

<<工业产品造型设计>>

图书基本信息

书名：<<工业产品造型设计>>

13位ISBN编号：9787810939256

10位ISBN编号：7810939254

出版时间：2009-10

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：钱安明 等编著

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>

## &lt;&lt;工业产品造型设计&gt;&gt;

## 前言

目前艺术设计类教材的出版十分兴盛，任何一门课程如《平面构成》、《招贴设计》、《装饰色彩》等，都可以找到十个、二十个以上的版本。

然而，常见的情形是，许多教材虽然体例结构、目录秩序有所差异，但在内容上并无不同，只是排列组合略有区别，图例更是单调雷同。

从写作文本的角度考察，大都分章分节，平铺直叙，结构不外乎该门类知识的历史、分类、特征、要素，再加上名作分析、材料与技法表现等等，最后象征性地附上思考题，再配上插图。

编得经典而独特，且真正可供操作的、可应用于教学实施的却少之又少。

于是，所谓教材实际上只是一种讲义，学习者的学习方式只能是一般性地阅读，从根本上缺乏真实能力与设计实务的训练方法。

这表明教材建设需要从根本上加以改变。

从课程实践的角度出发，一本教材的着重点应落实在一个“教”字上，注重“教”与“讲”之间的差别，让教师可教，学生可学，尤其是可以自学。

它，必须成为一个可供操作的文本、能够实施的纲要，它还必须具有教学参考用书的性质。

实际上不少称得上经典的教材其篇幅都不长，如康定斯基的《点线面》、伊顿的《造型与形式》、托马斯·史密特的《建筑形式的逻辑概念》等，并非长篇大论，在删除了几乎所有的关于“概念”、“分类”、“特征”的絮语之后，所剩下的就只是个人的深刻体验、个人的课题设计，从而体现出真正意义上的精华所在。

而不少名家名师并没有编写过什么教材，他们只是以自己的经验作为传授的内容，以自己的风格来建构规律。

大多数国外院校的课程并无这种中国式的教材，教师上课可以开出一大堆参考书，却不编印讲义。

然而他们的特点是“淡化教材，突出课题”，教师的看家本领是每上一门课都设计出一系列具有原创性的课题。

围绕解题的办法，进行启发式的点拨，分析名家名作的构成，一次次地否定或肯定学生的草图，反复地讨论各种想法。

外教设计的课题充满意趣以及形式生成的可能性，一经公布即能激活学生去进行尝试与探究的欲望，如同一种引起活跃思维的兴奋剂。

因此，备课不只是收集资料去编写讲义，重中之重是对课程进行有意义的课题设计，是对作业进行编排。

于是，较为理想的教材的结构，可以以系列课题为主。

其线索以作业编排为秩序。

如包豪斯第一任基础课程的主持人伊顿在教材《设计与形态》中，避开对一般知识的系统叙述，只是着重对他的课题与教学方法进行了阐释，如“明暗关系”、“色彩理论”、“材质和肌理的研究”、“形态的理论认识和实践”、“节奏”等。

每一个课题都具有丰富的文件，具有理论叙述与知识点介绍、资源与内容、主题与关键词、图示与案例分析、解题的方法与程序、媒介与技法表现等。

课题与课题之间除了由浅入深、从简单到复杂的循序渐进，更应该将语法的演绎、手法的戏剧性、资源的趣味性及其效果的多样性与超越预见性等方面作为侧重点。

于是，一本教材就是一个题库。

教师上课可以从中各取所需，进行多种取向的编排，进行不同类型的组合。

学生除了完成规定的作业外，还可以阅读其他课题及解题方法，以补充个人的体验，完善知识结构。

从某种意义上讲，以系列课题作为教材的体例，使教材摆脱了单纯讲义的性质，从而具备了类似教程的色彩，具有可供实施的可操作性。

这种体例着重于课程的实践性，课题中包括了“教学方法”的含义。

它所体现的价值，就在于着重解决如何将知识转换为技能的质的变化，使教材的功能从“阅读”发展

## <<工业产品造型设计>>

为一种“动作”，进而进行一种真正意义上的素质训练。

## <<工业产品造型设计>>

### 内容概要

笔者认为，对于工业设计专业学生的培养应该在战略上一致，而教学上有所侧重。

如强调审美培养，注重设计美学研究和造型训练；或强调策划能力，注重设计方法、趋势与管理的研究。

毫无疑问，技能的培养应该是本、专科阶段的教学要点，所谓技能主要就是对构思的表现与表达。

至于应该补充的材料结构等方面的素养是为了完善个人的知识结构体系，是个人能力的补充，不应本末倒置。

本书不是工业设计和新产品开发的全程指导手册，在这里我们探讨的是产品设计本身，即更多的是在造型方面，强调创新设计思维，强调美学分析，强调技法的掌握。

## <<工业产品造型设计>>

### 书籍目录

第一章 工业产品造型设计概述 第一节 设计、工业设计与产品设计 第二节 造型的特性与意义第二章 产品造型设计演变 第一节 工艺美术运动 第二节 新艺术运动 第三节 装饰艺术运动 第四节 现代主义运动 第五节 流线型 第六节 有机现代主义 第七节 组合设计 第八节 后现代主义第三章 造型设计基础 第一节 造型语言 第二节 造型色彩 第三节 产品造型法则 第四节 产品造型要素第四章 设计思维与方法 第一节 创新思维基础 第二节 设计思维方法第五章 产品造型设计流程 第一节 产品设计流程模式 第二节 设计实务的般流程第六章 产品造型设计表现 第一节 手绘 第二节 计算机辅助设计第七章 仿生设计 第一节 仿生学与仿生设计学 第二节 仿生设计方法 第三节 仿生汽车造型设计结语 当代产品造型设计趋势参考文献

## <<工业产品造型设计>>

### 章节摘录

ICSID于1980年在巴黎举行的第十一次年会上修订工业设计的定义为：“就批量生产的工业产品而言，凭借训练、技术知识、经验及视觉感受，而赋予材料、结构、构造、形态、色彩、表面加工、装饰以新的品质和规格，叫做工业设计。

根据当时的具体情况，工业设计师应当在上述工业产品全部侧面或其中几个方面进行工作，而且，当需要工业设计师对包装、宣传、展示、市场开发等问题的解决付出自己的技术知识和经验以及视觉评价能力时，这也属于工业设计的范畴。

” The International Council of Societies of Industrial Design ( ICSID ) has revised the ID definition at its the Annual Conference of 1980 in Paris as follows: It is called Industrial Design that, for the industrial products batch manufactured, by training, technical knowledge, experience and visual feeling, the new quality and specification are given to material, structure, construction, shape, color, surface process and decoration. Based on the situation of that day, industrial designers should work in the entire or several aspects of industrial products.

Packaging, propagandizing, exhibiting and market development, that industrial designers are needed to contribute their technical knowledge, experience and visual assessing capability to, also belong to the scope of Industrial Design.

<<工业产品造型设计>>

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>