

<<概念汽车开发>>

图书基本信息

书名：<<概念汽车开发>>

13位ISBN编号：9787111270072

10位ISBN编号：711127007X

出版时间：2010-1

出版时间：机械工业

作者：唐杰//杨沿平//钟志华//童一帆

页数：1

字数：274000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<概念汽车开发>>

前言

人类的汽车之梦一刻也没有停止过。汽车，改变了世界；人类，改变了汽车。而今，在能源、资源、环境的多重压力下，汽车，无论是造型、功能、结构、材料，还是动力、交通、营销模式，都将要面临百年未有之变局。即将到来的变局，对于后发国家如中国而言，意味更多的是机遇。汽车，由西学东渐中的舶来品，发展到今天的自主品牌，中国的汽车工业，已成为世界汽车工业的重要组成部分。

然而，纵观世界汽车发展史，短短数十年的中国汽车业还未来得及书写属于自己的盛世华章，中国的汽车设计也还未能完全摆脱对国外技术的模仿和依赖。

然而，正如作者所言，中国汽车业最缺乏的并不仅仅是当前工程问题的解决，而是对未来发展的展望，或梦想，中国也并不缺乏创造力，而是需要培育产生灵感的土壤。如果我们能够在前瞻性技术的竞争中找到解放创造力的金钥匙，未来世界汽车工业执牛耳者，必我华夏。

本书别出心裁，从“什么是汽车”的设问入手，借助“概念汽车”这一独特载体，对汽车问世至今，人类的奇思异想如何影响汽车工业的发展，并如何借助概念汽车得以推广，进行了较为深刻的剖析。

作者根据事实资料，寻求关系条理，逐层剥茧抽丝，披沙拣金，从人类造物哲学的高度对上百年来汽车发展脉络进行了独到的解构。

全书结合美学、哲学、经管学科等人文社会学科思维，对未来汽车演变形态进行了大胆而有的放矢的假设，尝试“跳出汽车看汽车”，其开拓性的思维，掩卷之余，发人深省。

当然，大胆假设终须小心求证，将梦想变为现实是一代代汽车人不懈追求的目标，概念汽车既是梦想的载体，也是人类解决当前和未来汽车问题的有益尝试，相信本书能给相关研究人员带来启迪，相信中国汽车业能在更多逐梦人的智慧和汗水中扬帆远航。

<<概念汽车开发>>

内容概要

本书以概念汽车作为研究主题，把“车”置于人类历史、社会发展的大背景中，借用哲学、美学、经济学和管理学的相关思维，讨论了汽车造型、功能、结构、生产方式以及营销模式的变革，从人类的需求和科技的进步两方面入手，探索汽车演变的规律。

本书以激发读者灵感为追求，对未来车用能源形式、交通形态、人类生活方式及产业组织模式等展开了有的放矢的构想，提供了一种将工程思维与人文思维相结合进行创新的独特视角。

全书旨在体现对“人——车——自然”和谐发展的未来思考，结合了诸多经典案例。可供设计人员参考借鉴，也可供汽车专业师生及汽车爱好者做参考读物。

<<概念汽车开发>>

书籍目录

序引言第一章 概念汽车的起源与发展 第一节 概念汽车的诞生——从车的历史说起 第二节 概念汽车的发展历程第二章 概念汽车的“概念” 第一节 概念汽车的定义 第二节 概念汽车的分类 第三节 概念汽车的意义第三章 概念汽车的创意设计 第一节 设计理念诉求的表达 第二节 创意灵感的获取第四章 汽车造型的革新 第一节 概念汽车造型特征的设计 第二节 概念汽车造型风格的设计 第三节 民族文化融入当代汽车造型设计案例 第四节 未来汽车造型展望第五章 汽车功能的革新 第一节 “车”的功能演变与发展 第二节 概念汽车功能的设计与组合 第三节 未来汽车功能的发展展望第六章 汽车结构的革新 第一节 汽车新结构对生产方式的改变 第二节 汽车新结构对人类生活的改变 第三节 未来汽车结构展望第七章 车用材料的革新 第一节 金属及陶瓷车用材料的发展 第二节 汽车塑料化进程 第三节 复合材料在汽车中的运用 第四节 纳米材料在汽车中的运用第八章 汽车能源动力系统的革新 第一节 内燃机时代辉煌的续写 第二节 低碳能源时代的动力变革 第三节 未来汽车能源动力的展望与思考第九章 人类交通形态的革新 第一节 对道路交通中人类行为方式的思考 第二节 对汽车交通安全的创新设计 第三节 对未来汽车交通形态的展望第十章 概念汽车与汽车营销 第一节 概念汽车的品牌塑造功能 第二节 概念汽车的品牌传播功能 第三节 概念汽车市场开辟作用的实现 第四节 市场信息对设计者的反馈第十一章 由概念到现实 第一节 未来汽车发展构想 第二节 概念到现实的距离第十二章 我国概念汽车开发探讨 第一节 我国概念汽车发展现状 第二节 我国概念汽车发展存在的问题 第三节 我国概念汽车发展思路结束语一参考文献

<<概念汽车开发>>

章节摘录

一种符号、一种元素、一种形式，直接应用到概念汽车设计中，使人产生直接的印象，而更重要的是理解古代文化的审美特征和精神实质。

这样设计出来的概念汽车才更具有表现力，更能使消费者明确地感受到它所传递的信息。

6.表达情感 在这个倡导激情、崇尚个性的时代，汽车的设计除了满足其实用性外，还被赋予了深厚的情感内涵。

从设计开始，情感一直贯穿到消费者购买的全过程中，并存在于汽车的整个使用期里。

情感是艺术设计所表现的普遍与永恒的主题，如亲情、友情、爱情都是现代艺术设计中表达的常用主题。

特别是在高度工业化的现代社会，人们希望在个性化的设计中宣泄多彩的情感：狂喜、愉悦、欢乐、痛苦、悲伤、愤怒、思念……现代艺术设计无形中起到了情感的物化作用，将人的思绪、理念、意向的多层面展现出多种形象。

情感主题的表现具有无限的活力和丰富的内涵。

这就要求设计师们一要有生活的真实性感受，二要有情节选择的情趣，三要有造型效果表现的深度与力度。

7.抽象构成 受现代主义影响，大量抽象、夸张、变形的语言被运用到设计之中，如立体主义、结构与空间的秩序、结构及力学上的美感，正成为现代设计师们在艺术设计中大量运用的元素，形成了纯形式的由现代抽象构成的设计主题。

设计师通过点、线、面、体等形式因素的结构组合及面积配置、手法对比等手段，制造出具有视觉心理效应的情趣感。

综上所述，设计理念诉求是设计概念的重要方面，也是整个设计作品的灵魂和核心，没有诉求的设计是平庸乏味的。

找到一个适合的设计主题是概念设计阶段中最为关键的任务，也是决定设计成败的直接因素。

第二节 创意灵感的获取 王国维在《人间词话》中写道：“古今成就大事业、大学问者，必经过三种境界：‘昨夜西风凋碧树，独上高楼，望尽天涯路’，此第一境也。

‘衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴’，此第二境也。

‘众里寻她千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处’，此第三境也。

”这三境就是创作的过程所在，而灵感的产生，就正如这第三境中所描绘的那样，它是在深厚专业知识的积累上瞬间迸发的思维火花；它是创作思维过程中认识飞跃的心理现象；它是一个人在对某一问题长期孜孜以求、冥思苦想之后，通过某一诱导物的启发而繁生的一种新思路，它是一个厚积薄发的过程。

……

<<概念汽车开发>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>