

<<产品改良设计>>

图书基本信息

书名：<<产品改良设计>>

13位ISBN编号：9787545211337

10位ISBN编号：7545211332

出版时间：2012-8

出版时间：张展、王虹 上海锦绣文章出版社 (2012-08出版)

作者：张展，王虹 著

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>

## <<产品改良设计>>

### 内容概要

《产品改良设计（第2版）》共分为四章，主要内容包括：产品改良设计概述、设计创造的思维方法、产品改良设计的一般程序与方法等。

## <<产品改良设计>>

### 作者简介

张展，现任上海第二工业大学应用艺术学院院长、教授，上海张展工业设计（大师）工作室领衔大师，上海博路工业设计有限公司设计总监，得力集团（上海）工业设计研究所所长、设计总监，中国工业设计协会理事，上海工业设计协会副理事长，上海设计创意中心副秘书长，日本基础造型学会会员。

从事工业设计教育和实践20余年，主持、设计了千余项新产品开发工作，获国家发明、实用新型及外观设计专利500余项，积累了丰富的工业设计实际运作经验，先后为中国、美国、欧盟、日本等国家和地区的企业设计不同市场的产品。

中央电视台、上海电视台以及《解放日报》、《文汇报》等新闻媒体曾对其成果作过报道。

王虹，现任上海第二工业大学应用艺术设计学院现代产品设计研究所副所长，上海博路工业设计有限公司副总经理、首席设计师，得力集团（上海）工业设计研究所副所长、首席设计师，中国工业设计协会会员，上海工业设计协会理事，日本基础造型学会会员。

从事设计教育和设计实践10余年，获得国家设计专利近300余项，获得各类设计大奖10余项，曾出版多种专著及论文。

2008年被上海市包装技术协会评选为“上海市第三届优秀中青年设计师”。

2010年被上海市团市委、上海市经信委评为“上海市青年高端创意人才”。

## &lt;&lt;产品改良设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 产品改良设计概述 第一节 产品改良设计的意义 一 产品的定义 二 产品的生命周期 三 延长产品生命周期的方法 四 改良与创新 第二节 产品改良设计的内容 一 产品使用功能的改良 二 产品价值工程因素的改良 三 产品人机工学的改良 四 产品形态与色彩的改良 第二章 设计创造的思维方法 第一节 联想、类比激发思维的方法 一 直角坐标联想组合法 二 仿生学法 三 类比法 四 强制联想设计法 五 设计构想展开方法 第二节 会议形式激发思维的方法 一 畅谈会法 二 哥顿法 三 7×7法 四 飞利浦斯66法 五 635法 六 ZK法 第三节 提问激发思维的方法 一 检查提问法 二 5W1H法 第四节 多维方向激发思维的方法 一 逆向思维法 二 缩小与扩大法 第五节 综合类激发思维的方法 一 组合法 二 控制条件法 四 反求工程法 五 移植法 六 复合法 第三章 产品改良设计的一般程序与方法 第一节 产品改良设计的基本程序 第二节 产品改良设计的前期设计 一 产品计划 二 设计调查 三 设计分析 第三节 设计评价与筛选 一 设计评价 二 设计筛选 第四节 设计表现 一 设计草图 二 效果图 三 绘制外形设计图, 制作三维草模 四 人机工程学的研究 五 优化方案, 讨论实现技术的可能性 六 色彩方案 七 设计制图、模型(样机)制作 八 编制报告, 设计展示版面 九 测绘, 修改制图 十 计算机辅助设计(CAD)与制造(CAM) 第四章 产品改良设计案例 第一节 设计前言 第二节 制定计划 第三节 设计调研 第四节 设计定位 第五节 设计草图 第六节 模型制作 第七节 深化设计 后记 参考书目

## &lt;&lt;产品改良设计&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：2.以开发集体智慧为动力 价值工程是一项复杂的工作。

由于提高产品价值，往往涉及到产品设计、制造和使用过程；涉及到原材料和设备的选择与使用；涉及到各种组织与管理工作的等等。

因此，在进行这项工作时，必须建立相应的组织机构，制定价值工程活动计划，同时，参加这项工作的人员，既需要有广泛的科学技术知识，又需要有一定的经济知识和实际经验，而且，还需要有勇于创新的精神。

所以。

必须群策群力、集思广益，有组织地开展这一活动，才能提高产品的价值和经济效益。

同时，从心理学上看，人的思维活动存在着一定的方向性，这是由于人的思维活动经过反复出现，被固定下来后形成一种心理状态，这种心理状态决定着或影响着后继同类活动的趋势，这就是所谓思维的方向性。

在心理学上则称之为定势，它是个性形成的基础。

为了消除或减少个人思维的方向性，就必须创造出一个新的环境，使人们的行为在新的环境中，在相互作用下培育出创造性的活动。

因此，从人的心理方面来说。

开拓个人的思路是很不够的，需要组织各种不同的人员参与研究，形成一个能产生创造行为的环境。

特别是价值工程学是一门交叉科学，它不仅是管理科学和自然科学的交叉、经济与技术的交叉、艺术与技术的交叉，而且是某一自然科学与另一自然科学的交叉，是自然科学与社会科学的交叉。

为此，更需要各类专业人员结合起来，才能有所创造，有所发明。

3.以创新为手段 价值工程活动的实质，是“推陈出新”，否定原有的产品设计，打破原有的功能系统。

以创造性的思维活动，运用多种创造技巧与方法，改进老产品，开拓新产品，促使产品不断更新换代。

4.价值的含义 价值工程中所说的“价值”和政治经济学中所说的价值是不同的，政治经济学中所说的价值是指凝结在商品中的一般的、无差别的人类劳动，它是商品的基本属性之一。

两种商品能够彼此交换，是因为它们包含着一定的社会必要劳动量，从而，便形成了商品的价值。

而价值工程中所说的价值，是接近于人们日常生活中所说的价值概念。

例如。

当人们到市场上买东西时，要考虑“买这件东西合不合算”？

“值不值得”？

“有没有价值”等问题。

如果具体点说：设有A1和A2两种商品，其规格、性能和质量完全一样，由于生产的工厂不同，商品的价格有时是会不一样的。

设A1商品销价为50元，A2商品销价为48元。

这样，你就愿意选购A2商品，原因是A2比A1少2元。

这就意味着价值工程中所说的价值含有物美价廉的意思。

因此，它与政治经济学中所说的价值，是两个不同的概念。

同时，还可以看出：A2商品价格低，人们愿意购买，这说明它的价值是高的。

原因是生产A2产品的企业，用了较低的费用，取得了产品所具备的必要的功能。

而生产A1产品的企业则用了较高的费用，取得了同样功能的产品，因此，售价高，人们不愿意购买。

从购买者的角度上看，A1的价值低于A2的价值。

这就是说，产品在同样功能的条件下，成本愈低，价值愈高。

如果在价格相同的条件下，则功能愈高，价值愈大。

## <<产品改良设计>>

### 编辑推荐

《中国高校通用设计教材丛书:产品改良设计(第2版)》编委会围绕专业设置、人才培养目标、计划,以及课程体系与教学内容、教学方法与手段等方面的改革,将陆续出版不同专业富有特色、适应时代和社会需求,同时又具有良好操作性的通用设计教材,以适应不同层面读者的需要。

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>