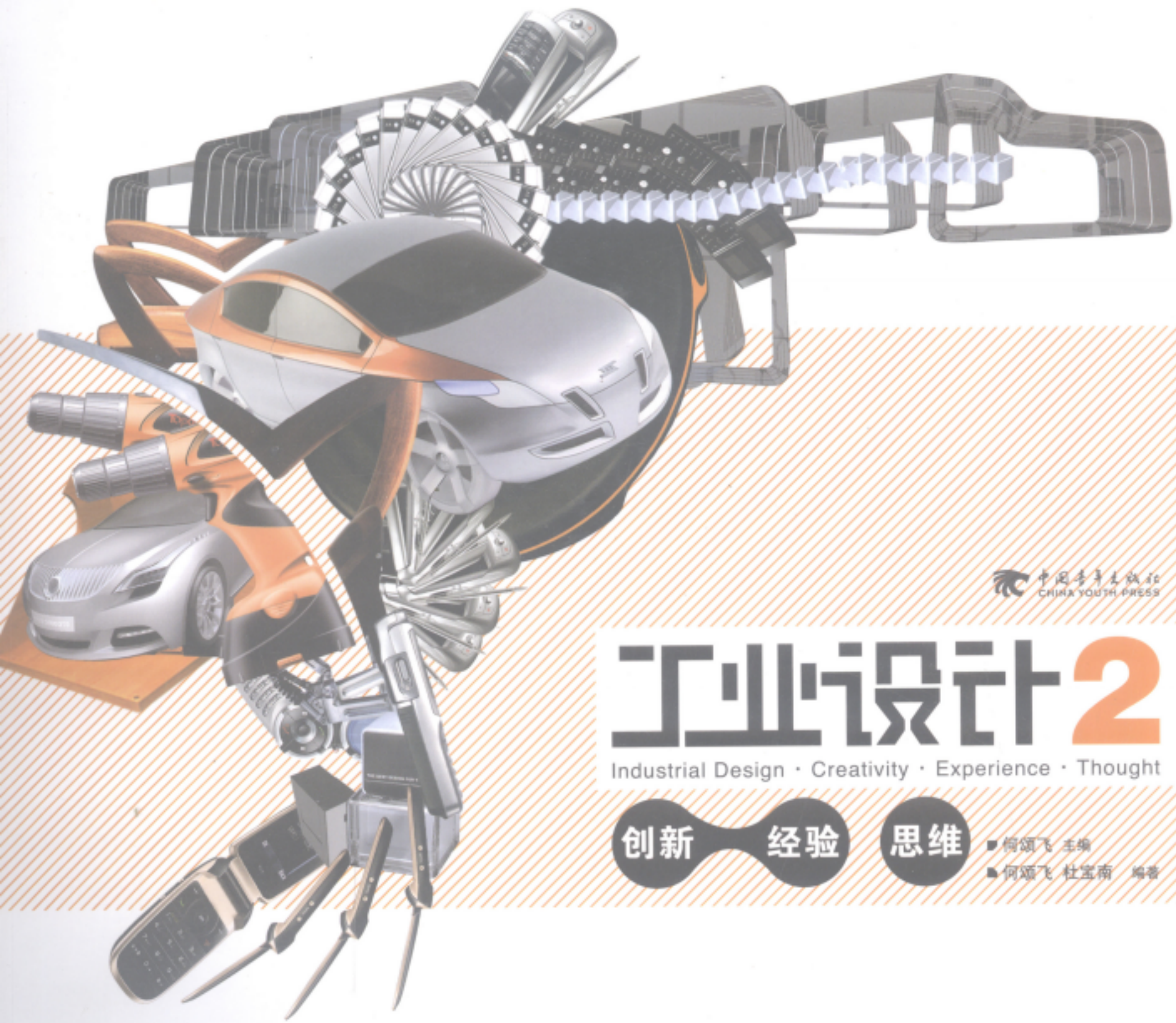




中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

工业设计2

Industrial Design · Creativity · Experience · Thought

创新

经验

思维

■ 何颂飞 主编

■ 何颂飞 杜宝南 编著

张军 丁伟 何继飞 刘传顺 罗勇 王卓然 魏平超 薛勇 杨建强 郑建刚 杜宝海 李剑叶 彭强 邓超 陈洪庆 丁宁 曹马友 胡建 陈长山 张帆



当前，中国工业设计正处在发展时期，设计师在自己的舞台上耕耘，被更多的国际同行所了解和认同。本书不仅向读者展示这些优秀设计师的作品，更希望呈现他们对创新的认识，对设计的理解，从而为年轻的学子和从业者提供有益的借鉴和启发。

书中介绍了二十位设计师的设计项目，展现了不同的设计理念和设计方法，记录了个人的设计故事。他们就职于摩托罗拉、飞利浦、奔驰汽车、通用汽车、华为通讯、本马设计等世界五百强企业 and 著名设计机构，不同的教育背景和东西文化在一起碰撞、交融，但所有人只有一个目标，那就是做最好的工业设计。当努力的结果汇集一起呈现在书中的时候，你会感觉到震撼和力量！

策划编辑/张 军
责任编辑/郭 光 张 军
封面设计/Ivymark
版式设计/梁代英 张宇海

明码 8103 2805 1619 0731
密码

刮开涂层输入防伪码发短信至95881280
短信查询立辨真伪
短信发送以当地资费为准接收免费
详情请访问中国扫黄打非网www.shdf.gov.cn
更多图书信息请登陆www.21books.com

上架建议：设计—工业设计
定价：85.00元

ISBN 978-7-5006-7736-9



9 787500 677369 >

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明:本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经著作权人和中国青年出版社书面许可,任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。本书正版图书封底均贴有“中国青年出版社”字样的激光防伪标签,凡未有激光防伪标签的图书均属非法出版物。凡有侵权行为,必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报,对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统,读者购书后将封底标签上的涂层刮开,把密码(16位数字)发送短信至95881280,即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准,接收短信免费。短信反盗版举报:编辑短信“JB、图书名称、出版社、购买地点”发送至9588128。客服电话:010-58582300。

侵权举报电话:

全国“扫黄打非”工作小组办公室
010-65233456 65212870
<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-64069359 84015588/8002
E-mail: lsw@21books.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

工业设计. 2/何颂飞, 杜宝南编著. —北京: 中国青年出版社, 2007
ISBN 978-7-5006-7736-9
I. 工… II. ①何… ②杜… III. 工业设计 IV. TB47
中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第110787号

工业设计 2

出版发行:  中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS
地 址: 北京市东四十二条21号
邮政编码: 100708
电 话: (010) 84015588
传 真: (010) 64053266

印 刷: 北京顺诚彩色印刷有限公司
开 本: 889×1194 1/12
印 张: 15.5
版 次: 2007年9月北京第1版
印 次: 2007年9月第1次印刷
书 号: ISBN 978-7-5006-7736-9
定 价: 85.00元





工业设计2

Industrial Design · Creativity · Experience · Thought

创新

经验

思维

■ 何颂飞 主编

■ 何颂飞 杜宝南 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



目录

序言	4
前言	7

第一部分: 丰富的领域——

不同领域的设计工作需要设计师能力更广泛经验更丰富	9
--------------------------	---

定律	10
丁伟	18
何颂飞	24
刘传凯	32
罗剑	40
王卓然	50
魏宇聪	60
薛萌	68
杨继栋	78
郑城翔	84

第二部分: 综合的经验——

社会的价值取向影响着社会的发展走向	93
-------------------	----

杜宝南	94
李剑叶	100
彭灏	112
郑毅	124

第三部分: 专业的能力——

汽车设计是最要求专业能力的设计领域	137
-------------------	-----

陈预庆	138
丁宁	146
龚冯友	150
胡巍	164
邵长山	172
张帆	178

工业设计·设计·创新·发展·未来

序言

由于中国社会没有经历长时间工业化的进程,也就没有形成相应的工业化的文化意识。西方国家的工业化过程深刻地改变了社会的整体机制和意识,规模化的大生产、集合化的大分工体系既要求人们服从保证体制运转的社会规章制度,又要求人们各自遵守分工职守,还要求人们深刻钻研一些事物,静下心来认真地做一些事情。中国社会的工业化虽然获得了很大的成就,可是社会工业化的文化意识并没有在整个社会运行机制中形成。中国利用自己的后发优势,取得了经济的快速发展,同时也滋生了一些浮躁的心态,人们处于整体浮躁的气氛之中,热衷于“如何做”和“怎样快”,很难静下心来思考“该做什么”和“如何发现、思考、判断问题”。就中国目前的情况来看,静下心来做些事情的投资回报率也不理想,所以整个社会都在快速发展的动荡之中。在社会工业化进程没有完成的时候,信息技术的快速发展又导致社会开始信息化的进程。中国社会如今是一个混杂体,既有根深蒂固的农业文化的残余意识,也有工业文化器物层面的强烈刺激,同时还在玩味着信息文化的表象。

当前,工业设计正经历着从以形式、包装为目的,向以功能为主体的演变;从以技术为主体,向以需求为主体的演变;从以商业营销为主体,向以环境保护为主体的演变。人类正经历着一场“绿色革命”,设计被重新设计着……

今天,市场经济的大潮下,商业促销及市场效应又给工业设计带来了新的挑战。抄袭、仿造不是罕见的现象。而以“顺应市场”为名的媚俗产品也层出不穷。一些设计师成为市场的“尾巴”、老板的听差、时尚的拷贝。所以,除了从使用者的角度去设身处地地调查使用环境、使用时间、使用条件这些因素,除了具备一定的商业和技术知识,更多地和专家交流、沟通、协调外,设计师还要展现自身的职业特点、职业道德。正如医生一样,有医德地为病人治病开药,而不是病人要什么药就开什么药。设计是对于整个社会产业化流

程——制造、流通、使用、回收中资源、知识的协调、整合,以解决社会可持续发展中的问题。

身在高校作为工业设计教师,我深深地感到,我国工业设计的落后,迫使我们必须先从认识上抓住设计的目的、目标系统是什么这个问题,然后才能知道如何培养学生和在年轻设计师具备正确的设计观念、良好的设计心理素质,使他们懂得仅靠技术纯熟是不能使设计走向成功。不仅从专业知识和设计技巧方面来培养人才,更重要的是在设计实践中抓思维和方法训练。不是把某一个工作对象作为学科或者专门化的分类依据,而是引导他们创造性地由表及里、由此及彼、实事求是、举一反三地认识问题、归纳问题。唯有如此,才可能遵循实事求是的科学设计方法论——我们称之为“生存方式说”或“设计事理学”。即,根据真实的、实实在在的人或人群在实实在在的环境条件下所做的“事”之目标系统,“实事求是”地选择技术、选择形态、选择结构、选择营销方式。只有掌握了这种不是空洞的,不是虚张声势的,不是脱离实践的“理论”,才有可能尽快摆脱目前国内加工工业体系的状态,尽快从“引进”步入“消化”;尽快明确产品品种与产品质量的关系;尽快明白设计与生产之间的比重;尽快明白创新与品牌之间的关系;真正使中国的工业设计进入到我国的经济体制中来,从而提高我国经济发展的效率和企业的后劲,在这个基础上才有条件建立我们中国式的文明。

设计不应深陷于科学和艺术之争,设计有她自身的内涵和外延,设计是发现、分析、判断和解决人类生存发展中的问题。当设计的目标系统确立时,即需要怎样做的时候,就该实事求是地选择、组织、整合各种可能的方法和手段,科学手段和艺术手段都包含在内。设计是人类第三种智慧系统,其组成的子系统或要素含有科学和艺术。设计是人类为主动适应生存环境等外因系统从而进化形成的一个“新结

构系统”，是重组生存结构的“创造”。

当代科学的发展，尤其是生物学、遗传学、核物理、天体物理以及人工智能等方面的突破，使人们还来不及适应它，它却又向更深的领域跨越。这自然也包括设计的范围、内容、广度、深度的骤增，信息交流、储存技术的渠道、方式、速度、效率的发展，信息量急剧的膨胀，都使原有的生产管理体制、文化艺术、道德、思维几乎容纳不下这种时间、空间的变化了。科学与艺术的合流、自然科学与人文科学的合流已成了不可逆转的必然。

工业时代的科学乐观主义开始变得小心谨慎与信心不足了，人类自身冲击自然的能力反而使人类感到越往前走可能遇到的“无知陷阱”就越多。这就如同一个越来越大的圆与外界相连的空间也越来越大，越来越无边际。人类必须学会在行动之前更全面地探测危机的本领，这就是说人类行为的决策，也可以说“设计”的功能已被提高到经济管理、社会管理和人类未来生存方式的高度上来。当今社会对设计的需求已不限于对单个产品的造型、色彩、装饰的改进，它已开始突破传统“物”的范围，对整个社会——即所有人为事物的复杂系统负责，这个设计的道德使设计与经济的责任和任务也涉入了产品结构、产业结构、生态平衡、生存环境、生存方式和伦理道德的范畴了，即系统化了的宏观经济观、大科学观、大社会观。

当人类的追求比较简单时，决策的任务只是告诉人们“怎样去做”，而当人类的追求比较复杂时，追求什么样的目标本身已需要经常进行复杂的交叉研究后才有可能弄清时，科学的责任就不仅是告诉人类“怎样去做”，也不仅告诉“为什么”能那样做？更为重要的是引导我们去思考，丢弃约定俗成的提法或时髦的新概念，弄清事物的本质，决定“应该去做什么”，然后还要“做什么？”。

我们主张“行知合一”。认识是对知识的反馈，实践是

对能力的评价；而我们设计的目的则不仅仅是要让学生和设计师将认识的道理转化为实践的能力，还要培养年轻设计师们发掘知识、自主获取知识，甚至整合已知的知识来创造新知识的能力。这就是自主研究的能力，然后将研究、拓展的新知识应用于实践。没有知的行是漫无目的的，会误入歧途的，而行又可以催化、升华我们的知识。人类进步的每一里程碑都是对自己认识水平的否定，也是从不同角度、不同层次对已制定的“名”、“相”的否定。当“分类”、“命名”这个人为了、阶段的观念阻碍我们认识自然和社会时，人类就会创造新的“分类”和“命名”。

何颂飞老师十几年前毕业于中央工艺美术学院（现清华大学美术学院）工业设计系，他有多年成功的设计实践经历，又在北京服装学院多年从事设计教育工作，培养了许多优秀设计人才，平时博览群书、钻研理论、关注人文科学、游历考察研究了中国古代文化遗产。在他丰富的学术积累基础上，编著的这本书的内容既全面又系统；既有理论又有实践；既涉及当代学科研究前沿又务实求真；既介绍设计方法又展示设计经验；既能启发设计创意又能训练设计技巧。可以说，这套书在国内相关设计参考书和教材类书中甚为罕见。真诚希望国内设计专业的学生和青年设计师们能从中获取理想、信念、知识、方法、技巧、启迪和兴趣。

柳冠中

2007年5月22日

前言

随着经济全球化的洪流，中国的工业已经由刚改革开放时期的幼稚状态逐渐走向世界，中国的工业设计也伴随着中国工业的迅速发展，从萌动渐趋成熟。我们亲眼目睹了这个过程，并且亲身参与了中国工业设计的成长过程，逐渐成为当代中国工业设计第一线的中坚。有幸出生在这个时代，能够以自己的努力参与推进中国工业设计的发展，幸何如哉！

中国的设计产业也在高速成长着，设计质量逐步在向更高的水准前进，成长起来的优秀设计师甚至进入到国际大公司的海外设计部门工作。根据产业化和区域经济的特点，中国工业设计实践成长最初主要集中在广东珠江三角地区，产品以家用电器、家具等为主。中国最早的产品设计公司也在这一地区成长。之后中国的个人电脑产业也逐渐成熟，电脑及周边产品的设计以北京为中心发展起来。但这两个时期的设计师主要是以我们的师辈和学长们为主，高校设计学科的教师们是当时设计实践和推动的重要力量。我们当中很多设计师都是那个时期跟随前辈们学习成长起来的。这段时间可以被看作是中国工业设计的初期阶段，这个时期的设计师们在社会环境、企业认同不成熟的时候，投入到设计事业中付出了比我们多得多的努力和艰辛。他们的不懈工作，不仅推动了中国工业设计，也培养了我们这一代后进的设计师。随着政府提出建设小康社会的口号，消费文化的日趋成熟，中国的通讯产业迅速成长，移动通讯类的产品设计引导了当时的中国工业设计。此时中国的设计产业的中心也由北京、广东向以上海为中心的长江三角洲地区迁移。这一时期，国际企业和国内企业的竞争，使得一些优秀的设计师能够和外国的设计师一起工作，国外的设计机构和设计人员也开始进入国内，培养和提高了一大批的设计人员，他们如今都成为国内第一线设计力量的核心。并且，部分优秀设计师被选拔进入国际知名设计企业和跨国公司工作，这表明我们已经逐步达到了国际的设计水平。还有部分设计师进入到刚刚在国内兴起的汽车设计行业中，开始参与到最为复杂、要求最高的设计领域。这一切都预示着中国工业设计蓬勃的发展趋势和美好未来。

在中国工业设计迅猛发展的过程中，作为设计师，我们一方面庆幸自己赶上了一个好的时候，另一方面也感受到了设计发展过快，没有积淀所带来的负面影响。我们拥有别人羡慕的众多实现设计的机会，但也由于设计能力和技巧的不成熟，企业当下对设计价值的认识缺陷，造成了一个客观局

面：我们所提供给社会的高质量的设计并不多。由于高等设计院校的增加和设计教育的扩张，每年有更多设计专业的学子毕业，投入到设计大军中，他们有些甚至还没有经过必要的专业训练就开始了设计的职业生涯。此书的目的不仅是向读者展现优秀设计师们的作品，更希望作者们对创新的认识、对设计的理解能够提供刚进入设计职业领域的新人借鉴和启发。

在上海这个中国经济最活跃的大都市，聚集了许多设计精英，他们不仅有来自国内各地的设计师，还有来自海外、港台的设计人才。部分志同道合的上海设计师组成了一个俱乐部团队——上海工设组织。他们或是设计公司的资深设计师，或是企业设计部门的主管，或是高校设计专业的教师，或是从事创意产业的自由设计师。上海工设近两年来，发展很快，团结了不少当代国内优秀的青年设计师。通过组织设计交流活动，传授设计技术，在设计界形成了良好的影响。这本书所展现的正是部分上海工设成员的优秀作品与设计成绩。

参与组织这本书的作者来自中国工业设计第一线，所涉及的工作领域包括汽车设计、移动通讯产品、家用电器等等，所提供的案例覆盖范围广。为了看起来清晰明了，我们按照设计的复杂程度勉强地把作品分成一般产品和交通工具产品，按照这一粗略框架来组织分类各位作者的作品。为了便于交流与学习，每位作者都将自己对设计工作的感受、经验写在前面。在这本书的编撰过程中，上海工设组织的领导人杜宝南先生是首先倡议出版这本书的人，并且积极联系国内外优秀设计师，从众多作品中挑选精品之作；国内著名互动设计师姜雪梅小姐负责联络沟通，为本书的编撰和出版做了大量工作。通过工设网站，各地设计师对作品征集、内容编排以及平面设计都提出了很多建议。我们在这里无法囊括当今中国的杰出设计，也无意于标榜自己，只是想通过介绍各位设计师的设计感受和实践案例，把大家各自的经验拿来与对设计感兴趣的人分享。

在中国工业设计发展的历程中，我们愿意成为后来者的铺路石，希望我们微薄的经验能对大家有所帮助，并以此向那些引领我们走上设计道路的前辈们致敬！

何颂飞

2007年4月28日

第一部分：丰富的领域

——不同领域的设计工作需要设计师能力更广泛经验更丰富

工业设计的范围覆盖了几乎所有社会生活和工业生产领域，所针对的用户可能是千差万别的个体，也可能是某个特殊的群体、团队、单位。不同的用户有着不同的需求，文化、地域、民族、宗教、年龄、性别等差异使得设计成为了具有丰富内涵的工作。设计要连接不同领域的知识，共同为人们服务。设计师有需要共同遵守的原则吗？有没有一个能够适合所有领域的设计方法？事实证明适合任何时期、适用任何领域的设计“法宝”是不存在的。设计的价值一直是变化着的。

社会的价值取向影响着设计的发展走向，对设计的评估总是与当时的价值观相一致。最初，包豪斯的先辈们怀着社会民主思想和人本主义情怀开创了工业设计的发源地。密斯·凡德罗提倡的国际主义风格席卷全球，“少即是多”所体现的不仅是视觉形式，更重要的是体现了反对虚夸形式主义的伦理价值。功能与效率成为设计的唯一准则，简洁形式变成了设计的道德表达。“形式追随功能”首次成为整个设计领域的响亮口号。但随着密斯的理论统一全球几乎所有大都市的天际线的时候，人们逐渐发现个性与文化特点在逐渐消失。今天我们在感叹纽约、东京、香港和上海的繁华气象的同时，仍然可以感受到都市景观的雷同。人们开始怀念胡同和里弄，开始反思这样毫无文化特性的设计。设计教条地把道德标签贴出来的同时，抹掉了人们的许多情趣。随着战后经济发展的需要，瑞蒙德·罗维倡导了另一个设计趋势。促进消费的设计导致了流线型风格的泛滥，时尚流行成为了企业推行快速淘汰设计理念的借口。“形式追随情感”、“形式追随需求”体现了自由主义和人性关怀的观念，把以往遮掩着的欲望都释放出来。显然人们满足于这一现状——我们的个性需求得到了极大的满足。产品甚至可以量身定做，这是消费型社会的必然反映。设计师或许更愿意接受这样的社会状态，消费推动产生更多的设计需求。但弊端也展现出来：消费型设计对地球资源迅速消耗导致环境恶化和资源枯竭。人类社会需要重新认识设计的责任。

追求效率形成集体主义设计的教条，个性需求导致消费主义设计的浪费。“鱼与熊掌不可得兼”，设计的价值难道不能两全吗？设计师更多是在平衡矛盾关系，平衡社会责任和个性需求的矛盾，平衡形式与功能的矛盾，平衡艺术与技术的矛盾，平衡道德理想与社会现实的矛盾……事物都有两面性，设计解决一个问题，会带来新的问题，有好的效果也会产生负面影响，有产出必然有消耗，有人喝彩也会有人指责。设计就是一座天平，要让两端达到平衡。设计师的工作就是利用自己的知识、能力解决种种矛盾，在各种限制中寻求突破和创造。设计理论的研究和实践都在不断地寻求平衡矛盾、突破限制的新方法。

这里所选录的设计都是各位设计师近年工作中的优秀作品，从不同的方面展现每位设计师的设计特点，整体设计和细节深入的经验、技术和专业知识都能给广大青年设计师提供借鉴和启发。从不同范围的产品设计案例中，我们能够看到设计人员是如何平衡各种矛盾的，在成本、工艺、特定环境和使用方式等限制条件下如何达到设计目标的。

设计感言

当我们拿起笔痛快淋漓地在纸上画着草图的时候,当我们完成市场定位分析执行具体设计方案的时候,可想过我们所画的每种造型都要付出不同的代价?可想过这些代价的权衡甚至可以影响到我们前期定位的执行?可想过平衡产品形式和代价付出之间的关系?

我毕业后做了整八年的产品设计,在一线做产品设计的这几年中,很幸运地认识了很多优秀的企业家。可以说,每一个新产品的研发都灌输了这些企业家的心血和希望。和他们探讨设计方案的时候,我发现最难的问题不是如何导入自己新的设计理念,而是如何以最小的代价实现图纸上的这些形态,如何站在企业的角度而不仅仅是设计师的角度去对待这些新产品的研发。

实际上影响企业选择形态的要素有很多,比如市场流行、品牌需求、功能需求、环境限制、成本要求、生产周期要求、企业产能需求等等。这些问题在企业家决策的时候各自的比例又是多少呢?现实中很多企业的决策都没有明确的比例。但总的来说,决策依据可以归结为“如何最大化消费者的心理价值从而最大化利润”。

- 具体到产品设计就是通过形式的巧妙设计放大消费者的心理价值,从而缩小这种形式在生产中的成本代价。假设消费者的心理价值高于产品的实际价值,企业的产品销量也会得到提高。举例来说,市场上大部分的金属餐具的价格会高于塑料餐具的价格,因为消费者认同的金属保存时间要高于塑料保存时间,认同金属的成本资源要高于塑料的成本资源。假设当某种塑料能够体现真实金属质感的时候,同样价格下,消费者对于仿金属效果的塑料餐具的心理价值会得到提高。

大学里的教育告诉我们设计是着眼于如何提升品牌价值和围绕消费者的产品功能,这些方法比较适合品牌价值比较高的企业。此类产品会有很多设计的余地,但是毕竟这些企业占极少数,市场上更多的是品牌价值还没有被消费

者认知的企业。作为设计师更有责任去帮助这些企业通过产品树立品牌价值。品牌价值受价格、质量、成本、利润等诸多因素的影响,所以作为企业来说,控制成本、提高利润变得非常重要。

从这点上来看,作为初入设计行业的产品造型设计师,在追求品质的同时,也需要熟悉产品外观的生产成本预算。设计师在设计产品的时候,需要考虑消费者心理价值因素,扬长避短地使用不同成本的材料和工艺,通过巧妙的设计创造出更高的产品价值。

前面提到,影响产品外观成本的因素是“材料工艺”。任何定位明确的产品都需要具体的材料和形式语言来准确表达。平衡设计中形式和材料工艺的关系能够直接影响到材料成本、物流采购成本、生产报废率、生产效率、周期等因素。所以好的设计是可以根据不同企业的情况选择不同的材料、不同的加工工艺和包装方式进行的外观造型设计,是设计师充分平衡了该企业的产品形式和成本代价的结果。

有趣的是“不同的材料工艺都会有其相对最适合的外观设计风格”。当设计师决定选择某种材料的时候实际上也选择了工艺,每种材料都有最适合加工的工艺方式,可以把这种材料的优势发挥到极致。当然每种不同的工艺都有自身的优缺点,一旦工艺方式确定了,设计师要做的就是如何回避这些工艺的缺陷,发挥这种工艺的优势。所以选择材料工艺的过程也是选择设计风格语言的过程。

可以想象,如果我们在设计之前就从企业的角度考虑到这些问题,就会明白任何形态都牵涉到成本资源代价。设计师需要平衡这些代价以实现前期定位的研究,并且通过适当的形式准确地表达出来。就像好的厨师即使用简单有效的食材也能烹饪出佳肴,给人留下深刻印象。

当然以上分析方法不能涵盖所有门类的产品设计,不同类型的产品、不同的企业都应该有不同的设计方法。



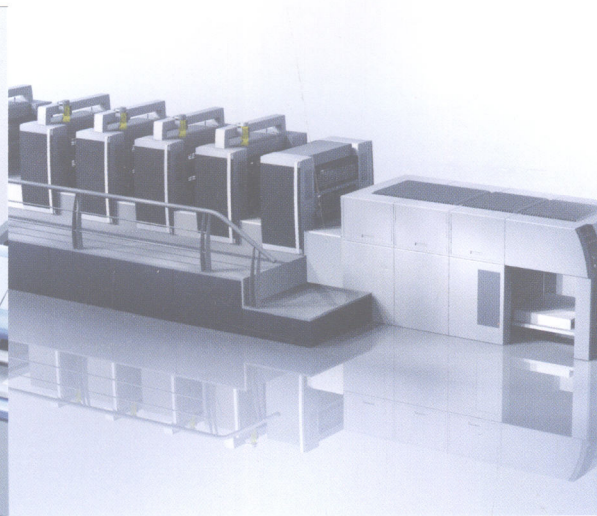
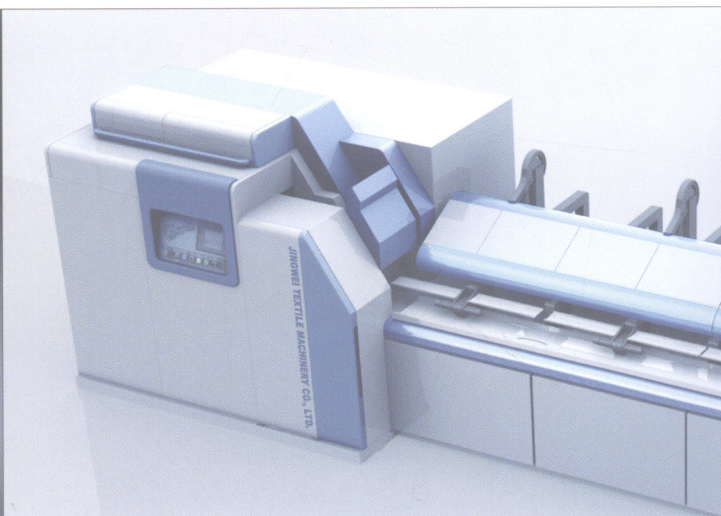
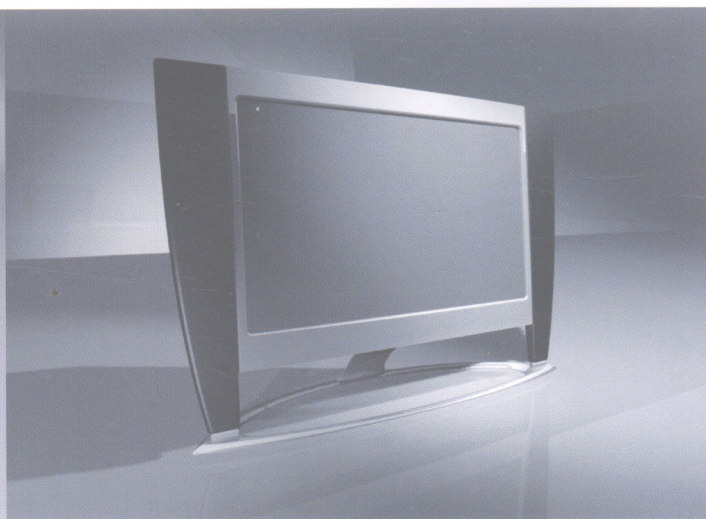
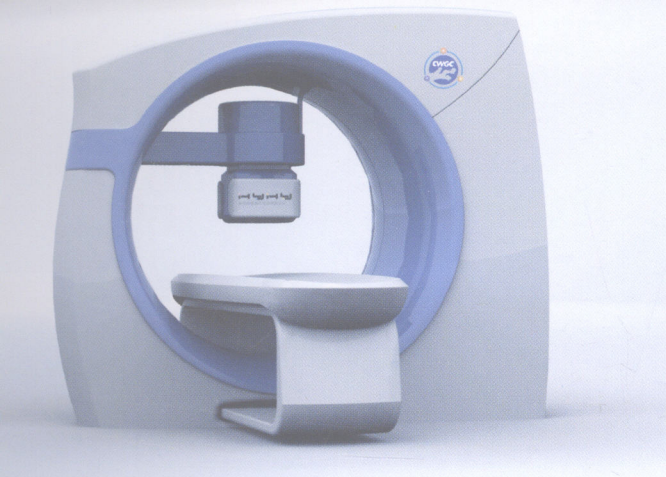
个人信息

定律 (Lv Ding)

1999年,毕业于清华大学美术学院工业设计系
2003年~2006年,于东华大学机械学院工业设计系攻读硕士学位
1999年~2004年,任教于上海理工大学设计学院工业设计系
2004年~2006年11月,任教于上海师范大学美术学院设计系
2006年11月至今,任教于华东师范大学设计学院设计系
2006年~2007年,兼任上海智源无限信息技术有限责任公司工业设计部经理

设计项目

2000年,参与设计的产品获中国工业设计银奖一项、铜奖四项
2002年,为伊莱克斯设计燃气灶外观,已投产
2003年,为上海欧陆科技设计系列产品外观,已投产五个
2003年,为广东德昕电器设计系列电磁炉外观,已投产三个
2004年,自己独立设计开发并生产“多功能礼品文具组合”
2005年,为北京多元电器设计系列印刷机外观并整合企业产品形象,已投产七套
2005年~2006年,为浙江台州、宁波、嘉兴多个企业设计日用小产品造型,均已投产
2006年,为北京松上公司设计科学分析仪器,已投产
2007年,为北京滨松公司设计水分分析仪,已投产



为新西兰香料商设计的包装瓶

这个调味瓶和瓶架的设计需求来自新西兰, 客户的市场信息显示当地对木材和金属相结合的材质效果比较欢迎。

以前看朋友展示着眼花缭乱的Zippo打火机点烟技巧, 很是羡慕, 一件产品居然可以这样和使用者互动。所以一直以来都想做个有趣的调味瓶设计, 希望使用者被使用方式吸引, 甚至对产品包装的兴趣大于调味粉自身的兴趣, 这样的餐桌文化不是很有意思吗?

设计灵感来自宜家的组合家具, 运输过程中的形态是正方形的木盒子, 打开后经过重新拼装变成了可以旋转的“餐桌玩具”, 拼装的过程和使用的过程都具有娱乐性。希望这样的“玩具”能让我们的生活变得更加有趣。

系列调味瓶设计说明

会旋转的组合调味架: 目的是希望使用者和产品产生互动, 所以把一个稳定的形态置放在一个不稳定的角度, 促使使用者主动地去把玩、去使用, 从互动中享受乐趣。

包装好后的正六面体的盒子, 由两个连接在一起的三面体组成, 由使用者自己组装成一个互动的旋转体, 顶部三个面正好可以插入三种不同的调味瓶。立方体上有一小斜面是安装微型旋转轴承预留的截面, 使用者把底部支撑圆面和重新组合在一起的包装盒通过轴承装上就可以旋转了。

这一设计既合理利用了外包装使之与产品融为一体, 又保护了调味瓶本身的玻璃容器。

