

<<工业设计基础>>

图书基本信息

书名：<<工业设计基础>>

13位ISBN编号：9787307076396

10位ISBN编号：730707639X

出版时间：2010-4

出版时间：武汉大学出版社

作者：黄劲松 编

页数：90

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;工业设计基础&gt;&gt;

## 前言

我国经济建设持续高速地发展和国家自主创新战略的实施，迫切需要数以千万计的经过高等教育培养的艺术设计的应用型和创新型人才，主要承担此项重任的高等院校，包括普通高等院校、高等职业技术学院、高等专科学校的艺术设计专业近年得到超常规发展，成为各高等院校争相开办的专业，但由于办学理念的模糊、教学资源的不足、教学方法的差异导致教学质量良莠不齐。

整合优势资源，建设优质教材，优化教学环境，提高教学质量，保障教学目标的实现，是摆在高等院校艺术设计专业工作者面前的紧迫任务。

教材是教学内容和教学方法的载体，是开展教学活动的主要依据，也是保障和提高教学质量的基础。建设高质量的高等教育教材，为高等院校提供人性化、立体化和全方位的教育服务，是应对高等教育对象迅猛扩展、经济社会人才需求多元化的重要手段。

在新的形势下，高等教育艺术设计专业的教材建设急需扭转沿用已久的重理论轻实践、重知识轻能力、重课堂轻市场的现象，把培养高级应用型、创新型人才作为重要任务，实现以知识为导向到以知识和技能相结合为导向的转变，培养学生的创新能力、动手能力、协调能力和创业能力，把“我知道什么”、“我会做什么”、“我该怎么做”作为价值取向，充分考虑使用对象的实际需求和现实状况，开发与教材适应配套的辅助教材，将纸质教材与音像制品、电子网络出版物等多媒体相结合，营造师生自主、互动、愉悦的教学环境。

当前，我国高等教育已经进入一个新的发展阶段，艺术设计教育工作者为适应经济社会发展，探索新形势下人才培养模式和教学模式进行了很多有益的探索，取得了一批突出的成果。

## <<工业设计基础>>

### 内容概要

本书突出学生学习的主体性地位，围绕学生的学习现状、心理特点和专业需求，突出了设计基础的共性，增加了实验教学、案例教学的比例，强调学生的动手能力和师生互动教学。

内容包括：绪论、产品造型设计基础、产品造型设计材料加工工艺、产品设计表达方式、产品设计程序与方法、设计作品图例等。

书籍目录

第1章 绪论 第一节 工业设计概述 第二节 工业设计学科的研究领域 第三节 工业设计的性质与评价原则 第四节 工业设计师应具备的基本素质第2章 产品造型设计基础 第一节 形态造型要素 第二节 形态要素在产品中的应用及其功能表现 第三节 产品造型设计的形式美法则 第四节 产品设计中的人机工程学 第五节 计算机辅助工业设计第3章 产品造型设计材料加工工艺 第一节 产品设计与材料的关系 第二节 材料的分类与特性 第三节 产品表面材料工艺处理第4章 产品设计表达方式 第一节 产品设计速写 第二节 产品设计效果图 第三节 模型设计与制作简介第5章 产品设计程序与方法 第一节 产品设计的相关要素 第二节 产品设计的程序与方法 第三节 产品设计的方法第6章 设计作品图例参考文献

## 章节摘录

产品设计中的色彩能够暗示产品的使用方式和提醒人们注意，如传统照相机大多以黑色为外壳表面，显示其不透光性，同时提醒人们注意避光，并给人以专业的精密严谨感，而现代数码相机则以银色、灰色以及更多鲜明的色彩系列作为产品的色彩呈现。

色彩设计应依据产品表达的主题，体现其诉求。

而对色彩的感受还受到所处时代、社会、文化、地区及生活方式、习俗的影响，反映着追求时代潮流的倾向。

三、材质 材料的质感肌理是通过表面特征给人以视觉和触觉感受以及心理联想及象征意义。

利用良好的材质与色彩可以使产品设计以最简约的方式充满艺术性。

产品形态中的肌理因素能够暗示产品的使用方式或起警示作用。

通过选择合适的造型材料来增加感性、浪漫成分，使产品与人的互动性更强。

在选择材料时，不仅要用材料的强度、耐磨性等物理量来作评定，而且要考虑材料与人的情感关系远近作为重要评价尺度（见图12）。

不同的质感肌理能给人不同的心理感受，如玻璃、钢材可以表达产品的科技气息，木材、竹材可以表达自然、古朴、人情意味等。

材料质感和肌理的性能特征将直接影响到材料用于所制产品后最终的视觉效果。

工业设计师应当熟悉不同材料的性能特征，对材质、肌理与形态、结构等方面的关系进行深入的研究，科学合理地进行选用，以符合产品设计的需要。

优良的产品形态设计，总是通过形、色、质三个方面的相互交融而提升到意境层面上来的，以体现并折射出隐藏在物质形态表象后面的产品精神。

这种精神通过用户的联想与想象而得以传递，在人和产品的互动过程中满足用户潜意识的渴望，实现产品的情感价值。

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>