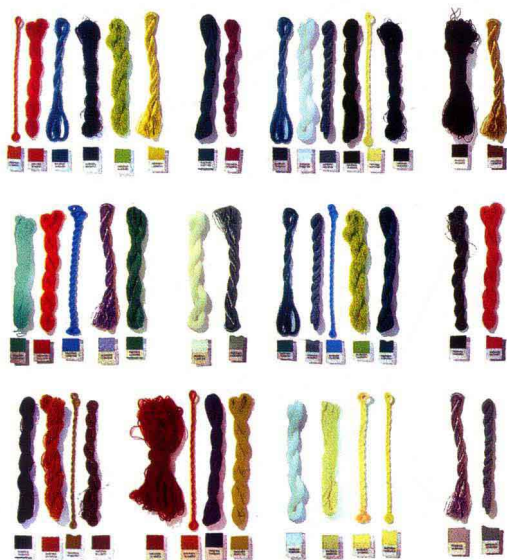


图 2-11 土耳其家纺展发布流行色



图 2-25 波西米亚设计风格



图 2-47 上海国际家纺展发布的流行趋势



图 2-48 深圳国际家纺布艺展发布的流行趋势



图 2-49 法兰克福家纺展发布的 2009 年流行趋势的六大主题

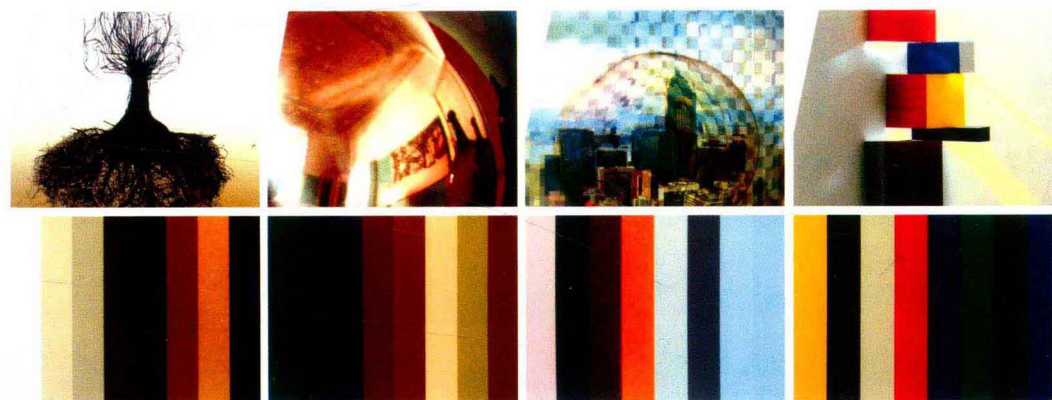


图 2-50 法兰克福家纺展发布的 2010 年流行趋势的四大主题



图 2-52 Marimekko 商店



图 2-53 Marimekko 产品



图 2-80 富安娜公司 2008 年秋发布的系列配套产品设计



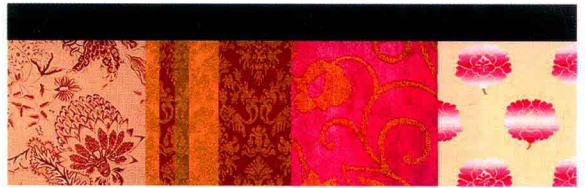
图 4-1 涂鸦式图案



图 4-21 流行色彩的搭配



图 4-2 色彩与纹样的运用



大红色、洋红色、橙色的厚薄不同的轻纱大胆碰撞。在窗口透人的阳光抚慰下，体现出一种高贵的姿态，无论是坦然的潇洒，还是含蓄的耐看。织物与色彩交织的魅力已经成为空间的主人。



图 4-27 色彩概念板(色彩计划)



图 4-20 时尚流行元素的运用



# 前 言

为推动家用纺织品设计师职业培训和职业技能鉴定工作的开展,在家用纺织品设计从业人员中推行国家职业资格证书制度,纺织行业职业技能鉴定指导中心和中国家用纺织品行业协会在完成《国家职业标准——家用纺织品设计师》(以下简称《标准》)制定工作的基础上,组织行业内的专家和院校老师,编写了国家职业技能鉴定推荐的辅导用书、《标准》的配套培训教材——《国家职业资格培训教程——家用纺织品设计师》系列教程(以下简称《教程》)。

《教程》紧贴《标准》要求,内容上力求体现“以职业活动为向导,以职业技能为核心”的指导思想,突出职业资格培训的特色;结构上针对家用纺织品设计师职业活动的领域,按照模块化的方式分级别进行编写:共包括《家用纺织品设计师基础知识》、《助理家用纺织品设计师(国家职业资格三级)》、《家用纺织品设计师(国家职业资格二级)》、《高级家用纺织品设计师(国家职业资格一级)》四本。各级别教程的章对应于《标准》的“职业技能”,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”。

《高级家用纺织品设计师》是《教程》中的一本,适用于对高级家用纺织品设计师的职业资格培训,也是家用纺织品设计师职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书由于编写时间仓促,不足之处在所难免,敬请读者提出宝贵意见和建议。

纺织行业职业技能鉴定指导中心

中国家用纺织品行业协会

2011年11月

## 编审委员会

主 任 王久新  
副 主 任 杨兆华 孙晓音  
委 员 朱晓红 何 锋 王 易 郑立民 刘淑琴

## 编写成员

主 编 杨东辉  
执行主编 章国初  
编 著 者 姜淑媛 樊学美 陈 立 刘 达 梁丽韞 霍 康  
杨 颐 丁 敏 冯秀芪  
主 审 何 锋

# 目录

第一章	家纺设计的规划与指导 .....	1
第一节	家纺设计创意规划 .....	1
	学习目标 / 1	
	相关知识 / 1	
	一、设计创意综合知识 / 1	
	二、设计创意规划系统知识 / 6	
	三、设计创意规划的文案写作 / 8	
	家纺设计创意规划流程 / 8	
	一、创意设计的目标定位 / 8	
	二、确定设计创意主题 / 8	
	三、分析设计创意的各种要素并进行整合 / 8	
	四、制订一整套可以实施的设计创意规划书 / 9	
	五、确定设计创意工作任务 / 9	
	思考题 / 9	
第二节	产品品牌设计发展规划 .....	9
	学习目标 / 9	
	相关知识 / 9	
	一、家纺品牌定位的总体规划 / 9	
	二、产品品牌发展规划 / 11	
	三、发展规划的实施 / 13	
	发展规划工作流程 / 14	
	一、围绕企业发展的长远目标制订品牌总体规划 / 14	
	二、围绕品牌总体规划制订产品品牌发展规划 / 14	
	三、发展规划实施 / 15	
	思考题 / 15	
第二章	家纺设计与制作 .....	16
第一节	编制设计、开发方案 .....	16
	学习目标 / 16	
	相关知识 / 16	

一、家纺流行趋势研究和预测	16
二、有关家纺设计风格的理论	33
三、家居文化知识	52
编制设计、开发方案流程	59
一、对国内外家纺流行趋势进行分析研究	59
二、根据目前流行趋势提出设计指导意见	61
三、分析时尚的流行设计风格	61
四、对产品开发进行风格定位	62
五、编制产品设计开发方案流程	62
思考题	64
第二节 实施产品设计开发计划	64
学习目标	64
相关知识	64
一、品牌理论与产品设计定位综合知识	64
二、实施品牌产品设计方案	69
三、织物设计相关知识	76
四、印染图案设计相关知识	82
五、绣品设计相关知识	94
实施产品设计开发计划流程	99
一、实施织物设计开发计划流程	99
二、实施印染图案设计开发计划流程	100
三、实施绣品设计开发计划流程	102
思考题	104
第三章 纺织品空间装饰设计	105
第一节 编制家纺产品空间展示设计方案	105
学习目标	105
相关知识	105
一、家纺流行趋势的本质和应用	105
二、建筑空间装饰风格	106
三、展示设计概述	118
四、如何编制展示设计方案	122
编制家纺展示设计方案流程	124
一、确定设计方向	124
二、对展示空间进行装饰风格定位	124
三、确定空间展示设计主题	124
四、根据主题与风格的需要编制整体的展示设计方案	124
思考题	124

第二节	实施展示设计计划 .....	125
	学习目标 /	125
	相关知识 /	125
	一、高级展示设计师需具备的能力 /	125
	二、展示设计的关键 /	128
	三、产品展示设计的程序 /	129
	四、空间展示设计实施的步骤 /	130
	五、总结与评估 /	132
	实施展示设计方案流程 /	132
	一、展示方案的确定 /	132
	二、展示要素的整合 /	132
	三、展示施工的指导 /	133
	四、总结与评估 /	133
	思考题 /	133
第四章	产品造型设计 .....	134
第一节	制订产品造型设计总体方案 .....	134
	学习目标 /	134
	相关知识 /	134
	一、国内外家纺产品造型流行趋势分析 /	134
	二、制订产品开发方案 /	154
	制订产品造型设计方案的流程 /	157
	一、对国内外产品造型流行趋势做出分析 /	157
	二、对产品造型设计做出定位 /	157
	三、确定产品造型设计的主题 /	157
	四、确定产品造型设计的材料运用 /	157
	五、确定产品造型设计的制作工艺 /	157
	六、确定产品造型设计的色彩方案 /	157
	七、确定产品造型设计的个性化特征 /	157
	八、编制产品造型设计计划书 /	157
	思考题 /	158
第二节	产品造型设计表达 .....	158
	学习目标 /	158
	相关知识 /	158
	一、产品造型设计的风格定位 /	158
	二、造型设计的创意表达 /	161
	产品造型设计表达的流程 /	165
	一、产品造型设计的风格定位 /	165

- 二、制作产品造型设计概念版 / 165
- 三、根据概念设计制定产品造型的实施方案 / 166
- 四、编写造型设计说明书 / 166
- 思考题 / 166

<b>第五章</b>	<b>培训与指导</b> .....	<b>167</b>
第一节	培 训 .....	167
	学习目标 / 167	
	相关知识 / 167	
	一、培训内容和培训目标 / 167	
	二、培训计划与培训方法 / 169	
	培训流程 / 171	
	一、制订培训计划 / 171	
	二、编写培训教材 / 171	
	三、培训计划的实施 / 171	
	四、考核与总结 / 171	
	思考题 / 171	
第二节	设计指导 .....	171
	学习目标 / 171	
	相关知识 / 172	
	一、设计指导的内容和要点 / 172	
	二、设计指导的方法 / 173	
	设计指导流程 / 175	
	一、把握指导工作的内容和要点 / 175	
	二、明确设计指导工作的方法 / 175	
	思考题 / 175	

# 第一章 家纺设计的规划与指导

家用纺织品设计简称家纺设计。家纺设计的规划是家纺企业品牌战略的核心组成部分。高级家纺设计师不仅要参与家纺企业的品牌策划,还应当从创意的整体规划到运作参与实施和指导。同时,高级家纺设计师还要围绕家纺企业发展的长远目标做出相应的品牌发展策略规划并予以实施。

## 第一节 家纺设计创意规划

### ✿ 学习目标

通过对家纺设计创意综合知识、设计规划系统知识、创意规划表达方法的学习,将各种设计要素进行整合,确定创意主题和工作任务,制订完整的创意规划书。

### ✿ 相关知识

#### 一、设计创意综合知识

家纺设计创意是整个家纺设计的核心部分,设计创意的好坏决定了整个家纺产品设计的成功与失败。作为企业设计带头人的高级家纺设计师应在全面学习设计创意知识的基础之上,应根据企业的发展要求、企业的目标市场、目标消费群体的需求、行业发展的现状和竞争者现状,确定自身的设计创意主题和创意设计目标。从创意设计本身的要求来讲,高级家纺设计师需要对各种时尚流行元素和设计要素做出分析和研究,并按照差异化设计原则对本企业的产品设计做出风格定位。在实施设计创意规划中,设计创新能力是衡量家纺设计师素质高低的标准。因此,围绕这方面知识的学习对高级家纺设计师来讲是十分必要的。

#### (一) 家纺用品设计创意的原则

家纺用品的创意的设计原则,主要强调家纺产品实用、经济、美观三方面的有机结合与有效统一,这是家纺用品创意设计中最基本的设计原则。家纺创意设计的原则表现为五方面。

- (1) 以人的需要为本的原则。
- (2) 与时代俱进的设计思想。

- (3) 与新科技共创的设计方式。
- (4) 与国际时尚互动的设计理念。
- (5) 与使用环境相适的设计意识。

有关创意设计原则方面的知识可参考《家用纺织品设计师基础知识》第二章节具体内容。

## (二) 设计创意的定位

家纺用品设计创意的定位首先要明确为哪些人而设计家纺用品,同时要明确本企业设计出的家纺用品与其他企业产品相比,其特色在哪里? 创意的设计定位还应包括创意设计的时间因素和空间因素,以及使用家纺用品的目的性和针对性。

家纺设计创意定位的前提是对家纺消费市场以及目标消费群体进行调研和分析。市场调研包括对竞争对象和产品特点的分析研究。高级家纺设计师要在确定目标市场和目标消费群体的基础上,根据本企业的实际情况制订出设计创意的定位。

### 1. 设计创意的市场定位

对家纺行业来讲,确定目标市场是每一个企业经营决策的关键。目标市场的需求与变化决定了企业产品设计的方向。目标市场是企业正在和即将在其中开展产品推广和营销的那部分市场。其范围和特性相对确定,可以通过量化的数据进行定量分析,使企业对市场的认识更加精确,从而有针对性地提供满足需要的产品。通常某个企业都会有自己相对稳定的目标市场,而当新品牌和新的竞争因素加入其中之后,市场也会发生相应变化。在不断消长的动态市场之中,高级家纺设计师应十分敏感地掌握市场动态,适时地推出其创新设计,以便更有效地占领市场。

家纺目标市场可以按不同地域、不同经济、文化环境、不同消费群体来进行划分和确定,但作为高级家纺设计师,必须考虑本企业的实力与目标市场的相对对应性。一个家纺企业可以以国外市场作为目标市场,也可以以国内市场作为目标市场,可以以一线的大都市作为目标市场,也可以以二三线城市作为目标市场。市场是千差万别的,家纺企业提供给市场的家纺产品也要与之紧密对应。

在进行市场定位的过程中,家纺企业不可用一刀切的方式来确定市场营销方式,而应该根据市场细分的原则对市场做出分析,研究不同市场的价值取向和类型特征,以确定各类细分市场。市场细分一般以特定的地域环境、特定的消费对象以及消费者的消费心理、消费方式和行为来确定。其根本点是以设计创意满足特定消费需求为标准。

市场定位可以采用不同的方式确定。一个企业可以根据本企业情况重点选择一个细分市场作为目标市场,集中力量打开市场销路,也可以选择多个细分市场扩大本企业的市场占有率。在产品设计与市场营销相对应的前提条件下,一个企业可以采用单一品牌覆盖各个细分市场的运作模式,也可以根据企业条件采用多个品牌,有针对性地满足某一细分市场的运作模式。

家纺产品设计的市场定位从根本上来讲,是要按不同市场的特点选择企业的目标对象,做到产品适销对路。从经营的角度来讲,企业应根据各类市场对产品档次、品质、品位、价格的需求,选择本企业的经营模式与之对应。而从家纺设计师角度来讲,是要在目标市场的消费需求



方面做出选择,研究市场的需求变化,发掘潜在的消费诉求,以创新设计更好地满足和引导市场需求。

## 2. 设计创意的目标消费群体定位

高级家纺设计师要根据目标市场分析资料确定目标消费群体的基本特征和需求等,为创意设计做出指导。在进行消费群体的定位时,应从以下几方面进行论证。

(1)对消费者总体消费需求分析,确定消费群的消费特征以及时尚消费趋向。

(2)在企业经营过程中,对已经确定的消费对象的基本特征,包括消费者总体数量、年龄结构、职业、收入、受教育程度和分布情况等,了解其对家纺产品从设计角度提的意见和要求。

(3)了解现有消费者在选购家纺产品时的动机,购买频率、数量,选择的购物渠道和方式,确定其购买行为。

(4)分析消费者对各类品牌产品设计的认知度与满意度及消费者对具体产品设计的改进意见,掌握其消费心理。

(5)通过对购买行为与购买心理特征的分析,发掘出潜在的消费者和潜在消费需求。

(6)消费者对设计服务方面的特殊要求分析。

不同消费者对家纺产品的创意设计会有不同的选择。家纺产品除了质量、档次、价格等因素之外,在设计创意上会表达出不同的审美趣向,如时尚、传统、经典、前卫、豪华、简约等。家纺设计规划应根据目标消费群体的定位确定其产品设计特点和设计服务方向,体现出产品特殊价值。

## 3. 竞争对手分析与产品设计创意定位

设计市场定位重点体现在产品设计定位上。高级家纺设计师要通过对整体的设计策划将本企业的品牌形象、创意设计理念、实用审美特征等通过产品传达给消费者,使消费者得到认同并产生互动的效果。因此,产品定位是根据目标市场和目标消费群体特征而拟定的对应性产品策略。通过设计师的创意设计能够在消费者的心目中进一步明确本企业品牌个性形象,使产品拥有特定且稳定的目标消费群。任何产品在投放市场之后,都会面对同行业对手竞争问题。因而,在产品设计定位时要充分地考虑同类产品市场竞争问题,对竞争对手及其产品进行分析,以明确本企业产品设计发展的方向。

产品分析需要明确产品性能、质量、价格、材料、生产工艺、外观包装等方面与市场同类产品优劣势的比较。从竞争者分析的角度来讲,需要明确企业在竞争中的地位分析、企业目前经营状况的分析、企业在市场中的角色和企业竞争者的特点分析等。家纺设计规划应根据企业整个经营决策对产品创意设计做出市场的定位。产品设计定位可以从以下几个方面来划分。

(1)产品设计差异性定位(与市场同类产品相比,本企业的产品具有自身特色的明显差异)。

(2)围绕本企业的产品特点将各种设计要素加以整合的整体配套定位。

(3)产品在设计与生产技术、工艺特点的结合上表现自身特点的定位。

(4)根据目标消费者特殊的要求为消费者提供相应设计服务。