

创新思考,令设计作品展现出具有珠宝韵味的卡通形象是其中的亮点,可以多尝试相关设计训练。

英国人阿斯特利贝加戴维斯创作导演制作的一部英国学前电动画,里面的卡通主角小猪佩奇动画形象风靡中国。小猪佩奇形象的相关首饰应运而生,珠宝商家从3D 硬金材质、银材质再到K金镶钻材质,运用很多设计手法来展示小猪佩奇的卡通形象,购买佩戴小猪佩奇首饰的人群数量众多。这种消费心理也显示出首饰设计个性化、趣味化的发展趋势是有市场的,追求精神和心理上的解脱以及佩戴时的愉悦感、满足感,是趣味首饰的情感表现。首饰趣味化设计的中心是人类的情感,这符合了现代设计的发展趋势。

2.2 运用建筑元素

建筑元素也是微商珠宝市场的常见款式之一,建筑元素历来被珠宝设计师们反复运用从中汲取灵感。建筑的结构与外形特点更是可以来表现微观的珠宝。各国的典型性建筑在外形结构上都有非常强的启示作用,对于珠宝设计而言,这些元素是最合适的素材来源,充满奇思妙想和地域风情。启发设计创作从建筑元素寻求灵感,徽派的建筑风格、中国各个朝代的亭台楼阁、迪拜的帆船酒店、悉尼歌剧院、古罗马竞技场等等,这些伟大的中外建筑,是人类辉煌的建筑奇迹。运用到首饰设计里面也是一种具有特殊意义的首饰类型。

2.3 运用多视角元素

体育竞技是一种艺术,能够超越语言和其他因素的障碍。给人一种激烈、精彩和谐、优美的感觉。而体育运动里面各种体育项目,体育器材都可以运用到首饰设计中,利用特定的首饰语言去理解和诠释,提炼并设计是首饰设计的。民以食为天,注重饮食的人群越来越多,把饮食文化作为卖点来进行首饰设计也是一个比较有趣的尝试。把这些造型各异的食物进行外形的概括设计,当然也是首饰设计元素的一个切入点。

3 以微商珠宝市场款式为导向尝试多种首饰设计创新

目前的微商珠宝市场作为一种新的消费形式不仅可以改变消费观念,更能引导

设计观念,如何能够利用这一平台来更新设计理念做到理论联系实际。如何进行有效地设计探索,把行之有效的设计信息挖掘出来进行设计思考和设计创作。赋予首饰最鲜活最生动的生命力,这种启发式的意识培养是本论文的写作目的。

3.1 分析归纳,设计创新

通过分析了解首饰市场的款式进行溯源式解析,有意识的在相关设计中运用市场上认可了的元素符号来进行变款设计,掌握目前的流行脉络精准的进行有效设计,对新鲜的设计元素和符号进行命题式的大量创作训练,调研相关人群的消费心理,找到痛点进行高效的针对设计。

3.2 加强创新设计训练,能够融会贯通

通过大量的案例分析能够找到新的切入点进行创新设计善于挖掘新的元素造型符号,如今的微商珠宝首饰市场款式更新换代非常快,消费人群的审美变化瞬息万变,如何进行创新式思维习惯,随时保持设计生命力的鲜活感是重中之重,打动消费者的设计形象一定是具有生命力的,注意设计理念的推陈出新,举一反三,注意更新自己的设计知识储备。

4 结语

首饰设计的发展离不开市场的反馈学习,首饰设计人员怎样保持较高的职业素养一直是业内人士不断探讨的话题,只有保持不断创新地精神才能在顺其万变的时代中拥有核心竞争力,合理利用资源,高效输出,不断推陈出新才是本专业从业人员的初心。

参考文献

[1]梁宏,余杰.珠宝首饰产品设计新模式探究[J].群文天地,2012.7

[2]王昶.珠宝首饰营销学[M].武汉:中国地质大学出版社,2012.7

[3]李元元.浅谈珠宝首饰的文化表现[J].西江月,2013.9

作者简介:

谢艳(1984-6),女,河南开封人,文学硕士,武汉工程科技学院艺术与传媒学院讲师,主要从事艺术设计(珠宝首饰设计方向)的教学与研究。

中国珠宝首饰设计现状及应对策略

徐 帆

(武汉工程科技学院 湖北 武汉 430074)

[摘 要]2019年全球受到的新型冠状病毒的巨大影响,国内珠宝首饰市场受到国际经济大环境的影响,已呈现出消费购买力不足的趋势。新一代的年轻人进入社会,逐渐成了市场消费的主体,随之他们对于珠宝的价值观念以及他们对于美的认识直接催生了新的消费需求,而这种消费需求则直接影响这珠宝首饰产业。在这样的经济背景下,分析中国珠宝首饰行业现状,找寻国内珠宝首饰设计存在的问题,提出解决方案,为国内珠宝首饰行业繁荣发展提供新的思路。

[关键词]消费需求;发展现状;合成宝石

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2019.11.778

1 中国珠宝首饰市场的现状

2019年全球受到的新型冠状病毒的巨大影响,全球经济持续下滑,国内珠宝首饰市场受到国际经济大环境的影响,已呈现出消费购买力不足的趋势。而经历了长时间对公共场所活动的限制,形成了网络销售与实体销售共分市场的局面。很多消费者在疫情期间习惯了线上购买的消费模式,各种前卫时尚、个性的新兴原创首饰品牌在网络线上销售火爆;而广州、深圳等地作为中国最大的珠宝企业聚集地,行业竞争激烈,销售额持续下滑,原因就在于珠宝首饰设计产品同质化严重,设计脱离消费者的审美需求及购买能力。

市场决定设计,产品是否满足消费者需求决定着设计的成败,年轻人是各种时尚潮流的追随者,时尚是对于未来可能发生的审美的预测,而时尚又是不断发生变化的,了解时尚和掌握年轻消费者审美需求,也就成了珠宝首饰产品成功的关键所在,试想珠宝首饰产品设计无视消费者需求,那无疑是市场销售不畅。

2 珠宝市场需求变化

随着社会经济不断的发展,有着悠久历史的中国珠宝行业的发展也随着不断变化的消费需求迎来了新的阶段,目前国内珠宝行业竞争激烈,国际品牌如潮水般涌入中国市场,新一代的年轻人进入社会,逐渐成了市场消费的主体,随之他们对于珠宝的价值观念以及他们对于美的认识直接催生了新的消费需求,而这种消费需求则直接影响这珠宝首饰产业。

消费者对与珠宝首饰传统价值观的转换,也是决定当今珠宝市场繁荣的重要体现,传统的价值观以彰显社会身份的象征为价值体现,随着消费者对于珠宝首饰消费的天趋理性,传统的价值观被悦己型享乐消费观所替代。

新一代的年轻人和上一代人相比,在经济购买能力上存在着较大差距,加上科技不断的进步,人工合成宝石技术已经进入成熟阶段,大量的人工合成宝石以视觉效果优良,价格低廉等特性深受年轻人的喜爱,再加年轻人的审美需求受到时尚美学的影响,而所谓时尚即对于未来可能产生的审美观念的预测,因此时尚是不断推陈出新的,而珠宝首饰要满足人们装饰佩戴需求,必须在材料款式工艺等方面顺应时尚的变化,现今的年轻人非常注重个人的形象,时尚服装为人们追求个性美提供了源源不断的全新形式,这些形式在色彩、廓形、结构以及美学上也直接对服饰美提出了新的标准,而当下的国内珠宝产业因为以往的国内市场大,市场竞争小,过去人们对于珠宝的时尚装饰需求低等原因,导致了今天国内珠宝行业产品陈旧,形式古板,无法满足现代年轻消费者的审美需求,也直接导致了现在年轻人喜爱购买欧美时尚首饰的现状,从首饰的价值上,我们不难看出,售价几万元的某奢侈品牌首饰,从材料上上升至只是普通的人造宝石和树脂,其利润远远超过了天然的珠宝,这些都值得中国珠宝首饰企业的深思。

3 问题分析及对策

当下国内珠宝设计从业者片面的将珠宝设计理解为宝石材料的平面图案化,

甚至国内很多珠宝首饰设计的优劣评判标准,变为手绘技法的高低,珠宝效果表现是否逼真,很多设计过于浮夸和传统,一味追求繁华华丽的宝石装饰效果,设计严重脱离消费者的审美的需求和消费购买的能力。导致年轻消费者追捧欧美时尚首饰品牌的现状。从首饰的价值上,我们不难看出,售价几万元的国外一线奢侈品牌首饰,从材料上大多只是些人工合成宝石和普通的树脂,但其利润远远超过了天然的珠宝,如何权衡设计价值和材料价值的问题值得引起中国珠宝首饰设计行业的深思。

在这样的经济背景下,分析中国珠宝首饰行业现状,找寻国内珠宝首饰设计存在的问题,提出解决方案,为国内珠宝首饰行业发展提供新的思路。

如今时尚美学对于各个设计领域的影响深远,年轻人是各种时尚潮流的追随者,时尚是对于未来可能发生的审美的预测,了解时尚和掌握年轻消费者审美需求,也就成了设计成功的关键所在。而国内珠宝设计往往忽略消费者的时尚审美需求,除了模仿抄袭欧美的时尚设计,多数首饰设计风格传统而又保守,缺少时尚美学特征。

由于国内很多珠宝企业长期从事订单生产,首饰设计和展示手段普遍传统落后,受到企业经济实力和传统观念的限制导致先进技术的引进不足,设计技术落后,设计效率低下,设计缺少创新。

首饰设计是空间造型艺术,国内很多企业还使用手工绘图,导致设计缺少空间思维能力,思维长期处于二维平面思维状态。受到保守的设计观念及传统设计方法的制约,在现实中造成了设计图效果与最终产品及消费者实际佩戴效果之间存在较大差距。

对于首饰的佩戴环境需求呈现出日常化、多元化的趋势,因此DIY模块化设计、融入前卫时尚的流行设计、低成本低价位的设计成了国内年轻人对于珠宝首饰消费需求的重要诉求点。

如今国内珠宝行业竞争激烈,国际品牌如潮水般涌入中国市场,新一代的年轻人对于珠宝价值观念的转变以及他们对于时尚审美的认识,急需珠宝首饰设计行业转换观念探索新技术,提高国内珠宝首饰设计水平。

参考文献

[1]张玮,妍妍.国内外首饰设计及首饰展示的现状与分析[J].大众文艺.2010(08):156.

[2]姚红光.浅谈现代科技在首饰设计中的融合应用[J].工业设计.2019(5):073.

[3]张荣红,林斌,周汉利.中国首饰设计现状及发展对策[J].宝石和宝石学杂志.2003(04):33.

作者简介:

徐帆,男(1972.06-),汉族,辽宁沈阳人,硕士,讲师,研究方向:服饰设计,首饰设计,