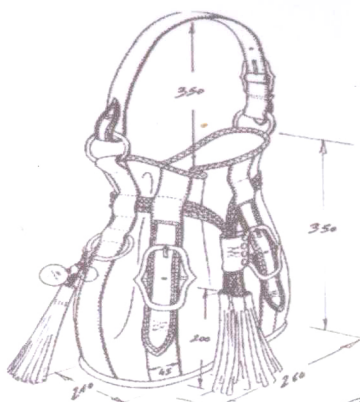




GAODENG XUEXIAO ZHUANYE JIAOCAI

• 高等学校专业教材 •

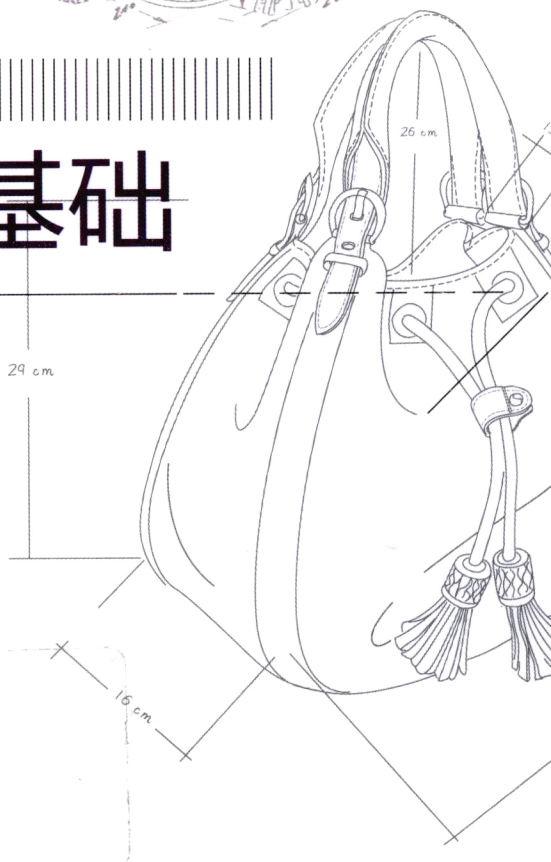


135111

# 流行包袋设计基础

Fundamental Design of Popular Handbag

曾琦 编著



中国轻工业出版社

高等学校专业教材

DESIGN

# 流行包袋设计基础

Fundamental Design of Popular Handbag

曾 琦 编著

 中国轻工业出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

流行包袋设计基础 / 曾琦编著. —北京: 中国轻工业出版社,  
2011.1  
高等学校专业教材  
ISBN 978-7-5019-7743-7

I. ①流… II. ①曾… III. ①手提包-设计-高等学校-教材 IV. ①TS941.729

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第137802号

责任编辑: 李建华      责任终审: 劳国强      封面设计: 锋尚设计  
版式设计: 锋尚设计      责任校对: 晋洁      责任监印: 张可

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京京都六环印刷厂

经 销: 各地新华书店

版 次: 2011年1月第1版第1次印刷

开 本: 889×1194 1/16 印张: 12.5

字 数: 307千字

书 号: ISBN 978-7-5019-7743-7 定价: 36.00元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

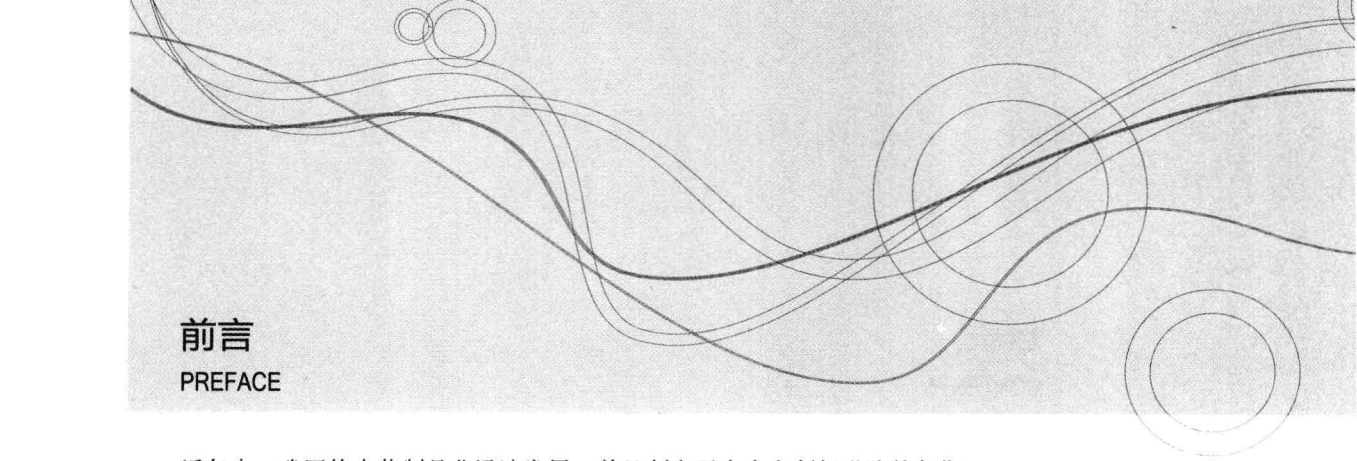
发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: [club@chlip.com.cn](mailto:club@chlip.com.cn)

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

090147J1X101ZBW



## 前言

### PREFACE

近年来,我国的皮革制品业迅速发展,并且制定了走自主创新道路的长期战略。包袋作为皮革制品的一个大类,其发展的动力与支撑很大程度上同样来自自主创新。自主创新战略需要大量专业人才的培养,特别是设计开发人才,因而包袋设计在业界越来越受到重视。在与之相邻的服装设计领域,国内外已经出版了相当数量的专业书籍,但就包袋设计领域而言,不论是出版的书籍还是引进的资料,与业界的需求和教学的需要存在较大距离。

本书最大的特点是把包袋设计与基础设计理论相结合的同时,更加注重揭示实际的包袋设计流程与方法,使设计师能更好地明白设计本身是以市场需求与消费者需求为目的。书中介绍了很多实用的操作性很强的市场与消费者调查方法、包袋设计方法,使其对学习包袋设计的学生或者从业人员有更多实际的指导作用。同时,笔者将在大学里讲授“包袋设计”课程中积累的经验和大量资料进行系统整理,并列举了一些设计图的实例以供读者参考。

本书力求做到涵盖全面,重点突出,全书共分十一章。第一章是包袋设计的概述,主要讲述包袋设计区别于其他设计的特点;第二章、第三章讲述包袋设计的要素,从造型、色彩、图案与材料几个方面展开;第四章讲述包袋设计与基本设计理论的结合;第五章介绍实际的市场与生产中包袋设计的程序步骤、操作方法;第六章介绍包袋的风格,并与一些品牌实例结合;第七章、第八章是包袋结构与部件设计方面的内容;第九章是包袋分类及系列设计;第十章是包袋效果图绘制技法的内容,列举了较多的实例进行讲解说明;第十一章主要讲解包袋创作设计的实践方法,旨在对读者的包袋设计学习与实践有良好启示。

本书内容大多来自笔者多年教学资料与经验的总结。因时间仓促,加之水平有限,书中纰漏与失误在所难免,恳请广大读者不吝指正。

曾琦

2010年6月

## 目录

### CONTENTS



- 第一章 包袋设计概述**
- 第一节 设计的涵义 007
- 第二节 包袋设计的特点 008
- 第三节 包袋设计的基本原则 009
- 第四节 包袋设计师应具备的素质 012



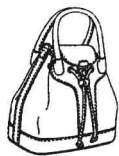
- 第二章 包袋设计的要素**
- 第一节 造型四大要素及其在包袋设计上的表现形式 017
- 第二节 色彩 028
- 第三节 面料与图案 037



- 第三章 包袋材料**
- 第一节 材料的分类 045
- 第二节 主要面料的功能特点 047
- 第三节 辅料的分类及功能 054
- 第四节 包袋材料的发展方向 058



- 第四章 包袋设计的原理**
- 第一节 形式美原理的内容 061
- 第二节 形式美原理在包袋设计中的应用 062



## 第五章 包袋设计的程序

第一节 前期工作 076

第二节 设计开发 081

第三节 后期工作 097



## 第六章 包袋设计风格

第一节 包袋设计风格的概念及意义 100

第二节 包袋设计风格的主要类型 101

第三节 包袋设计风格的特点 111

第四节 影响包袋风格的主要因素 112



## 第七章 包袋设计的关键结构

第一节 佩用方式 113

第二节 包体造型 114

第三节 开关方式 115

第四节 内部空间 120

第五节 尺寸确定 122



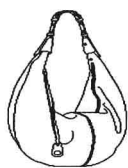
## 第八章 包袋设计的外部细节

第一节 功能类部件 127

第二节 装饰类部件 132

# 目录

## CONTENTS



### 第九章 包袋分类及系列设计

第一节 包袋分类方法 134

第二节 主要包袋类型 135

第三节 系列包袋设计 146



### 第十章 包袋效果图表现技法

第一节 基本工具与材料 151

第二节 包袋效果图的特点及类型 155

第三节 不同面料质感的表现 167

第四节 包袋效果图欣赏 174



### 第十一章 包袋创作设计方法实践

第一节 基于基本几何形态的设计 177

第二节 基于自然形态的设计 186

第三节 基于流行主题趋势的设计 187

第四节 基于生活方式的设计 189

第五节 基于地域特色的设计 191

第六节 基于满足特殊功能的设计 192

第七节 以其他艺术形式为灵感的设计 193

第八节 基于逆向思维的设计 196

第九节 基于服饰整体搭配的设计 197

参考文献 200



# 第一章 包袋设计概述

## 第一节 设计的涵义

设计的英文“design”来源于拉丁语的“designare”，由“de”和“signare”结合而成。“signare”的意思是“用记号表示告知”，所以“设计（design）”的原本意义应该是“用记号表示计划”。

经过长期的发展，现今在设计美学领域中所使用的“设计”一词，比最初有了更为丰富的内涵，说得简单点，设计就是将大脑中的计划或意图具体表现出来，创造出具体的、具审美性的形态。

这个概念有以下两层涵义：其一，设计是解决问题的方法和手段，即应用其解决实际问题；其二，设计是一种审美活动。这两个层面指具备功能性的“用”与装饰性的“美”，因此，设计追求的是一种“实用美”，这与追求纯粹之美的纯艺术是有区别的。具体地说，设计必须具备四个条件，即合理性、经济性、审美性和独创性。

（1）合理性是针对功能和结构而言，应选择合适的材料及工艺技术。

（2）经济性是指要以尽量少的材料费、加工费、人工费等成本来获得最好的效果。

（3）审美性是指适应时代与社会的要求，具有新鲜而有魅力的美。

（4）独创性是指具有创新性的原创。

在设计条件的基础上，可以把设计的概念归纳为：设计是按照目的进行创造的行为，必须满足“实用”与“美观”两个层面的需求，并按具体要求创造出功能性和装饰性的物质产品。

## 第二节 包袋设计的特点

### 一、包袋设计的基本理念

包袋设计是服饰设计中的一个重要分类，属于实用审美造型设计。包袋的种类多种多样，大小款式各不相同，但它们的最基本功能是相同的，就是容纳我们在短期迁移中所需的各种物品。包袋与人们的生活有着密切的联系，属于近身物品，所以在设计上应该基于人性和人的需要，这是包袋设计的基本理念。

### 二、包袋设计的分工

一般印象中，包袋设计似乎就是指包袋的款式设计。实际上，包袋设计还包括包袋的结构制图和工艺设计。虽然包袋设计师都应该掌握这三个部分的技能，这三部分设计也可以由一位设计师统一完成，但是由于社会分工的不断细化，人们开始强调用个人的最强项来组合，共同完成一件产品。因此，包袋设计的工作也顺应发展需要，划分为款式设计、结构制图和工艺设计三个方面，我们可以从表 1-1 中看出三部分设计分工各自的特点及相互关系。

表1-1 包袋设计的分工

| 分工名称     | 表达方式        | 工作特点             | 地位作用                    |
|----------|-------------|------------------|-------------------------|
| 款式设计     | 包袋设计效果图     | 借助美术形式表达的艺术性形象思维 | 整个设计的先导环节，确定造型、色彩、材料等要素 |
| 结构制图（出格） | 平面分解，画出纸格   | 借助工程制图的逻辑思维      | 整个设计的过渡环节，是款式设计成败的关键    |
| 工艺设计     | 文字、符号、图表、标准 | 制定工艺流程的工程性逻辑思维   | 整个设计的实物环节，是指导生产、保证品质的手段 |

### 三、包袋设计的基本流程

中的一部分。在具体的设计之前,有许多前期工作要做,设计之后也有后期的工作需要完成,所以完整的流程要包括市场调查、商品企划、设计方案、样品制作及调整、工艺生产和产品完成几个阶段。每个阶段都有需要开展的一些工作和需要完成的任务,而且阶段之间环环相扣,任何一环出了差错都可能影响后续工作的完成,如图 1-1 所示。

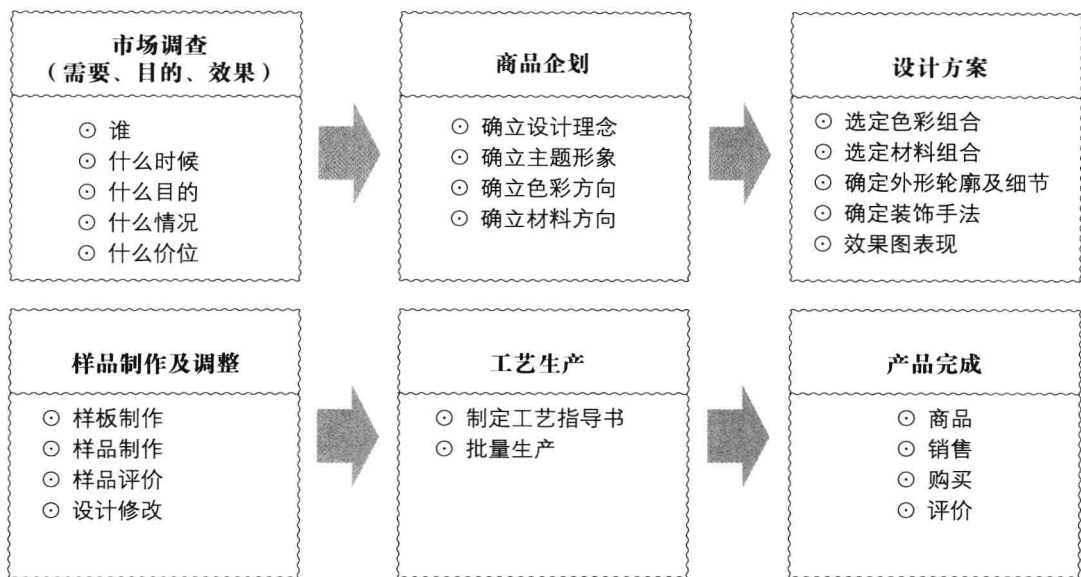


图1-1 包袋设计的基本流程

### 第三节 包袋设计的基本原则

作为实用艺术之一的包袋设计有着艺术设计和工业产品设计的双重特点,既要创意求新,追求艺术性,又要兼顾功能与工艺,着眼实用性。总的说来,包袋的设计并无定式,但要遵循以下几个基本原则。

#### 一、包袋设计要有艺术性

追求美是人类的本能。研究证实早在远古时期人类的祖先就把野兽的骨头、牙齿等通过打磨串成项链来装饰自己,可见拥有审美意识、向往美好的事物也是人类区别于动物的重要特点。那么包袋作为人类的近身物品,艺术美感是其吸引人们关注的首要要素,只有获得了审美认同,包袋才会有机会被人们了解和体会其实用性,才会有机会被人们拥有和使用,所以包袋自然也要求具

有装饰美感，并且已成为人们追求美、展现美的一种方式。

艺术美感并不是一个单一的特征，它在包袋上是有许多要素共同作用和体现出来的，比如外形、线条、比例、材质、色彩、图案、配饰等。这些要素相互影响，相互作用，共同构成包袋的整体艺术美感。如果这些要素之间的关系是和谐的、积极的，那么体现出来的艺术美感就强；反之，包袋就会缺乏艺术美感。

事实上，人们对于美的认识并没有统一的标准，不同的人对于美的感受力也有所不同。然而，从宏观上看人们对美的特征还是有共识的，我们完全能够通过学习和积累提升自己的审美能力，通过实践锻炼自己创造美的能力，使我们设计的包袋充满艺术的美感。

## 二、包袋设计要有实用性

作为有着具体功能的包袋，与服装一样，在具备美观性的同时需要具有实用性。如果说服装的实用性在于其能御寒、保暖和遮蔽身体，那么包袋的实用性就在于能盛放物品并随身携带。

然而，实用性也不是一个不变的标准，这个看起来十分简单的功能其实涉及很多具体的因素。比如使用包袋的人、盛放的物品、使用的场合等，这些因素的不同造成了包袋实用性的标准与内涵有所区别，也就是说，不同类别的包袋有着各自不同的实用性。举个例子，户外运动包的功能与晚装包的功能就相去甚远，评价它们是否实用显然就不能采取同一标准。现在的包袋有太多的类别，专业针对性也越来越强，只有深入了解每种包袋的用途、使用者、使用时间等这些影响因素，才能根据需求设计出针对性、实用性强的包袋产品。

## 三、包袋设计要有工艺可行性

包袋是一种实用性的产品，最终要以物质的形式表现出来，而不是只停留在设计图上供人欣赏。所以这决定了所设计包袋的结构和制作工艺要尽可能地利用产业现有的技术力量和技术设备来完成，或者是值得并且可能研制新的设备或技术来完成，而不应是可望而不可及的不合理设计，这就是工艺可行性最基本的涵义。

包袋设计的初学者常会遇到这样的情况，绘制出设计效果图异常漂亮，图案精美绝伦，却不知道用什么样的工艺去实现；创作的时候天马行空，对于如何制作成实物心里却没底，这便成了典型的“纸上谈兵”。其实包袋设计师工作远不止是外观设计，也要考虑到结构和工艺，一个不懂结构和工艺的设计师是

很难设计出好的包袋作品的。当今的工艺技术进步很快，在包袋制作上除了一些传统的工艺，还不时出现一些新的工艺和流行工艺，有时一款包袋的主要特色就体现在其精致完美或创新独特的工艺上，所以作为包袋设计师要不断学习，主动了解各种工艺的特点及适用性，为自己的设计选择最适合的工艺方法。

## 四、包袋设计要有创新性

在商品市场中，包袋与服装一样属于流行商品，流行商品的一大特点就是新颖、时髦，这里面就包含了创新的意味。

从发展的角度看，新的东西必然代替旧的，所以创新是必然的，在不断的创新中，时尚也不停更迭。从个体的设计来说，创新并不是在设计各个方面都要刻意追求标新立异，与众不同；也不是随意把从未使用过的元素拼凑起来就是创新。创新是在深入了解需求后而在设计某一方面有所突破，可以是款式，可以是风格，也可以是工艺或者材料。总之，在创新之处总是能看到设计的闪光点。

我国是世界皮具生产的最大基地，包括包袋在内的皮具的制造量占到了世界总量的 50% 以上。然而，其中很大一部分都是我国的企业为国外的品牌进行的贴牌生产，设计、功能等知识产权都为别人所有，可以说，我们只是在“制造”，而非“创造”。如何使我们的行业整体上从“制造”转变为“创造”，还有很多的问题要解决，但“创新”是其中必不可少的一个要素。只有当创新普遍成为包袋企业自然追求的目标和发展的动力后，整个产业的转变才能够实现。

## 五、包袋设计要有经济性

经济性是指所设计的包袋产品的价格应该与其产品市场定位相适应。包袋作为一种商品，必须在市场中被消费者购买才能实现其商品价值，由于消费者们各自的经济地位和需求不同，必然产生不同的消费层次，这就要求有不同档次的产品来满足不同层次的消费需求。

一般来说，一个企业或者一个品牌的定位是稳定的，不会轻易更改。那么，作为包袋设计师，必须使设计的作品与品牌的定位相一致，这里的定位除了风格定位、年龄定位和时尚定位外，非常重要的就是价格定位。价格定位对于设计师来说，是一个非常重要的影响因素，密切关系到材料的选择、配件的选择、工艺方法的选择等，因为这些因素都将作为产品的成本，直接影响到商品的价格。然而，这些因素又会作为设计的要素影响整个设计作品的效果，所

以设计师的工作就是要在既定档次的价格范围内平衡各要素的关系，尽可能地取得好的设计效果。

要把握好包袋设计的经济性原则，设计师必须对各种面料、辅料、配件的价格和成本，包括工艺的难易度和费时度等有所了解，还要了解各种档次的材料之间的匹配程度，避免几种材料之间档次差异过大的情况，并从整体上控制包袋的价格成本，使之符合其产品档次定位，做到包袋设计的经济性。

## 第四节 包袋设计师应具备的素质

许多包袋设计爱好者都梦想着能从事包袋设计事业，但对这项事业所需要的基本条件并没有足够理解或者说理解较为片面。许多人认为设计师的工作就是做商品发布秀，站在T型台上手捧鲜花接受祝贺，其实这只是很片面的。要想成为一名合格的包袋设计师并不是一件容易的事，只有具备充分的专业知识及良好的专业素养的人才有可能胜任这一工作。

### 一、专业知识

专业知识是指与包袋设计有关的学科知识，是可以通过比较系统的课程学习获得的。由于包袋设计是一门多学科交叉的应用型学科，所以与之相关的专业知识涉及人文科学、自然科学和社会科学中的某些学科。

#### （一）绘画基础与造型能力

绘画基础与造型能力是包袋设计师的基本技能之一，只有具备了这种基本技能，才能把脑中的设计理念及设计想法转化为物化形式展现出来。为了培养这种基本技能，一般专业院校的设计专业都开设了素描、色彩和三大构成（平面构成、立体构成和色彩构成）等专业基础课程。需要提醒的是，在以前这种能力主要通过手绘表现，随着计算机在设计中起到的辅助作用越来越大，熟练掌握计算机软件进行绘图和造型设计也成了当今包袋设计师必须掌握的基本技能之一。

#### （二）包袋结构与制作工艺知识

设计不是“纸上谈兵”，所有的产品设计最终都要以实物的形式展现出来，特别像包袋这种有实用功能的物品，不懂其结构原理和制作工艺，设计就会不

合理、不成熟，甚至无法实现。况且结构与整体造型效果密切相关，结构的改变能引起造型的改变，如果不通晓结构设计，我们对作品的欣赏只会停留在肤浅的表面，设计也只能是一个空架子，经不起推敲和考验。

制作工艺也是包袋设计的重要环节，不懂得各种缝制技巧和方法，也会影响我们对结构设计的学习。制作工艺更是会影响整体及细节的外观效果，不同的缝制方式能产生不同的外观效果，甚至是特别的肌理效果。所以一个合格的设计师必须了解包袋结构和工艺制作的知识，熟知各种加工设备及包袋缝制专用机件，才能在设计运用中得心应手。

### （三）材料知识

材料是构成包袋的物质基础，设计师只有了解各种面料及辅料的特点，才能为包袋选择适合的材料，更好体现包袋的风格与造型。有时候一款包袋材料选择的好坏，直接关系到包袋产品最终的外观效果与使用功能。材料的选择并不是越稀有、越名贵就越好。包袋作为商品有其自身的品牌定位及其目标市场，作为设计师，只有综合考虑外观、功能、价格等各种因素，才能为包袋选择最为适合的材料，特别是当今科技一日千里，各种新型材料、高科技材料层出不穷，就算是传统材料，在工艺技术的发展中也呈现出了空前的种类繁多与效果各异，设计师只有不断学习，才能跟上时代步伐，使自己的设计视野更加开阔。

### （四）设计理论及方法

设计一两个包袋可能只是需要灵感或者经验就够了；如果想要长期从事包袋设计的工作，并且使自己的设计能力稳步地不断提高，成为多产高效的专业包袋设计师，就需要系统的设计理论和设计方法作为指导。这些理论和方法并不是抽象枯燥的教条，而是用于我们设计实践的理论指导，因为设计不只需要感性思维，更需要理性思维，设计的理论和方法也不是凭空捏造的，而是前人在设计实践中总结升华而成的，它的作用是要用于指导更多的设计实践，并且这些理论与方法也要随着实践不断地发展完善。所以，作为一名包袋设计师，系统地学习设计理论及方法是十分必要的。只要不把理论当做死教条，实践的时候灵活运用，对自身设计能力的提高大有裨益。

### （五）市场营销学与消费心理学知识

一名成功的设计师首先应在市场上取得成功，消费者对品牌和商品的认可是对设计师的最大肯定，设计的产品也只有得到市场和消费者的认可后才能实现其价值。所以，为了在设计的时候有的放矢，设计师必须学习市场营销学与消费心理学的知识，学会在纷繁的市场需求中找准自己设计产品的定位，深

刻分析产品目标群的生活方式，把所得的信息始终贯穿在自己的设计中，并时刻紧盯市场变化，不断研究和预测市场流行，准确地把握公司品牌的定位和风格，这样，设计出来的产品才会是市场需要的产品，消费者认可的产品。所以，现代设计最忌讳闭门造车，设计师要深入了解和自己产品相关的市场信息，运用所学的市场营销学与消费心理学知识，才能获得成功。

## 二、专业素养

### （一）敏锐的感受能力

对于包袋设计师来说，对包袋的形、色、质的组合变化以及与包袋相关的所有事物拥有敏锐的感觉和洞察力是十分重要的。包袋设计师要有意识地培养自己敏锐的观察与感受能力，这种感受能力不仅包括对自然中形态、色彩的感受与提取，还包括对社会现象的观察与感知，对一段时期内包袋设计的变化与趋势的反应。因为包袋作为服饰的一部分，与社会的动态需求、经济情况的调整变化、消费群体的审美趋向等息息相关，一个方面的变化就可能引起其他方面的连锁反应，所以设计师要训练自己在纷繁的社会现象中感知影响包袋设计变化的因素，才能不断推陈出新。

有些人敏锐的感受力是与生俱来的，但这也完全可以通过后天有意识地培养提高，要注意平时多观察、多比较、多联想，并适时地抓住时机。比如，近年来环保主义的流行，许多手袋品牌和设计师都推出了具有环保意识的包袋，取得了不俗的效果。

### （二）艺术修养

包袋设计是科学也是艺术，是一门实用审美造型设计艺术，目的是为满足人们某些功能需求的同时，美化人们的生活，所以要使作品充满艺术魅力，需要设计师具有良好的艺术修养。虽然设计的过程有一般的设计原理和方法指导，但从设计的最初构思和草图阶段开始，就一直需要艺术性的思维参与思考。比如对造型的把握、色彩的安排、材料和细节的处理等，无不体现了设计师的综合艺术修养，展现出设计师的品位。

任何人的艺术修养都不是先天的，都是需要在艺术创作或艺术欣赏的实践中逐步锻炼和培养的，作为设计师更要有意识地锻炼。首先要多读、多听、多看，多接触各种艺术形式和艺术流派，只有在博览的基础上，才有可能辨别真伪优劣，培养出较高的艺术鉴赏能力。各种艺术形式之间都存在有机的联系，各种艺术流派之间也是有内在联系的，只有广泛通晓（不一定需要精通），才可能有比较有鉴别，才可能采各家之精华，培养起高尚的艺术情趣。设计师是

为人们带来美的，只有设计师本身拥有高尚的审美情趣与独到的艺术见解，才能把自身所感受到的美融入设计作品中。

### （三）创新意识

独创性和想象力是设计师的灵魂，如果没有丰富想象力和创新意识，只会抄袭或者模仿别人的作品，跟随别人的设计人云亦云，技能再好都只能称为工匠或技师，而不能成为真正的设计师，因为这样不仅自身的设计能力无法提高，设计的作品也会失去个性。

设计的本质是创造，设计本身就包含了创新的含义。对于设计师来说，应该把创新意识培养成为一种习惯。我们周围的自然界中的花鸟树木，生活中的艺术文化，音乐、舞蹈、诗歌、文学，甚至现代的生活方式，都应成为我们创新的源泉，带给我们启迪和设计灵感。创新首先要求我们学会观察，练就一双能够发现美的眼睛、一颗能够感受美的心灵与一双能够创造美的双手，只要自身足够地重视，有意识地进行锻炼与培养，创新能力是能够不断得到提高的。

### （四）沟通表达

沟通是人与人之间互相了解的基本途径，沟通表达能力的好坏直接影响到个人的思想、意见能否被他人接受，作为设计师来说，沟通表达的能力尤为重要。因为设计师的工作不是独立的，它上承市场调查、产品企划等工作，下又接制版出格、生产制作与商品销售等工作，处在链条的中间环节，这就要求设计师必须具备良好的沟通表达能力，与之前和之后的工作人员充分沟通讨论，才能拿出合情合理的设计。

比如有的时候，能够在纸上画出的效果图在结构上或者工艺上却是无法实现的或者是有缺陷的，这种时候如果设计师具有较强的沟通能力，就能与制版技师和样品技师及时地沟通交流，一起讨论出合理的修改方案，拿出最优化的设计，取得良好的效果；如果这时设计师缺乏沟通表达能力，不愿与人交流，固执己见，那么只能造成与其他同事各执一词，实现不了理想的设计效果。

加强沟通表达能力的训练关键是要转换观念，不能一切以自我为中心，要学会尊重他人，倾听他人的意见，毕竟设计师不是在为自己设计，而是在为市场设计，市场的承认才是对设计师最好的肯定。只要有了这种观念的指导，再加上有意识的锻炼自己的沟通与表达能力，做到主动与人沟通交流是不难的。

### （五）主动实践

设计工作本身就是一项实践性的工作，任何只是“纸上谈兵”的设计都不

能称为真正的设计，所以作为设计师一定要主动寻找各种实践的机会并主动参与，这样才能在实践中检验自己的设计水平，并不断改进与提高。

作为还在学校学习包袋设计的学生来说，实践的机会包括参加各种包袋类设计比赛、包袋制作比赛、生产实习或者参与企业的包袋产品开发等，这些实践都是十分难得的锻炼机会，对于以理论学习为主的在校学生来说，这些实践不仅能检验所学的设计理论与自身的设计能力，实践的过程还能锻炼意志力、沟通能力和动手能力，对于设计水平的提高大有帮助。对于已经进入企业从事相关工作的初级设计人员来说，也要积极参与企业每季的新商品企划开发工作，寻找实践机会。就算无法参与核心设计工作，参与与设计相关的市场分析、品牌定位，材料选择、扣件辅料选择等工作也是非常好的实践机会，因为一个成熟的设计师考虑的绝不只是设计本身，与设计相关的一切都要成为考虑因素，所以主动实践可以说是一种态度，有了这种态度，你才能随时寻找机会主动锻炼，并在实践中不断总结，不断进步。

## （六）求精敬业

梦想从事包袋设计的初学者往往很容易注意到成功者头上的光环，认为设计师的工作十分容易得到鲜花与掌声。但事实上，设计工作是一项艰苦的事业，充满着挑战性与创造性，需要付出很多的辛勤与汗水，意志力薄弱的人是无法成为优秀设计师的。

再者，设计工作需要不断地进取与创新，要想不被时代所淘汰，跟上市场需要甚至超前于市场需求，设计师更是要不断学习，超越自己，才能有所发展。所有这一切都需要立志成为包袋设计师的人要有出色的敬业之心，顽强的意志和精益求精、锲而不舍的精神，愿意为之付出辛劳与努力，才能在充满挑战与困难的路途上形成强有力的精神支撑，迎接一个又一个的考验，最终使自己的设计水平日臻完善。