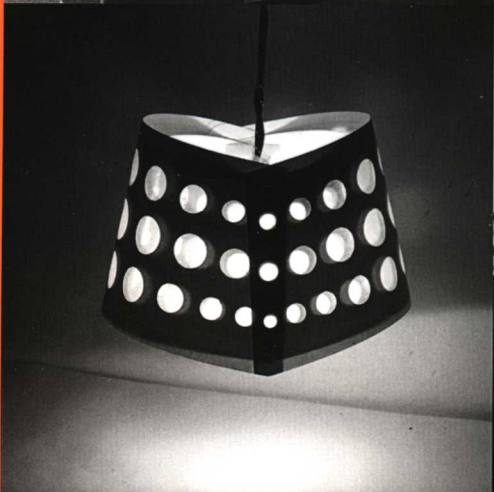
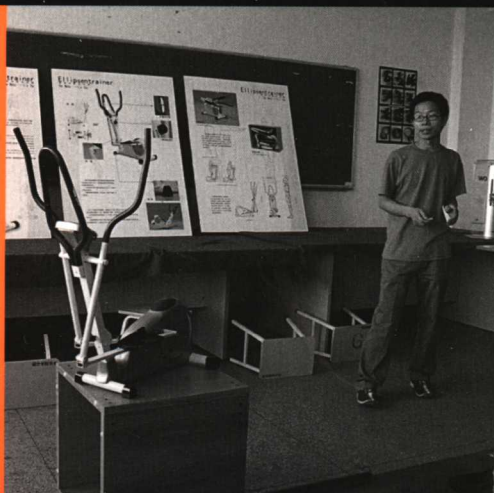


设计前沿课堂系列丛书
江南大学设计学院“十一五”重点学科建设丛书



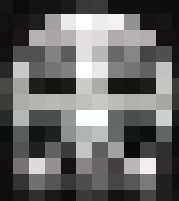
理解与创新

体验产品设计的思维激荡

Experiencing the Brainstorms in Product Design

沈杰 著 SHEN Jie

凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社



理解与创新

Exploring the frontiers in Product Design

THE 10th EDITION

Copyrighted material

图书在版编目 (CIP) 数据

理解与创新:体验产品设计的思想激荡 / 沈杰著. — 南京: 江苏美术出版社, 2007.10

(设计前沿课堂系列丛书)

ISBN 978-7-5344-2441-0

I . 理 ... II . 沈 ... III . 产品—设计—教材
IV . TB472

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 156627 号

责任编辑 孙建军
封面设计 王 俊
版式制作 南京晋韵文化有限公司
审 读 王春南
责任校对 刁海裕
责任监印 贲 炜

书 名 理解与创新:体验产品设计的思想激荡
著 者 沈 杰
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社 (南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
制 版 南京新华丰制版有限公司
印 刷 南京新世纪联盟印务有限公司
开 本 889 × 1194 1/20
印 张 7
版 次 2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5344-2441-0
定 价 40.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换



沈杰

江南大学设计学院工业设计系主任

从事产品设计教学工作十多年，有大量的
教学积累，特别是有着教学中关于创造性
思维训练的丰富经验。

SHEN Jie

Director of Department of Industry

Design at School of Design, Jiangnan

University

Engaging in teaching product design for
more than ten years, having accumu-
lated a lot of teaching experiences,
especially on the creative thinking
prattice.

前沿课堂丛书已有书目

Design Foreland Classroom

叶苹著，《凝练与拓展——形式设计基础教学》

YE Ping, Primary Teaching of Form Design

代福平著，《激扬文字——文字设计基础教学》

DAI Fuping, The Power of Typeface Design

沈杰著，《理解与创新——体验产品设计的思维激荡》

SHEN Jie, Experiencing the Brainstorms in Product Design

黄军著，《激发与推演——广告图形创意课题训练》

HUANG Jun, A Practice of Creative Ideas in Advertising Graphic Original Subject Training

过宏雷著，《图式的睿智——图形设计的拓展思考与课程实践》

GUO Honglei, Expansive Thinking and Practising in Graphic Design

代福平著，《琢磨标志——标志数学美的设计研究》，

DAI Fuping, On Mathematical Beauty of Logo Design

李世国著，《体验与挑战——产品交互设计》

LI Shiguo, Product Interactive Design

张凌浩著，《下一个产品——产品专题设计研究》

ZHANG Linghao, Next Product: Special Course Design Research

叶苹著，《当图形遭遇空间——特定场所的环境视觉设计》

YE Ping, Graphic Design in Special Environment

王俊著，《图形生活——现代图形的设计应用》

WANG Jun, Graphics life

理解与创新

体验产品设计的思维激荡 沈杰 著

Experiencing the Brainstorms in Product Design

设计前沿课堂系列丛书

江南大学设计学院“十一五”重点学科建设（研究·教学·实践）丛书

凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社

顾问：（按姓氏笔画）

王雪青 中国美术学院设计学院教授
王沂蓬 中央美术学院设计学院教授
宁绍强 桂林电子科技大学艺术设计学院教授
许 平 中央美术学院设计学院教授
何 洁 清华大学美术学院教授
何晓佑 南京艺术学院设计学院教授
过伟敏 江南大学设计学院教授
赵 健 广州美术学院设计学院教授
邬烈炎 南京艺术学院设计学院教授

主 编：叶 苹

总 编 辑：顾华明

编 委：（按姓氏笔画）

王 俊 代福平 叶 苹 沈 杰 李世国 过宏雷 张凌浩 黄 军

责任编辑：孙建军

封面设计：王 俊

版式设计：南京晋韵文化艺术有限公司

BOOKS EDITORIAL BOARD

INTRODUCTION

丛书总序

“前沿”，通常的理解是领先的意思，其实它还有另一层重要的含义：即特指某个领域或某个行业第一线的状态。

设计教育蓬勃发展的当下，我们应该关注教学的第一线，更加关注身处课堂前沿的实践者，以及他们在教学探索中获得的鲜活成果。

设计教育是推动设计创新的重要力量，而课堂教学则是设计教育的核心环节。当代设计教育的迅速发展，一方面体现为对社会的广泛影响，一方面体现为对自身的深刻反思。孕育这种影响、承载这种反思的源场所，就是设计课堂，尤其是大学的设计课堂。这其中，最有价值的是那些倡导独立思考、勇于探索、充满活力和拓展学问境界的学习课堂。

这个以“设计前沿课堂”命名的系列丛书，是以设计名校江南大学设计学院为开端的一个开放性的教学交流平台。它不预设一个完整的书目体系，而是把关注的目光投向设计教学的第一线，关注课堂中那些独特的思考和动人的创造过程，并把它们及时地记录下来。

设计前沿课堂，是教学过程和结果的真实展示，犹如一次美丽的设计旅行，一次激发设计兴趣、拓展设计视野、撞击设计思维、提高设计修养的旅行。它滋养着年轻的学子，为他们的独立之精神、自由之思想和创造之激情而奠基！

叶 苹
于社桥老轻院

C ONTENTS



目录 / Contents

丛书总序
前言

1 第一篇 理解对于创造的意义

- 017 1. 设计概念
- 018 2. 关注生活才能学会理解
- 026 3. 知道和理解
- 027 4. 能理解才能判断

——从一个小缺口开始

2 第二篇 设计教学中的思维激荡训练

- 032 1. 要有足够简单的开始
- 废物的意义
- 046 2. 要有足够简单的目的
- 光与影

3 第三篇 教学推进的方法——课题解析

- 058 1. 靠近——简单目的的创造性解读
- 078 2. 薄片——简单形式的创造性解读
- 106 3. 墙——简单对象的创造性解读

Preface

前言 PREFACE

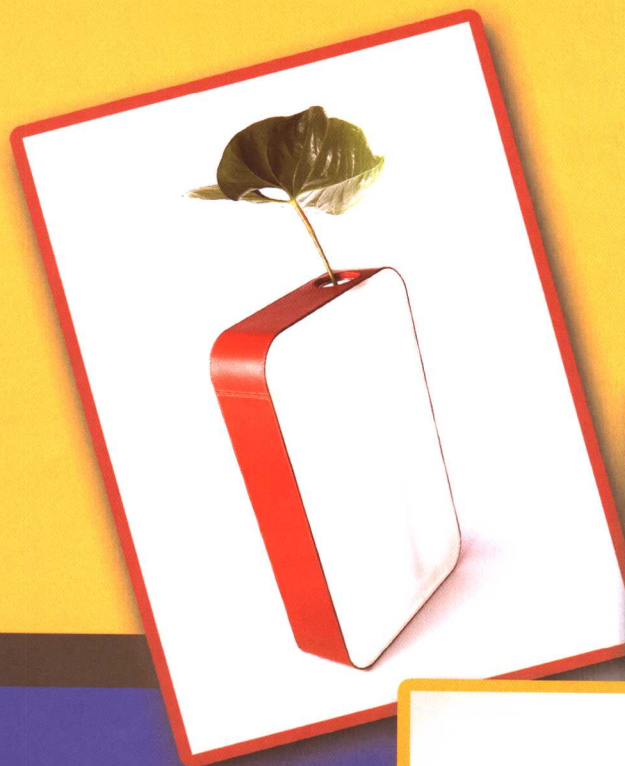
在这本书里没有系统地讲述设计理论，我想通过展示一部分教学中的学生作业，帮助同学们理解设计中的创造性思维。遇到问题、提出问题、思考问题、解决问题是这本书中关于设计思维基本的程序。因为篇幅的关系，无法完整地展现整个设计过程，但希望通过比较多的例子，来展示教学实践的过程。书中选取的课题分布在各个阶段的本科教学中，简单片段的和完整教学过程都有。希望大家可以在很短的时间内浏览这本书的一些内容，以后有空能经常翻翻。无论如何，只有更多的设计实践才能真正理解设计的实质。

在本书中，我主要选取了教学中除了就业技能和大课题之外的一些小练习，或者说是一些更多关注创造性思维的内容展现给大家。希望能够对学习工业设计的学生，或者从事工业设计教学的老师一些启发。希望能够使大家稍稍从更多关注形式感转到更多关注设计本身。

匆匆写了这本小书，系统性、完整性肯定是不够的，好在这些也不是本书要着重体现的。

感谢我的学生们，他们做得很出色，趁此机会也展现他们的一些作品。感谢家人的支持，才能让我在很短的时间内就完成此书。

沈杰
于轻院



1

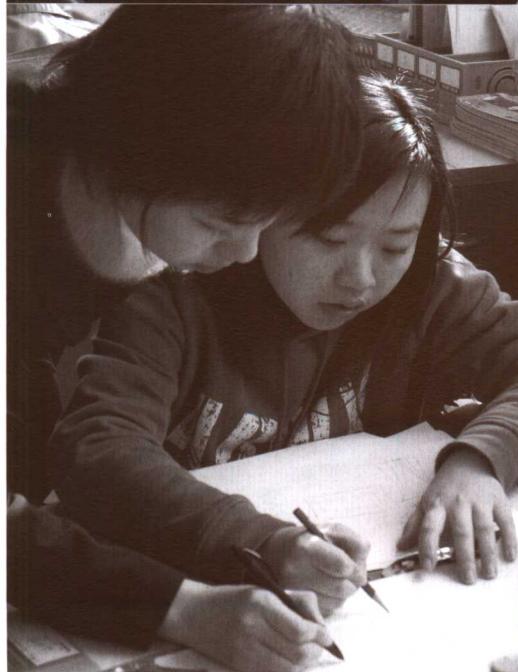
第一篇

理解对于创造的意义

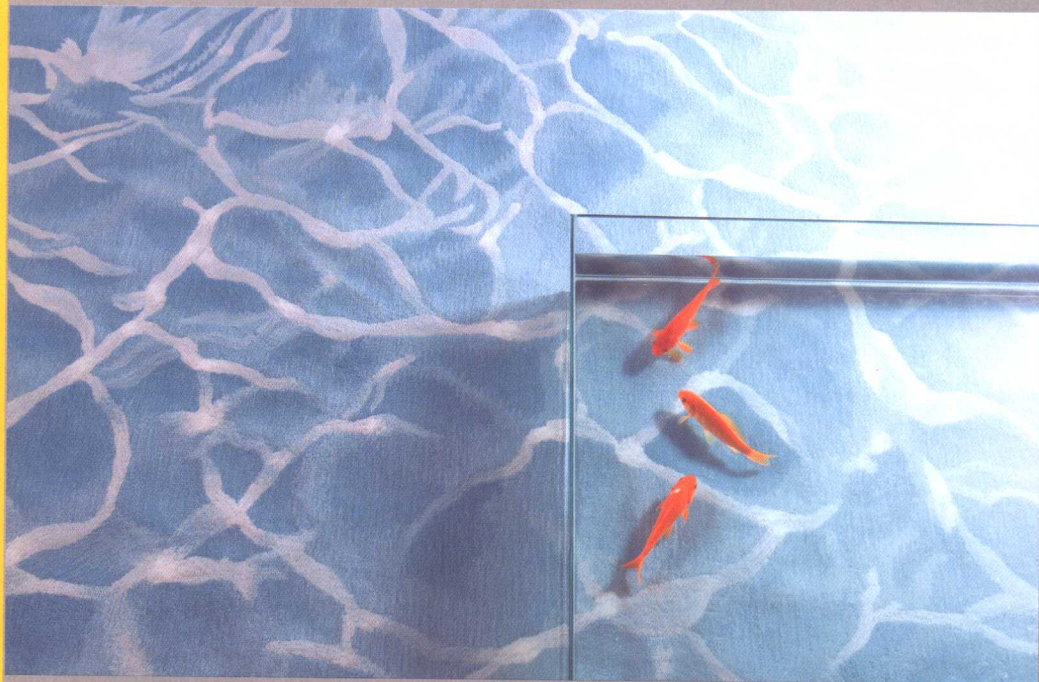
每年都看到新生们入学的热闹场面，每年也照例要给他们在开学典礼上讲几句话。并且每次我都会讲到他们今后四年必须要关注的事情：没有理解，就没有创造。我想可能在那样的大会上，没有空调，没有人认识我，没有一些设计经历，没有……自然也就没有多少人能听到这句话，也没有多少人能理解这句话。



但是我感到欣慰的是，每年毕业的时候，很多同学都真正懂得了这句话。他们开始懂得其他人的需求，开始更多考虑产品的内涵了。



同学们已经开始懂得怎么去做设计了。



红点 2005作品

常常有一种说法，产品设计就是造型的设计。从基于就业技能的角度来说，它没有什么错。大部分的产品设计公司都要求很好的形式感，很好的图面表达能力等等，也就是要能做出漂亮的产品来。如果仅限于做出很好的形态的产品，往往会忘了设计的目的是为了人类创造新的生活体验。否则用户还不如去买个更加便宜或者一直习惯使用的东西了。如果把它当作设计的基本目的，可能会有问题。

