

<<工业设计技巧与禁忌>>

图书基本信息

书名：<<工业设计技巧与禁忌>>

13位ISBN编号：9787111276081

10位ISBN编号：7111276086

出版时间：2009-8

出版时间：机械工业出版社

作者：吴琼

页数：151

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>

<<工业设计技巧与禁忌>>

前言

进入21世纪,我国已成为“制造业大国”,制造业的主力军——技能型人才,尤其是高技能人才的严重缺乏正成为我国向“世界制造强国”转变的瓶颈。

为此,劳动和社会保障部制定了“新技师培养带动计划”,其重点内容是“5年培养190万技师和高级技师,700万高级工”。

图书在培养技能型人才中的作用是毋庸置疑的,但综观目前图书市场上的技术图书大多不是侧重理论,就是针对性不强,不能解决生产中出现的問題。

基于此。

我们组织一批作者编写了本套“技巧与禁忌系列丛书”。

这些作者有的是企业中的高级工程师,有的是职业培训机构和高职院校执教多年的老师,与岗位联系密切。

他们既有丰富的实践经验,又有深厚的理论基础。

本套丛书从正反两方面编写技术工人在实际工作中经常要用到的内容(加工、装配、维修、检验、编程、施工等),正面写技巧方法,反面写禁忌事宜,使读者读后知道应该怎样做,不该怎样做,十分明晰。

技巧部分选择一些中级工经常接触的操作技术,将工作要求、加工方法、操作步骤等的技巧加以总结。

禁忌部分以相关工种的加工操作、安全和质量检验以及相关技术文献为依据,对“不宜做”、“不应做”、“禁止做”和“必须注意”的事情,以反向思维,用具体的事例,加以说明和表达,并总结出操作过程中具有典型性的禁忌问题,旨在为读者提供一本具有指导意义的工具书,从加工操作和安全方面给人们一些告诫,提示操作者注意,使操作者在工作中少一些失误,保证加工质量,减少废品,避免出现事故。

本套丛书的内容取材于实践,以中级工要求的内容为主,兼顾初级工和高级工,基础知识的内容占10%的比例。

在本套丛书的编写过程中,得到了许多企业的领导、专家、技术人员的大力支持和帮助,在此谨向为本套丛书的出版付出艰辛劳动的全体人员表示衷心的感谢!

<<工业设计技巧与禁忌>>

内容概要

《工业设计技巧与禁忌》按照产品系统工程各方面的实际需求，把工业设计过程分为产品概念设计、产品方案设计、产品方案展开设计和工业设计过程控制四大部分；注重实际运作的技巧与禁忌，图文并茂，浅显易懂，是工业产品设计较系统的实践方法总结，有一定的理论深度。

《工业设计技巧与禁忌》既可以作为企业从事产品开发的设计师、工程师和相关管理人员的实务指导书，又可以作为工业设计专业大学生的实践参考教材和研究生课程的辅导教材。

<<工业设计技巧与禁忌>>

书籍目录

丛书序前言一、产品概念设计1. 产品市场信息调研的技巧与禁忌2. 消费者需求调研的技巧与禁忌3. 消费者族群分类的技巧与禁忌4. 消费者生活方式调研的技巧与禁忌5. 产品实用功能调研的技巧与禁忌6. 产品工作原理调研的技巧与禁忌7. 产品内部结构调研的技巧与禁忌8. 产品材料调研的技巧与禁忌9. 产品生产工艺调研的技巧与禁忌10. 产品操作界面调研的技巧与禁忌11. 产品认知界面调研的技巧与禁忌12. 产品行业标准调研的技巧与禁忌13. 产品形态造型元素调研的技巧与禁忌14. 产品造型规律分析的技巧与禁忌15. 产品工作原理设计的技巧与禁忌16. 产品实用功能设计的技巧与禁忌17. 产品概念定位的技巧与禁忌18. 拟定产品概念设计报告书的技巧与禁忌19. 产品概念设计展示的技巧与禁忌20. 产品造型设计定位的技巧与禁忌二、产品方案设计1. 机电产品方案构思切入的技巧与禁忌2. 日用品方案构思切入的技巧与禁忌3. 产品方案构思的技巧与禁忌4. 产品方案构思推进的技巧与禁忌5. 产品方案构思展示的技巧与禁忌6. 产品方案构思文字表述的技巧与禁忌7. 机电产品色彩设计的技巧与禁忌8. 日用品色彩设计的技巧与禁忌9. 大型产品色彩设计的技巧与禁忌10. 小型产品色彩设计的技巧与禁忌11. 产品标识设计的技巧与禁忌12. 产品造型视错觉应用的技巧与禁忌13. 产品造型安全性设计的技巧与禁忌14. 产品造型舒适性设计的技巧与禁忌15. 产品造型可靠性设计的技巧与禁忌16. 产品使用寿命设计的技巧与禁忌17. 产品造型绿色设计的技巧与禁忌18. 产品造型文脉设计的技巧与禁忌19. 产品系统设计的基本技巧与禁忌20. 产品造型仿生设计的技巧与禁忌21. 产品造型无障碍设计的技巧与禁忌22. 产品造型统一认知平台建立的技巧与禁忌23. 产品设计草图的表现技巧与禁忌24. 产品方案草模型的制作技巧与禁忌25. 产品草模型材料与工艺选择的技巧与禁忌26. 产品方案手绘效果图表现的技巧与禁忌27. 产品方案电脑效果图表现的技巧与禁忌28. 产品造型虚拟设计的技巧与禁忌29. 产品造型和制造并行设计的技巧与禁忌30. 工业设计师与各类工程设计人员之间交流的技巧与禁忌31. 产品造型方案展示的技巧与禁忌32. 产品造型方案文本表述的技巧与禁忌33. 工业设计师与消费者之间交流的技巧与禁忌34. 产品造型设计与长官意识之间平衡的技巧与禁忌35. 产品造型设计与企业形象协调的技巧与禁忌三、产品方案展开设计1. 产品结构模块化设计的技巧与禁忌2. 产品结构优化设计的技巧与禁忌3. 产品结构仿生设计的技巧与禁忌4. 产品维护便利性设计的技巧与禁忌5. 产品结构表述的技巧与禁忌6. 产品原型制作的技巧与禁忌7. 产品材料与工艺绿色设计的技巧与禁忌8. 产品造型材料与工艺选择的技巧与禁忌9. 产品表面材料与工艺选择的技巧与禁忌10. 销售包装艺术设计的技巧与禁忌11. 销售包装结构设计的技巧与禁忌12. 运输包装艺术设计的技巧与禁忌13. 运输包装结构设计的技巧与禁忌14. 产品促销POP设计的技巧与禁忌15. 产品促销环境设计的技巧与禁忌16. 展示产品色彩设计的技巧与禁忌17. 展示产品表面装饰设计的技巧与禁忌18. 拟订产品造型设计报告书的技巧与禁忌四、工业设计过程控制1. 工业设计团队建设的技巧与禁忌2. 工业设计管理机制建设的技巧与禁忌3. 管理工业设计团队的技巧与禁忌4. 制订工业设计计划的技巧与禁忌5. 工业设计师参与产品工程全过程的技巧与禁忌6. 建立工业设计评估体系的技巧与禁忌参考文献

<<工业设计技巧与禁忌>>

章节摘录

产品功能概念化的实质是要提出问题，也就是在解决问题之前首先弄清楚目前存在什么问题，有什么问题需要在设计中解决。

在这一过程中，要提出目前存在的问题和需要解决的问题，并分析问题。

找出构成这些问题的主要因素，最后提出解决问题的设想和方案，形成形象的构思。

这样才能准确地把握将要做的产品概念设计的风格与形式。

因此，产品调研在整个系统设计中是非常关键的第一步。

一般从以下几个方面来开展：市场信息调研，主要从产品类型、行业、产品主体人群、产品的价格、销售状况等方面来综合分析。

技术调研，对产品的功能、结构、机构、材料与工艺等进行全面的分析。

人机关系调研，主要是针对产品在使用环境中与人、其他物品及环境之间关系的调查分析，重点是产品操作方式和消费者的使用习惯。

产品造型规律分析，根据产品造型的基本要素来具体分析。

消费者需求调研。

产品相关标准与法规调研。

概念设计是设定造型设计条件、明确设计目标的工作。

在这一阶段要通过产品调研得来的数据和资料，进行分析而形成设想，然后对该设想进行发展与研讨，形成形象的构思。

一般企业根据各自部门的信息来设定课题。

这一阶段归纳起来具体有市场调研、数据分析、构思构型、研讨以及整理这几个部分。

2) 产品造型设计的基本技巧。

这一阶段是一个根据前一阶段所确立的目的与条件进行具体物化的过程。

设计概念的可视化是设计师在概念设计中最核心的任务，也是确立产品造型方案的重要步骤。

将正式引进设计的一切技术性操作，并用视觉的二维文字、草图或三维模型对设计对象进行概念定义，也就是通过图样与样机模型转化成为更直观、更容易被普通人所理解的可视化形态，即把设计概念具象化地表现出来，使原来“无形”的概念成为“有形”的产品。

在这一过程中，必须从构思设计中所确立的目标与条件出发。

产品的造型方案既要创造实用价值又要创造精神价值。

产品的实用价值不仅是物的可用性，并且还要衍化为使用者自身功能的一种延伸。

产品的形式不仅要在解剖上，并且要在心理与生理上，与使用者之间取得最佳的匹配。

重视用人类工程学的观点来充分探讨产品造型对使用者全方位的综合匹配关系，以及造型与其他条件的使用关系。

这个过程也是人机系统相协调的过程。

具体要考虑以下三方面的人机系统协调关系：第一，物与人的协调关系。

重点是物与人的生理性特征相协调的关系，即产品外部构件尺寸应符合人体尺寸各要素的需求，其操作力、操作速度、操作频率等要符合人体运动力学条件，各种显示装置要符合人接受信息量的要求，以使人感到作业方便、舒适安全。

对于产品的形态、色彩、质感给人以美的感觉等物与人的心理特征相协调的问题也要处理好。

合理解决物与人的协调关系对提高产品使用效能具有重要意义。

第二，物与物的协调关系。

首先是单件产品自身各零件、部件的协调，包括结构、形态、大小及彼此间的连接关系，其中又包含各零件间的线型风格、比例关系等。

其次是单件产品与构成相互关系的其他产品之间的协调关系问题。

例如，要发挥汽车的高速效能，就要求道路和桥梁的

<<工业设计技巧与禁忌>>

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>