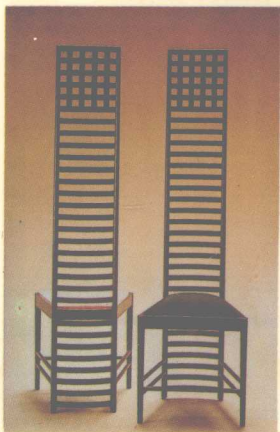


现代工业设计丛书

国外工业造型设计

图例 1



浙江人民美术出版社

(浙)新登字2号

国外工业造型设计图例

浙江人民美术出版社出版·发行

(杭州体育场路347号)

全国各地新华书店经销

上海市美术印刷厂印刷

1995年1月第1版·第1次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 4

ISBN 7-5340-0583-3/J·485

定价: 24.00元

编者:项方奎
责任编辑:徐俊卿
装帧设计:项方奎
图片摄影:林纪如

内容提要

九十年代是设计时代。本书立足于现代工业设计和当代企业战略发展、提高企业经济效益、增强市场竞争实力的内在联系,着眼于现代工业设计历史变革和当代开发的客观规律和发展趋势,入手于现代工业设计实际操作的思路、途径、环节、方法、手段,融知识性、理论性、技巧性、操作性于一体。本书精选了大量优秀设计的成功实例,从中概括和总结了现代工业设计的一般过程、操作程序、注重要点、审美效应、经济效益。图文并茂,深入浅出。既适应企业家和设计人员的实际需要和接受特点,又可作为中专、职高、高校设计专业师生的基本教材和参考著作。

与本书配套的《国外工业造型设计》图例一书,汇集了国外当代工业设计,特别是造型设计的最新成果,介绍了20种创造性设计的方法和手段。

编者的话

行将过去的 20 世纪,是现代工业设计萌发、开花、结果的始创世纪。最初 30 年,德国因为创建现代工业设计而设计领先,后来居上。中间 40 年,美国因为发展现代工业设计而设计领先,后来居上。最后 30 年,日本以及亚洲“四小龙”因为完善现代工业设计而设计领先,后来居上。所以,当代企业以融合乎客观规律的科学之真、合乎为人目的的技术之善、合乎悦目赏心的观照之美于一体的现代工业设计,统率科技开发、生产制造、市场营销、过程服务、经营管理、形象传播等企业生产经营的所有方面、一切环节和整个过程。据美国企业 1990 年统计,工业设计投入 1 美元,产出效益增加 2500 美元。又据日本日立公司 1991 年统计,设计更新创造的价值占全公司销售总额的 51%,而科技进步新增的价值仅占全公司销售总额的 12%。行将到来的 21 世纪,势必是现代工业设计开发创造真、善、美相统一的整个现实世界的拓展时期。

本书和《设计·效益》一书互为姐妹篇。本书汇集了工业设计现代化和审美化发展的最新成果,特别是当代工业设计在各个方面的成功实例,并且概括和阐发了 20 种创造性设计的方法和手段,特别是运用这些方法和手段的操作要点。对于企业家和设计师来说,从中不仅可以感受 and 了解世界工业设计的发展前景和完善势态,并且可以领悟和概括值得参考借鉴的设计思路的基本方法和操作手段,从而既适应和满足市场,又引导和拓展市场,特别是开发和创造新的目标市场。

本书和《设计·效益》一书,为我国企业实施名牌产品战略和企业形象战略,参与国内和国外两个市场全球一体化竞争,助一臂之力。

