

<<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：9787564026714

10位ISBN编号：7564026715

出版时间：2009-11

出版时间：北京理工大学出版社

作者：江杉 编

页数：97

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>>

前言

工业设计很早就已成为发达国家制造业竞争的核心动力之一，并因其在制造业中的核心作用，被世界各国普遍视为经济发展龙头。

在欧美发达国家，工业设计的资金投入一般可占到总产值的5%~15%，高的甚至可占到年产值的30%，而中国制造企业在工业设计方面的投入几乎不到1%。

显然，中国加工工业要真正向制造和创造升级，创新和设计就不能再停留在口头上，必须采取切实有效的行动，尽快扭转目前的状况，从而使中国的制造业重创辉煌！

产品改良设计是工业设计中重要的环节之一，也是工业设计中不可或缺的一部分。

产品改良设计并非只是换汤不换药的表面文章，其内容包括在原有产品基础之上进行的内在结构、使用方式、使用功能、创造性思维等方面的产品优化及改良。

本书内容共分六章：第一章至第三章为产品改良设计概述，产品的创造性思维、产品改良设计的程序与方法，第四章至第六章为设计表达、产品改良设计案例及优秀设计欣赏。

全书内容和编排充分体现了先进性、系统性和实用性。

该系列丛书由扬州职业大学艺术学院江杉院长担任主编，本书由扬州职业大学艺术学院院长江杉担任主编。

第一章由扬州职业大学江杉、张晨撰写，第二章由扬州职业大学江杉撰写，第三章由扬州职业大学江杉、阮文杰撰写，第四章由扬州大学邱变变撰写，第五章和第六章由扬州职业大学黄亚飞撰写。本书还得到了扬州职业大学艺术学院及扬州大学同仁的帮助，在此一并表示感谢。

本书由北京理工大学出版社出版，在编写出版过程中，得到了出版社的大力支持和帮助，在此表示感谢。

限于编者的水平，书中的不妥和错误之处在所难免，诚请广大读者批评指教。

<<产品改良设计>>

内容概要

由实践教学经验丰富的工业设计教师编写。

《产品改良设计》适用于高等职业院校、高等专科学校、成人高校、本科院校举办的二级技术学院，也可供本科院校师生、设计人员和爱好者使用。

《产品改良设计》作为工业产品设计类的专业教材，主要介绍产品设计中的改良设计。

内容包括：产品改良设计概述、产品的创造性思维、产品改良设计的程序与方法、设计表达以及产品改良设计案例、优秀设计欣赏等。

通过《产品改良设计》的学习，能使学生认识到实际工作中改良设计的普遍性和重要性，并提高设计技能，开阔设计视野。

<<产品改良设计>>

书籍目录

产品改良设计概述第一节 产品改良设计的现实意义第二节 产品改良设计的内容产品的创造性思维
第一节 创造性思维的含义、分类及特征第二节 创造性思维与设计第三节 激发创造性思维的方法第四
节 会议形式激发思维的方法第五节 提问激发思维法第六节 多维方向激发思维的方法第七节 综合类激
发思维的方法产品改良设计的程序与方法第一节 产品改良设计的准备第二节 改良设计的展开与方案
确定设计表达产品改良设计案例优秀设计欣赏参考文献

<<产品改良设计>>

章节摘录

(2) 功能定位—它能干什么？

所谓功能定位就是凭借其产品功能，抢占消费者大脑里的某个认知区域，让其在需要某种“功能”的时候第一个想到该产品。

无论何种产品，都必须要进行功能诉求，也就是各种形式的广告宣传和市场开发。

其目的要明确地告诉消费者我能干什么？

在你的生活中我能起到什么作用？

产品使用功能定位往往不是一个笼统的概念，而是要满足消费市场一个比较具体化的需要。

比如消费者购买鞋子时对产品使用功能定位，要根据具体人的需求情况，在诸如时尚、保暖、轻便、牢固以及是否具有防水、防碰等安全功能进行斟酌。

不同消费者对上述使用功能消费有着不同的侧重，从而形成不同的消费利益群体。

产品功能定位就是要针对各种特殊的不同利益群体，最大限度的满足市场各类顾客利益的需要，从而赢得最大的市场销售份额。

一个新产品的准确的功能定位，不仅能迅速撬开市场的大门，也能以其鲜明的使用功能定位个性，迅速树立自己的品牌与占领可观的市场份额。

(3) 人群定位——它是为什么人的？

在产品改良开发设计中，为什么人的问题是一个首要问题。

这个产品为谁而设计？

给谁使用？

是设计者在产品改良设计过程伊始，就首先必须思考的问题。

找对目标消费群对于确定产品的使用功能来说至关重要，一切的销售行为都是针对目标消费群的，一旦目标消费群出现错位，就会导致“对牛弹琴”的局面。

2.如何进行产品使用功能的改良设计 因为产品改良设计是对原有传统的产品进行优化、充实和改进的再开发设计，那么产品改良设计就应该从考察、分析与认识现有产品的基础平台上为出发原点，对产品的“缺点”，“优点”进行客观的、全面的分析判断。

对产品过去、现在与将来的使用环境与使用条件进行区别分析。

为了使这一分析判断过程更具有清晰的条理性，通常采用一种“产品部位部件功能效果分析”设计方法。

先将产品整体分解，然后对起各个部位或零件分别进行测绘分析。

在局部分析认识的基础上再进行整体的系统分析。

由于每一个产品的形成，都与特定的时间、环境以及使用者和使用方式等条件因素有关，因此做系统分析时要将上述因素加入一并考虑。

设计者应力图从中找出现有产品“缺点”，“优点”。

以及它们存在的合理性与不合理性、偶然性与必然性。

在完成上述工作过程后，我们对现有产品局部零件、整体功能还有使用环境等因素具有了系统全面的认识，那么如何开展下一步产品改良设计也就不需要多讲了，只要注意如何扬长避短，如何创新发展，如何将前期研究分析的成果引用到下一步的新产品设计开发中去。

产品改良设计是一种针对人潜在需求的设计，是创新设计的重要组成部分，同样是工业设计师研究的重要课题。

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>