

<<产品形态设计>>

图书基本信息

书名：<<产品形态设计>>

13位ISBN编号：9787307075962

10位ISBN编号：7307075962

出版时间：1970-1

出版时间：武汉大学

作者：尚森 编

页数：164

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>

<<产品形态设计>>

前言

工业设计的核心内容是产品设计。

随着科学技术的发展和社会的进步，虽然工业设计的内容、设计对象、设计方法和设计手段都得到了进一步的拓展，但设计的核心内容并没有变，纵观整个工业发展史和经济发展较快的国家，工业设计往往在其中起着重要的促进作用。

产品设计涉及的内容较多，产品造型设计是其中重要的部分，它包括产品形态设计和产品色彩设计两个方面。

本教材通过六个章节讲述了在产品形态设计中的设计基础、设计方法、设计定位等内容，重点阐述了现代加工技术的产品形态设计方法和传统加工工艺的产品形态设计方法，以及相应的美学法则和材料在设计中的应用。

产品的文化定位是产品形态设计的基础，也是初学者难以把握的内容，在参阅了大量资料的前提下，本教材单独用一个章节进行了分析。

产品形态设计是一门综合性较强的课程，本教材结合作者二十多年的工业产品的设计经验，强调了设计的综合性、设计的定位和基础知识的运用等几个环节，每个章节有学习目的和任务，以使明确学习方向，每个章节备有作业与思考题，以帮助学生巩固所学的知识，纠正“绘制效果图是产品形态设计的最后结果”、“产品设计不需要了解产品制造和工艺部分”、“产品文化定位随便”等错误观点。

本教材第五章学生可以自学完成。

在每完成一个设计方案后，要求学生能运用设计手册，选择所使用的具体材料，说明选材的理由，养成脚踏实地的设计作风，形成系统的设计思想。

希望广大的艺术设计专业教师和学生参阅了本教材后，提出宝贵的意见，共同为培养具备综合动手能力的产品设计师而努力。

<<产品形态设计>>

内容概要

产品设计涉及的内容较多，产品造型设计是其中重要的部分，它包括产品形态设计和产品色彩设计两个方面。

本教材通过六个章节讲述了在产品形态设计中的设计基础、设计方法、设计定位等内容，重点阐述了现代加工技术的产品形态设计方法和传统加工工艺的产品形态设计方法，以及相应的美学法则和材料在设计中的应用。

产品的文化定位是产品形态设计的基础，也是初学者难以把握的内容，在参阅了大量资料的前提下，本教材单独用一个章节进行了分析。

产品形态设计是一门综合性较强的课程，本教材结合作者二十多年的工业产品的设计经验，强调了设计的综合性、设计的定位和基础知识的运用等几个环节，每个章节有学习目的和任务，使学生明确学习方向，每个章节备有作业与思考题，以帮助学生巩固所学的知识，纠正“绘制效果图是产品形态设计的最后结果”、“产品设计不需要了解产品制造和工艺部分”、“产品文化定位随便”等错误观点。

本教材第五章学生可以自学完成。

在每完成一个设计方案后，要求学生能运用设计手册，选择所使用的具体材料，说明选材的理由，养成脚踏实地的设计作风，形成系统的设计思想。

<<产品形态设计>>

书籍目录

第一章 产品形态概述一、形态分类二、概念设计三、自然形态四、人工形态五、产品形态的生成与发展六、产品形态的设计定位（一）工程条件对产品形态的影响（二）市场切入口影响产品形态风格走向（三）产品形态设计方法取决于产品的科技含量（四）按产品使用要求构建产品操作形态（五）运用美学法则完善整体形态作业与思考题第二章 产品形态设计基础一、点的特性及点的视觉效果（一）点的特性（二）点的视觉效果（三）点的设计与应用二、线的性格、语义及线的组成方式（一）线的概念与分类（二）线的性格（三）产品形态设计中的线形排列（四）产品形态设计中的线组设计（五）线形的排列形式（六）线的组合方式三、面的语义及面的构成形式（一）面的概念（二）面的种类（三）面的性格与情感（四）面的构成形式（五）特殊比例矩形的分割与转换四、体的语义及体的组成方式（一）体的分类（二）体的性格（三）立体构成与类型（四）立体构成材料形态作业与思考题第三章 构成产品形态的美学法则一、统一与变化（一）线的统一与变化（二）面的统一与变化（三）体的统一与变化（四）色彩的统一与变化二、对比与调和（一）线形的对比与调和（二）形态的对比与调和（三）体量的对比与调和（四）材质的对比与调和（五）色彩的对比与调和三、节奏与韵律（一）节奏（二）韵律四、对称与均衡、稳定（一）对称（二）均衡（三）稳定五、尺度与比例（一）比例（二）尺度六、过渡与呼应（一）过渡（二）呼应七、产品形态常用组合方式（一）堆砌组合（二）接触组合（三）连续组合（四）渐变组合（五）贴加组合（六）叠合组合（七）贯穿组合作业与思考题第四章 单元空间的产品形态构成一、单元空间构成法（一）产品总功能的分解（二）最初单元空间的确定（三）功能逻辑顺序组合法则二、产品结构分类（一）整体框架结构（二）单元空间组合形式（三）连接构件三、静态单元空间的设计四、动态单元空间的设计（一）平面连杆机构（二）凸轮机构设计与应用五、连接构件的设计（一）产品连接构件分类（二）产品形态设计中动、静态连接的应用六、单元空间设计常见的问题（一）单元空间与整体壳体框架构成（二）整体纯框架构成（三）元器件、构件与整体外壳构成（四）虚空间与整体壳体（五）纯壳体空间组合构成（六）机构空间构成（七）动、静态空间混合构成（八）产品形体设计中的比例设计（九）协调与统一作业与思考题第五章 材料、工艺因素与产品形态一、金属材料及成形工艺（一）常用金属材料（二）材料应用方法与形态二、塑料性能及成形工艺（一）常用的工程塑料（二）塑料的成形方法与应用三、产品表面涂饰设计（一）表面涂装设计应用（二）涂料表面装饰性与应用（三）表面电镀设计应用四、材料成形与产品形态（一）常用材料工艺结构特性（二）工艺结构对产品形态的限制（三）产品结构形态作业与思考题第六章 产品形态设计的文化定位一、文化与产品形态的关系二、文化差异与产品形态设计（一）不同地域文化差异（二）不同文化的价值取向（三）不同文化的作用方式三、仿生设计与产品形态定位（一）仿生设计基本含义（二）仿生设计分类（三）仿生设计与产品形态定位（四）仿人工形态设计四、系列化与产品形态（一）系列化设计的产生（二）系列化设计的优势（三）系列化设计的类型（四）总结作业与思考题参考文献后记

章节摘录

在几百万年的生态进化中，大自然赋予了人类生存的一切，同时也向人类展示自己的无限魅力。人们的所有感觉，如视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉，都来自这个世界，都依赖于自身心理和生理对这个世界的感觉和认知，由于每个人、每个群体所处的环境不同，这种感觉和认知具有个性化特征。在人类发展的进程中，人们战胜险恶的自然环境，顽强地生存下来的同时，也从气象万千的大自然中，探索生存的本领、领悟大自然的魅力，从中获得愉悦，这大概就是现在人们所说的“精神上的享受”。

成功的产品设计显示了人类战胜自然的力量，它包括设计与生产的技能和精神享受，并通过产品形状体现形象和形态概念，我们只有了解了它们之间的关系，才能在设计中形成清晰的设计思想。

所谓形状，是指由面或封闭线条形成的物体外部的轮廓和表面。

而形象，则是能引起人们思想或感情活动的形状或姿态。

在一个设计创造中，形象常指生物的神情面貌和性格特征。

同一形象可以具有多种不同的形状，如产品虽有一个固定的形象，但在不同的角度、在不同人的眼里所看到的形状也许不尽相同。

可以这样理解，形象是一种抽象的图形或形体；而形态则是事物内在本质在一定条件下的表现形式，它包括形状和情态两个方面。

这个概念强调了“形状之所以如此”的根据，即形态是包括内因与外形统一的总体面貌。

产品形态设计不仅是一种形状的设计，同时也包括设计师所要表达的用意和情感、产品应适应的环境以及使用者的好恶等。

一、形态分类 形态大体可以分为两大类，一是现实形态，二是概念形态。

产品形态概念设计就是不考虑实现产品形状的加工工艺以及形成形态所需材料，根据某种理念和人们某个情感而确定的形状。

由于概念设计不涉及实际问题，在设计初期，对于那些加工难度低，仅希望获得人们情趣共鸣的设计，通过纯艺术设计的手段就能得以实现，对此，本教材第三章将通过美学法则加以详细讨论。

现实形态包括两个方面，一是自然形态，二是人工形态。

自然形态展示大自然的鬼斧神功，为人们提供象形、仿生设计等横向设计空间，而人工形态则记录了人类对大自然的解读和理解，所涉及的元素和风格为现代设计提供了更多历史的信息。

在产品形态设计中，人们的许多认知和习惯都来自自然界，因此，对大自然的正确了解和解读，成为衡量设计师设计水；佳的尺度。

为了帮助设计师更好地理解自然形态，从中获得更多、更确切的信息，自然形态还可细分为生物形态、常态和非常态三类；人工形态设计也可细分为仿生设计、系列化设计、纯使用功能设计、纯文化功能设计、综合性设计等。

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>