

<<产品设计原理与方法>>

图书基本信息

书名：<<产品设计原理与方法>>

13位ISBN编号：9787565000263

10位ISBN编号：7565000264

出版时间：2009-12

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：韩春明

页数：96

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>

<<产品设计原理与方法>>

内容概要

工业设计是随着社会的发展、科学的进步、人类社会进入现代生活而发展起来的一门新兴学科。工业设计从诞生之日起, 就不断给世界带来惊喜, 且在一个多世纪的发展过程中, 不断被注入新的内涵。

产品设计原理和方法是工业设计专业的一门重要课程。

作为一种现代设计的理论和方法, 它不同于传统的工程设计, 也不同于一般的艺术设计, 而是具有多学科互相渗透、交融的特点, 不仅包括对产品功能、结构、材料、工艺以及产品形态、色彩、表面处理、装饰工艺等方面的设计, 还包括与产品有关的社会的、经济的以及人的各方面因素的综合设计。它充分运用了系统工程设计的基本理论与现代设计的技术手段, 使现代工业产品尽可能给使用者以最高的效率、最大的方便及美的享受。

同时, 工业设计可以给生产企业带来一定的经济效益, 给人类社会的物质文明和精神文明带来进步。

近十年来, 工业设计在我国蓬勃发展, 目前的应用已进入建筑、工业、商业、外贸、运输、环境保护等领域。

就产品设计而言, 我国与许多发达国家相比还存在一定差距, 要想全面提高我国工业产品的质量, 必须大力推进设计教育, 更新设计观念, 不断发展新的设计理论和设计方法。

本教材内容按照工科工业设计专业教学计划需要编写, 内容涉及产品设计第一阶段学习的基础训练, 重点介绍产品的概念和设计方法, 适合大学本科工业设计专业课堂教学, 也可作为其他专业设计课程的参考资料。

<<产品设计原理与方法>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 产品设计概念 第二节 产品设计战略 第三节 产品设计原则第二章 产品功能设计 第一节 功能分析 第二节 功能定义 第三节 功能整理 第四节 产品功能方案的设计第三章 产品形态设计 第一节 产品形态设计要素 第二节 产品形态设计原理 第三节 产品形态设计方法 第三节 产品形态设计的美学法则 第四节 产品形态审美内容和意义传达第四章 产品创新设计 第一节 创造性思维 第二节 创造法则 第三节 产品设计构思方法第五章 产品设计程序 第一节 接受设计项目,制订设计计划 第二节 市场调研,寻找问题 第三节 分析问题,提出概念 第四节 设计构思,解决问题 第五节 设计展开,优化方案 第六节 深入设计,模型制作 第七节 设计制图,编制报告 第八节 设计展示,综合评价第六章 产品设计实例参考文献

<<产品设计原理与方法>>

章节摘录

插图：产品的结构方式是体现功能的具体手段，是实现功能的核心因素。

在考虑结构的同时须考虑所用的材料与加工工艺方法。

不同的材料有不同的物理、化学、机械性能以及与其性能相适应的成形工艺，并具有不同的外观质量、肌理效果。

其他如生产管理的好坏、经济上的合理性以及配件的选用等，也会直接影响产品的造型效果。

三、美学基础工业产品的审美功能要求产品的形象有优美的形态，给人以美的享受。

设计者根据形式法则、时代特征、民族风格，通过点、线、面、空间、色彩、肌理等一系列的要素，构成形象，产生审美价值。

人们的审美观在诸多因素影响下，总是在不断发展变化的，所以产品设计须不断地总结经验，了解和掌握科学技术、文化艺术发展的趋势，寻求正确的审美观，灵活运用美学法则，深入研究形态构成、线型组织、色彩配置等造型理论、基本规律及方法，才能创造出有特色的产品形象。

产品设计的三要素是互相影响、互相促进和互相制约的。

一般，有什么样的功能，就要求与其相适应的造型形式；反之，造型形式也可使功能得到更好的发挥。

如仪器仪表的设计，因为需要读数、操作，故要求各类表头设计须易读，计数器须准确、可视性好；显示器的显示信号须稳定、明确、清晰度高；各种操纵器的位置、方向、角度、排列、形状、大小等都要适合人的视觉和有关器官的活动特点和习惯。

功能基础是工业产品造型设计的主要因素，起着主导性和决定性的作用。

但是，如果没有物质条件和工艺条件来保证，产品就很难体现出良好的功能。

如果单纯强调功能而忽视造型美的探求，也就不能满足人们对产品的审美性要求。

三者紧密结合才能创出优质产品。

产品设计是工业设计的主体。

随着现代工业制造能力的不断提高，工业设计师将新的科学研究成果应用于产品的改良或创新产品的开发，使人类的想法不断变成现实，为使用者解决生活和工作中需要的更新、更好的产品，或提供更好的服务；另一方面也通过新产品在市场上的流通，为产品的生产者取得更多的利润。

产品设计的内容包括产品性能的研发、外观设计和市场推广的全过程。

产品的核心是创新，其本质是重组知识结构，重组资源，激发创意，创造需求。

(图1-2)

<<产品设计原理与方法>>

编辑推荐

《产品设计原理与方法》：百所艺术院校打造百部精品

<<产品设计原理与方法>>

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>