

<<现代产品设计与实训>>

图书基本信息

书名：<<现代产品设计与实训>>

13位ISBN编号：9787531443650

10位ISBN编号：7531443651

出版时间：2009-8

出版时间：辽宁美术出版社

作者：高亚丽 等编著

页数：110

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>

<<现代产品设计与实训>>

前言

当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时，就不难发现，美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话，则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束，指的是从经典出发再造经典，而不是一味地兼收并蓄；开放，则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。

这看似矛盾的两面，其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。

这里，我们所说的美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。

由于众所周知的原因，我们的教育往往以前者为主，这并没有错，只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换；另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西，融入我们的日常教学和艺术体验之中。

在本套丛书实施以前，出于对美术教育和学生负责的考虑，我们做了一些调查，从中发现，那些内容简单、资料匮乏的图书与少量新颖但专业却难成系统的图书共同占据了学生的阅读视野。

而且有意思的是，同一个教师在同一个专业所上的同一门课中，所选用的教材也是五花八门、良莠不齐，由于教师的教学意图难以通过书面教材得以彻底贯彻，因而直接影响到教学质量。

<<现代产品设计与实训>>

内容概要

《现代产品设计与实训》讲述了：美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。

书籍目录

序第一章 概述 第一节 何谓设计 第二节 何谓产品 第三节 设计的变革 第四节 未来设计的发展趋势
一、CAID的发展 二、产品的绿色环保设计 三、产品的系列化设计 四、产品的智能化设计
第二章 走进产品——产品设计要素解析 第一节 功能要素 一、产品之功用 二、产品功能设计的实现
三、产品功能设计的实例解读 第二节 结构要素 一、产品结构的多重含义 二、把握产品结构
设计要点 第三节 形态要素 一、感触形态 二、如何创新产品形态 第四节 材料要素 一、魅力材料
二、材料开发与应用实例解读 第五节 色彩要素 一、华彩外衣 二、产品设计中色彩的运用
第六节 人因要素 一、以人为核心——产品设计的可用性原则 二、产品设计的社会角色——情感交流的载体
第三章 产品的设计调查 第一节 产品设计定位 一、新产品开发 二、现有产品改良 三、产品的受用人群
第二节 设计环境调查 一、市场需求调查 二、同类产品调查 三、受用人群调查 四、产品环境调查
五、生产技术调查 第三节 分析总结：根据调查定位设计产品 第四章 产品的创意视觉化 第一节 明确设计定位
一、受众人的定位分析 二、产品造型的定位意象 第二节 概念草图 一、概念草图的作用和目的
二、概念草图的类型 第三节 方案优化（效果图、色彩、肌理与材质等） 一、产品效果图方案
二、产品色彩设计方案 第五章 产品的立体设计表达——模型 第一节 模型制作 一、什么是模型
二、模型制作的必要性 三、模型制作的原则 第二节 模型的分类 一、草模型 二、仿真模型
三、实物模型（Mock-up） 四、FDM三维快速成型技术 第三节 产品模型欣赏 第六章 产品设计实训案例分析
咖啡具设计的研发案例 一、产品概念提出 二、关于咖啡具的市场调查 三、方案设计的确定
四、产品的设计全程序后记

章节摘录

第二章 走进产——产品设计要素解析 2190年前，在古希腊西西里岛的叙拉古国，阿基米得说，“给我一个支点，我就能撬起地球。

”数千年后，一个叫牛顿的人说：“如果说我比别人看得更远些，那是因为我站在了巨人的肩膀上。”能够撬起地球的支点是找不到的，阿基米得最终也没能撬起地球；而牛顿，善于吸收先人的成果加以现代的转化。

正是牛顿的基点——站到巨人的肩膀上作研究，使他在科学上获得杰出成就。

俗话说：“巧妇难为无米之炊”，其实何止“米”，无“柴”、无“具”都是不行的，那么联系第一节 功能要素 功能是产品设计、开发、生产、销售中最有效用并被接受的能力，产品的价值正是在于具备了特定的功能。

在我们现实生活中，凳子可以坐，椅子可以靠，沙发可以躺，它们各尽其职扮演着各自的角色，提供给人们不同的功能特征。

产品实质上是功能的载体，产品设计的最终目的主要是怎么更好地满足人们用的需要。

一、产品之功用 随着社会经济的不断发展，人们对产品功能的需要也不断地由低级向高级发展，由单一向多元化发展。

在设计时，对产品功能的分析也越来越细化。

1.产品的使用功能和审美功能 使用功能是指产品所具有的特定用途，体现产品的使用目的。包括与技术、经济用途直接有关的功能。

审美功能主要指影响使用者心理感受和主观意识的功能，审美功能对产品的作用已越来越明显。

.....

<<现代产品设计与实训>>

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>