

<<产品造型设计>>

图书基本信息

书名：<<产品造型设计>>

13位ISBN编号：9787562931348

10位ISBN编号：7562931348

出版时间：2010-3

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：吴国荣 等著

页数：107

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>

前言

本书于2005年1月问世，并于2006年7月重印。

本次再版，编者保持了第1版的结构体系和编写特点，在此基础上对具体内容做了较多的充实和更新。

中国现代意义上的工业设计教育始于20世纪80年代初期。

近三十年来，随着改革开放的深入发展，我国的工业设计教育作为一门学科也有了长足的进步。但是我们应该承认，中国的工业设计是先天不足的，设计上的“拿来主义”一直制约着我国工业设计水平的提高。

尽管出现在中国市场上的工业产品的设计水平不低，但真正具有中国特色的现代化工业产品还是不多见的。

我国现代工业设计教育需要学习西方的设计文化，更需要从中国传统设计文化中汲取精华。

既学习国外的经验，又研究自己的历史，目的是创造具有中国特色的现代工业产品造型设计文化。

这就离不开对中外产品发展历史的研究，也离不开对工业产品设计理论的研究。

正是在这一思想的指导下，在出版社与编者的共同努力下，一本针对目前工业设计教学的需要，以产品设计为核心，涉及设计理论，以产品形态设计、人机工程学、产品设计程序、产品设计表现和计算机辅助设计相关知识内容为主线，同时吸收国内外优秀设计案例的《产品造型设计》才得以呈现在读者面前。

本书共6章，其中第1章由南昌大学杨明朗编写；第2章由南昌大学吴国荣、吴江编写；第3章、第4章由南昌大学吴国荣编写；第5章由南昌大学吴江、南昌航空工业学院蔡克中编写；第6章由武汉理工大学王兆国编写。

全书由吴国荣、杨明朗、吴江、蔡克中统稿。

本书的叙述风格简炼，理论与方法并重，收录了国内外优秀设计专业、院校、学生的作品。

希望能对我们今天的设计师、学生和工程师有所帮助，同时希望有关专家和同行对本书不尽完善之处加以补充，使其内容充实丰富。

在此对为本书编写工作付出辛勤劳动的同事、同学给予真诚的感谢！

<<产品造型设计>>

内容概要

《产品造型设计(第2版)》采用了全新的理论体系,从产品设计概述、产品形态设计、产品设计中的人机工程、产品设计方法与程序、产品设计表现技法、计算机辅助设计六个章节进行阐述,并引出了新的设计理念及一系列新概念。

《产品造型设计(第2版)》以产品形态设计与技法表现为核心内容,并结合国内外最新的优秀设计方案加以引导和剖析,在提供系统设计理论结构的同时,预示了产品造型设计中的新的探索点;在解析设计要点的同时,展现出宽广的创意表达空间;在提示案例设计思路的同时,力求激发读者内心灵性的火花;在介绍设计方法的同时,更注重倡导融会贯通的设计法则。

<<产品造型设计>>

书籍目录

1 产品设计概述1.1 产品设计的基本概念1.1.1 产品与设计的定义1.1.2 产品设计及其范围1.1.3 产品设计的原则1.1.4 产品设计的构成要素1.1.5 产品设计与人的关系1.2 产品设计的类型1.2.1 式样设计1.2.2 形式设计1.2.3 概念设计1.2.4 应用1.3 产品设计的组织与管理1.3.1 产品设计与企业管理1.3.2 产品设计管理的基本原则1.4 中外产品设计发展对比2 产品的形态设计2.1 形和形态的含义2.2 形态在产品中的意义2.3 产品形态的心理特征2.3.1 力感2.3.2 通感2.3.3 求新与创新2.3.4 个性2.3.5 联想2.4 形态的基本类型2.4.1 几何抽象形态2.4.2 有机抽象形态2.5 形态设计的基本方法2.6 产品形态的仿生设计2.6.1 仿生法在产品形态设计中的意义2.6.2 产品形态仿生设计的具体方法2.6.3 产品形态仿生设计的运作程序3 产品设计中的人机工程3.1 人机工程学概述3.2 人机工程学的尺度空间3.2.1 人体测量的尺度3.2.2 人体测量的基本知识3.2.3 人机工程学的研究范围3.2.4 人机工程学与工业产品设计4 产品设计方法与程序4.1 设计方法4.1.1 逆向思维设计法4.1.2 分合思维设计法4.1.3 仿生设计法4.1.4 定向思维设计法4.1.5 联想思维设计法4.2 设计程序4.2.1 设计分析阶段4.2.2 设计构思阶段4.2.3 设计深化阶段4.2.4 设计实施阶段4.3 设计调研4.3.1 设计调研的内容4.3.2 设计调研的方法4.3.3 设计调研的步骤5 产品设计表现技法5.1 技法表现的学习方法5.1.1 效果图的真实性5.1.2 效果图的科学性5.1.3 效果图的艺术性5.2 技法表现的基础知识5.2.1 透视知识5.2.2 透视的分类及应用5.3 技法表现的材料与工具5.3.1 纸类5.3.2 笔类5.3.3 颜料5.3.4 尺类5.4 技法分类5.4.1 水粉表现技法5.4.2 马克笔表现技法5.4.3 钢笔淡彩渲染法(水彩、透明水色技法)5.4.4 喷绘技法5.4.5 综合技法5.5 质感表现5.5.1 玻璃、透明塑料的材质表现5.5.2 木质材料的质感表现5.5.3 塑料的质感表现5.5.4 金属材质的表现5.5.5 软质材料的质感表现5.6 产品形态创意快速表达的基本方法5.6.1 形态快速表达的基础5.6.2 培养速写基本功6 计算机辅助设计6.1 计算机对设计的影响6.2 计算机辅助设计对于工业设计的意义6.3 计算机辅助设计的常用软件及其特点6.3.1 计算机辅助设计的二维软件6.3.2 计算机辅助设计的三维软件6.4 计算机辅助设计三维软件的图形技术6.4.1 建模6.4.2 渲染6.5 计算机辅助工业设计的发展前景参考文献

章节摘录

1.1.2 产品设计及其范围 产品设计涉及的内容很广，小到一支笔，大到一架飞机等等。因此产品设计的复杂程度也大不相同。与产品设计相关的各门学科和领域相当广泛。

可以说，产品设计是一门新兴的综合性交叉学科（见图1-1、图1-2）。

这就对未来的产品设计师提出了以下几点要求：掌握各种专业技能；完全以消费者为导向；服从系统设计方法的理念；熟知各种制造专业；熟悉市场营销；针对设计和工程进行设计研究；在问题解决上具有创造力。

同时，也应明确一个原则——一件产品的形成不是单独依靠某一方面的知识就能完成的，它必须是工业设计师、工程设计师及市场研究人员三方面共同努力合作的结果。

对于工业设计师来说，在设计中忽视市场调查及对所设计的产品原理结构知识缺乏了解，是造成产品设计定位不准确、设计失败的根本原因。

现代的产品设计模式不同于以往，若仅以发明家、工程师及设计师凭已有的经验与知识，去创作有用的产品；或如发明家爱迪生那样，通过几百次的尝试与错误研发产品，都不可能发生的。

市场需求是多变的，要求企业在短时间内设计出适应市场需求的、优越的产品，企业必须集合各领域的专业人才，融合企业的内部资源及产销优势才有可能完成。

综上所述，产品设计的范围包括了T业设计、工程技术及市场三个主要的内容，这三个方面的内容是相互联系、互相渗透的（见图1-3）。

产品设计虽然涉及的领域很广，但在任何工业产品设计中，都存在“人与物”和“物与物”的关系。

所谓“人与物”的关系，即人与产品的关系，它通过使用者的心理和生理直接发生影响的因素表现出来，这些都由工业设计师解决。

所谓“物与物”的关系，即产品内部结构构造关系，它不对使用者（人）直接发生影响表现为构造原理、零部件联结、决定能否使用等问题，由工程师负责解决。

能否处理好这两种关系，决定了产品设计师和工程师在工业设计中的合作与分工。

1.1.3 产品设计的原则 设计是现代科学技术和人类文化发展的产物，它是人们对社会生活观念、价值观念、改造自然和社会的设想，以及运用科学技术成果的总和。

因而产品的形成与人们对新的生活方式的追求和科学技术的发展有着密切联系。

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>