



“十三五”江苏省高等学校重点教材



# 家居产品

JIAJU CHANPIN PEITAO SHEJI

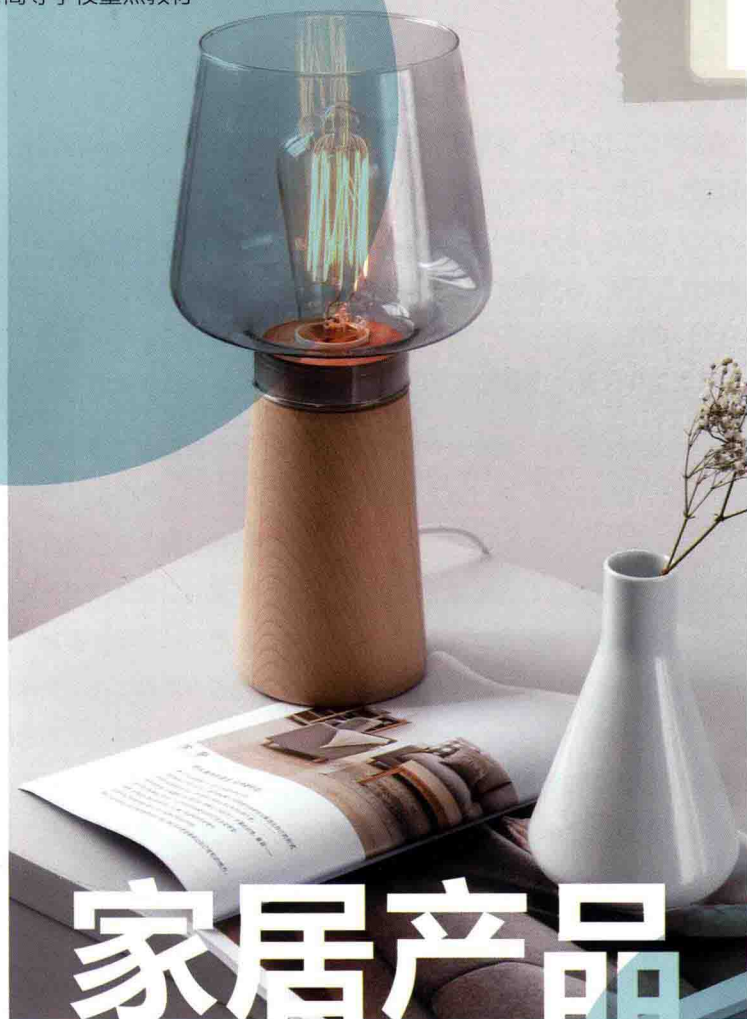
# 配套设计

姜冬莲 任健 主编  
汪智强 副主编

东华大学出版社



“十三五”江苏省高等学校重点教材



# 家居产品 配套设计

姜冬莲 任健 主编  
汪智强 副主编

东华大学出版社  
· 上海 ·

## 内容提要

本教材以项目为引领,结合典型工作任务,依据实际工作任务案例,提取其中的相关知识点,共设三个项目、九个典型工作任务。项目一“家居产品配套设计的知识储备”包括三个典型工作任务,主要涉及家居产品配套设计的基本概念、流行趋势、风格流派、设计方法与家居空间布局规划等内容;项目二“家居空间产品配套设计与实践”包括四个典型工作任务,主要介绍客厅家具、卧室纺织品、餐厨灯具及家居五大空间的装饰摆件与植物花艺产品配套设计等内容;项目三“家居配套产品手册版式设计及编排”包括两个典型工作任务,主要包括家居配套产品手册封面与标准版面及产品手册编排设计等内容。

本教材适合作为高职院校艺术设计、产品设计和室内设计等专业的教学用书,也可供相关企业从事设计工作的技术人员参考。

## 图书在版编目(CIP)数据

家居产品配套设计 / 姜冬莲,任健主编. — 上海:  
东华大学出版社, 2018.8  
ISBN 978-7-5669-1413-2

I. ①家… II. ①姜… ②任… III. ①家具—设计  
IV. ①TS664.01

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 123542 号

责任编辑:张静  
版式设计:唐蕾  
封面设计:魏依东

出版:东华大学出版社(上海市延安西路1882号,200051)

本社网址:<http://dhupress.dhu.edu.cn>

天猫旗舰店:<http://dhdx.tmall.com>

营销中心:021-62193056 62373056 62379558

印刷:深圳市彩之欣印刷有限公司

开本:889 mm × 1194 mm 1/16 印张:12.75

字数:449千字

版次:2018年8月第1版

印次:2018年8月第1次印刷

书号:ISBN 978-7-5669-1413-2

定价:79.00元

# 前言

本教材是因家居软装这个新兴热门行业孕育而生的。随着生活水平的提高,人们对居住环境的追求越来越高。家居软装受到了越来越多的家庭的关注,市场对相关产品的设计与应用也提出了更高的要求。从2000年至今,全国家居产品消费量以年均30%以上的速率增长,家居产品配套设计已形成一个新行业。该行业针对的市场主要是人们日常生活中必需的艺术化的家居配套产品,如家具、灯具、窗帘、布艺、工艺品、装饰画、摆件、陶瓷、花艺绿植等。在日常生活中,将这些家居配套产品进行有机陈设,实现居住环境的舒适性、文化性和艺术性,已成为现代人理想的生活方式和内容之一。

目前,我国提倡跨领域、跨专业的文化产业创意,这意味着设计资源的整合,同时表明在全球发展进程中,设计产业的战略地位和作用日益凸显。在“中国制造”向“中国设计”转型的过程中,创新设计教育起着关键性的作用。

家居产品配套设计是一门综合性的艺术,要求设计人员具有较全面的综合应用能力,如对产品材料的了解与应用,对产品结构与工艺的了解,对样式造型、图案色彩的应用,以及对产品流行趋势、市场消费动态与消费心理的认知,等等。目前,我国很多企业急需这种既懂理论又能实践,既懂材料又能进行工艺结构设计的人才。

本教材编写以项目为引领,结合典型工作任务,依据实际工作任务案例,提取其中的相关知识点,融合“艺、技、商、创”的人才培养要求,依据家居行业有关岗位知识与技能需要组织内容,适合高职院校艺术设计、产品设计和室内设计等专业的教学。本教材共设三个项目,即家居产品配套设计的知识储备、家居空间产品配套设计与实践、家居配套产品手册版式设计与编排,其中项目一主要涉及家居空间与产品配套的流行趋势调研、风格的提案制作、设计方法与布局规划等内容,项目二主要涉及客厅家具、卧室纺织品、餐厅灯具及五大空间装饰摆件与植物花艺的配套设计等内容,项目三主要包括产品手册封面与标准版面设计、产品设计手册编排等内容。

本教材紧密结合高职院校课程改革需求,着重复合型、创新型人才的培养,按照当前人才培养方案与市场人才需求,跨专业、跨学科,将室内设计、视觉传达与家纺设计等专业的有关课程内容进行整合,以家居空间为主线,以项目为导向,通过设计典型工作任务,将家居产品配套设计所涉及的主要知识点和技能融入各工作任务。内容以“必需”“够用”为度,知识点由浅入深、循序渐进,强调实用性、可操作性和可选择性。通过本教材的学习,学生能够较系统、全面地了解家居配套产品的新工艺、新材料、新功能,加深对新产品开发、设计的认识,掌握有关的基本知识和技能,从而具备家居产品配套设计能力。

本书由姜冬莲、任健担任主编,汪智强担任副主编,其他参编人员还有张华、张盼和李楠。全书由姜冬莲统稿。项目一由姜冬莲编写;项目二任务二的相关知识点小案例由张华提供,任务三的部分图片由李楠编辑提供,任务四的部分图片由张盼编辑提供,其余由姜冬莲编写;项目三由汪智强编写。

该教材内容涉及范围广,且以艺术与技术、产品与商品的无缝对接为理念进行梳理,因此更具时代性。但由于时间紧,加之编者水平有限,难免存在不足之处,敬请读者批评指正。

姜冬莲

2018年3月

# 目录

---

项目一 家居产品配套设计知识储备 .....	1
任务一 家居空间与配套产品的流行趋势 .....	1
任务二 家居空间装修设计风格 .....	10
任务三 家居产品配套设计方法与布局规划 .....	30
项目二 家居产品配套设计实践 .....	43
任务一 家具配套设计 .....	43
任务二 纺织品配套设计 .....	67
任务三 灯具配套设计 .....	105
任务四 装饰摆件与植物花艺配套设计 .....	139
项目三 家居配套产品手册设计 .....	171
任务一 家居配套产品手册封面与标准版式设计 .....	171
任务二 家居配套产品手册编排设计 .....	187

# 项目一 家居产品配套设计知识储备

## 任务一 家居空间配套产品的流行趋势

【任务名称】流行趋势调研

【任务内容】色彩流行趋势、面料、图案、家居装修风格调研

【学习目的】通过流行趋势调研，学会搜集与查阅资料，并能对所搜集的资料进行归纳和总结，为后续产品配套设计构思和设计提案制作打基础

【学习要点】流行趋势主题、色彩、样式、材料及家居装修风格的调研

【学习难点】对流行趋势调研所搜集的资料进行归纳和总结

【实训任务】本年度秋冬季家居产品流行趋势主题调研与设计提案制作

### 1. 项目案例：“2018/2019 中国家用纺织品流行趋势”解读

#### 1.1 主题分析

由中国家用纺织品行业协会组织的“2018/2019 中国家用纺织品流行趋势”于2017年8月在上海“中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会”上发布。通过对国内外市场的充分调研分析，从消费者的生活方式和情感需求出发，推出了回归本真（图1-1-1）、联系感知（图1-1-2）等流行趋势主题，向行业及大众传达新一季家纺流行风尚的同时，引导企业进行产品研发，促进家纺行业的设计创新。



图 1-1-1 回归本真

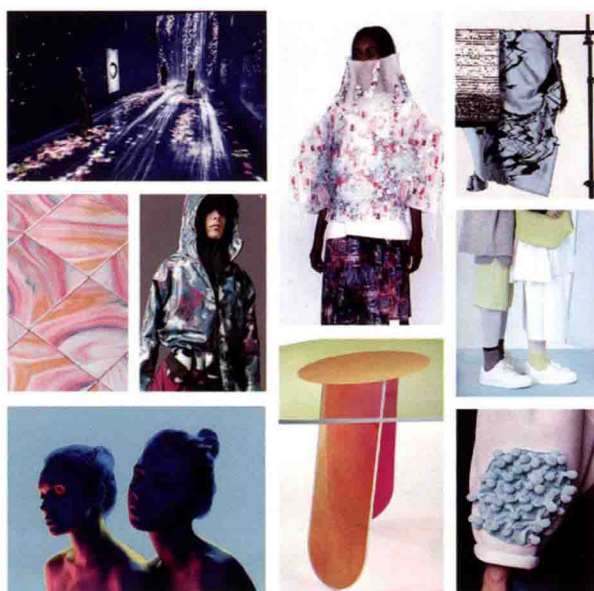


图 1-1-2 联系感知

## ■ 主题：回归本真

**关键词：**自然界、数字化、乡土气息、天然材料、废物再生产。

**阐释：**这一主题的灵感源于自然界和与之相关联的事物；数字化的日益普及和它对人们所产生的紧迫感；人们对材料产地、生产方法及资源利用的兴趣日趋增长，尤其是对具有浓郁乡土气息的事物的兴趣复燃；废弃产品、工业产品、可再生利用与回收及天然材料的废物再生产。

## ■ 主题：联系感知

**关键词：**数字、信息、虚拟物质、技术改变、互动方式、视觉感受、声、光、电、运用。

**阐释：**这一主题的灵感源于数字、信息、虚拟物质与人们的互动方式。当今是信息化时代，信息数字化越来越为人们所重视。这种技术改变了人们的互动方式，改变了人们对世界的感知，改变了有形与无形、物质与非物质的关系。这种变化导致了一种新的数字化的视觉感受的诞生，如声、光、电在服饰、环境和家居产品中的运用。

## 1.2 色彩分析

### ■ 回归本真主题色彩

主题色彩表现人们对自然界的特别关注，尤其是体现原始环境中表现出来的能量与活力、自然界中具有浓郁乡土气息的天然材料传达出来的平和与宁静的色彩。这一主题的草木绿色体现出人们试图与周围环境重建连接、亲近自然的意愿。如图 1-1-3 所示。

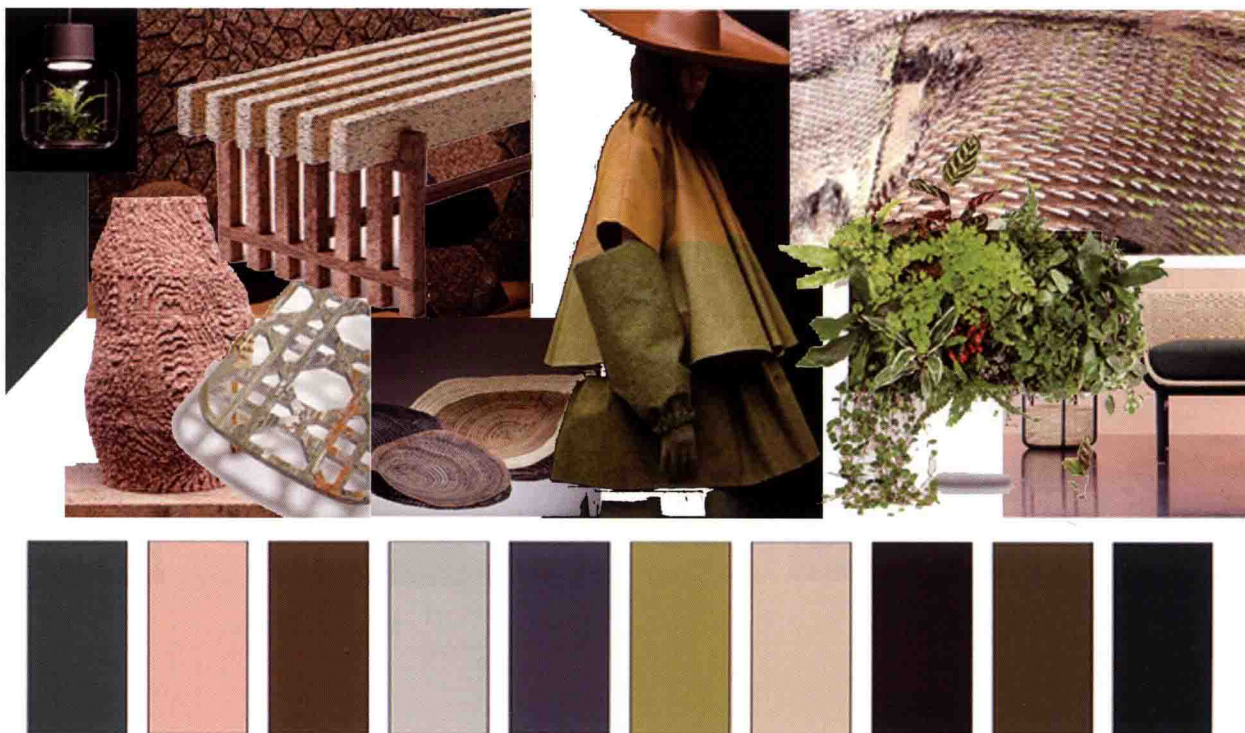


图 1-1-3 回归本真主题色彩提炼

## ■ 联系感知主题色彩

这一主题提炼了数字化、信息、虚拟物质的概念,将一种新的迷幻意象,如现实与超现实共生交融的景象,推至人们的视觉感官中。该主题色彩由清晰、明艳的紫罗兰色,以及唤起数字化景观的太空蓝等冷色调构成。如图 1-1-4 所示。

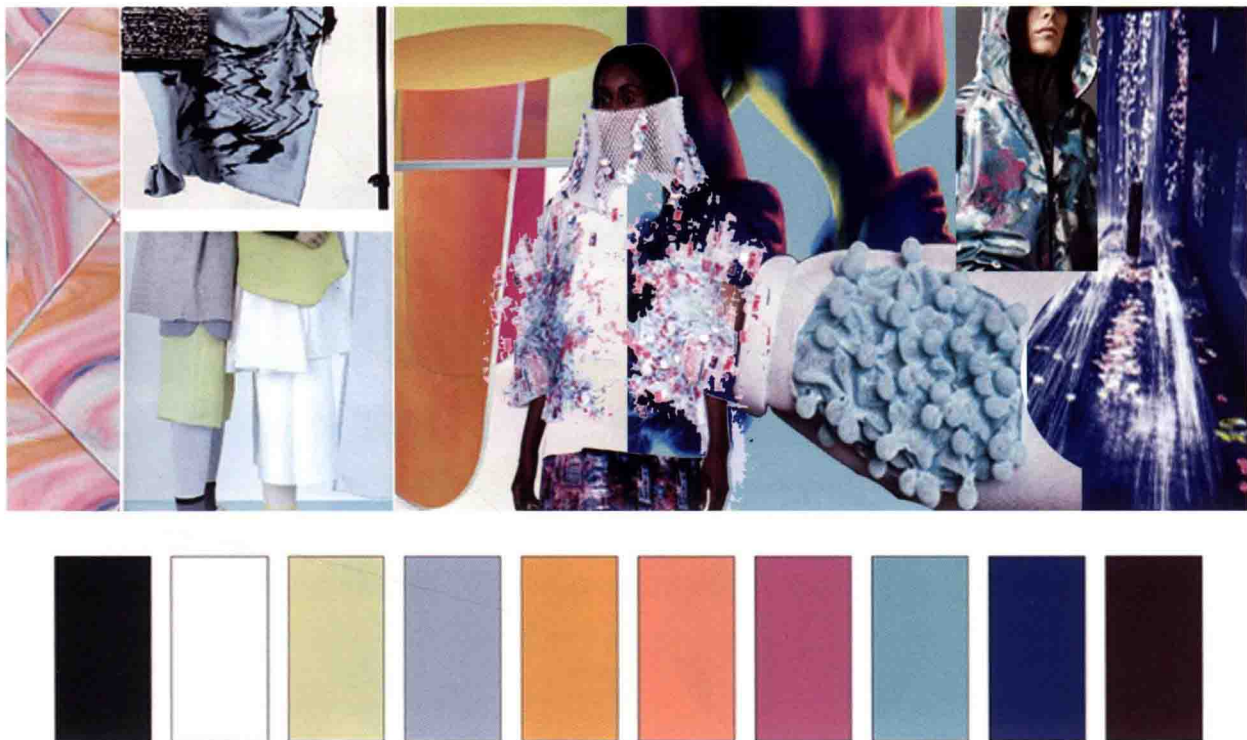


图 1-1-4 联系感知主题色彩提炼

## 2. 相关知识点

### 2.1 流行趋势的概念及影响家居产品流行的因素

流行趋势是指一个时期内社会或某一群体中广泛流传的生活方式,是一个时代的表达。它是在一定的历史时期内,有一定数量范围的人,受某种意识的驱使,以模仿为媒介而普遍采用某种行为、生活方式或观念所形成的社会现象。

家居产品或其中某一产品的流行,是一种复杂的社会现象,体现了整个时代的精神风貌。它包含社会、经济、政治、文化、地域等多方面的因素,是与社会变革、经济的兴衰、人们的文化水平、消费心理状况及自然环境和气候条件紧密相连的。影响家居产品流行的因素有自然因素、社会因素、心理因素。

#### ■ 自然因素

因地域不同和自然环境差异,家居产品形成了各自的特色,从世界各地的家居产品发展过程来看,都是顺应本地域的自然环境和条件而进行的。自然因素对家居产品流行有一定的影响,这种影响常常是外在和宏观的,主要包括地域因素与气候因素。图 1-1-5 所示为我国南北方家居装饰风格。

1) 地域因素。身处平原和大城市的人们更容易接受新观念并对流行产生推动作用，能够及时获悉并把握家居产品的流行信息，并积极参与潮流。身处小城镇或者边远山区、岛屿的人们会固守自己的风俗习惯和家居行为。因此，形成了一些极具地域特色的家居风格。

2) 气候因素。家居及家居用品是人们生活的基本内容。在不同气候的地区，人们的生活习惯不同，他们对家居及家居用品的喜好和要求自然也不同。



图 1-1-5 我国南北方家居装饰风格

## ■ 社会因素

各个历史时期的政治运动、经济发展、科技进步及文化思潮的变化都可以在家居流行中以不同的面貌特征反映。也就是说，每个时期的政治状况、经济与科技状况、文化艺术、价值观念、生活方式等方面都影响着人们的思想意识和审美情趣，从而在家居上体现出来。

1) 政治因素。它是造成家居流行的外部因素，同时也影响人们的生活观念、行为规范。

2) 经济因素。经济的发展刺激人们的消费欲望和购买能力，使市场需求扩大，因此设计推陈出新，创意层出不穷。另一方面，市场的需求促进生产水平提高与科技进步，家居材料及其工艺都得到发展。

3) 科技因素。科技的发展促进了现代家居行业的发展，也促进了流行信息的交流与传播。在当代科技驱动下，面料研发在注重装饰性的同时更注重功能性。轻薄的尼龙强调光泽感、纸感、微肌理及锡箔纸般的金属抓皱效果；欧根纱沉浸于从视觉到听觉的双重感受，经过摩擦传递出悦耳的沙沙声；PVC 涂层面料创造性地用于日常着装与家居产品的饰面；漆皮外观的防护面料回归经典与实用，通过双面复合或表面处理迎合都市外观；经典的威尔士格、塔特萨尔花格、细条纹展现了现代化的演绎。如图 1-1-6 所示。

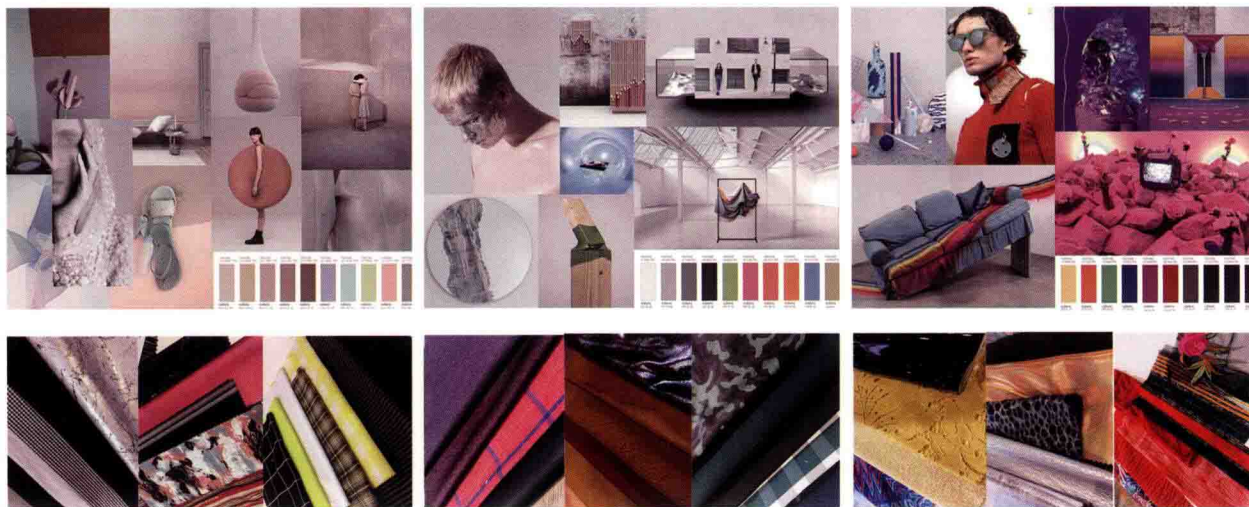


图 1-1-6 科技因素与面料流行趋势

4) 文化因素。任何一种流行现象都是在一定的社会文化背景下产生和发展的。因此,文化因素必然受到社会的道德规范及文化观念的影响与制约。东方文化强调统一、和谐对称,色彩上带有一种潜在的神秘主义,而西方则强调外向性,在外形上有极强的造型意识,重视设计的个性特征。

5) 艺术思潮。历史上有哥特式、巴洛克、洛可可等艺术风格及艺术思潮,其精神内涵都在家居中反映,特别是1919年,以现代主义设计运动闻名的德国包豪斯设计学校成立,提倡技能主义是包豪斯的设计思想,从此家居设计进入一个功能主义时代。

6) 生活方式。生活方式直接影响人们对家居的态度。20世纪60年代,随着世界经济的发展与年轻消费群体的产生,人们的生活方式发生了巨大变化,各品牌商出售的不再是产品,更是一种生活方式。

### ■ 心理因素

影响家居产品流行的心理因素概括起来有爱美心理、喜新厌旧的心理、突出自我的心理、趋同从众的心理、模仿心理等。

## 2.2 流行趋势的周期与特征

### ■ 流行趋势的周期

- 1) 创新。流行先锋在一个流行循环的创新阶段就采用新款式。
- 2) 兴起。时尚领袖和早期的流行追随者在兴起阶段介入。
- 3) 接受。大众市场的消费者采用新款式的时机在接受阶段。
- 4) 消退。晚期的流行追随者在消退阶段采用新款式。
- 5) 萎缩。与流行无缘或反应迟钝的个体在萎缩阶段采用新款式。

### ■ 流行趋势的特征

- 1) 新颖性。它是指基于消费者寻求变化和求新的心理,人们希望突破传统,期待并肯定新生。因此,

家居品牌要把握住消费者的“善变”心理，迎合消费者“喜新厌旧”的需求。如图 1-1-7 所示的榫卯结构的核桃木边几与新工艺材料座椅，其设计创意新、材质先进、样式新，引发了家居软装配饰新潮流。如图 1-1-8 所示的花造型与细花纹沙发，采用植物造型，以细花纹、自然卷曲的线条与花卉图案装饰，具有明显的新颖性特征而成为流行。



图 1-1-7 榫卯结构的核桃木边几与新工艺材料座椅



图 1-1-8 花造型与细花纹沙发

2) 短时性。家居中不会长期流行一种款式或色彩。一种新的款式被大众接受，就意味着否定了原来的风格。家居流行一般经过萌芽期、发展流行期和衰退期三个阶段。大多数产品会在使用一段时间后，逐渐被淘汰而消失，而一些质量上乘、款式流行时间较长的产品得以保留而成为经典。如图 1-1-9 所示的橡木沙龙椅，因其装饰精致、材质绚丽、不饰漆面的天然质感，在欧洲一直是主流样式。如图 1-1-10 所示的粉红尘绒扶手椅，一直是女性客户的首选产品，但它的色彩具有明显的短时性特征，设计时需考虑其装饰面料的可更换性。



图 1-1-9 橡木沙龙椅



图 1-1-10 粉红色绒扶手椅

3) 普及性。只有产品为大多数人所接受,才能形成真正的流行。追随、模仿是流行的两大行为特点,只有少数人采用,是不能形成流行趋势的。图 1-1-11 所示的角度旋转古董办公椅和图 1-1-12 所示的古典豹纹扶手椅,以古典样式为基础,不仅在功能方面做了延伸,在色彩、图案上也突破了古典格调。材质上变化多样,色彩上高贵而古朴,功能上更加人性化,使用的豹纹、斑马纹、干鸟格等图案元素融入了现代时尚元素,更趋向于年轻化,非常适合在咖啡馆、主题餐厅、沙龙会所等空间范围使用。这两个产品具备了流行的普及性特征。



图 1-1-11 角度旋转古董办公椅



图 1-1-12 古典豹纹扶手椅

## 2.3 关注流行趋势，掌握最新设计动态的方法

现代家居软装与现代服装、现代工业产品一样，正在走向“时装化”的流行趋势。所以，要时刻关注当代家具设计、时装设计、建筑设计、工业设计的最新专业资讯，广泛搜集与了解国际、国内市场流行趋势的信息，同时关注国际、国内大型设计展览、博览会的产品发布信息，以及当前科技成果对家居产品设计与制造的影响，向服装设计、汽车设计、建筑设计、家电设计学习并借鉴。

### ■ 关注市场与展会

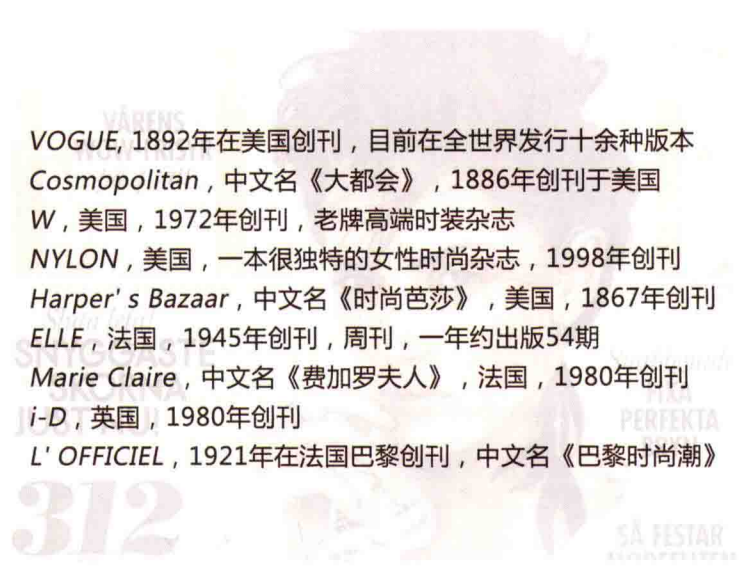
市场与展会是了解、调研、学习前沿的潮流产品与创新设计的最佳场所，尤其是展会上展出的产品，代表着最高水平与创新理念。近几年，上海、广东等地的家居博览会展示了我国家居软装市场的变化，并引领了整体软装的发展潮流。家居展涵括家纺布艺、家居饰品、墙纸墙布、窗饰遮阳、寝饰用品、整体家居、设计资源等软装范畴的优质资源。展会成为各参展商展示并发布新产品的重要场合，参展的众多最新工艺的新产品代表了最新的潮流趋势。越来越多的上游厂商开展跨界整合模式，无论是展位的陈列搭配，还是新产品的演绎，都更加注重突出整体家居空间的设计概念及新产品对人们生活方式的引导。

### ■ 关注流行趋势及权威机构

关注国内外发布流行趋势的相关权威展会和机构，这是在产品配套设计前进行调研、学习不可或缺的部分。如米兰国际家具展、中赫时尚等，一直紧跟国际市场，引导家居软装设计流行趋势，其展示与发布的多种风格样式、多种材质的家居产品成为家居行业的盈利产品。在消费设计和消费流行的今天，流行趋势及相关权威展会和机构的信息和意见值得设计者及市场借鉴。

### ■ 订阅时尚杂志，搜集时尚网站

流行趋势的预测对于增加产品的附加值、提高加工深度十分重要。在影响流行趋势的因素中，社会心理的影响显著。通过订阅时尚杂志（图 1-1-13）、搜集时尚网站，了解大众心理，有利于为产品的设计、销售等提供依据，也能对上游产品的开发与研究起到推动作用。目前，世界上有些国家已有成熟的时尚专业机构和网站。如美国的国际色彩权威 (ICA) 专门从事纺织品流行色研究；日本的纺织株式会社成立专门研究部门，将消费者及人们生活方式的变化、欧洲流行趋势等信息进行整合，最终根据日本流行色协会的意见，发布色彩信息及产品流行趋势。



VOGUE, 1892年在美国创刊, 目前在全世界发行十余种版本  
Cosmopolitan, 中文名《大都会》, 1886年创刊于美国  
W, 美国, 1972年创刊, 老牌高端时装杂志  
NYLON, 美国, 一本很独特的女性时尚杂志, 1998年创刊  
Harper's Bazaar, 中文名《时尚芭莎》, 美国, 1867年创刊  
ELLE, 法国, 1945年创刊, 周刊, 一年约出版54期  
Marie Claire, 中文名《费加罗夫人》, 法国, 1980年创刊  
i-D, 英国, 1980年创刊  
L' OFFICIEL, 1921年在法国巴黎创刊, 中文名《巴黎时尚潮》

图 1-1-13 时尚杂志

### 3. 任务实践与指导

**任务:** 本年度秋冬季节的家居产品流行趋势提案制作。(提交形式: PPT 文本要求须有封面、目录、正文)。

**提示:** 可以从风格、色彩、材料、服饰、人们的生活方式与文化理念、主题等入手, 确定设计的主题和风格名称及色彩、材料的选择方向, 搜集与设计内容相关的资料, 对色彩、样式、材料、工艺等进行预测。

### 4. 自测与拓展

- 1) 谈谈你对流行趋势概念的理解。
- 2) 如何更好地把握流行趋势为家居产品配套设计服务?

## 任务二 家居空间装修设计风格

【任务名称】家居空间装修设计风格调研

【任务内容】家居空间装修设计风格对家居产品配套设计的影响

【学习目的】通过对家居中常用风格调研，学会搜集与查阅资料，并能对所搜集的资料进行归纳和总结，为后续设计提案的制作与表达打基础

【学习要点】针对家居中常用的装修风格，进行色彩、样式、材料、趋势及人文概念的调研

【学习难点】对家居风格设计的诸多要素进行精炼、归纳和总结

【实训任务】现代家居风格调研及设计提案制作

### 2. 项目案例：国际潮流中的新中式风格

伴随着中国设计在全球地位的崛起，如图 1-2-1 所示的中国元素开始在世界设计界风靡。新中式风格已经势不可挡地在全世界流行起来，国际潮流中的中国风搭配，为新中式风格的家居产品配套设计找到了灵感。



图 1-2-1 中国元素

#### 2.1 新中式风格解析

新中式风格诞生于中国传统文化复兴时期。伴随着国力增强，民族意识逐渐复苏，人们开始从纷乱的“模仿”和“拷贝”中整理出头绪，探寻中国设计界的本土意识，逐渐孕育出含蓄、秀美的新中式风格。如图 1-2-2 所示。



图 1-2-2 新中式风格

新中式风格，既保留了东方的古典韵味，又摒弃了传统中式风格的沉闷。中国元素与现代材质巧妙糅合，明清家具、窗棂、布艺、床品相互辉映，组合成一幅移步变景的精妙小品。随处可见的古意摆件，人们置身其中，无时无刻都能品味生活的禅意。如图 1-2-3 所示。



图 1-2-3 移步变景的精妙小品

新中式风格主要包括两个方面：一是中国传统风格在当代文化背景下的演绎；二是在充分理解中国当代文化基础上的设计。新中式风格不是纯粹的传统元素的堆砌，而是通过对传统文化的认识，将现代元素和传统元素结合在一起，根据现代人的审美需求来打造富有传统韵味的事物，让传统艺术在当今社会得到合适的体现。如图 1-2-4 所示。



图 1-2-4 现代元素与传统元素结合演绎的新中式风格

## 2.2 新中式风格要点

中国风家居主要体现在传统家具（以明清家具为主）、装饰品及黑与红为主的色彩上，室内多采用对称式的布局，格调高雅，造型简朴、优美，色彩浓重而成熟。中国传统室内陈设包括字画、匾幅、挂屏、盆景、瓷器、古玩、屏风、博古架等，追求一种修身养性的生活境界。中国传统室内装饰艺术的特点是总体布局对称均衡、端正稳健，在装饰细节上则崇尚自然情趣，花鸟、鱼虫等精雕细琢，富于变化，充分体现出中国传统美学的精神。如图 1-2-5 所示的新中式风格元素搭配，主要体现在空间布局、色彩、造型、装饰材料、配饰家具、饰品和四大经典元素等方面。