

<<木马工业设计实践>>

图书基本信息

书名：<<木马工业设计实践>>

13位ISBN编号：9787564028848

10位ISBN编号：756402884X

出版时间：2009-10

出版时间：北京理工大学出版社

作者：丁伟

页数：191

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>

<<木马工业设计实践>>

前言

盲人摸象 从前,有几个盲人想知道大象是什么样子,因为他们看不见,只好用手摸。他们争吵不休,都说自己摸到的才是大象真正的样子。

而实际上呢?

他们一个也没说对。

设计实践的过程如同盲人摸象,不断接受新的信息,不断强调它是正确的。

又下意识地推翻自己的观点,再次进入新的思考历程。

这《木马工业设计实践》记录了我们在成长过程中对设计的思考,也许它是不成熟的,仅仅是一个片段,也许只是思考的一个瞬间。

但是我们明白:只有不断地探索实践,才能看到事物的全部。

木马设计的发展经历三个阶段,每个阶段都面临不同的问题,也发生着各种难忘的故事。

第一个阶段。

称为“无知的热情”。

那时我大学刚毕业。

饱含激情。

立志要做最好的设计公司。

创业初期是很困难的,首先是知识的欠缺。

不懂工艺和结构,没下过工厂,甚至连产品是如何生产出来的都不知道;其次是不懂公司运作。

除了上大学时做过短期的兼职,几乎没接触过几家企业。

但是我对设计有美好的憧憬,乐观地认为设计是要创造更加合理的生存方式,只要有正确的思维方法,一切问题都可以解决。

在热情的驱使下,每天都提着包谈客户,晚上回家画图。

日子过得忙碌但很充实,感觉每天都在进步。

这样的日子持续一年后就出现问题了:设计的产品虽多,但是能成功量产的不多。

在生产过程中总出现问题;项目增多了。

设计师也相应增加,但无法管控到每个细节;营业额在扩大,成本同步上升,企业抗风险能力薄弱,如何才能实现公司的跨越?

伴随着困惑,木马进入了第二个阶段——。

在探索和否定中前进”。

首先建立了完整的工程团队,解决了工程实现的问题;其次完善了设计流程和设计方法,运用不同的设计策略来解决企业面临的问题。

我们也尝试跟企业用权益金的方式合作。

期望把设计的价值体现在每一件产品上。

但到收获的时候却发现了问题。

既无法监控销量,而且企业获得一定成功后也不愿意再用这种模式合作。

我们这时充分认识到,有些商业模式理论上是可行的,但由于时机不成熟。

也很难获得成功。

屡败屡战、不断摸索。

在否定中前进是这个阶段的主题。

<<木马工业设计实践>>

内容概要

挖掘了国内著名的工业设计公司——木马设计的设计实践过程。作者阐述了在当今市场状况下进行产品规划、设计研究、设计实现直至产品推广的全过程，以及在市场趋势、用户需求、技术限制与设计创意间如何寻求平衡。书中以大量的实例展示了木马设计的先进理念和成功经验，能为工业设计专业学生、教师以及从业者提供启发和思考。

<<木马工业设计实践>>

作者简介

丁伟，毕业于清华大学美术学院。
创建木马工业设计公司并担任设计总监，同时任教于上海第二工业大学。
创建whodesign设计论坛、51deisgn设计门户。
担任上海工业设计协会常务理事，青年设计师委会秘书长，家具专业委员会副秘书长，上海工设设计师机构副会长。
带领设计团队完成众多设计项目，服务于PHILIPS、GE、OTIS等跨国企业。
荣获IF、Reddol、红星等设计奖项。
在设计观念和设计实践当中寻求平衡，通过创新的设计提升企业产品价值!同时致力于推动设计交流，策划“中英纪念品设计展”、“GE色彩材料创新之夜”“上海设计师沙龙”等活动。
出版《木马工业设计实践》、《产品造型设计PholoshD+coredraw》、《360看设计》、《当代工业设计师的思与悟》等。
获四十余项国家外观专利。

<<木马工业设计实践>>

书籍目录

序第一部分：我们是谁？

关于木马理念360度设计观授人以鱼，不如授人以渔把“老鼠”变成“米老鼠”进入行业搞设计寻找设计创新的动力散弹枪还是狙击枪？

流程资源第二部分：我们做什么？

企业需求层次多样化下的设计策略消费电子/案例研究为高端用户设计—中兴通讯3G手机游戏者的最爱——鼎亿数码游戏手柄项目精萃家用电器/案例研究持续创新—可瑞尔电子秤项目精萃工具设备/案例研究全球品牌，本地思考——OTIS电梯系列设计整合产品形象的设计实践——仪华系列万用表项目精萃医疗保健/案例研究传统保健方式与现代技术的结合——荣泰按摩椅项目精萃综合/案例研究精于心，简于形——飞利浦阅读灯航海雷达系列产品项目精萃

第三部分：我们的表现大事记荣誉媒体客户

<<木马工业设计实践>>

章节摘录

寻找设计创新的动力 工业设计是集体工作，需要设计师之间,设计师与工程师，设计公司与企业之间不断碰撞,才能产生好的结果。

统一思想、有效组织、密切配合是推动设计向前发展的动力。

驱动力是使所有的人按既定的方向和目标行事，并且不断自我发展进步的使然因素。

小到个人，大到一个公司和团队，找到设计前进驱动力是很关键的问题。

那么设计创新的驱动力在哪里？

首先是设计管理，传统意义上的管理是管人理事，现代管理则是激发员工的创造力。

设计管理的意义在于有效地组织和协调设计资源，管理者应该服务于设计师，激发设计师的创造力，而不是“管理设计”。

在一个团队中，不管是管理者还是设计师。

大家每日都在集体决策，解决问题。

当每个人的知识、技能都受到检验。

从而促使自己加快知识学习与应用的速度时，企业拥有了驱动创新发展所需的核心价值和因追求知识而竞争的激励环境。

这个过程是无止境的。

其次是设计观念，好的观念引导好的设计结果。

在与跨国企业的合作过程中，我们经常会思考东西方在设计观念上的差异。

为什么不同地域、不同时代的人会有不同的审美偏好？

什么样的设计才能适合时代潮流，引发市场的共鸣？

文化的差异是设计本质的驱动力之一。

中国悠久的历史是我们的财富，同时也是制约。

中庸之道”成为主流思想并贯穿社会生活的始终。

在这个背景下，“枪打出头鸟”“海龟理论”等充斥着我们的思维。

这种观念在设计领域表现为跟进策略，低级模仿等。

如今是个性张扬的时代，标新立异成为年轻一代生活的主题，传统观念受到挑战。

跟进只是暂时的挣扎，反思并且建立一种有效的方法才是出路。

<<木马工业设计实践>>

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>