

国外轻工产品外观设计精选

GUOWAIQINGGONGCHANPINWAIGUAN

SHEJI JINGXUAN



国外轻工产品 外观设计精选

主编 关力 于华夫

黑龙江人民出版社

1990年·哈尔滨



国外轻工产品外观设计精选

主编 关力 于华夫
编委 施润合 颜洪艳 范琳 林木
高石 孙永毅 许立宪 宋松
李成 孔英

责任编辑 魏杰恒
装帧设计 天为
黑龙江人民出版社出版发行
(哈尔滨市道里区地段街 179 号)
哈尔滨外贸彩印厂制版印刷

开本 787 × 1092 毫米 1 / 16 印张 15
1990 年 10 月第 1 版 · 1990 年 10 月第 1 次印刷
定价: 75 元

ISBN7—207—0 / 335—3 / TS·I

设计就是创新

我们的轻工产品总体水平为什么不高，除了工艺装备等因素外，最主要的是工业设计问题。轻工设计思维的主体方面和主导方面，应当是超前思维。除了设计能力外，还需对生活有广泛的知识 and 深入的理解。从国际的某些产品设计上，我们可以看出设计家对生活有一种开阔的眼界和宏大的气魄。他们的设计不仅是想创造出某种新产品，而且想创造某种新生活。日本设计师构思了一种新的家庭生活方式，以解决双职工所操心的做饭问题：在下班之前用电话指挥电饭锅、电磁灶等，在职工回家路上的时间里，按着做饭的程序自动操作，等回到家中一切饭菜都做好了。这不是幻想，完全可以做到。这就不仅是设计产品，而是设计新的生活方式。这与我们那种“量体裁衣”式的设计思维截然不同。它给我们的最大启示是：设计就是创新。

——中国轻工业部部长曾宪林

设计艺术断想

工业 + 商业 + 科学 + 艺术 = 设计

设计是时间、空间、速度、现代化的感应。

“设计的目的不是产品，而是人：人是设计的目的，也是设计的出发点：也就是说一切为了人。”

现代设计和现代工业，是一个不可分割的含义。作为设计者，这个概念必须明确。事实上，我们许多设计者，还沉浸在手工业设计的思维方式上，这种认识必须变革。

现代设计，它的经济价值使设计本身就是生产。设计为的是解决物质与生活、艺术与技术之间的矛盾。每当设计解决了一次矛盾的时候，新产品就问世了。

现代设计，是现代生活的反映。生活促进了设计的创新，设计促进了生活变革。过去，人们想象不到手提箱会在地面上跑，想象不到坐在家里就可以看体育比赛，这一切的实现是设计师的功劳。设计师在设计生活。

设计学的实质是“工艺人学”，人是一切哲学和科学的出发点。美学的终极是人。设计的成败、设计的创造性，检验它的标准就是人：美和用的尺度也是由人的因素来决定。

一个设计要有现代感。那设计人员本身对现代生活要有敏锐的感受。我们有些设计，经常以不变来应万变，尤其是名牌产品更是几十年不变。这种思想，远不能适应现代社会的需要。

现代感，它首先表现出来的就是时间与空间的变化。所以，有创新的设计必须走在时间的前面。

功能与机能是造型设计的内核也是先决条件。功能，是造型的目的，是产品的使用价值，如电饭锅能烧饭、炖汤、容量、操作条件：机

能：是为了达到造型目的，是产品本身的内在因素，属于能量价值，如耗电、自动装置安全设备等。功能与机能，都直接影响造型的形态美。

我们反对美而不适用的产品，也反对适用而粗糙丑陋的产品

现代工业造型，特别是大规模的机械生产，产品的造型总是独立地体现它自身的个性，尽可能不涉及到能使人联想到其它类型。人们所接受的是冷静的、理智的意念，同时还要求单纯。这不仅在形体上、装饰上、色彩上单纯，不需要一点多余的东西，进而在机能上简化使用操作和安装的手续，从而提高产品的功能效用。

产品设计，能不能引起人们的共鸣，要看它的美与产品功能价值、机能效率与材料性能的适应。这种经济与艺术的结合，是促进设计发展、生活现代化的重要因素。比如一种常见的工具——钳子，装潢：挂式纸盒，开窗透明塑料，可以展现钳子的外观形态。钳子的功能上，手柄还配制彩色和凸形点线装饰的胶套，这种绝缘及力点的附件也进行了美化，创造性的钳形，它的美和功能、机能、质材、工艺巧妙地结合起来。这种将功能与美放在一起的设计思维，恰恰是我们的设计人员所缺乏的。

新的设计，总要在造型、色彩、机能、装饰、特性的某一方面有所突破，总要反映一个时代最突出的“意向”和“趋势”，或者对生活的变化有一种新的效用，新的性能。要体现新，就要提高设计者对社会发展的洞察力和观察生活的敏感性。

艺术家与工程师之间本来没有任何区别，他们之间的距离由于社会分工而逐渐加大了，这就是不再出现达·芬奇这样的艺术家、发明家、设计家的原因所在。而今，社会化大生产强烈要求艺术与技术的统一。我们的工程技术人员应该向艺术靠拢了。

编者的话

影响一种商品的因素首先是外观。国外权威人士测算，工业品的外观设计花费 1 美元，可带来 1500 美元的利润。所以，国外企业把新的设计同新技术一起被视为最高商业机密。

工业产品设计在我国起步较晚。我国共有普通高等院校 1 千多所，而开设工业设计专业的仅有十几所。近年来，各省轻工厅办的轻工院校，单独开设工业设计专业的为数不多，一般都包括在工艺的课程里。我国设计人员中最大的弊端是搞技术的人对美术设计一窍不通，搞美术设计的人对技术问题仅是一知半解。整个设计过程或是相互脱节，或是顾此失彼。所以，我国轻工产品要想跻身于国际市场，必须改变不重视外观设计的现状。

值得欣慰的是，这种状况正在改变。目前，大部分企业都已重视新产品开发，同时也认识到新颖独特的外观设计对于产品至关重要的作用，但大都苦于没有既懂技术又懂外观设计的人才。进一步提高我国轻工产品设计人员素质，提高产品设计水平，促进其向世界先进水平看齐是本书的目的。

本书中汇集有日本、美国、西德、法国、瑞士等国家以及香港生产的各类轻工产品，其中大多数是非常有市场前景的新兴产品和造型设计上有新颖独到精美之处的产品。另外，彩色图例具有直观性和可借鉴性。遗憾的是，由于时间仓促，对每件产品只做简单的介绍，没有更详尽的设计分析。

由于水平有限，本书难免有纰漏。希广大读者将意见和要求反映给我们，以便在今后工作中改进。

《国外轻工产品外观设计精选》编委会

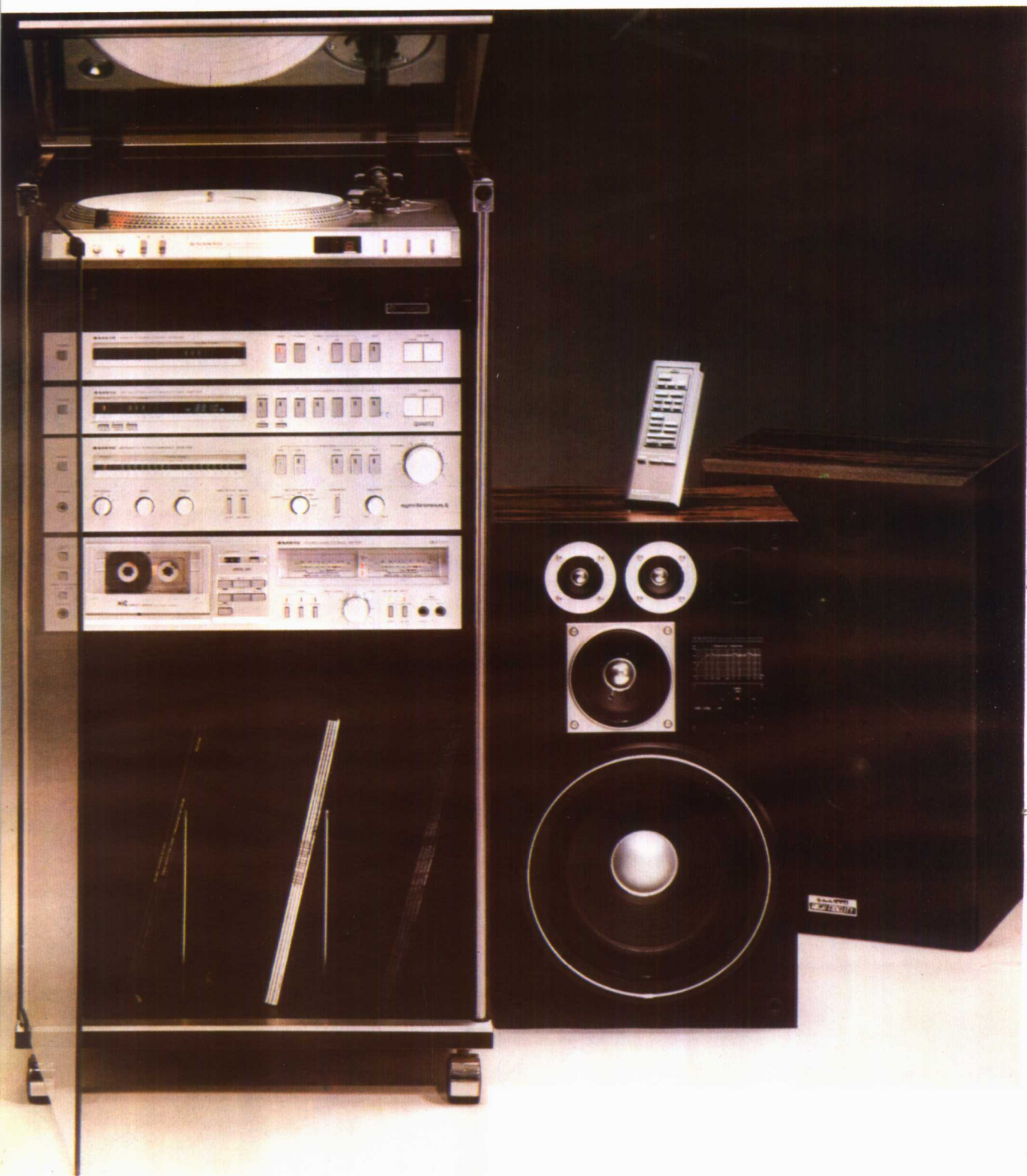
目录

组合音响	1
收录机.....	19
电视机	27
厨房电器	30
餐炊具	65
空调设备	77
制冷设备	87
通讯设备	93
文具	113
吸尘器	123
电子钟表计时器	127
照明用具	151
灯具	163
电熨斗	175
电动剃须刀	187
自行车、儿童车	191
箱包	201
皮鞋	219



立体组合音响（日本）

组合音响



无线遥控立体声组合音响（日本）

高级立体组合音响（日本）



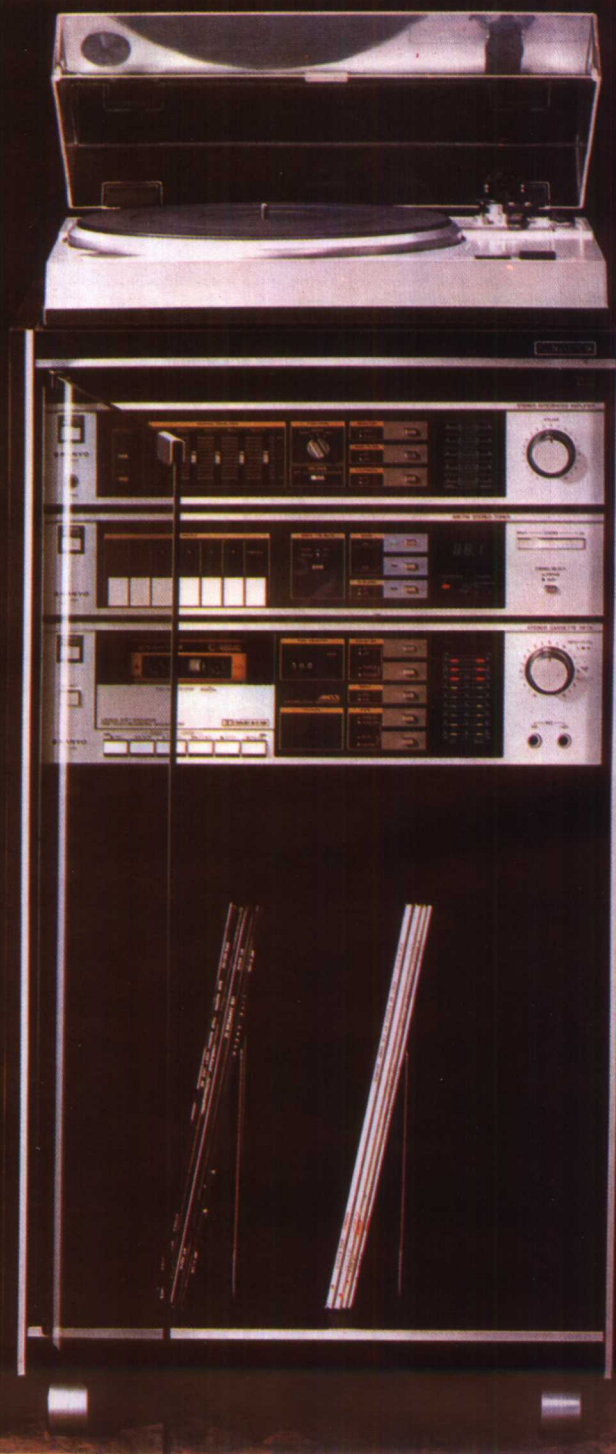


高保真立体组合音响（日本）

高级立体组合音响（日本）



立体组合音响（日本）





高级组合音响（日本）





高级组合音响（日本）