

教 案

2025-2026 学年第二学期

课程名称 商业首饰设计

专业班级 宝石 241

总学时数 72 学时

任课教师 杨 宇

素质(思政) 内容与要求	<ol style="list-style-type: none">1. 培养学生的审美能力和创新思维。2. 引导学生理解并传承中华优秀传统文化中的首饰设计元素。3. 增强学生的文化自信和社会责任感。
学生用主要 参考资料	<ol style="list-style-type: none">1、商业首饰设计自编讲义2、首饰效果图册

绪论

1 学时

一、教学目的及要求

1. 引导学生对首饰设计这门课程有一个正确的理解，激发他们对课程的兴趣
2. 了解课程的学习框架和学习内容

二、教学重点及难点

明确本课程的教学目标

三、（思政）内容与要求

1. 培养学生的审美能力和创新思维。
2. 引导学生理解并传承中华优秀传统文化中的首饰设计元素。
3. 增强学生的文化自信和社会责任感。

四、教学方法及手段

PPT 理论讲授法、讨论

五、教学内容

1. 复习首饰设计的概念及其相关概念。

提出：你认为什么是现代首饰设计？

讨论：优秀的首饰设计者应该具备哪些素质？

2. 首饰有不同的划分方式，如按照材料划分、按照佩戴部位划分、按照设计的目的划分、按照设计风格划分等等，其中首饰按照设计的目的可分为商业化首饰（商务首饰）和艺术性首饰（展示首饰）。

商业化首饰（商务首饰）指能批量生产被众多消费者接受并选择购买的首饰，它的设计综合考虑了设计市场定位，产品成本和消费者在造型和色彩上的比较一致的审美心理。

艺术性首饰（展示首饰）指在设计造型、设计用材料和色彩上最大程度的考虑如何实现设计者的设计思想和设计的艺术效果，而不考虑制作成本和大众的审美眼光。

3. 欣赏优秀的首饰设计作品，明确本课程的学习目标。

第一章 商业首饰设计基本原理与方法

5 学时

一、教学目的及要求

培养学生的审美素质、图案的创造设计与表现能力，掌握首饰的形式美基本法则及各种表现手法。通过对自然界的动植物的写生，找到首饰设计的素材，并对写生物进行提取，通过加入首饰元素，进行首饰创作。以几何要素与基础图案为素材，在此基础上进行首饰设计。

二、教学重点及难点

1. 首饰设计形式美法则在首饰设计中的具体应用
2. 图案在首饰设计中的具体应用

三、（思政）内容与要求

1. 培养学生的审美能力和创新思维。
2. 引导学生理解并传承中华优秀传统文化中的首饰设计元素。
3. 增强学生的文化自信和社会责任感。

四、教学方法及手段

PPT 理论讲授法、示范、临摹

五、教学内容

第一节 设计构成的基石：造型要素	1 学时
第二节 构成学在首饰设计中的应用	1 学时
第三节 首饰设计的原则与形式美法则	1 学时
第四节 从灵感到作品：设计的演化过程	2 学时

第一节 设计构成的基石：造型要素

一、几何要素在设计中体现

首饰设计中常用的各种原始造型元素包括：几何要素和各种自然形态的非几何要素。几何要素：设计中的几何要素可归纳为点，线，面三要素。三要素有各自不同的视觉效果。

1、点要素在设计中体现

点的大小、形状和构成方式。

“点”的外形并不局限于圆形一种，也可以是正方形、三角形、矩形及不规则形等，但其面积的大小，要限制在“点”的视觉效应的范围之内。



2、线要素在设计中的表现

线由点构成，是点移动的轨迹。

线是设计造型的基本要素。我们可以利用线的长短、曲直、疏密、交接、穿插的方法，使线产生强弱、舒缓、高低、节奏、旋律等情感特性。



3、面要素在设计中的表现

面是线的移动轨迹，是体的外表。

面可以由以下方式产生：

点和线的密集可形成虚面；点和线的扩展也可以形成面；面本身的分割，合成和反转也可以形成新的面。面的外形轮廓和表面实感是引起视觉效果的因素。

常用的面包括由直线组合或由曲线组合的几何面，它表现单纯，明快，简洁，但带有冷酷机械感；由生命或偶然性构成的非几何面表现生动，情感丰富，但比较复杂。

杂。



二、非几何要素在设计中体现

非几何要素主要指由各种生命活动和偶然性因素所形成的造型元素。如人物，动物等各种自然形态及运动状态。它来源于我们对生活的观察和感悟。



第二节 构成学在首饰设计中的应用

构成是一个近代造型概念，他研究的是形的塑造问题。这里的“形”的概念包括二维平面的“图面”和三维立体的“形态一体”。所以构成学对形的研究，就有平面的图形和立体的形态两个方面。同时为了把形表现的更为引人注目，还要同时研究对视觉效果起着重要作用的色彩。所以图形，形态和色彩组成了构成学研究的三个主要方面。构成学实际上包含了“平面”，“立体”和“色彩”三个构成的内容。

构成学研究的是诸如形的塑造材料（因为在造型过程中，无论是平面的造型，立体的造型或是色彩的处理，都必须有材料的介入），形的组合关系，形的表现技法，

色彩的表现等方面的内容。

首饰设计主要是一个立体造型的创造过程，这里简单介绍立体造型的构成要素（体，色彩和肌理）及构成形式在首饰设计中的应用。

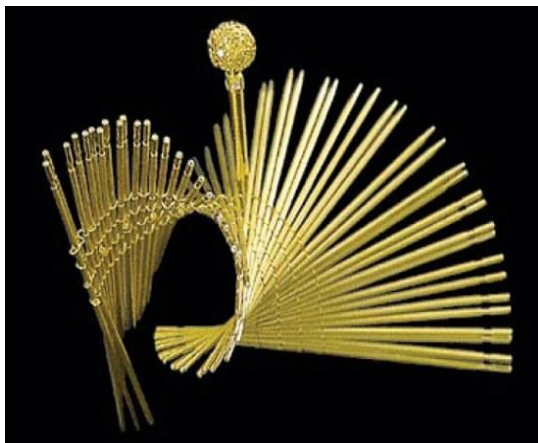
一、体的构成与方法

体是点，线，面在三维空间的延伸。

按照体的构成方式不同化分：由线延伸构成的称为线材体，由面延伸构成的体称为面材体，由体自我变化得到的新体称为块材体。

1、线材体：线材以长度为特征，表现为轻快，紧张，具有延伸感和运动感；线材构成体的过程中，线与线不同的现对位置的排列可以得到不同的线群结构，从而形成不同的感觉如交错感，韵律感，层次感及伸展感。

线材包括硬质线材和软质线材两大类。



2、面材体：面材体是由二度空间的平面构成。面材本身具有扩展感，充实感和轻快感，它可以通过弯曲，折曲等方式构成体。在造型过程中注意面材可以是平面，也可以是曲面，造型的形式有重复，渐变等。由于首饰一般体积较小，所以用来进行造型的基本面材的数量不宜太多，以免显得杂乱和繁杂，影响视觉效果。



3、块材体：由基本块材通过变形和重新组合得到新的体。方式有变形，形体切割和形体组合三种。这在首饰设计中经常大量运用，是首饰造型设计的重要手段。实际上首饰设计中除了线材、面材、块材的单独应用外，还可进行线、面、块材（点，线，面）的综合协调的运用，可根据需要在材料上进行镶石处理。



二、色彩在设计中的应用

色彩指的是造型设计中所用材料的表面色彩,包括本色和人为处理色。在目前的首饰设计上,贵金属都表现的是材料本色,而K金材料及其他非金属材料制成的首饰,表面色彩往往经过人为处理,根据需要呈现出各种色彩。现代化的首饰消费中,人们追求一种时尚,因而首饰的色彩也是与时尚紧紧相连,丰富多彩。

视知觉在色彩设计中十分重要,认识同一色彩在不同环境中的不同视觉效果是设计者稳操胜券的前提保证。

首先,不同色彩附着于不同的物质表面会产生不一样的感觉,因为不同的表面,光滑的或粗糙的、透明的或不透明的,与光发生作用的效果不一样。

其次，同一种色彩与不同的色彩组合时会产生不同的效果。

第三，在不同的距离去看同一种色彩，感觉也会不同的。距离远了，对局部色彩的感觉就会减弱，而对整体色彩的感觉就会完整起来。

1. 色彩的文化心理和视觉心理效应

色彩的目的不仅在于赋予形态以视知觉的美感，它还具有特殊的传递文化心理和视觉心理等信息的功能。人们在传统的风俗影响下，会形成色彩的习惯心理反应，包括色彩的情绪感、色彩的冷暖感、色彩的轻重感、色彩的形状感、色彩的音乐感等。

(1) 色彩的情绪感，是指色彩带给人的情绪感受。通常认为，温暖的黄色是金的色彩，是太阳光创造的色彩，象征着欢乐、富有和成熟；而与之形成对比的是与淡绿色接近的淡黄色，可能代表的是妒忌和猜疑；蓝色常常被看作是理智的色彩，象征着清新、明晰和合乎逻辑，可能与永恒的蓝色天空有关。

(2) 色彩的冷暖感，是指因色彩的色相变化而造成的人们心理感觉上的冷暖差别。以蓝色系为主的是冷色调，给人寒冷、清爽、锐利、理智、冷漠、规则的感觉，以红色为主的是暖色调，给人温暖、喜庆、激昂、自由、热烈、跳跃的感觉。

(3) 色彩的轻重感，是指不同的色彩往往会给人“轻”或“重”的感觉，这主要是由于色彩的明度所致。一般明度高的色彩会感到轻。明度低的色彩会感到重；而在同明度中，纯度高的色彩感到轻，纯度低的色彩则感到重。

(4) 色彩的形状感，是指色彩常常让人产生于某种形状相似的心理感觉。例如，红色有正方形的视觉感、黄色与三角形的感觉很贴近，橙色与长方形、蓝色与圆形、绿色与六边形在审美心理上均有着相近的感受。

(5) 色彩的音乐感，是通过音乐元素视觉化来实现的。色彩的传达性在许多方面同音乐很相近，色彩也有明快与隐晦之分，色彩也有高亢与低沉之别，色彩也有调子，能体现情绪。而且，由于色彩总是要依附于形态元素，形态构成加上色彩本身的语言特性，更要生动地将人们的思想情感有效地传达出来。

利用人们对于色彩的共性感觉，在色彩的配置上充分考虑色彩的心理效应，就能使色彩成为符合设计的有意味的形式

2. 色彩的对比

色彩的对比，包括色相、明度、纯度、冷暖、补色、形状等不同方面的对比。首饰设计中常见的是因色相之间的差别而形成的色彩对比关系。色相规律的对比主要通过色相环来掌握。



伊顿 12 色色相环

(1) 同类色对比

单一色，使用存在微小差异的色彩匹配，可以传达出高雅、静寂的感觉。

(2) 邻近色对比

相邻两色的匹配，对比关系柔弱、含蓄。

(3) 类似色对比

间隔一色的两色的匹配，对比关系同一、协调。

(4) 中差色对比

间隔 2~3 色的两色的匹配，对比关系比较丰富，色相变化多，明快、生动。由于相对于互补色而言是临近色，所以建有对立和平稳的感觉。



(5) 对比色对比

间隔四色的两色的匹配，饱满、华丽、鲜明、欢快，让人兴奋。



(6) 互补色对比

间隔 5 色的两色的匹配，刺激、醒目、强烈、颇具动感。即使面积较小，也能通过尖锐的对比产生紧凑感。

从以上多种色相比对的实例可以看出，色相差越大，越活泼，反之，色相越靠近，越稳重。而调动色相环上的每个色相、网络式的配色称为“全色相型”。

图中宝格丽的这款项饰通过再现自然界中的多种色相，达到充分释放活力的效果，烘托出节日的热烈气氛。



3. 色彩的调和

由于多种色彩并置，便有了色彩的多类对比，如果对对比不加以控制，可能会产生杂乱的感觉，所以需要设计师的理性安排，处理好每一块色彩的明度、纯度、色相、冷暖、面积等等，使彼此之间通过对比相得益彰，这就是色彩的调和。

(1) 类似调和

既注重色彩要素的一致性，在色彩的明度、色相、纯度上追求相同元素的近似。

(2) 对比调和

不依赖某种元素的一致或近似，而是通过不同的色相、明度、纯度的组合来实现一种视觉上的有序，达到色彩和谐的目的，这就是对比调和。

(3) 折中调和

在两种色相、两种明度、两种纯度之间选择某种色相、某种明度或纯度，插入强对比的色彩之中，以缓和对比。也称为“增加色彩层次法”。

(4) 色彩均衡调和

通过改变色块的面积、视觉分量或位置，来调整每一色块在作品中的视觉作用，求得色彩在视觉中的均衡。

三、肌理在首饰设计中的体现

肌理指的是作品的表面效果，即表面质感。它包括纹理、颗粒、质地、光泽、痕迹等多种视觉表象。

肌理包括材料本身的纹理和人为创造的肌理效果，其创造方法有叠加，塑造，改形（雕刻，腐蚀，作皱等）和编织四种。

1、材料的天然肌理

大部分天然材料都具有显在的肌理，例如木质肌理、石质肌理、纤维肌理、宝石的花纹等。

在首饰设计中，可以直接模仿、借用天然肌理，或者对它们进行重新组合。

2、人为创造的肌理

首饰设计中，常常对金属材料添加人为肌理效果，也称为金属表面修饰。

金属表面修饰的类型和工艺多种多样，但大体可以分三大类：光面肌理、毛面肌理和花纹肌理。

(1) 光面肌理

光面肌理是以获得明亮反光的表面为目的，主要途径为抛光。

(2) 毛面肌理

毛面肌理是以获得无光的毛面为目的，是金属首饰具有暗淡的无反射的表面，达到突出毗邻的抛光部分的目的。主要途径为喷砂和丝光两种方式。

喷砂，是在首饰抛光之后，用喷砂机将金刚砂颗粒活细小的玻璃珠射向金属表面使其变毛，形成亚光效果，以突出首饰抛光区的亮度。

喷砂分为干喷砂和湿喷砂两类。干喷砂加工表面比较粗糙，效果粗犷；湿喷砂则较为精细，有一种朦胧的效果。



丝光，是用金属丝刷轮使金属表面呈现出平行线条纹，并产生柔和的漫反射效应。

使用不同类型的刷轮可产生不同的修饰效果，如用粗钢丝刷轮，可使金属表面产生较深的条纹，外观似树皮，而用细钢丝刷轮，可产生极细的条纹并显示出缎面般柔和的光泽。



(3) 花纹肌理

花纹肌理已获得各种花纹、图案为目的。根据设计要求，采用不同的工具和工艺，例如雕刻、镶嵌、锻打、车花等。有时候信手涂鸦的刻画也能产生随意的肌理效果。



第三节 首饰设计的原则与形式美法则

一、首饰设计的原则

1 设计要符合目的，即适用原则。

2 设计要和谐美观

3 设计在最终变为实物过程中的可行性，包括所选材料是否合适于表现预期的实际主题，材料的加工技术和工艺要求是否达到。

4 设计既要考虑形式要素，也要考虑感觉要素。前者指设计对象的内容、目的及必须运用的形态和色彩基本要素；后者指从生理学和心理学的角度对这些元素组合搭配的规律，最终都是为了创造形象典雅，结构巧妙，色彩协调，给人美的震撼和享受的好的设计。

二、首饰设计形式美的表现

首饰形式美的表现体现在以下几个方面：

1. 单纯齐一：

这是最简单的形式美。在色彩和款式上表现为齐一或反复，风格上的一致性给人有序感，体现节奏感。

2. 对称均衡：

对称是指形式中以一条线为中轴线，线的两端或左右相等或旋转相等地一种组合，它常给人稳定和庄重之感。

均衡由对称演化而来，其中轴线两侧的形状并不完全相同，但视觉重量却相等或相近。与对称相比，它更自由和富有变化。

一般首饰中的线戒，手链等物件的设计都要重视对称均衡，如中间镶较大的钻石，两侧镶等量的小钻石或有色宝石就是一种均衡；冷色的铂金镶冷色的蓝宝石就是一种均衡，暖色的K黄金配红宝石也是一种均衡。首饰的形体迭加，纹饰变换，节奏

变化中仍要注意保持均衡，体现首饰的稳定感。

3. 调和对比：

这是反映矛盾的两种状态。调和是在差异中趋于一致，对比是在相似中突出不同。调和是把相近的两者并列。如色彩中红与橙，橙与黄，青与紫等。在同一色彩中深与浅，浓与淡的组合也属于调和。

对比是把极不相同的两者并列，使人感到鲜明，振奋，活跃。如构图的虚与实，形态的方与圆，位置的远与近，颜色中的黑与白等。过分的对比显得纷杂，刺激；而过分的调和则显得不够生动。

4. 比例适当：

指事物整体与局部或局部与局部的数量关系。如戒指的戒面大而托细，项链粗而吊坠小都属于比例失调而显得不美。

另外首饰设计作为立体造型，还要注重重心的比例位置是否适当，以免影响首饰的稳定感。视觉上的不稳定将导致心理上的不稳定，不能给人美的感受。但异形首饰除外。

5. 多样统一：

多样是指形式中各个整体之间和整体中各个部分之间因差异而具有的一种组合。统一是指各个组成部分的协调及和谐。

这是形式美法则的高级形式，产生的整体效果既体现事物的千差万别又体现事物的共性，首饰既表现的丰富生动，又富有秩序和规律而不杂乱。这在系列首饰或大件组合首饰设计中必须考虑。

第四节 从灵感到作品：设计的演化过程

设计是一个创造的过程，它是对原始的设计元素进行分析，变形，分割或组合从而得到能体现设计者思想的一种造型。这个过程包括两个步骤：原始设计元素的选择和从原始设计元素到最终设计造型的演化。

一、原始设计元素的选择

设计来源于生活，原始设计元素来源于设计师在观察生活的过程中记录下来（写生）的物象，包括人物的，动物的，植物的，建筑的，美术的等。这些物象中都蕴涵着丰富的文化，从历史到现代到未来，从中方到西方。设计师对物象的写生不同于一般的美术绘画，它着重于事物的特征，结构和规律，而不是质感，光影和色彩。

二、设计的演化

原始设计元素经过各种形式的演化最终得到设计造型。一般来说有三种主要的方法：变形，形体组合和形体分割。

1. 变形在首饰设计中的应用

变形可以使造型具有生命感和人情味。

具体的方法有：

(1) 扭曲——使首饰的造型变的柔和且富于动态。



(2) 膨胀（扩张）——表现出内力对外力的反抗，富有弹性和生命感。

(3) 倾斜——使基本形体与水平方向呈一定的角度，表现出倾斜面，产生不稳定感，达到生动活泼的目的。



(4) 盘绕——基本形体按某个特定方向盘绕变化而呈现某种动态，给人一种快速、前进、运动的印象。

2. 形体组合在首饰设计中的应用

形体组合也称加法法则

指两个以上的基本形体组合成新的立体造型。组合的形式很多，有对称，重复，渐变，突变，对比，调和等。形式法则的应用使原来一个简单的设计要素演化成一个复杂的，有丰富情感的设计。

3. 形体分割在首饰设计中的应用

形体分割也称减法法则

指的是对基本形体进行分割形成新的造型特征。分割的面（线）可以为直面（线），也可为弧面（线）；切割的方向有横向，垂向，斜向及回旋等。分割的价值在于认识和改变现有空间，得到所需要的造型元素和最佳的视觉美感。

三、图案在首饰设计中的应用

图案有很多种，包括

动物图案，

人物图案，

花卉图案，

装饰图案，

几何图案等。

这些图案经过演化都可以形成各种设计造型。

四、传承与创新：设计中的文化元素与思政融入

1. 中华优秀传统文化元素在现代首饰设计中的转化：引导学生在设计中主动理解、借鉴并创新性运用传统文化中的设计元素（如纹样、寓意、造型），使作品承载文化内涵。

2. 创新思维与审美能力的培养：通过系统学习设计原理与方法，以及大量的观察、分析与创作实践，从根本上提升学生的创造性思维能力和美学鉴赏力。

3. 设计者的文化自信与社会责任感：使学生认识到设计不仅是商业行为，也是文化传播的载体。鼓励其创作出既能满足市场需求，又能体现文化底蕴、传播积极价值观的优秀设计，从而增强职业使命感与文化自信。

作业：分组收集一种类型的图案款式，并分析其特点

第二章 首饰设计表达与常见品类设计

29 学时

一、教学目的及要求

首饰三视图的训练使学生在设计形态的视觉描述和视觉表达等方面有完整的训练和学习，使学生具备首饰设计的二维形态表达和三维建模的方法，以提高产品造型过程中的设计能力、创造能力。

首饰的分类练习有助于学生对各类首饰结构特点的把握，进一步的变款与改款训练将加深学生对各类首饰特点的印象。

二、教学重点及难点

1. 戒指三视图的理解与表达
2. 变款与改款的具体应用

三、（思政）内容与要求

1. 培养学生的审美能力和创新思维。
2. 引导学生理解并传承中华优秀传统文化中的首饰设计元素。
3. 增强学生的文化自信和社会责任感。

四、教学方法及手段

PPT 理论讲授法、示范、临摹

五、教学内容

第一节、设计师的语言：首饰三视图绘制	6 学时
第二节、流行商务首饰	14 学时
2.1 戒指	
2.2 耳饰	
2.3 项饰	
2.4 胸饰	
2.5 手饰	
2.6 套件首饰	
第三节、流行商务首饰变款与改款	9 学时

第一节、设计师的语言：首饰三视图绘制

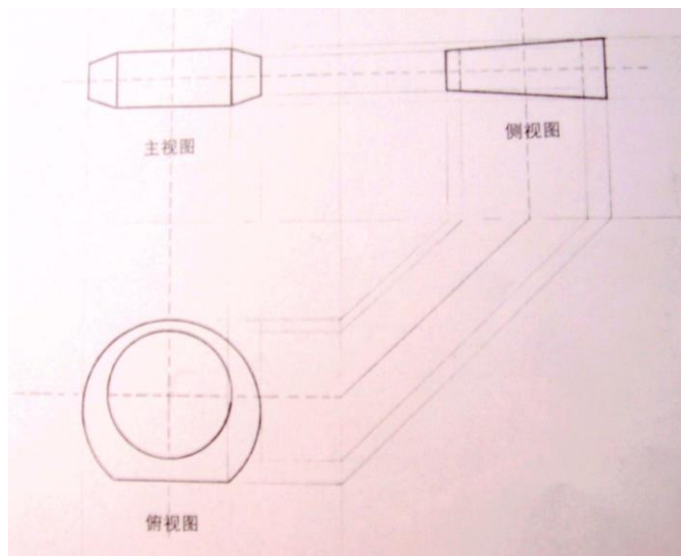
6 学时

一个设计师如果他是自行制作首饰，通常不需要太详细的设计图纸，自己能看明白就可以了。但是，如果是设计师与技师合作，就必须画出详细的设计图稿，大多数情况下需要绘制三视图，即从各个不同角度绘制产品的图形、结构等，尤其是在工厂里，当设计图从设计部转移到技师的手里是，必须能让技师明白设计意图，许多时候需要设计师与技师多次沟通。

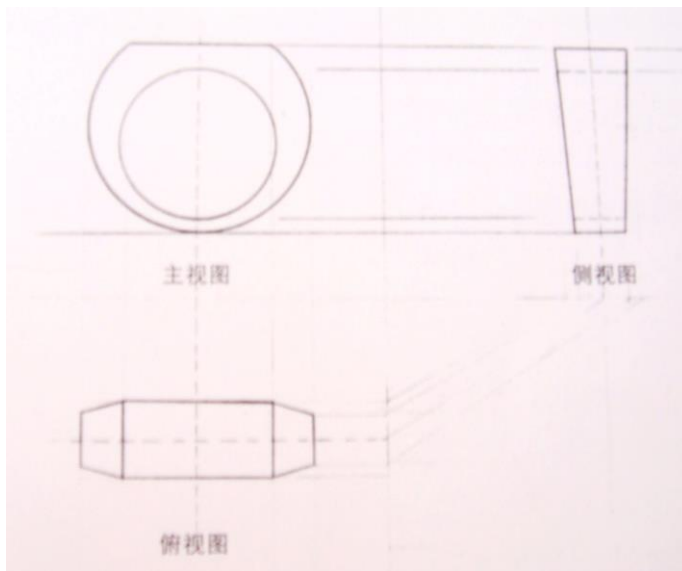
专业的珠宝首饰设计绘图是根据其专业特点绘制的，它借用了“三面投影体现图”的原理，但又有所不同。“三面投影体现图”简称为“三视图”，是指物体的主视图、俯视图和侧视图。它可以准确的表现出物体的三个方向的准确形象。除非物体有斜线或斜面的部位有变形，其他部位都可以反映物体的真实形状和大小，是生产、施工和制造产品的依据。因而“三视图”被广泛应用于建筑、机械和工艺品设计中。

在首饰设计中，由于其结构特征与制作的特性，所绘制的三视图与国家制图标准有所差别，但原理是相通的。

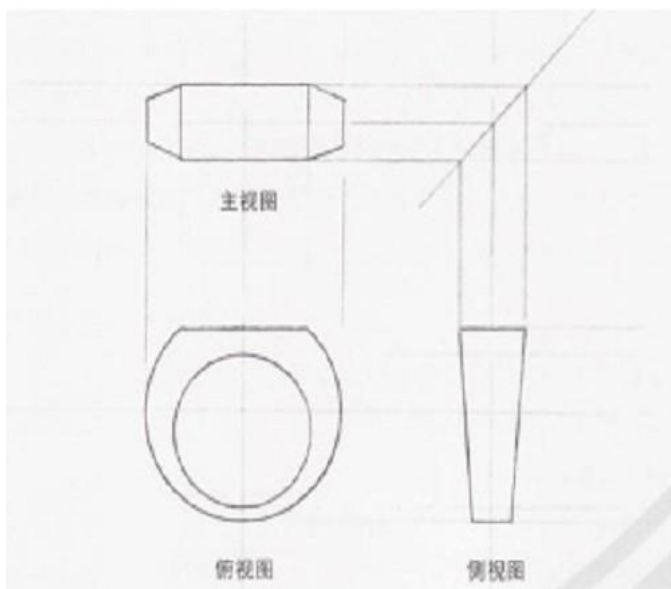
以首饰中的戒指为例：戒指中戒面往往是主视图，但如以戒面作为主视图，按国家制图标准绘图看起来很不方便。如图：



如以戒圈作为主视图，戒面图在下方。戒面上的装饰图形变化与之相对应的立面图形变化，在相对照时，看起来也不方便。如图：



通常在首饰制作图中，戒面为主视图，放在图的左上方，戒圈为俯视图放在图的左下方，右下方为侧视图。这是首饰行业常用的一种专业绘图方法。如图：



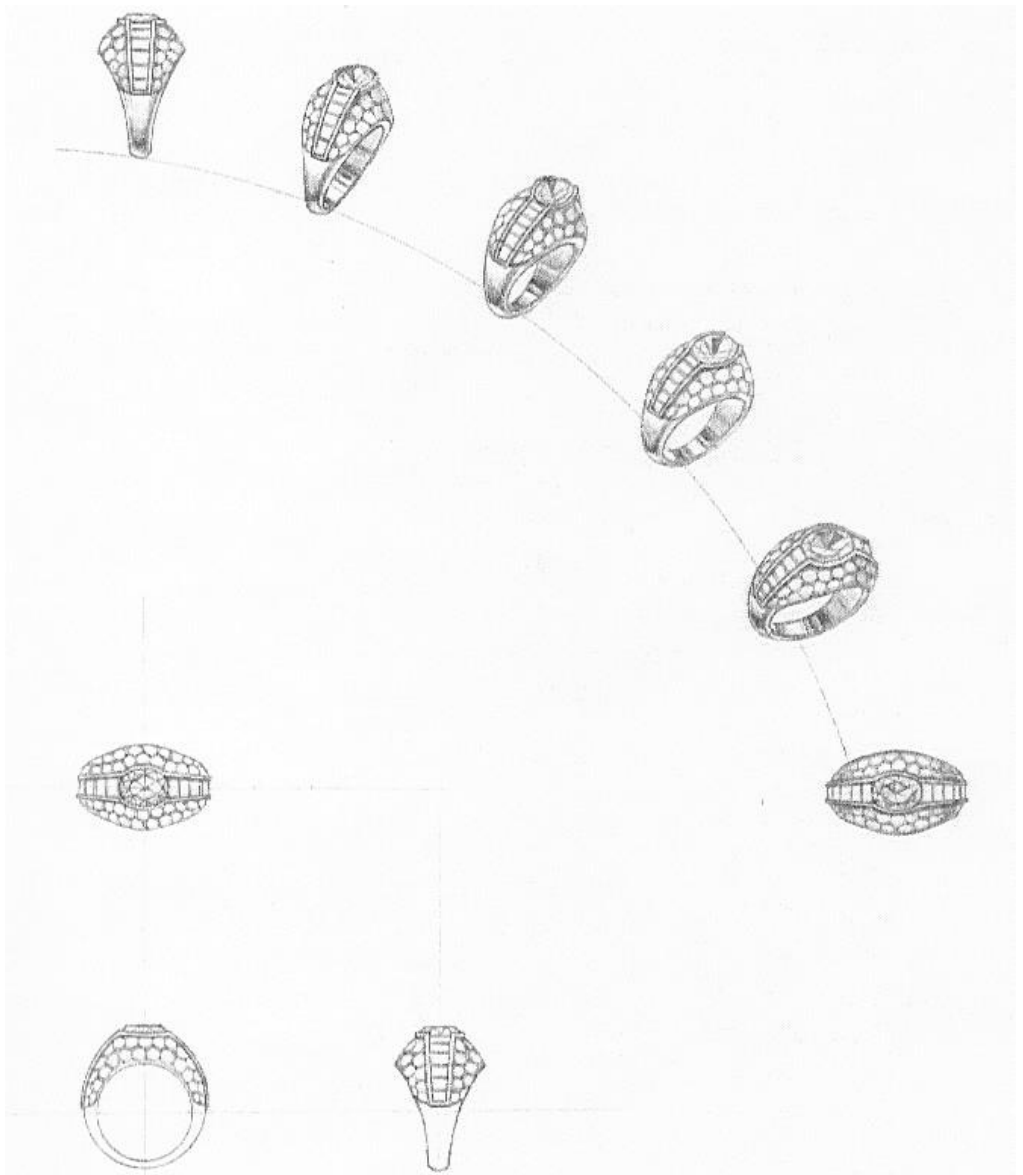
主视图：从物体的前面向后面投射所得的视图——能反映物体的前面形状。

俯视图：由物体上方向下做正投影得到的视图。也叫顶视图。

侧视图：包括右视图和左视图两个，不过一般的侧视图就是左视图。

首饰制图多是 1:1 的原大图形，特别是上面的装饰花形的大小，都是原大尺寸，

以便作为制作依据。



另外，还需注意的是，三视图是由线迹组成，包括虚线和实线。实线一般是所绘角度可见的面之轮廓、面与面之间的相交轮廓以及转向轮廓线等，虚线一般为内部轮廓线，无法直观地看到，但通过透视可见的轮廓。

三视图图例：



作业 1: 临摹戒指三视图 10 款+其他三视图 10 款

作业 2: 绘制实物三视图 10 款

第二节、流行商业首饰品类详解

10 学时

常见流行商业首饰包括戒指、耳饰、项饰、胸饰、手饰及套件首饰等。

1. 戒指的设计

3 学时

戒指主要有戒面、戒肩、戒圈、指圈四大部分组成。最简单的戒指只有戒圈和指圈。

戒面是指露在指背上的主观赏面，是整个戒指的主题。

戒肩是连接戒面与戒圈的部位，其图案与造型的变化都是为了陪衬戒面主题。

戒圈是指连接在戒面上的金属圈，戒圈有闭口式（亦称死圈、死扣脚）和开口式（亦称活圈、活扣脚）两种类型。闭口式戒指多是镶嵌类戒指，开口式戒指多是素戒。

指圈是指戒圈的内圈，是穿戴在手指上的结构。戒指的指圈有大有小，在设计时确定指圈的大小尺寸是非常重要的，相同花形的戒指如戒圈大小不同，戒面上的花形也会发生相应的变化。

戒指指圈大小的标准，称为手寸。手寸是以多少“号”来表示的，手寸分为美式，港式，它们对应的直径和周长各不相同，目前中国多采用港式。一般戒指戴于食指、中指或无名指上，戒指手寸最小为 5 号，最大为 35 号。大致来讲，成人的手寸一般在 4—26 号之间，儿童则小到 1 至 5 号，大部分女生佩带的戒指号为 10—15 号，其中 12 号、13 号的较多；大部分男生佩带的戒指号为 17—22 号，其中 18—20 号的较多。手寸的号与戒圈的直径有着相对应的关系，港圈的号码（N）与指圈直径（D）的换算公式为： $D=0.353(N-1)+12.3\text{mm}$

标准戒指尺寸对照表

参考	女士小号(较小)				女士均号				女士大号 男士小号	
	7#	8#	9#	10#	11#	12#	13#	14#	15#	16#
港号(NO.)	7#	8#	9#	10#	11#	12#	13#	14#	15#	16#
周长(U)	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56
直径(mm)	14.90	15.25	15.55	15.85	16.45	16.50	16.80	17.20	17.50	17.75
美号(US)	4	4.5	4.77	5.25	5.6	6	6.35	6.75	7.2	7.5
	男士均号				男士大号					
港号(NO.)	17#	18#	19#	20#	21#	22#	23#	24#	25#	
周长(U)	57	58	59	60	61	62	63	64	65	
直径(mm)	18.15	18.40	18.75	19.05	19.30	19.70	20.00	20.30	20.65	
美号(US)	7.9	8.25	8.7	9.05	9.5	9.85	10.25	10.3	11	

戒指一般分为男戒和女戒。

男戒线条比较简单，设计离不开直线和角度的变化，曲线为次要造型选择，意在“大方中，求精致”，主要表现阳刚之气和豪迈的感觉；

女戒则表现复杂一些，设计主要应用优美流畅的曲线，表现女性的灵秀和温柔。

常见的女戒的款式分三大类：

1、单主石女戒

表现了“简单即是美”的审美思想。用少量的金属衬托出大宝石的美感。一般应用于高档宝石，特别是钻石款式设计中不可缺少。



2、有主石的混镶女戒

除有较大的主石外，还配有其他的小配石，以表现戒指的整体造型。在进行混镶戒指设计时，要注意主石与配石的大小差别要显著，整体编排要既能突出主石，又能表现出混镶的某种独特造型美。



3、不带主石的群镶女戒

由一组大小大致相等的宝石组合镶嵌而成的款式。小宝石可以同色也可以不同色，整体的排列要表现出一体化，且突出戒指的视觉中心。



在戒指的设计中还要注意其制作和镶嵌工艺要求及搭配：

- (1) 金属托架的制作工艺选择。如实镶工艺或失蜡铸造工艺。
- (2) 金属表面处理工艺选择。如电镀、车花、抛光、喷砂、丝光等。
- (3) 宝石镶嵌工艺选择。如爪镶、包镶、轨道镶、孔镶等。

作业：临摹不同类型戒指 5 款

2. 耳饰的设计

2 学时

耳饰的种类很多，中国古代就以玉制成各种首饰品称之为“锯、珥、铛”等，后来才出现了以金、银镶嵌珠宝的耳饰品。

耳饰根据结构的不同大体可分为两大类：一类是插针式或套穿式结构，适合有耳孔者佩戴；另一类是螺丝式或弹簧式结构，适合无孔者佩戴。

目前市面上常见的耳饰物主要有耳钉、耳环、耳坠、耳钳（耳夹）四种类型。他们的共同特点多是戴在两只耳垂上，左右对称，也有个别设计为单耳所戴或戴在耳廓上，具前卫派的特点。设计时要注意耳垂位置的大小，注意整体重量及尺寸大小，耳垂位置的设计不宜过大，否则会影响佩戴。

1、耳钉：耳钉是在款式主体的背后焊接一根与主平面垂直的钉，该钉穿过耳垂孔后用耳背固定在耳朵上。

由于耳背经常要取下来，所以不太牢固，应注意设计耳钉时不能过大或过重。



2、耳环：耳环整体呈环状，吊在耳垂上。在设计上耳环通常比耳钉大一些。设计中注意耳环上所镶宝石在佩戴时应尽可能外露。

3、耳坠：耳坠多有下坠感，吊在耳垂上，其吊坠部分是耳坠的主体，它与上一部分以可活动的方式连接。其结构是由佩戴在耳朵上的耳钉子、耳钩或耳夹等结构和垂体主饰物组合而成。设计时应注意其活动性，部件的连接要灵活。耳坠通常比其他耳饰的设计空间大很多。



4、耳钳：耳钳是指在主体面背后焊接一个夹子或螺丝钉，靠夹子的弹力或螺丝的压力固定在耳垂上的耳饰物。

耳饰的设计通常只需表示前视图和侧视图，且耳饰的主要结构主要从其侧视图上表现出来。

作业：临摹不同类型耳饰 5 款

3. 吊坠和项链的设计

2 学时

设计吊坠要注意预留 2.5mm 左右的穿链位，穿链位方式有开夹层、瓜子扣、茶杯耳、八字扣及直接穿链位等方式。通常“扣”的长度为 8-10mm。

吊坠外形除要注意美感外，还要注意重量平衡感，要将主题表现的重点放在当眼位置。

平面图尽量控制穿链位与吊坠下端在同一纵线上，侧面图要充分考虑宝石的厚度和佩戴的舒适度。要避免吊坠上部分出现前倾现象。设计厚度时要根据所选材质的硬度要作出变化，例如，K 金类硬度较高，厚度最低可达 0.6mm；银类硬度较低，厚度最低可达 0.8mm。

项链从其结构上又可分为项链、项坠、项牌和项圈，通常我们统称为项链。

项链是由链身和搭扣组成。

链身主要有无宝链、花式链和多用链三种。

1、无宝链是完全由贵金属制成的项链，其链身组成结构主要由一种花纹式样重复连接而成。

2、花式链是由两种以不同的花纹式样连接而成，一般都镶嵌有宝石。

3、多用链是一种规格、制作工艺、设计都较特殊的首饰，既可当项链用，也可经简单装卸组合后作为手链、耳环等使用。因其设计制作较复杂，故产量较少。

搭扣是起连接作用的，装在项链的两端。其种类也非常多。主要有弹簧夹、汇合圈、剪刀钩、S 形钩等。

项链圆周的长度，若没有特别指定时，一般是以长 40cm 的圆（直径约 13cm）为基准，若是设计项圈则以大致的标准来画这个圆，其他形式的项链则要加上垂悬于圆下方的长度，项链中间若有吊坠则要画出侧视图。

项坠是穿在项链上的主饰物，其本身不独立成为一件首饰，而是与项链配套成为一个整体。多数项坠是活动的并可以从项链上取下替换，使项链的造型发生多种变化，为我们带来不同的装饰效果。

项坠的品种繁多，大致可分为无宝吊坠、镶宝吊坠和多用吊坠三大类

——无宝吊坠是指不镶宝石的贵金属吊坠；

——镶宝吊坠又称花式吊坠，是镶嵌宝石的坠；

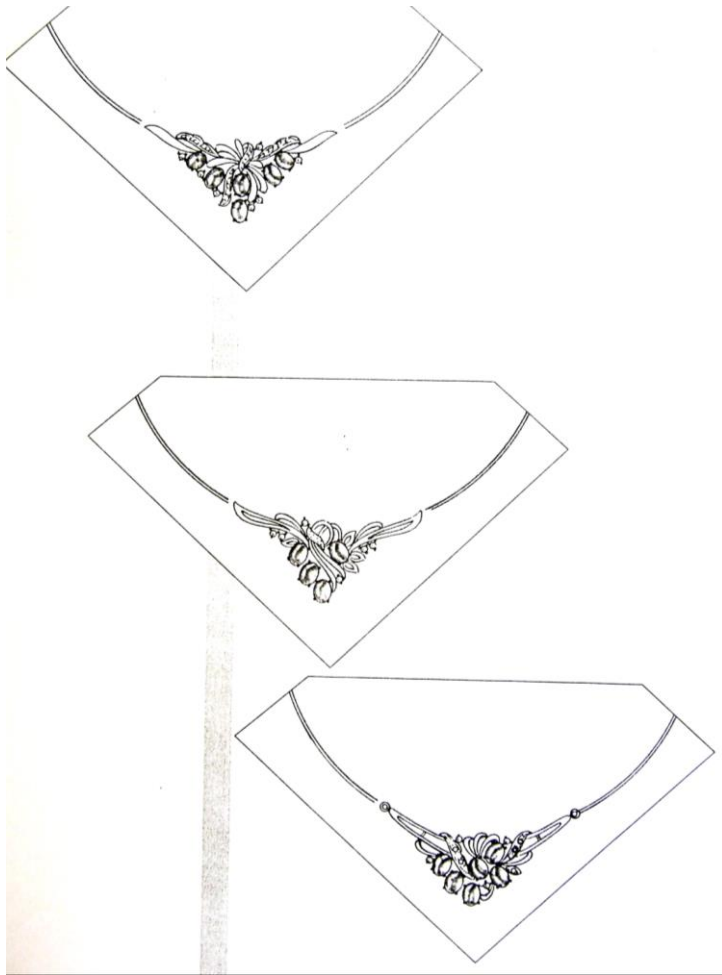
——多用吊坠是指即可作为吊坠又可作为胸针、丝巾扣，领带夹等两用型吊坠。

项坠的结构主要是主饰面和链接项链的“扣”组成。项坠的“扣”一种是与主饰面花形成为一体的“明扣”，如传统的“瓜子扣”。另一种是在主饰面背部或借用镶嵌底座结构形成“暗扣”。通常“扣”的长度为8-10mm。



项牌是与项链连接一体的胸部饰物。其造型是一个完整的整体结构，不可取下替换。

项圈又称为硬项链，它不像项链那样有许多活动关节，往往只在簧扣的搭边处可以活动，一般只有一个或两个活动关节。



作业：临摹不同类型项饰 5 款

4. 手饰的设计

2 学时

手镯在我国古代又称“手环”、“手钏”、“臂环”等。它是戴在手腕上的装饰品。

按其结构（能否变形）可分为两种，一种是硬手镯，不能变形，有时恰似放大的戒指，它有闭口式、开口式、对开式等结构，闭口式的多以玉石材料制成；另一种是软手镯，可以变形，有时恰似缩短的项链，它有链条式、串珠式、手表链式等结构，而手链通常就是指链条式的软手镯，多以贵金属材料制成，适合于机械化大批量生产。

手镯从材料分类主要有贵金属手镯、镶宝贵金属手镯、宝石手镯和其他综合材料制成的手镯等。

手镯的大小称为“圈口”。目前我国市场上常见玉镯的圈口直径尺寸约在

50~70mm 左右。手链的国内标准约在 200~250mm 长。

手链都是画它的展开图，并把它的全长都画出来的较多，但若已决定要用的环扣，则只画三到四个间隔分的链节

作业：临摹不同类型手饰 5 款

5. 胸饰的设计

2 学时

胸饰最早是作为一种宗教信仰和护身符而出现的，经过长期演变已成为人们美化自身重要的饰品。

胸饰的种类很多，如胸针、胸花、别针、丝巾扣等，其中最常用的是胸针。

而胸饰也是设计空间最大的首饰之一，造型结构及大小都没有太大的限制，可大可小可简可繁。结构主要由主装饰面和插入衣服的针两部分组成的。金属针的位置要考虑胸针整体重心，一般是在整体花形上部 1/3 的位置，如重心偏移，胸针容易倾斜。而对于胸针的重量把握也很重要。过重会损坏服装，这些都是设计时应考虑的问题。

胸针的设计通常需表示主视图和侧视图即可。

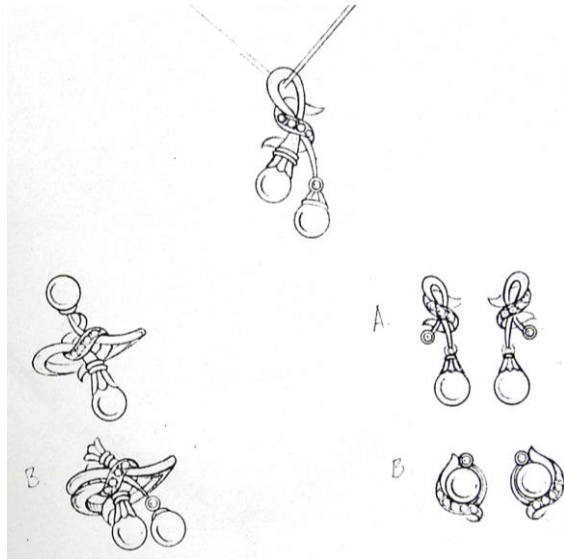
作业：临摹不同类型胸饰 5 款

6. 套件的设计

3 学时

一般来说，套件首饰包括戒指，耳饰和项链三部分，有时也可以加上胸饰，手链等。由于不同类型的首饰各有特点，所以在设计时不能完全相同，但又要有共同的特点把他们联系在一起。这共性表现在某个设计元素的一直贯串于整个套件设计中。

作业：临摹不同类型套件首饰 5 套





第三节 设计实战：变款与改款技巧

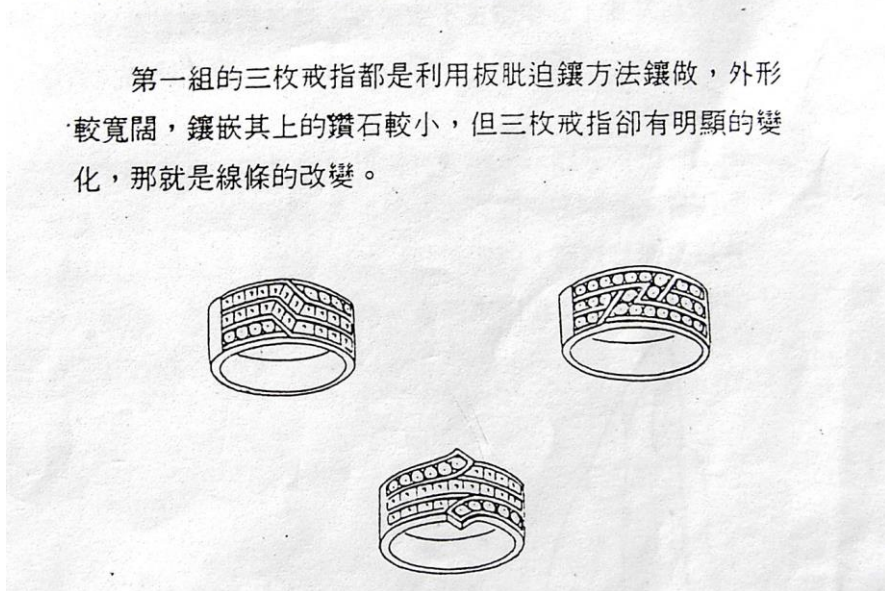
9 学时

从目前市场上流行的珠宝首饰来看，许多款式大同小异，这些主要是采用简单的改款和变款手法造成的，而这两种方法都是产生新款式的捷径。

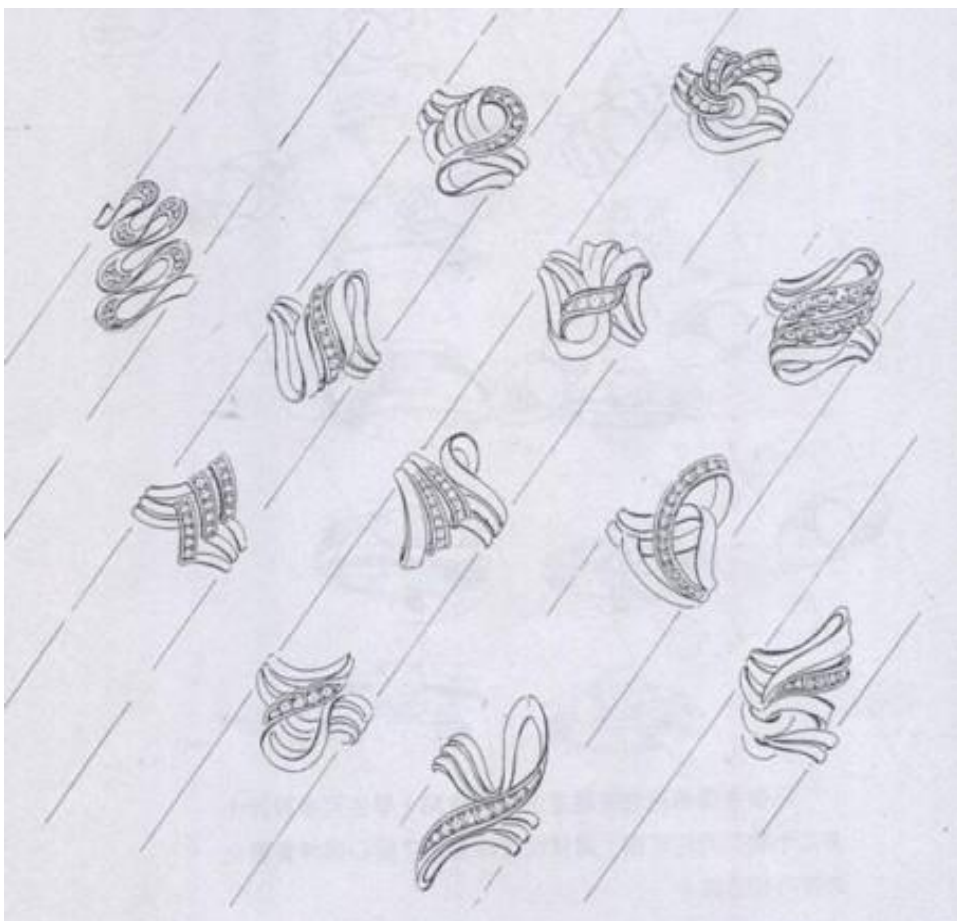
改款指在原有款式的基础上，适当地调配或增减原有款式的某些局部而创造出来的新款式。例如改变配石数量，改变镶口大小，首饰花头替换位置等等，一般来说，改款不增加新的设计元素。

以下四組戒指，每組都有共同的主題和款式，所以每組設計都是同一基調上加以變化而成的。

第一組的三枚戒指都是利用板批迫鑲方法鑲做，外形較寬闊，鑲嵌其上的鑽石較小，但三枚戒指卻有明顯的變化，那就是線條的改變。



变款是采用原有款式的主题，利用原有主元素作为款式主体，适当增加花头或肩部的元素，也可以通过原主元素或对其局部进行对称，重叠，旋转，移位等操作，创造使人们感到既有较明显的变化又有原款式风格的新款式。



作业：改款和变款

- 1、戒指 2*5
- 2、耳饰 2*5
- 3、项饰 2*5
- 4、胸饰 2*5
- 5、手饰 2*5
- 6、套件 1*5

第三章 市场导向的商业首饰设计实践

37 学时

一、教学目的及要求

通过学生自己对周边首饰市场的调查，结合网络资料的收集，对目前市场上的首饰款式做出分类，然后按照这样的分类方式按照选定主题进行自己的首饰设计创作，创作要既符合市场要求，又能体现自己的设计风格。

二、教学重点及难点

1. 主题首饰设计款式的设计
2. 首饰设计款式的估价

三、（思政）内容与要求

1. 培养学生的审美能力和创新思维。
2. 引导学生理解并传承中华优秀传统文化中的首饰设计元素。
3. 增强学生的文化自信和社会责任感。

四、教学方法及手段

PPT 理论讲授法、示范、临摹

五、教学内容

第一节、设计起点：市场调查与方法 5 学时

第二节、主题性商业首饰设计项目

- 1、“婚嫁”主题商业首饰设计 8 学时
- 2、“母亲节”主题商业首饰设计 8 学时

3、“生肖”主题商业首饰设计 8 学时

4、“海洋”主题商业首饰设计 8 学时

第一节、设计起点：市场调查与方法

5 学时

以分组的形式，调查珠宝市场按照材料划分、按照佩戴部位划分、按照设计的目的划分、按照设计风格划分的首饰款式特点，并结合自身喜好收集相应的首饰款式图片。

分类首饰(23)		学生姓名
戒指	素银戒指	
	素金戒指	
	其他金属戒指	
	单主石钻戒	
	豪华钻戒	
	翡翠镶嵌戒指	
	其他彩宝戒指	
耳饰	金属耳饰	
	镶石耳饰	
	翡翠镶嵌耳饰	
项饰	金属吊坠	
	金属整体项链	
	镶石吊坠	
	镶石整体项链	
	翡翠镶嵌项饰	
手饰	金属手链	
	金属手镯	
	镶石手链	
	镶石手镯	
	翡翠镶嵌手饰	
胸针	金属胸针	
	镶嵌胸针	
	翡翠镶嵌胸针	

作业：分组收集一种类型的首饰款式，并分析其特点

第二节、主题性商业首饰设计项目

项目一：“婚嫁”主题商业首饰设计

8 学时

1. 学习目标

知识目标：深入理解婚嫁首饰所承载的丰富文化内涵（定情信物、聘礼嫁妆、婚姻纪念）及其历史演变；系统掌握与婚庆相关的经典设计元素（如龙凤、鸳鸯、花卉、文字纹样等）及其象征寓意。

技能目标：能够围绕“婚嫁”主题，从文化中提取灵感，完成从创意构思、图案设计到成品效果图绘制的全流程；掌握编写设计说明书并进行成本估价的基本方法。

素质目标：培养对中华优秀婚俗文化的理解、尊重与传承意识；在设计实践中融入情感与祝福，增强作品的文化底蕴与情感价值；提升将传统文化元素进行现代表达的创新转化能力。

2. 理论讲解

婚庆首饰是珠宝市场中情感附加值最高、需求最稳定的品类之一。其设计远不止于装饰，更是爱与承诺的文化载体。

（1）文化内涵与设计载体

婚嫁首饰的设计灵感深植于传统文化与美好寓意之中，主要体现为三个层面：

定情信物：承载恋人间倾慕与思念的首饰，如手镯、戒指。其价值在于情意，设计需浪漫、独特，富有个人色彩。

聘礼与嫁妆：象征家庭财富、地位与父母祝福。传统上多为“八大金”等厚重、华丽的款式，设计讲究用料扎实、工艺精湛，寓意富贵吉祥。

婚姻纪念：见证重要时刻（如订婚、结婚、周年）的首饰，如婚戒。设计追求永恒、经典，强调纪念意义，常融入个性化元素。

（2）核心设计元素解析

文档中列举了丰富的婚嫁主题设计素材，可分为以下几类：

祥禽瑞兽类：

龙凤：神话中的至高祥瑞，象征天作之合、尊贵幸福。图案常作缠绕或呼应状，是婚嫁主题的顶级元素。



编码:00053775 约198g



编码:00049076 约70g

鸳鸯：永恒爱情的象征，“愿做鸳鸯不羡仙”，寓意夫妻恩爱、不离不弃。





编码:00036486 约288g

喜鹊：象征好运与福气，“喜上眉梢”寓意喜事来临。七夕鹊桥的传说更赋予其连接情缘的浪漫色彩。

蝴蝶：破茧成蝶，象征蜕变与新生，寓意美好的新生活。



编码:00036498 约77g

花卉植物类:

牡丹:“国色天香”, 象征富贵、吉祥、幸福的新娘与美满婚姻。



玫瑰：全球通用的爱情之花，象征炽热的爱。

荷花（莲花）：“荷”通“和”，象征“和美”姻缘；出淤泥而不染，寓意爱的圣洁与忠贞。

并蒂莲/兰：象征夫妻一体，同心同德，如“比翼金兰”。

竹子与梅花：“青梅竹马”，寓意纯真美好的爱情。

字符纹样与符号类：

“囍”字：最直接的婚庆符号，双喜临门。

“吉”字、如意纹、祥云纹：寓意吉祥、如意、祥瑞。

心形：国际通用的爱的符号。

杯子：“杯”通“辈”，寓意“一辈子”的爱。

红地毯：抽象化表达，象征携手共赴幸福未来。

现代情感表达：如“Love”、王冠与后冠（你是我的国王/女王）、1314（一生

一世)等。

(3) 标准化设计流程

确定作品主题、创意或图案纹样方案：基于上述文化元素，明确设计核心概念。

确定材料搭配及加工工艺：选择适合的金属（如 K 金、铂金）、宝石（钻石、红蓝宝、珍珠等）及镶嵌、表面处理工艺。

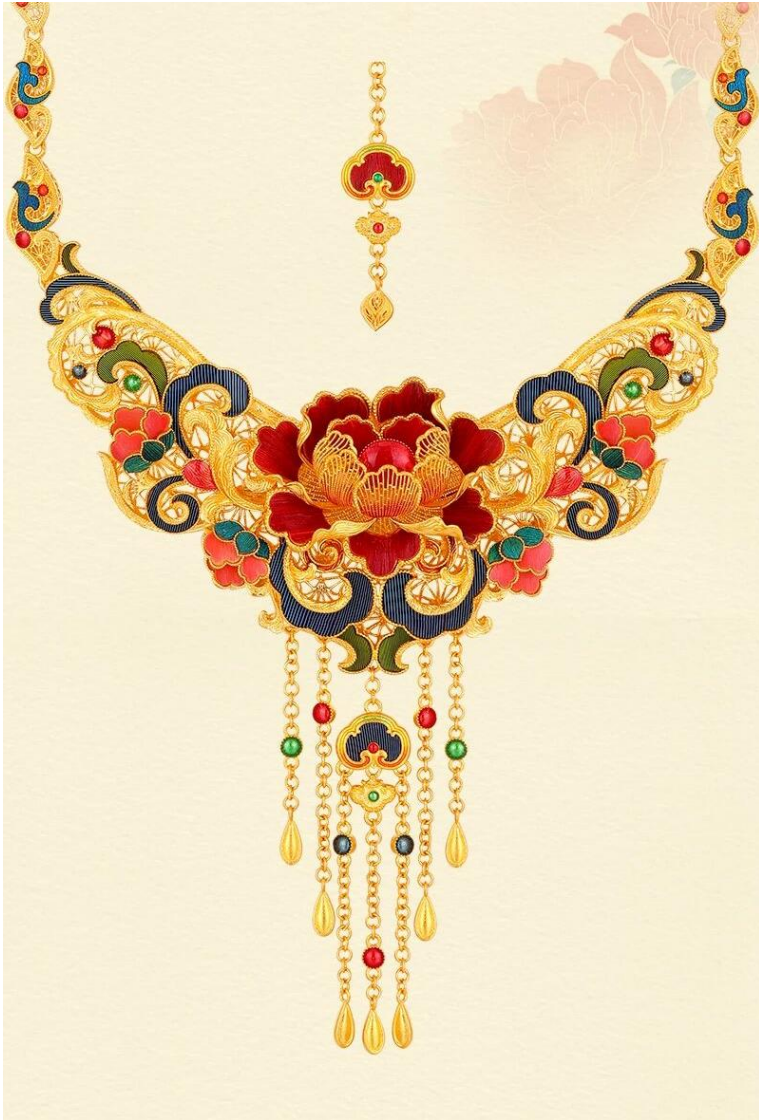
绘制设计图：完成首饰的效果图及三视图，清晰表达造型与结构。

编写设计说明书，估价：阐述设计理念、材质工艺，并估算生产成本。

作品推介：模拟向客户或市场推介自己的设计，阐述其卖点与文化价值。

3. 案例分析

《臻美华章》系列——传统皇庭美学的当代复兴



(1) 项目整体概述

品牌与系列：粤豪珠宝《臻美华章》系列婚嫁商务首饰。

设计定位：顶级奢华婚庆礼品与传家收藏品。瞄准追求极致华美、文化内涵与独特性的高净值客户，定价高端(单件项链金重约 50-100 克，并叠加复杂工艺)。

核心概念：从清代宫廷“点翠”等绝技中汲取灵感，但摒弃翠鸟羽毛等非可持续材质，以创新工艺(如“点羽”、“鎏彩”、“螺钿”)进行现代化诠释，实现“皇庭美学，当代再现”。

(2) 设计元素与主题融合分析

本系列并非简单堆砌传统符号，而是对其进行系统性的解构与重组：

核心吉祥图腾的现代表达：

凤凰：不再是僵化的对称图形，而是转化为**展翼的动态姿态**。凤羽通过“点羽”工艺模仿天然羽毛的肌理，结合“镂空花丝”营造轻盈感，使神鸟形象既威严又灵动。



牡丹：作为“花王”，是富贵的直接象征。设计上突破平面，通过**立体层叠的金丝花瓣、螺钿与镂空交织**来塑造饱满盛放的形态，并巧妙融入项链整体结构，成为视觉焦点。

{国色芳华}

Bloom of Elegance

牡丹为国色，翠羽为其魂
承「东方本色，锦绣奢美」之风雅
送上花开富贵，荣华与共的美满祝福

匠心琢艺，精益求精
黄金古法为底，羽色鎏彩为脉
金丝缕缕，盛开惊艳



1101030017514

约99.20g

工艺

TECHNOLOGY

点羽、渐变鎏彩、古法

空窗鎏彩、宝石级鎏彩

色彩哲学：大胆运用“东方贵族蓝”、“国红、青绿”等高饱和度、高对比度的宫廷配色，通过“渐变鎏彩”工艺实现如釉彩般莹润、半透明的过渡效果，华美而高级，避免了传统金饰的单调与俗艳。



系列化产品架构：

产品线完整：系列涵盖了项链、耳饰等全套婚嫁配饰，满足消费者“一站式”选购高端套系的需求。

风格统一与变异：所有产品共享古法金底、点羽/鎏彩工艺、自然主义造型等核心 DNA。同时，每件产品又有独立主题和造型，如“国色芳华”侧重牡丹，“凤悦花”侧重凤穿牡丹，“倾城芳华”侧重金玉满堂，形成既统一又丰富的产品矩阵。

（3）工艺创新与商业价值转化

这是本系列最核心的竞争力，将“手工”和“技艺”转化为可感知的奢华价值：

“点羽”匠艺：继承“点翠”的精密拼贴工艺，但使用“瑰丽螺钿片”或其他可持续材料，创造出随光变幻、薄如蝉翼的羽状肌理。这不仅是装饰，更是品牌故事和技术壁垒的体现。

“空窗鎏彩”与“渐变鎏彩”：在镂空的金属底板上进行彩绘（空窗），或营造颜色自然过渡的效果（渐变）。色彩仿佛悬浮于金属之间，通透灵动，极大提升了色彩的层次感和艺术性。

复合工艺叠加：几乎每件作品都融合了古法金工（磨砂质感）、镂空花丝、宝石镶嵌（红宝、珍珠）、螺钿镶嵌、手工鎏彩等多种顶级工艺。这种“不计成本”的复杂工艺组合，本身就是产品高价值的有力证明。

（4）营销与叙事策略

文化叙事：文案强烈关联“皇庭绝技”、“传统经典”、“东方至美”、“传家礼赠”，将产品从普通首饰提升为文化遗产的承载者和家族情感的见证物。

情感营销：紧扣“婚嫁”核心，强调“富贵兴旺”、“花开富贵、荣华与共”、“予囍事圆满”等美好寓意，直接对接消费者对婚姻的美好期许。

价值可视化：明确标注产品编号、重量（克重）和所用全部工艺。克重体现黄金原料价值，复杂工艺清单体现手工附加值，使高昂售价变得具体、可理解。

（5）对设计实践的启示与教学要点

此案例为“婚嫁主题商业首饰设计”项目提供了参照：

超越符号，深耕美学体系：不要只画一个龙凤或牡丹的图案。要学习如何构建一套完整的**色彩体系、质感体系和造型语言**（如本系列的“宫廷绚丽色彩”、“羽化肌理”、“自然流动造型”），让传统真正“活”在现代审美中。

工艺即设计，设计即价值：在高端市场，**独特工艺是设计的核心部分**。鼓励学生在构思时，就思考如何用特殊的工艺（哪怕是概念的）去实现效果，并将此作为设计的主要卖点。

打造“可传播的故事”：一个成功的设计系列需要一个动人的“故事核”。本系列的“故事核”是“复活宫廷绝技，献礼当代喜事”。学生在做项目时，也应为自己的系列构思一个清晰、有感染力的文化或情感叙事。

系统性产品思维：商业设计不是单件作品，而是一个产品系列。要像本案例一样，规划好系列的主打款、搭配款，确保风格统一又有差异，覆盖不同场合和预算需求。

总结

粤豪《臻美华章》系列的成功，在于它精准地完成了文化符号的现代转译、传统工艺的创造性转化、以及情感价值与商业价值的完美绑定。它不再是一件简单的“金饰”，而是一个关于东方美学、顶级技艺和永恒祝福的综合体验。

建议设计者思考三个层次：第一层，你的设计寓意是什么？（是否抓住了核心情感？）第二层，你的设计美学与工艺有何独特之处？（是否有辨识度的造型、色彩或工艺设想？）第三层，你的设计作为一个商业产品，故事如何讲述，价值如何体现？（如何让消费者觉得它“值得”？）从这三个维度去深化，才能做出既有深度又有市场潜力的优秀设计。

4. 实践练习

项目作业：“婚嫁”主题商业首饰创作

任务：以小组为单位，围绕“婚嫁”主题，完成一套（或多系列）商务首饰的

设计。最终每组需上交 10 款定稿设计。

步骤与要求（严格遵循五步流程）：

主题与创意：小组讨论，从文档提供的文化内涵和设计元素中，选取 1-2 个核心元素作为设计主线。构思一个系列故事或命名（如“缘定三生”、“花好月圆”系列）。

设计深化：

设计至少包含**戒指、耳饰、项饰**三件套，鼓励扩展到手链、胸针等。

绘制每件作品的**彩色效果图**及**关键三视图**。

设计说明书与估价：

为每款设计撰写简要说明书，内容包括：设计主题、元素寓意、材质选择（金属、宝石种类、大小）、工艺说明（镶嵌方式、表面处理）。

基于材质和工艺，进行粗略的成本估价。

成果汇总：整理 10 款定稿的设计图、说明书及估价单，形成完整的项目报告。

5. 作品点评

(1) 点评要点：

文化契合与创新：设计是否深刻理解了所选文化元素的寓意？是否进行了恰当的现代表达和创新转化，而非生搬硬套？

主题性与系列感：系列作品是否有明确的主题贯穿？共性元素的应用是否巧妙、协调？

商业与工艺可行性：设计是否符合商业首饰定位（美观、可批量生产）？所选材质工艺是否匹配设计效果且成本可控？

设计完成度：效果图与三视图是否规范、清晰？设计说明书是否完整、专业？

(2) 常见问题与改进方向：

问题 1：元素堆砌，简单将“囍”字、龙凤、心形拼凑在一起，缺乏主次和文化深度。

改进：强调“少即是多”，深入挖掘一两个元素的深层寓意，并通过造型、结构、工艺去细腻表达，而非符号的罗列。

问题 2：设计过于传统仿古，与现代礼服和日常着装搭配度低，商业价值受限。

改进：引导思考“新中式”风格，学习如何提取传统元素的神韵，运用现代简约的线条、不对称结构、新材料混搭等方式，打造既能传递文化寓意又极具时尚感的婚嫁首饰。

问题 3：估价脱离实际，对宝石价格、金重、工艺复杂度没有基本概念。

改进：要求学生进行简单的市场调研，了解当前金价、常用规格钻石和小颗宝石的单价，以及不同工艺的大致费用区间，培养其成本控制意识，这是商业设计师的核心能力之一。

项目二：“母亲节”主题商业首饰设计

8 学时

1. 学习目标

知识目标：理解“母亲节”作为现代情感消费节日的文化内涵与市场定位；掌握与母爱、感恩、祝福相关的核心设计元素及其象征意义。

技能目标：能够围绕“感恩母爱”的情感内核，进行有温度、有故事的商业首饰创意设计；熟练运用标准化设计流程，完成从概念到呈现的全套方案。

素质目标：培养感恩情怀与情感表达能力，学会将个人情感与社会共通价值融入设计，创作出能引发共鸣的作品；增强设计的人文关怀与社会价值。

2. 理论讲解

“母亲节”主题首饰是情感消费市场的典型代表。其设计核心并非复杂的文化符号堆砌，而在于真挚的情感表达与温暖的感恩寓意。设计需兼具普世的情感价值与个性化的表达空间。

（1）情感内核与设计定位

核心情感：感恩、敬意、祝福、陪伴、无私的爱。

设计定位：礼品属性极强。设计需考虑收礼者（母亲）的审美偏好（通常倾向于经典、优雅、易搭配）与赠礼者（子女）的情感寄托。价格区间覆盖广，从亲民的时尚银饰到高端的珠宝皆有其市场。

文化融合：在设计中可巧妙融入中国传统文化中歌颂母爱的元素（如“萱草”——忘忧草，代指母亲），实现现代节日与传统文化的情感联结。

（2）核心设计元素解析

围绕“母爱”与“感恩”，可衍生出以下几类设计元素：

花卉植物类（直接象征）：

康乃馨：国际通用的母亲节之花，象征热情、母爱与祝福。粉色代表感恩，红色代表深爱与关怀，白色代表纯洁的爱。

萱草（忘忧草）：中国的“母亲花”。古语“萱堂”代指母亲，寓意“忘忧”，希望母亲远离烦恼。

康乃馨与萱草结合：体现中西文化的融合，寓意深刻。

自然与生命意象：

心形：最直接的情感符号，可代表子女的爱心，或母爱之心。

翅膀/保护伞：象征母亲的庇护与守护。

蜜蜂/蜂蜜：寓意母亲的辛勤劳作与甜蜜的奉献。

星辰/月亮：象征母爱如星辰般永恒，如月光般温柔。

字符与符号类：

“M”（Mother的首字母）：简洁现代的标识。

无限符号“∞”：寓意母爱无边，情感永恒。

数字“5.8”或“五月”抽象图案：点明节日时间，具有纪念意义。

手写体“Mom”或“妈妈”：亲切、个性化。

情感互动与个性化元素：

母子生肖：将母亲与子女的生肖图案结合设计，极具个人专属意义。

宝宝足印/手印：适用于新生儿母亲，纪念新生命的诞生。

可定制刻字空间：留出位置刻写名字缩写、日期或简短寄语。

（3）设计风格与材质工艺建议

风格：以**温馨、优雅、简约、精致**为主。避免过于前卫或冷峻的设计。

材质：

贵金属：K金（暖黄、玫瑰金色调更显温馨）、铂金（纯净高雅）是主流。

宝石：珍珠（象征母亲的温润、高雅）、钻石（永恒）、红宝石（热情）、海蓝宝（沉静）等都是佳选。生辰石定制也别具意义。

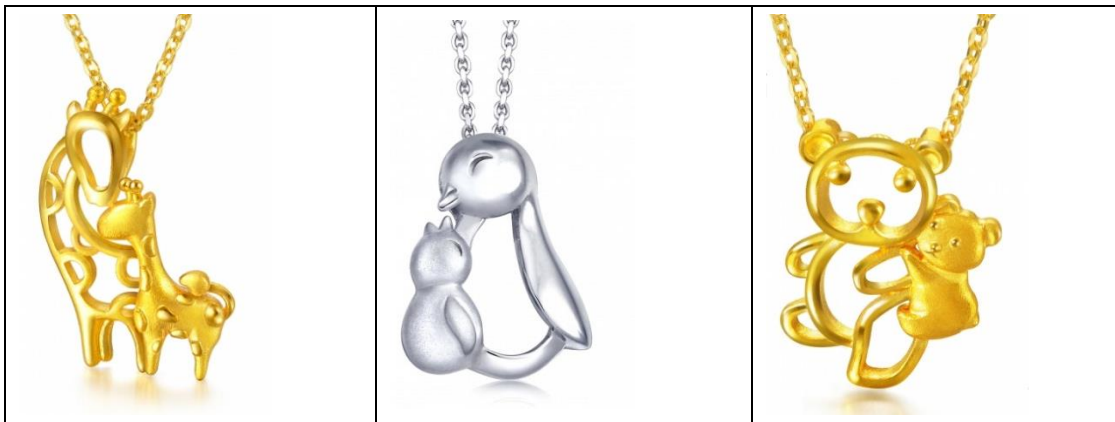
其他：珐琅（可表现丰富的色彩，如康乃馨）。

工艺：可采用镂空、微镶、浮雕等工艺来表现细腻情感。

（4）标准化设计流程

本主题设计同样严格遵循五步流程，确保项目的系统性与商业完整性。

3. 案例分析





“温馨相伴”动物亲子系列吊坠

（1）项目整体概述

设计定位：大众情感消费礼品。瞄准在母亲节、生日等场合，希望为母亲或身为母亲的自己选购一份温馨、有爱、兼具装饰性与纪念性礼物的广大消费群体。定价预计处于中端亲民区间。

核心概念：以自然界中亲子相依的动物形象为载体，直观、含蓄地歌颂母爱。通过“成对”、“依偎”、“守护”、“陪伴”等具象化的动态造型，直接引发消费者对母子亲情的共鸣。

（2）设计元素、手法与主题融合分析

本系列案例均采用“具象化象征”手法，是商业情感化设计的经典范式。

意象选择与情感映射：

长颈鹿（图 1）：高大与幼小的对比，小长颈鹿抬头亲近大长颈鹿的姿态，象征依赖、仰望与温柔的保护。镂空工艺增添了轻盈感和现代时尚感。

企鹅（图 2）：企鹅父母共同哺育后代的习性广为人知。双企鹅依偎的造型，紧密无间，象征着家庭单元的温暖、团结与无私的奉献。光滑的银色材质呼应了企鹅本身的色泽，显得优雅纯洁。

小熊（图 3）：熊给人以强壮、保护者的印象。一大一小熊相拥的造型，传递出坚

实、可靠的安全感与充满趣味的亲密。链条连接的设计，增添了互动性和叙事性。

猫咪（图 4）：猫咪独立而亲昵的特性被巧妙运用。双猫造型，一只精神抖擞，一只慵懒放松，尾巴缠绕，象征着母子间既独立又相互牵挂、轻松自在的亲密关系。抽象化的处理提升了设计感。

系列化与差异化策略：

统一的情感内核：所有设计均围绕“陪伴与守护”这一核心情感，形成了强大的系列认同感。

丰富的意象选择：通过提供不同动物形象，满足了消费者不同的个人偏好和情感联想。喜欢优雅的选择企鹅，喜欢可爱的选择小熊，喜欢简约艺术的选择抽象款。

材质与色彩的双线布局：提供了金色与银色两种基础材质选择，覆盖了更广泛的佩戴喜好和肤色搭配需求。

（3）工艺、材质与商业价值转化

此系列体现了成熟的商业首饰产品思维：

工艺适中，突出造型：主要采用铸造、抛光、镂空等成熟且成本可控的工艺。重点在于保证造型流畅、线条优美、表面光洁，将成本有效投入在设计感和情感表达上，而非复杂的镶嵌或手工。

材质亲民，拓宽市场：采用黄金、铂金材质，确保了产品在具有良好外观和耐久性的同时，能够维持在一个大众易于接受的价格点，符合其“情感礼物”的定位。

佩戴场景明确：均为吊坠项链，款式小巧、精致、低调，非常适合日常佩戴。母亲在日常生活中可以随时感受到这份情感的陪伴，而不是仅适用于特定场合的隆重首饰，增加了使用率和礼品价值。

（4）营销与叙事策略

零门槛的情感解读：无需过多文字解释，消费者看到造型便能瞬间理解其寓意。

“送给妈妈的礼物”这一诉求变得极其直观和具体。

激发共情与代入感：每种动物形象都能让消费者联想到自己与母亲，或自己与孩子之间的某个温馨瞬间，从而激发购买冲动。

(5) 对设计实践的启示与教学要点

此案例为“母亲节主题商业首饰设计”项目提供了极具参考价值的商业化范本：

找到情感的最大公约数：商业设计需要广泛共鸣。选择“动物亲子”这一超越文化、直击人心的自然意象，是确保设计被快速理解和接受的聪明策略。

平衡“象征”与“美感”：象征意义不能以牺牲美观为代价。本系列案例中的动物造型都经过了高度的**形式美提炼**，线条流畅，构图均衡，比例协调，首先是一件好看的首饰，其次才是情感符号。

系列化思维降低选择成本：提供一个“系列”而非单个款式，让消费者可以在统一的情感主题下，根据偏好选择具体意象，这大大提升了成交概率。在做项目时，应至少规划3-5款同一主题、不同表现形式的设计。

明确商业定位，控制设计复杂度：本系列清晰地定位于“大众情感礼品”，因此设计上规避了高成本工艺和昂贵材质。需要明确自己设计的目标价位和消费场景，并据此选择合适的设计语言和工艺假设。

总结

这组“母亲节”主题案例的成功，在于它完美地实现了情感符号的精准选择、商业可行性的严格控制，以及佩戴场景的日常化定位。它不追求艺术的深刻或工艺的炫技，而是追求情感传递的效率与市场接受的广度。

给学生项目作业的实践建议：

在完成“母亲节”主题设计时，可以此案例为镜，反思自己的设计：

情感是否一眼能懂？你的设计元素是否需要长篇大论来解释？能否让消费者在3秒内感受到“母爱”？

美感是否经得起推敲？抛开寓意，你的设计作为一个单纯的造型，是否优美、协调？

是否具备商业可生产性？你的设计构思，用常见的金属工艺能否实现？预估成本是否与你的目标市场匹配？

是否构成了有吸引力的系列？你提供的是一份“单选题”还是一个“让人想多看看的选项集”？

4. 实践练习

项目作业：“母亲节”主题商业首饰创作

任务：以小组为单位，围绕“母亲节”主题，完成一系列商务首饰设计。最终每组需上交 10 款定稿设计。

步骤与要求（严格遵循五步流程）：

主题与创意：小组需确定一个情感主线（如“守护”、“时光”、“绽放”），并选择 1-2 个核心设计元素进行深化。构思系列名称。

设计深化：

设计品类需覆盖主要佩戴部位（如项链、耳钉、手链）。可考虑设计易于叠戴的款式，或包含可单独佩戴也可组合的套件。

绘制每件作品的彩色效果图及必要的三视图，需特别注重细节和情感氛围的表达。

设计说明书与估价：

撰写设计说明书，需重点阐述设计的情感理念、元素寓意，以及材质、工艺如何服务于情感表达。

进行成本估价，并思考该设计对应的**市场价位与消费场景**（例如：是年轻子女的入门礼品，还是成年子女的高端馈赠？）。

成果汇总：整理 10 款定稿的设计图、说明书及估价单，形成完整项目报告。

5. 作品点评

（1）点评要点：

情感真挚度：设计是否真诚地表达了感恩母爱的情感？能否引发观者的情感共鸣？

元素创新性：对康乃馨、心形等常见元素的运用是否有新意？是否成功挖掘或融合了如“萱草”等文化元素，提升了设计内涵？

佩戴与市场适配性：设计是否考虑了母亲群体的普遍佩戴习惯和审美偏好？是否具有明确的商业定位和市场吸引力？

设计完成度与个性化：设计图纸是否精美，说明书是否完整传达了情感故事？是否留有恰当的个性化定制空间？

（2）常见问题与改进方向：

问题 1：设计流于表面，简单地图案化“康乃馨”或“爱心”，缺乏情感深度和设计巧思。

改进：引导学生从“我与母亲的故事”或“我眼中母亲的特质”出发，进行元素抽象和转化。例如，将“母亲的怀抱”转化为环抱的曲线，将“牵挂”转化为一根无限缠绕的细丝。

问题 2：设计过于年轻化或夸张，不符合中年母亲沉稳优雅的主流审美。

改进：强调用户研究。要求学生观察或调研母亲辈女性日常佩戴首饰的风格、尺寸、色彩偏好，使设计更“对味”。

问题 3：忽略“礼品”属性，未考虑包装、刻字等提升礼品感的附加设计环节。

改进：在实践要求中，鼓励学生简单构思与首饰配套的**包装**或**礼品卡**设计，将“母亲节礼物”作为一个完整的产品体验来思考，提升设计的商业完整性。

项目三：“生肖”主题商业首饰设计

8 学时

1. 学习目标

知识目标：深入理解中国生肖文化的起源、十二生肖的序列、各生肖动物的文化寓意与性格象征；掌握将传统生肖形象进行现代化、艺术化设计转化的核心方法。

技能目标：能够围绕特定生肖，进行符合现代审美的商务首饰创意设计；熟练掌握从文化元素提取到商业产品呈现的全流程设计。

素质目标：深刻理解并主动传承中华优秀传统文化，增强文化自信；培养将古老文化符号进行创新性转化、创造性发展的设计能力，使其贴合当代市场与审美需求。

2. 理论讲解

生肖文化是中国独有的、与每个人生命息息相关的时间符号和民俗信仰。生肖主题首饰兼具文化属性、纪念属性、礼品属性与个性化属性，是商业首饰市场中长盛不衰的经典品类。

（1）生肖文化：设计的基石

文化内涵：十二生肖（鼠、牛、虎、兔、龙、蛇、马、羊、猴、鸡、狗、猪）不仅是纪年符号，更被赋予了丰富的性格特质、吉祥寓意和民间传说，构成了庞大的文化 IP 宝库。

设计核心：生肖首饰设计绝非简单的动物造型复制，而是对其文化寓意的深度挖掘与视觉形象的创意重塑。

（2）核心设计方法与转化策略

为避免设计流于俗套，需运用多种手法对生肖形象进行设计转化：

写实与抽象：

写实手法：精细刻画生肖动物的形态、神态，追求栩栩如生。常用于高端定制、收藏级产品，工艺要求高。

抽象手法：提取生肖最核心的特征（如牛的角、兔的耳、马的奔腾姿态），进行几何化、线条化的概括处理。更现代、简约，适合日常佩戴。

结合吉祥纹样：将生肖动物与传统的云纹、水纹、回纹、铜钱纹等组合，或在生肖造型中融入“福”、“禄”、“寿”等字符，增强吉祥寓意。

拟人与卡通化：赋予生肖动物拟人化的表情、动作或服饰，使其可爱、亲切，深受年轻消费者和儿童市场欢迎。

结构创新：利用生肖的形态特点创造佩戴结构。例如，将“龙”身设计为可弯曲的手链，将“鼠”尾设计为吊坠的链子等。

材质与工艺的现代表达：

材质：除传统黄金（寓意富贵）外，可广泛使用 K 金、铂金、珉琅（表现丰富色彩）、木纹金等。

工艺：运用浮雕、镂空、喷砂、拉丝、微镶等现代金工工艺，提升设计的精致度与时尚感。

（3）设计的重要考量：时效性与永恒性

当年生肖（本命年）市场：需求最旺盛。设计需突出喜庆、辟邪、保平安的寓意，常选用红色（红绳、红玛瑙、红宝石）与贵金属搭配。针对 2026 丙午马年，设计应着重表现“马”的昂扬、奋进、吉祥（“马到成功”）之意。

跨年与永恒设计：设计不应只局限于当年生肖。可以设计系列感强的十二生肖套饰，或创作造型优美、寓意普世（如“灵蛇献瑞”、“福虎生威”）的单项首饰，使其脱离单纯的本命年标签，成为具有持久美感和祝福意义的饰品。

（4）标准化设计流程

本主题设计同样严格遵循确定主题、材料工艺、绘制图纸、编写说明与估价、作品推介的五步流程。

3. 案例分析



“至尊福运”系列生肖编织手链

(1) 项目整体概述

产品定位：中端大众化礼品与日常吉祥饰品。瞄准对价格敏感、同时追求美好寓意与佩戴效果的广泛消费群体，适用于本命年送礼、生日礼物、节日赠礼及个人日常搭配。

核心概念：将传统十二生肖文化与现代时尚配饰结合，通过“**模块化组合**”的方式，实现个性化选择与标准化生产的完美平衡。核心卖点是“**福运加身**”的吉祥寓意与轻松时尚的佩戴体验。

（2）设计策略与商业逻辑分析

本系列是“**产品线规划**”与“**设计模块化**”思维的经典体现。

模块化设计，高效延展：

核心模块（生肖吊坠）：将十二生肖分别设计成独立的、风格统一的圆形或椭圆形浮雕吊坠。每款吊坠采用**写实与卡通结合**的手法（如福猴的笑脸、福蛇的鳞片），在保持辨识度的同时增加亲和力。统一的“**至尊福 X**”命名和黄金色泽，构建了强烈的系列感。

基础模块（链身与配珠）：提供多种颜色的**编织绳**（如浅蓝、正红、深紫）作为链身，以及数款标准化的**珐琅彩珠**或**琉璃珠**作为配饰。链绳颜色对应不同偏好（红色喜庆、紫色优雅、蓝色清新），配珠则增加色彩与层次。

组合逻辑：消费者可以像“**搭积木**”一样，选择自己的**出生生肖**或**喜好生肖**吊坠，搭配喜欢的**链绳颜色**和**配珠**，组合出独一无二但又是标准化生产的产品。这极大地丰富了SKU（库存量单位）而无须为每种组合单独开模，控制了成本。

文化内核的轻量化表达：

没有采用复杂的传统纹样或厚重造型，而是将生肖文化提炼为**最直观、可爱的动物头像**，搭配“**福**”字，直白地传递“**赐福**”这一核心寓意。这种表达通俗易懂，跨越年龄与审美差异，受众面极广。

设计风格在“**传统**”与“**时尚**”间取得了巧妙的平衡。金色吊坠带来传统吉祥感，而多彩的编织绳和现代感的珐琅珠则注入了青春活力，使其脱离“**老气**”的标签，适合日常佩戴。

强烈的礼品属性包装：

单品上包含多个生肖吊坠（如三或四个），寓意“**福气汇聚**”，比单一生肖吊坠的

礼物寓意更显丰盛和诚意。

（3）材质、工艺与成本控制

材质选择：

采用黄金生肖主件，搭配低温彩色珐琅珠，用皮革编织绳串联，能够实现丰富、鲜艳的色彩效果，单价可控。

工艺应用：

采用3D硬金工艺，做出立体感，以表现生肖特征。珐琅工艺，制造出大理石纹等丰富纹理。整体工艺成熟、高效，非常适合大规模生产。

（4）市场与营销策略

目标人群：学生、年轻白领、注重传统寓意又追求性价比的普通消费者、需要批量采购礼品的企事业单位。

场景营销：强力绑定“本命年”（红色款）、“生日礼物”（对应生肖）、“考试祈福”（马到成功、独占鳌头等）、“新年贺礼”等具体消费场景。

销售模式：非常适合在旅游景区、文创商店、线上礼品平台、珠宝品牌的中低端子线进行销售。允许消费者自选组合的模式也增强了互动性和体验感。

（5）对设计实践的启示与教学要点

此案例为“生肖主题商业首饰设计”项目提供了关于“**市场化落地**”的生动一课：**从“作品思维”到“产品思维”：**设计不再只是创作一件完美的艺术品，更是规划一个可生产、可销售、可盈利的产品系列。模块化思维是商业设计的核心工具之一。

精准控制“寓意密度”与“成本权重”：将最具文化价值（生肖）和视觉价值（金色）的部分做精做亮，成为产品的“记忆点”。在非核心部分（如链绳）控制成本，实现整体性价比。

明确设计服务的商业目标：本系列的设计目标非常明确——做成畅销的礼品。因此，所有设计决策（可爱的造型、鲜明的色彩、组合的趣味、吉祥的命名）都围绕“吸引购买、适合送礼、易于佩戴”展开。设计者需要思考：我的设计最

终要卖给谁？在什么场景下使用？

总结

这组生肖手链案例的成功，在于它精准地捕捉了大众消费者对生肖文化“轻量化、时尚化、礼品化”的需求，并通过一套巧妙的模块化、标准化设计生产体系将其实现。它不追求昂贵的材料和复杂的工艺，而是通过聪明的设计策略和清晰的市场定位，在特定的价格带内做出了极具吸引力的产品。

对项目作业的实践启示：

当进行生肖主题设计时，除了思考高端的、艺术化的方向（如项目理论讲解中所探讨的），也必须掌握这种面向广阔市场的商业化、产品化设计方法。请思考：

你的设计是否可以模块化？ 能否拆解成几个可以灵活组合的标准部件？

你的设计成本重心在哪里？ 是否把最好的效果用在了最吸引人的地方？

你的设计有清晰的使用场景和购买理由吗？ 是送给本命年的朋友，还是作为生日礼物，或是日常搭配的幸运符？

你的系列有一个响亮好记的名字吗？ 这个名字是否能瞬间传达产品的核心价值？

4. 实践练习

项目作业：“生肖”主题商业首饰创作

任务：以小组为单位，选定一个或多个生肖，完成一系列商务首饰设计。最终每组需上交 10 款定稿设计。

步骤与要求（严格遵循五步流程）：

主题与创意：

确定设计方向：是针对 **2026 本命年（马）** 的专题设计，还是**某一生肖的永恒主题系列**，或是**十二生肖的套系化设计**。

选择核心设计手法（如抽象、拟人等），并阐述理由。

设计深化：

设计品类应多样化，包括吊坠、戒指、手链等。

绘制精美的彩色效果图，需特别注重表现所选生肖的**神态与气质**。提供必要的三视图。

如果是系列设计，需体现系列内部的**关联性**与**差异性**。

设计说明书与估价：

说明书中必须详细阐述：所选生肖的文化寓意、你的设计转化思路、以及材质工艺如何实现设计意图。

进行成本估价，并说明该设计的目标消费群体与市场定位（如：本命年礼品、儿童生日礼、生肖文化爱好者收藏等）。

成果汇总：整理 10 款定稿的设计图、说明书及估价单，形成完整项目报告。

5. 作品点评

（1）点评要点：

文化理解深度：设计是否准确传达了该生肖的核心文化寓意与精神特质？还是仅停留在表面造型？

设计转化创新性：对生肖形象的处理是否有新意？是简单临摹，还是成功地进行现代化、时尚化的再创造？

商业与市场贴合度：设计是否明确了目标市场？造型、价位、风格是否符合该市场的需求？（例如，本命年设计是否喜庆吉祥？儿童生肖首饰是否安全可爱？）

工艺可实现性与美感：设计是否考虑了工艺实现？效果图是否兼具艺术美感与商业首饰的精致感？

（2）常见问题与改进方向：

问题 1：设计僵化，直接使用网络常见的、工艺粗糙的生肖剪影图案，缺乏设计感和诚意。

改进：强调“设计”的价值。要求学生必须进行原创变形，可以从古代绘画、雕塑、剪纸中寻找灵感，再运用构成法则进行二次创作。

问题 2：忽略佩戴的舒适性与日常性，设计出生肖造型复杂尖锐、极易勾挂衣物

的首饰。

改进： 在实践要求中加入“佩戴场景模拟”思考，要求设计在追求造型独特的同时，必须考虑日常佩戴的**安全性、舒适性与搭配性**。

问题 3： 对本命年文化的理解狭隘，认为只能使用红色和黄金。

改进： 引导学生开阔思路。本命年首饰可以以红色（宝石、珐琅、红绳）为点睛之笔，而非主体。材质上可大胆尝试铂金、K 白金与红宝石的搭配，或采用现代设计语言，创作出更受年轻消费者青睐的“潮款”本命年饰品。

项目四：“海洋”主题商业首饰设计

8 学时

1. 学习目标

知识目标：理解“海洋”作为设计主题所蕴含的丰富意象（浩瀚、生命、神秘、自由、纯净等）；系统掌握源自海洋的生物、生态、景观与文化符号等核心设计元素。

技能目标：能够从海洋世界中提取设计灵感，并将其转化为符合商业首饰审美与工艺要求的造型；熟练掌握针对自然主题的抽象、概括与艺术化表现手法。

素质目标：培养对自然之美的感知力与表现力；在设计实践中融入生态保护与可持续发展理念；提升将宏大、流动的自然景观浓缩于方寸之间的设计概括能力。

2. 理论讲解

“海洋”是一个充满浪漫想象与无限灵感的设计宝库。其设计不局限于具象模仿，更在于捕捉海洋的“意境”与“精神”。

（1）主题意象与情感共鸣

情感内核：自由、探险、宁静、神秘、包容、活力、治愈。

设计定位：受众广泛，尤其受追求个性、热爱自然、向往自由的年轻及中年消费者喜爱。适用于日常佩戴、度假风搭配、以及具有纪念意义的礼品。

（2）核心设计元素库

海洋主题的设计元素极为丰富，可归为以下几类：

海洋生物：

鱼类（如金鱼、神仙鱼、鲸鲨）：象征自由、富足（“年年有余”）。

贝类与螺类（海螺、贝壳、珍珠）：象征海洋的馈赠、内在之美、珍贵。珍珠本身就是重要的珠宝材质。

水母、海星、海马：形态独特，极具装饰美感，象征神秘与奇幻。

海豚、鲸：象征智慧、友善、宏大与和平。

海洋植物：

珊瑚：形态万千，色彩绚丽，象征繁荣与生命网络。

海藻、海草：线条柔美流畅，象征流动与生命力。

自然现象与景观：

海浪、波涛：最具动感的元素，象征力量、永恒运动与激情。

水滴、涟漪：象征纯净、起源与扩散的柔情。

冰山、冰川：象征纯净、冷静与凝固的时光。

沙滩、岛屿：象征度假、放松与宁静。

人文符号：

船锚：象征稳定、希望与归宿。

船舵、指南针：象征方向、冒险与掌控。

航海绳结：象征联结、技艺与航海文化。

(3) 核心设计手法

形态模仿与抽象概括：

写实：精细刻画海洋生物的形态与肌理，追求逼真效果，常用于高端艺术首饰。

抽象：提取最核心的特征（如海浪的曲线、贝壳的螺旋、鱼鳍的透明），进行几何化、线条化的极致简化，更具现代感。

动态捕捉：通过结构设计（如悬挂、可动关节）来表现海浪的翻滚、鱼尾的摆动、水母的游弋，让首饰“活”起来。

材质与色彩的创造性运用：

材质：充分利用材质特性。例如，用**母贝**、**欧泊**表现海水幻彩；用**玉髓**、**水晶**表现海水的清澈；用**钻石**、**锆石**表现浪花与气泡；用**珐琅**表现丰富的生物色彩。

色彩：蓝绿色系是主调，但可扩展至珊瑚的粉橙、沙滩的金黄、深海的幽蓝与黑色。注重色彩的渐变与通透感表现。

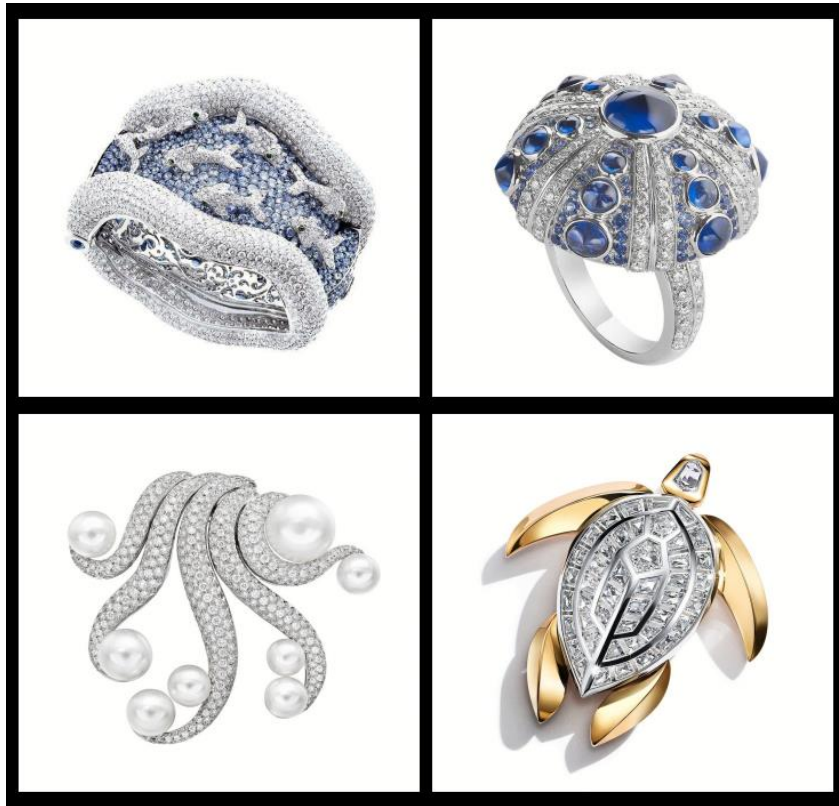
意境营造：不直接表现具体物体，而是通过线条、块面、色彩的组合，营造出浩

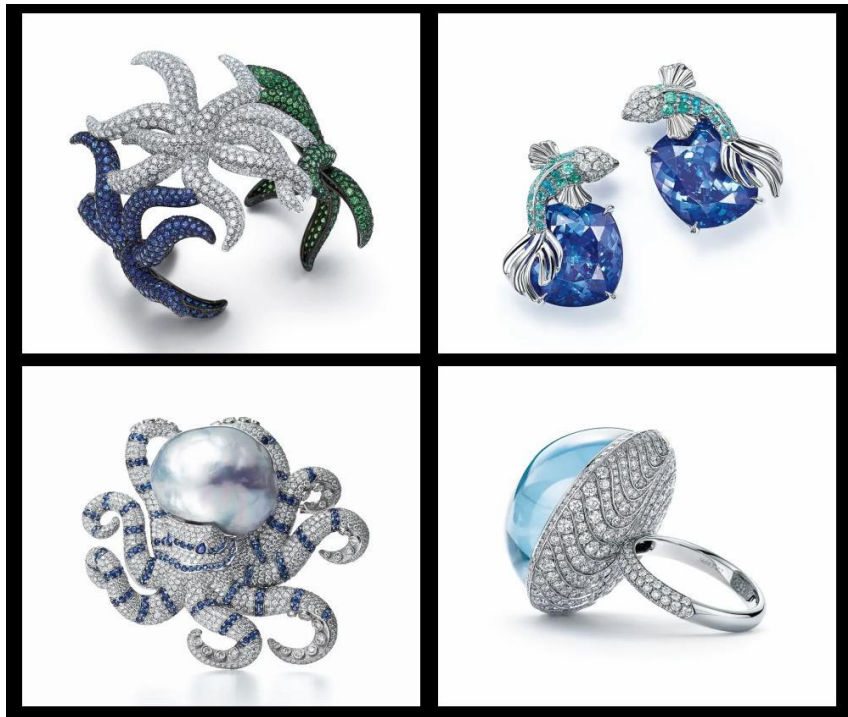
瀚、深邃或澎湃的海洋氛围。

(4) 标准化设计流程

本主题设计同样严格遵循确定主题、材料工艺、绘制图纸、编写说明与估价、作品推介的五步流程。

3. 案例分析





这两组作品共同指向高端市场，其价值体现在非凡的创意、精湛的工艺、以及珍贵的材质上。它们的目标客群是追求独特性、艺术性及投资收藏价值的鉴赏家与资深珠宝爱好者。

分系列深度分析

系列一：叙事性海洋生物系列——“形态的诗学”

本系列专注于对特定海洋生物形态进行高度艺术化的精准捕捉与叙事性呈现。

海龟造型胸针：

设计解析：这是写实与装饰结合的典范。龟甲上规整排列的长方形钻石模拟了生物甲壳的纹理，体现了“秩序之美”；而头部与四肢采用双色金属塑造，不仅增加了色彩层次，更通过光面与镶钻表面的对比，突出了形态的立体感与生动性。它讲述了一个关于“沉稳、长寿与和谐”的海洋故事。

商业与工艺：复杂的金属分色工艺与不同切割钻石的混镶，彰显了极高的手工价值。作为胸针，它是一件可以对话的艺术品。

蓝宝石密镶波浪手镯：

设计解析：运用曲线与色彩来抽象表达海浪的韵律。手镯上蜿蜒的蓝色宝石带与钻石铺陈的波浪纹相互交织，并非直接描绘某一生物，而是捕捉了“海浪”的动态意象。密镶钻石形成的闪烁基底，完美模拟了阳光下的粼粼波光。

商业与工艺：曲线造型对金工塑形要求高，密镶需要极高的精度以确保整体流畅感。这是一件佩戴性极强的艺术化手镯。

蓝宝石主石戒指与波浪珍珠胸针：

设计解析：戒指以大颗粒蓝宝石为主视觉，周围辅以蓝宝与钻石，宛如海洋中的漩涡或深邃的眼眸；胸针则用珍珠和钻石勾勒出海浪卷曲的瞬间，珍珠的温润光泽恰似浪尖的泡沫。两者都侧重于对海洋动态和色彩的提炼。

商业与工艺：强调主石的品质与围镶的工艺。胸针的不对称波浪造型需要精确的重量平衡计算，以确保佩戴时的优雅姿态。

本系列共性：设计灵感源于具体的海洋生物或现象，通过高级珠宝工艺进行再创造，作品具有强烈的辨识度、故事性和雕塑感。价值核心在于将复杂的自然形态转化为可佩戴的微型雕塑。

系列二：意境化海洋意象系列——“材质的交响”

本系列更侧重于运用瑰丽的宝石材质与创新的组合，来渲染海洋的意境、色彩与光影，手法更为抽象和大胆。

海星手镯：

设计解析：这是一幅用宝石绘制的珊瑚礁画卷。中央钻石海星是焦点，周围运用蓝绿色、翠绿色等彩色宝石，通过渐变的色彩和自由的形态抽象表现摇曳的海藻。这是典型的“色彩写意”。

商业与工艺：多种异形切割彩色宝石的镶嵌是最大难点，需要精湛的技艺来确保牢固与色彩的和谐过渡。

鱼与水滴耳钉：

设计解析：构思极为巧妙，将水滴形蓝宝石比喻为气泡或水滴，钻石小鱼穿梭其间。这是一种充满诗意的“场景微缩”和比喻手法，充满灵动童趣。

商业与工艺：设计小巧精致，适合日常佩戴。其巧思在于将主石作为意境的一部分而非绝对中心，构思新颖。

珍珠章鱼戒指：

设计解析：本作品的灵魂在于那颗异形巴洛克珍珠。设计师以其天然的、不规则的形态和晕彩，完美模拟了章鱼身体的柔软质感与神秘光泽，实现了“材质本身即主题”的神来之笔。钻石与蓝宝石镶嵌的触手则是精致的点缀。

商业与工艺：价值高度依赖于这颗独一无二的珍珠。它展示了顶级设计如何尊重并最大化天然材质的特质，将其融入叙事。

海蓝宝石戒指：

设计解析：极致简约而震撼。一颗素面切割的半球形海蓝宝石，以其自身浓郁的、静谧的蓝色成为绝对主角，令人瞬间联想到深海或一枚被海水打磨光滑的鹅卵石。周围密镶的钻石如同拍打其上的浪花。

商业与工艺：对素面宝石的大胆运用挑战了传统。它要求宝石本身拥有无与伦比的色彩饱和度和净度。设计充满了现代艺术感。

本系列共性：灵感源于海洋的色彩、光影和氛围。稀有且色彩独特的宝石是设计的起点和核心。价值在于无可替代的材质与充满想象力的创意组合，作品更像可佩戴的抽象画。

总结对比与设计启示

分析维度	系列一（叙事性具象系列）	系列二（意境化抽象系列）
灵感来源	具体的生物(海龟)与现象(海浪)。	抽象的色彩、光影（珊瑚礁色）、质感（珍珠晕彩）。
核心手	形态的提炼、再造与叙事。强调线条、	材质的对话、色彩的象征与意境的营

法	结构与动态。	造。强调宝石语言。
价值呈现	精湛的金工与镶嵌工艺实现复杂造型；生动的故事性。	稀缺宝石材质的独特运用；高级的审美与艺术化表达。
目标客群	喜爱自然生物、欣赏雕塑感与叙事性珠宝的收藏者。	追求独特宝石、色彩搭配与抽象艺术感的鉴赏家。

给学生的核心实践启示：

两条清晰的创作路径：“海洋”主题不只有一种做法。你可以像系列一那样，做一个细致的观察者和讲故事的人，从形态入手；也可以像系列二那样，做一个敏感的画家和诗人，从色彩和意境入手。

工艺为创意服务：无论走哪条路，顶级的设计都需要顶级的工艺实现。系列一的复杂金工，系列二的复杂镶石，都是设计不可分割的一部分。在设计草图阶段，就必须思考工艺的可行性。

材质是设计语言：尤其是系列二告诉我们，宝石不仅是“材料”，更是“词汇”。一颗特别的珍珠、一块素面海蓝宝，本身就能成为设计的核心故事。要学习理解并运用不同材质的语言。

明确你的“系列感”：这两组图片之所以高级，是因为每组内部风格高度统一，形成了清晰的系列。在你们自己的项目中，确定一条主线（具象或抽象），并贯穿始终，比做一堆风格杂乱的单品更重要。

通过对这两组卓越案例的剖析，我们可以深刻理解到：成功的商业高端设计，既是天马行空的艺术创造，也是严谨理性的产品规划。它要求设计师同时具备诗人般的灵感、画家般的眼力，以及工程师般的务实。

4. 实践练习

项目作业：“海洋”主题商业首饰创作

任务：以小组为单位，围绕“海洋”主题，完成一系列商务首饰设计。最终每组需上交 10 款定稿设计。

步骤与要求（严格遵循五步流程）：

主题与创意：

确定一个具体的灵感方向（如“深海秘境”、“海岸余晖”、“涌动之蓝”）。

选择 1-2 类核心元素（如“珊瑚+鱼群”、“海浪+帆船”）进行深化，明确想要传递的情感（宁静还是激情？）。

设计深化：

注重**材质的创新搭配**在提案中的体现。鼓励思考如何用首饰材料（金属、宝石、特殊工艺）去“翻译”海洋的质感与色彩。

绘制精美的彩色效果图，需特别注重**色彩表达、质感表现和氛围营造**。提供必要的三视图。

如果是系列设计，元素之间应有内在关联。

设计说明书与估价：

说明书中需重点阐述：**灵感来源、材质选择的理由**（如为何选用某种宝石来表现海水），以及工艺如何实现设计效果。

进行成本估价，并说明该系列的市场定位（例如：夏日时尚配饰、度假纪念品、高端礼品等）。

成果汇总：整理 10 款定稿的设计图、说明书及估价单，形成完整项目报告。

5. 作品点评

（1）点评要点：

灵感转化与原创性：设计是简单拷贝海洋生物图片，还是进行了有效的艺术转化与再创作？是否具有独特的视角和创意？

材质与主题的契合度：所选材质（包括宝石、金属处理工艺）是否巧妙地呼应和强化了“海洋”主题？色彩与质感的表现是否到位？

意境与美感：设计是否超越了具象形态，成功营造出了某种海洋的意境或情感？整体造型是否具有商业首饰应有的美感？

商业可行性：设计是否考虑了佩戴的舒适性与日常性？复杂的造型是否在可控的工艺和成本范围内能够实现？

（2）常见问题与改进方向：

问题 1：设计过于直白和儿童化，如直接做一个海星形状的吊坠，缺乏设计深度和成人佩戴的精致感。

改进：鼓励“元素重构”。例如，不直接做海星，而是提取海星的五芒星形态和表面肌理，应用于戒指的戒面或手链的链节设计，使其变得抽象而时尚。

问题 2：色彩运用不当，使用过于鲜艳、塑料感的蓝色珐琅或树脂，显得廉价。

改进：引导学生研究高级珠宝中表现海洋的配色，如 Tiffany 的知更鸟蛋蓝、海蓝宝的浅蓝、托帕石的湛蓝、欧泊的幻彩、贝母的虹彩等，学习如何用材料本身的质感和优雅的色调来提升高级感。

问题 3：只考虑正面效果，忽略侧面厚度和结构，导致设计的“海浪”、“珊瑚”在立体化后笨重或易钩挂。

改进：在实践要求中强调侧视图和结构图的重要性。对于复杂的自然形态主题，必须通过草图研究其合理的佩戴厚度与结构简化方案，确保设计从图纸到实物的顺利转化。