

全国高等院校艺术设计类“十三五”规划教材
普通高等教育艺术设计应用型与创新系列教材

装饰图案应用 设计与应用

主编 梁秀慧



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

全国高等院校艺术设计类“十三五”规划教材
普通高等教育艺术设计应用型与创新系列教材

装饰图案 设计与应用

主 编 梁秀慧
参 编 赵 蔚



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

装饰图案设计与应用/梁秀慧主编. —武汉:武汉大学出版社,2015.7
全国高等院校艺术设计类“十三五”规划教材 普通高等教育艺术设计应
用型与创新系列教材

ISBN 978-7-307-16376-8

I. 装… II. 梁… III. 装饰图案—图案设计—高等学校—教材
IV. J525

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 163104 号

责任编辑:辛 凯 责任校对:汪欣怡 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北金海印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:8.25 字数:169千字

版次:2015年7月第1版 2015年7月第1次印刷

ISBN 978-7-307-16376-8 定价:48.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

对于项目化装饰图案设计与应用的学习，传统教学中从美学角度出发的美学内容只是其中的一个组成部分，更重要的是设计师的设计服务精神。服务精神是现代商业设计师在实际的商业项目运作工作过程中必须具备的。这一精神引导设计师从企业、消费者的角度出发，有步骤、有方法、讲实效地逐步完成设计工作任务。服务精神的缺失或理解的错误，均会导致设计师对自身角色定位与功能的错误理解，最终影响设计的工作效率与效果，使设计工作无法真正达到设计服务的目的：提高企业竞争力、满足消费者生理、心理需求。本教材旨在完善设计师对真实的装饰图案设计项目运作的理解，提高设计师项目化装饰图案设计与应用的效率与效果，帮助其掌握项目化运作关键内容的实际能力。

目 录

第1章 项目化装饰图案设计与应用基础知识 / 1

- 1.1 项目化装饰图案设计与应用的定义 / 2
- 1.2 项目化装饰图案设计应用作用 / 3
- 1.3 项目化装饰图案的应用范围 / 4
- 1.4 项目化装饰图案的分类 / 4
- 1.5 材料、工艺、技术对装饰图案设计与应用的影响 / 7
- 1.6 装饰图案设计与应用的步骤、工作内容、设计目标 / 7

第2章 项目解读 / 9

- 2.1 项目流程基础知识 / 9
- 2.2 项目流程U形思维法 / 11
- 2.3 项目合同签订 / 12
- 2.4 项目进度计划表 / 12
- 2.5 企业需提供资料表 / 12

第3章 市场调查与设计定位 / 14

- 3.1 市场调查基础知识 / 14
 - 3.1.1 市场调查作用 / 14

3.1.2	市场调查意义	/ 14
3.2	市场调查步骤	/ 15
3.3	市场调查要点	/ 15
3.3.1	调查目的、目标、任务	/ 15
3.3.2	与市场调查相关的五大资源	/ 16
3.3.3	市场调查方案设计七个大 内容 12 小点	/ 16
3.4	组织开展实地调查	/ 21
3.5	调查结果数据整理与分析	/ 22
3.6	消费者洞察	/ 23
3.6.1	消费者洞察基本知识	/ 23
3.6.2	消费者洞察作用	/ 24
3.6.3	消费者心智模式	/ 25
3.6.4	消费者洞察基本原则	/ 25
3.6.5	消费者洞察方法	/ 27
3.6.6	消费者陷阱	/ 27
3.7	调查报告撰写	/ 28

第4章 定位设计策略、思路与构思 / 32

4.1	装饰图案设计定位策略基础知识与定义	/ 32
4.1.1	装饰图案设计定位策略前期准备六点	/ 33
4.1.2	装饰图案设计定位策略六大方面	/ 34
4.1.3	定位设计构思定义	/ 35
4.2	定位设计构思具体内容	/ 36
4.3	定位设计思路与构思的重要性与作用	/ 36
4.4	定位设计构思的目标	/ 36
4.5	定位设计构思的步骤与方法	/ 36
4.6	定位设计构思技巧与要点	/ 37
4.7	设计风格类别定位表	/ 41

第5章 方案定位设计与表现 / 44

- 5.1 装饰图案定位设计与表现基础知识 / 44
 - 5.1.1 装饰图案定位设计画面表达步骤 / 44
 - 5.1.2 装饰图案定位设计画面表达方法 / 46
 - 5.1.3 工艺技术对装饰图案画面表达与设计的影响 / 46
- 5.2 装饰图案设计元素的收集和确定 / 47
 - 5.2.1 设计基本构成元素收集与确定的过程与步骤 / 47
 - 5.2.2 装饰图案设计元素收集的作用、目的、要求 / 47
 - 5.2.3 装饰图案设计元素的收集方法 / 47
- 5.3 装饰图案画面制造美的手法——形式法则 / 51
 - 5.3.1 变化与统一 / 52
 - 5.3.2 对称与均衡 / 52
 - 5.3.3 条理与反复 / 53
 - 5.3.4 节奏与韵律 / 53
 - 5.3.5 对比与调和 / 54
 - 5.3.6 动感与静感 / 54
- 5.4 装饰图案画面表现手法 / 55
 - 5.4.1 彩色铅笔绘制法 / 55
 - 5.4.2 喷绘法 / 56
 - 5.4.3 剪纸拼贴法 / 56
 - 5.4.4 电脑处理法 / 56
- 5.5 设计元素图案造型分类 / 57
 - 5.5.1 植物设计元素图案 / 57
 - 5.5.2 动物设计元素图案 / 58
 - 5.5.3 风景设计元素图案 / 58

5.5.4	人物设计元素图案	/ 60
5.5.5	静物设计元素图案	/ 60
5.5.6	抽象几何设计元素图案	/ 60
5.6	设计元素造型设计方法	/ 61
5.6.1	规律条理	/ 61
5.6.2	夸张与省略	/ 62
5.6.3	加强与减弱	/ 62
5.6.4	添加与理想化	/ 62
5.6.5	拟人化与象征	/ 63
5.7	有意识地排列组合设计元素——骨骼	/ 63
5.7.1	独立纹样	/ 63
5.7.2	适合纹样	/ 65
5.7.3	连续纹样	/ 66
5.8	画面视觉效果的第一印象——色彩	/ 69
5.8.1	色彩基础知识	/ 69
5.8.2	色彩的灵感来源	/ 70
5.8.3	色彩配色步骤	/ 72
5.8.4	色彩的心理情感	/ 73
5.8.5	色彩的对比与调和	/ 75
5.9	系列化三大方法	/ 77

第6章 设计成品化 / 79

6.1	设计成品化基础知识	/ 79
6.2	常见视觉效果、材料、工艺参照表	/ 80
6.3	技术、材料、应用产业、工艺说明表格	/ 81

第7章 设计应用评价 / 91

7.1	设计结果应用评价的作用	/ 91
-----	-------------	------

7.2	设计结果应用评价中交流的方法	/ 92
7.3	图、文结合评价设计结果	/ 93
7.4	自我评价与他人评价	/ 95
7.5	优秀的项目化装饰图案设计师必备的意识	/ 95
7.6	成为优秀的项目化装饰图案设计师的方法	/ 95

第8章 地域特色传统装饰图案应用与流行

趋势案例赏析 / 97

8.1	地域特色传统装饰图案应用	/ 97
8.1.1	亚洲	/ 97
8.1.2	欧洲	/ 106
8.1.3	美洲	/ 110
8.1.4	中东与非洲	/ 112
8.1.5	大洋洲	/ 115
8.2	装饰图案流行案例	/ 117
8.2.1	流行色色彩专家 Pantone 企业	/ 117
8.2.2	国际面料展览会 TEXWORLD 展览	/ 119

参考文献

/ 121

第1章 项目化装饰图案设计与应用基础知识

本章概要:

1. 项目化装饰图案设计与应用的定义。
2. 项目化装饰图案设计与应用的作用。
3. 项目化装饰图案的应用范围。
4. 项目化装饰图案的分类。
5. 材料、工艺、技术对项目化装饰图案设计与应用的影响。
6. 项目化装饰图案设计与应用的步骤与工作内容。

学习重点:

1. 明确项目化装饰图案设计与应用。
2. 建立商业项目设计服务意识。

项目化装饰图案设计师必须建立“设计服务”理念，明确项目化装饰图案设计是企业服务的。为了达到最佳的服务效果，装饰图案设计结果需要在企业的成品控制、市场定位、价格定位、消费者需求、工艺技术和材料条件五大方面之间取得平衡。

为了避免落入常见的装饰图案设计误区（只重视图案的美观程度，忽视了装饰图案对企业、消费者、市场的影响），确保获得良好的设计结果，设计师应明确项目化装饰图案设计与应用的定义、作用、应用范围、分类、生产材料与工艺的影响、设计工作的步骤与内容，才能准确把握设计关键点。唯有这样，项目化装饰图案设计师才能为获得优良的设计结果，做

好观念上的准备。

项目化装饰图案设计与应用即是商业运作的装饰图案设计与成品化。装饰图案在商业设计中为什么存在？为什么会被使用？这两个问题同指一个答案：被装饰物通过使用恰当的装饰图案，令被装饰物产生取悦特定消费者、增加销售效果，最终提高企业竞争力的作用。

“取悦”这个动词具有强烈的服务意味，它描绘出一个清晰的场景。在这场景中有提供取悦的一方与被取悦的对象。提供取悦的一方是企业与设计师；被取悦的一方即是消费者。取悦消费者的方式即是提供消费者生理（功能）、心理（情感）需要、追求的装饰图案设计与应用。

1.1 项目化装饰图案设计与应用的定义

“项目化装饰图案设计与应用”涉及五个词汇，即“项目化”、“装饰”、“图案”、“设计”、“应用”。项目化装饰图案设计与应用这一活动是以“需求决定设计内容”；是有目的（需要解决什么问题）、有计划（步骤）地进行装饰图案设计（解决问题的方法）。为了使设计师清晰掌握项目化装饰图案设计与应用的内容，建立强烈的、不可动摇的商业项目设计服务意识，下文对项目化装饰图案设计与应用作具体的说明（见图 1-1 至图 1-3）：



图 1-1 意大利餐具公司 ALESSI 与台湾“故宫”合作作品：香蕉家族——香蕉小子红酒瓶塞



图 1-2 意大利餐具公司 ALESSI 与台湾“故宫”合作作品：香蕉家族——香蕉头领调味品



图 1-3 意大利餐具公司 ALESSI 与台湾“故宫”合作作品：香蕉家族——香蕉小子牙签盒

(1) 项目化：这里提到的项目化即商业化，具有清晰的商业运作特色。由于甲方（企业或需要设计方）产生了需要解决的问题，因此寻找乙方（提供设计服务方）共同找出解决问题的方法；双方通过建立项目的方式确定合作。

(2) 装饰：是艺术范畴内经常使用的一个专业词汇。它是一种艺术设计美化物体外观的手法。通过特定的工艺技术、材料，将符合需求的、事先构想好的、秩序化的视觉效果应用在某种物体外观上，使物体的外观呈现消费者所喜爱、欣赏的效果。

(3) 图案：图案是物体外部视觉效果的表现，主要特征具有秩序的美感，也就是排列整齐，装饰性强，统一之中又有变化。根据材料、工艺技术、功能需求、审美情感需求对物体外观进行具有规律特性的设计创作，完成包括色彩、图形、肌理、造型的美化。图案多用于纺织品、工艺美术品和建筑上。现代企业将图案这词解释为，在产品物体表面出现的有美化作

用的色彩、图形、肌理、造型花纹或图形。这种花纹或图形具有规律性、重复为特点体现企业的文化与品牌定位。

(4) 设计：由于出现了需要解决的问题，所以产生了设计，设计的过程就是寻找、确定、执行解决问题方法的过程。解决了存在的问题就可以提升使用者的生活品质。企业将解决目标问题的商业性的艺术计划和方案称为设计。装饰图案商业设计涵盖了装饰图案设计定位、装饰图案设计构思、装饰图案设计表达、装饰图案设计应用制作四大内容。

(5) 应用：通过制作材料、生产工艺技术把设计表达方案实物化、成品化。

(6) 项目化装饰图案设计与应用：项目化装饰图案设计与应用与生产、市场、消费相关。整个项目化装饰图案设计与应用活动就是：针对企业与消费者的需求决定设计内容，提供并执行解决办法。

设计师（乙方）根据企业委托方（甲方）的品牌定位、成本要求、市场需求、消费者需求、用户需求，应用物（产品）特点、技术与材料的多方要求，运用多种制造视觉效果的手法，围绕主题的表现内容，对生活原型进行概括、提炼、处理，获得设计元素，然后对设计元素进行有意识的排列组合，创造出具有强烈的形式感、规律化的视觉效果；使物体外观更能取悦消费者，促使消费者购买应用物（产品），最终提高企业的市场竞争力。

1.2 项目化装饰图案设计应用作用

项目化装饰图案设计与应用的作用是

多方面的。图案的设计与应用对企业而言可以起到圈定消费群体、提升销售价格、增加销售业绩、提高市场竞争力的作用；对产品自身可以起到美化外观，保护产品，增加附加值的作用；对消费者而言可以起到满足其购买欲望的作用；对使用者而言能令其在使用过程中，由于舒心的外观而感到愉悦，让使用者在使用物品过程中更容易克服有可能遇到的轻微困难（见图1-4）。



图1-4 圆点可挂小钟应用

项目化装饰图案设计与应用能够实现其作用的关键点是消费者购买行为的发生，因此，如何击中消费者的情感需求，促使消费行为的发生是最重要的。设计师只有真正体会到如何击中消费者的情感需求，如何开展情感化设计活动，才能使设计出来的装饰图案真正起到发挥满足消费者心理需求的作用。下面是对情感化设计内容的简单介绍：

情感化设计是通过实现物品外观设计（本能层次设计）完成的。

(1) 物品外观设计：属于本能层次的设计（是先于意识和思维的，它是外观要素和第一印象形成的基础。本能层次的设计更多强调产品给人的初步印象，着重于产品的外观、触感等）。

(2) 舒心的物品外观产生的愉悦状态使用户在使用过程中更容易克服问题。

(3) 由于形状和造型、生理的触感和材料的肌理、重量等，都对本能层次设计的直接情感反映有影响。因此，具备视觉和平面设计师以及工艺工程师的专业技能，才能进行有效的本能层次设计。

(4) 设计师在进行外观设计时，图案的设计构成元素、造型、骨骼、色彩、触感肌理、视觉肌理的直观感受、隐喻内涵的同时对消费者与用户产生影响。

项目化装饰图案是在应用物外观表面上呈现出特定的视觉效果，物体的外观视觉效果对消费者、用户产生最直接的初步印象，这一直接的初步印象先于意识和思维。符合划定的消费群和用户群的本能审美特点，才能准确传达产品品牌文化取向，观念价值。

1.3 项目化装饰图案的应用范围

项目化装饰图案应用的范围很广泛，最常见的有网络、新媒体、环境艺术、视觉传达、生活用品、纺织品、装饰品、服饰。

1.4 项目化装饰图案的分类

随着物质生产分工越来越细，图案设

计专业也进一步细化。图案涉及的范围非常广泛，根据不同的划分角度可以有不同的分法。由于项目化装饰图案设计与应用强调的是图案设计结果应用，是与具体的产品密切相关，本书采用应用图案物品的用途、材料、空间关系分类：

(1) 物品用途：分为日用品图案和陈设装饰品图案。日用品图案指我们日常生活所接触的衣食住行相关的物品装饰，首饰、服装、服饰、鞋包帽、家纺、玩具、模型、电器、广告、家具、器皿容器、五金、建材、文具、电子产品等。陈设装饰品图案主要是指以美化和点缀物品、环境为目的的物品，如书籍、壁挂、装饰品、工艺品、汽车内外饰、装饰浮雕等（见图 1-5 至图 1-10）。



图 1-5 物品用途分类：草编隔热垫应用



图 1-6 物品用途分类：圣诞树吊饰应用



图 1-7 物品用途分类：菠萝图案点心包装应用



图 1-8 物品用途分类：网页图案应用



图 1-9 物品用途分类：服装图案应用



图 1-10 物品用途分类：墙纸图案应用

(2) 材料：分为纺织品图案、陶瓷制品图案、玻璃制品图案、皮革制品图案、塑料制品图案、毛料制品图案、水晶制品图案、金属制品图案、木制品图案、石制品图案、纸制品图案等。另外还有不常用的天然材料制品图案：角、树叶、麦秆等（见图 1-11 至图 1-14）。

(3) 空间关系：可分为平面图案和立体图案。平面图案指在二维的空间里应用于平面设计意图的表现，如广告招贴、书



图 1-11 制作材料分类：墙壁涂料图案应用



图 1-12 制作材料分类：陶器图案应用



图 1-15 空间关系分类：瓷器二维图案应用



图 1-13 制作材料分类：瓷器图案应用



图 1-16 空间关系分类：木头摆件三维图案应用



图 1-14 制作材料分类：纤维画板图案应用

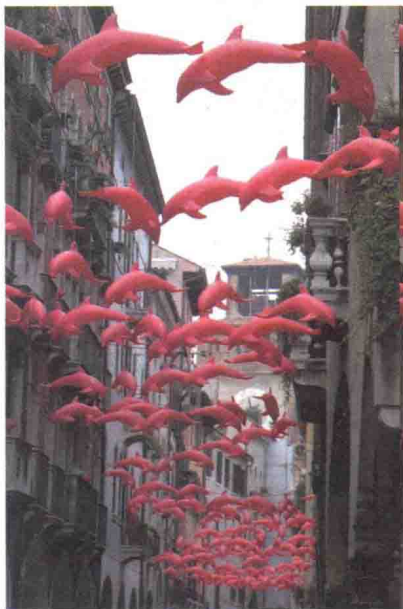


图 1-17 空间关系分类：环境三维图案应用

籍装帧、标志、染织图案等；立体图案则是指在三维空间里进行图案立体化设计（见图 1-15 至图 1-17）。

1.5 材料、工艺、技术对装饰图案设计与应用的影响

以前的装饰图案设计与应用受到材料、生产工艺、技术等多方面限制,所以具有小幅面、平面、套色简单的特点。

现代产品的工艺技术日益发达,项目化装饰图案设计与应用具备了大幅面、激光全息雕刻、三维立体、套色复杂,互动的特点。由于某一单项产品的图案设计涉及多领域的科学知识,所以现今单项产品的图案设计往往要求设计师具备多方面的生产工艺、材料知识(见图1-18和图1-19)。



图 1-18 材料工艺技术的影响: 伊斯兰手工编织地毯



图 1-19 材料工艺技术的影响: 机器编织地毯

1.6 装饰图案设计与应用的步骤、工作内容、设计目标

项目化装饰图案设计与应用的视觉效果主要由设计构成元素、骨骼、色彩、表达方式四者组成,其题材、内容、形状和制作过程,在广泛的实际应用中构成千变万化的表达形式。如何获得有针对性装饰图案设计表达形式,需要清晰了解装饰图案设计与应用的步骤(见图1-20)、工作内容、设计目标。



图 1-20 装饰图案设计与应用的步骤

项目化装饰图案设计师的设计目标是在最大程度上确保设计结果能满足设计委托方、营销、用户、消费者等多方面的需求,尽可能达到多方面利益的平衡。因此,唯一有效的设计步骤与明确的设计工作内容指向才能确保设计目标的达成。

项目化装饰图案设计与应用过程,主要由前期工作、中期工作、后期工作三大

步骤构成。这三大步骤细分为项目定案、市场调查、设计定位、构思、设计表达、成品制作、设计结果评估七个具体步骤。设计师可以在此基础上因应各具体项目需求进行增与减。

项目化装饰图案设计与应用三大工作步骤、七项细化步骤以及步骤作用如下表。

	三大工作步骤	七项细化步骤	步骤作用
1	前期工作内容	项目定案	如何开始项目化装饰图案设计
		市场调查	
2	中期工作内容	设计定位	推进项目化装饰图案设计进程
		构思	
		设计表达	
		成品制作	
3	后期工作	设计结果评估	评价项目化装饰图案设计应用效果,通过反馈意见对下一轮的设计与应用做好准备。

当设计师对“项目化装饰图案设计与应用三大工作步骤、七项细化步骤以及步骤作用”充分理解后,在开展设计活动的过程中就可以明确地知道:

何时及如何开始项目化装饰图案设计?

何时及如何推进设计流程?

如何评价设计的结果是否优秀?

作业训练

收集项目化装饰图案设计与应用案例

作业要求:

1. 收集六种设计品类案例:产品;建

筑;环艺;服装;纺织品;平面。

2. 每种设计品类各收集三款。

3. 图片质量要求:最短边不得低于10cm;分辨率不得低于180dpi。

训练目的:

1. 了解项目化装饰图案设计最终需要实现实体化、成品化;

2. 体会项目化装饰图案设计与应用服务精神。

本章注意要点:

设计师必须以服务的精神开展项目化装饰图案设计与应用活动。