

- 近4小时的案例视频操作讲解, 让读者换一种方式学习
- 全书所有案例的素材与源文件全部收录其中
- 赠送近240个最新最实用矢量素材



CorelDRAW 案例精析

产品设计

翰图设计 编著

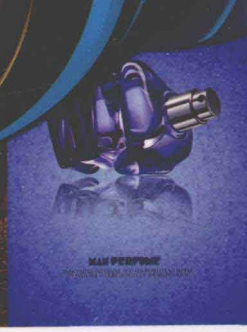
集产品设计领域的专业知识和实战技巧于一体,
真实展现每一个精彩案例

■ 以CorelDRAW软件为工具进行产品设计制作的完整讲解

■ 将理论与实际操作相结合, 解决实际工作中可能遇到的问题

■ 对每个案例的制作过程都循序渐进地进行讲解, 为读者带来全新的学习体验

■ 采用独特的三栏排版模式, 将精美案例与软件主要功能完美组合在一起



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

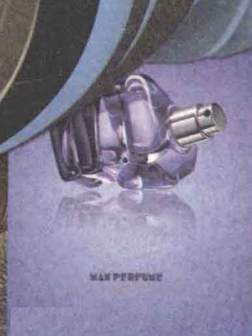
Core/DRAW

产品设计

案例精析



瀚图设计 编著



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

CorelDRAW软件被广泛应用于矢量图形及产品的绘制，本书结合CorelDRAW软件进行产品设计制作讲解。全书通过精选的15个产品设计案例制作，将软件基础知识介绍融入其中，带领读者了解整个产品案例的设计思路和制作方法，并使读者从中学习到产品设计相关实例的制作要领和重点、难点。

本书适合广大矢量图形绘制爱好者作为学习用书，也可作为产品设计的学习用书，能够使读者更好地理解 and 掌握产品设计的绘制技巧和方法。

图书在版编目（C I P）数据

CorelDRAW产品设计案例精析 / 瀚图设计编著.

北京：中国铁道出版社，2012.8

ISBN 978-7-113-14752-5

I. ①C… II. ①瀚… III. ①产品设计—计算机辅助设计—图形软件 IV. ①TB472-39

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第108227号

书 名：CorelDRAW产品设计案例精析
作 者：瀚图设计 编著

策划编辑：张亚慧
责任编辑：王雪飞
责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056
特邀编辑：赵树刚

出版发行：中国铁道出版社（北京市西城区右安门西街8号 邮政编码：100054）
印 刷：北京铭成印刷有限公司
版 次：2012年8月第1版 2012年8月第1次印刷
开 本：787mm×1 092mm 1/16 印张：24 字数：565千
书 号：ISBN 978-7-113-14752-5
定 价：79.00元（附赠光盘）

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社发行部联系调换。

CorelDRAW是Corel公司推出的一款矢量绘图和平面设计软件，具有强大的矢量绘制功能，常被用于产品包装设计领域，本书将以CorelDRAW软件为工具进行产品设计制作的讲解。

本书内容

本书通过精选的15个产品设计案例，系统讲述了每个案例的设计方法。通过对每个案例细致、深入的刻画，将编者独特巧妙的创意融合在一步步简单实用的制作方法中。本书中，将理论与实际操作相结合，不仅使读者对产品设计的制作过程有一个深入的了解，并且解决一些实际工作中可能遇到的问题，通过“提示”对绘制过程中所用到的CorelDRAW知识点进行细致的讲解，进一步提高对软件的熟练程度和应用技巧。

本书特点

全书通过新颖的内容编排、讲解方式，带领读者逐步掌握CorelDRAW矢量绘图的方法和技能。采用独特的三栏排版模式，将15个精美案例和CorelDRAW主要功能完美地结合在一起，对每个案例的制作过程循序渐进地进行讲解，带给读者全新的学习体验。

每个实例都由“设计理念”、“制作步骤”和“提示”三部分组成。

- “设计理念”是对案例整体的概括说明。
- “制作步骤”是在开始绘制之前对所要绘制的产品进行设计，并对用到的CorelDRAW知识点进行分步骤的概述，结合各个步骤的展示图，帮助读者掌握一个总体的设计思路。
- “提示”穿插在各案例的制作步骤之中，通过对本步骤所用到的CorelDRAW知识点进行详细讲解，使读者了解绘制时的重点、难点。

一个软件的工具和命令是有限的，但是组合使用这些工具和命令的方法是有限的，设计的创意和思维也是无穷尽的。相信通过对这15个经典产品设计案例的学习，能够使读者对产品设计有一定的了解和应用，掌握CorelDRAW软件的使用方法，提升绘图设计制作的水平和技艺。

由于本书的编写时间仓促，加之编者水平有限，书中难免存在疏漏与不妥之处，敬请广大读者谅解和指正。

编者
2012年5月

全书通过新颖的内容编排、讲解方式,带领读者逐步掌握CorelDRAW X5矢量绘图的方法和技能。采用独特的三栏排版模式,将15个精美案例和CorelDRAW主要功能完美地结合在一起。



通过“确定主题”、“演变过程”、“最终效果”三个节点，来解构本案例的思路。



1. 总结归纳本案例用到的工具。
2. 本案例源文件所在光盘的位置。
3. 本案例的教学视频所在光盘的位置。

主要针对本案例的重点、难点加以说明分析,是知识的补充。



简约的外观造型

制作的是一款戒指
使其更具真

产品设计流程

要完成产品视图的完美
始，绘制出戒指正面的外开
后，绘制调整戒指的细节
在此列出戒指造型

效果图分析

依次展示出戒指各部分各部分的效果图。

本案例提示

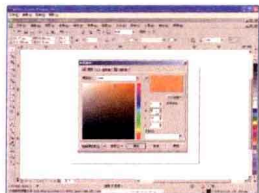
通过这三大板块解析，读者可深入了解本案例，从而更好地掌握。



- 多媒体语音视频教学
- 全书案例素材与源文件
- 附赠海量素材库

超值多媒体光盘导读

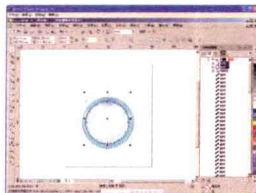
4小时语音视频教学预览



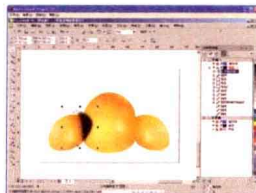
■ Chapter 01 手机造型设计



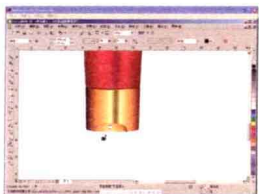
■ Chapter 04 U盘造型设计



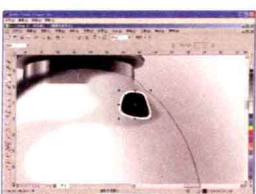
■ Chapter 06 可爱闹钟造型设计



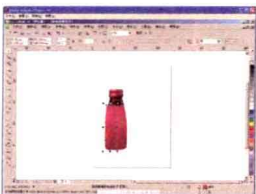
■ Chapter 09 创意音响造型设计



■ Chapter 10 化妆品造型设计



■ Chapter 12 酒瓶造型设计



■ Chapter 13 饮料造型设计

海量素材库

001	003	045	067	099	111	133	155	177	199	221
002	004	046	068	090	112	134	156	178	200	222
003	005	047	069	091	113	135	157	179	201	223
004	006	048	070	092	114	136	158	180	202	224
005	007	049	071	093	115	137	159	181	203	225
006	008	050	072	094	116	138	160	182	204	226
007	009	051	073	095	117	139	161	183	205	227
008	010	052	074	096	118	140	162	184	206	228
009	011	053	075	097	119	141	163	185	207	229
010	012	054	076	098	120	142	164	186	208	230
011	013	055	077	099	121	143	165	187	209	231
012	014	056	078	100	122	144	166	188	210	232
013	015	057	079	101	123	145	167	189	211	233
014	016	058	080	102	124	146	168	190	212	234
015	017	059	081	103	125	147	169	191	213	235
016	018	060	082	104	126	148	170	192	214	236
017	019	061	083	105	127	149	171	193	215	237
018	020	062	084	106	128	150	172	194	216	238
019	021	063	085	107	129	151	173	195	217	239
020	022	064	086	108	130	152	174	196	218	240
021		065	087	109	131	153	175	197		
022		066	088	110	132	154	176	198		

案例素材与源文件

“素材与源文件”文件夹

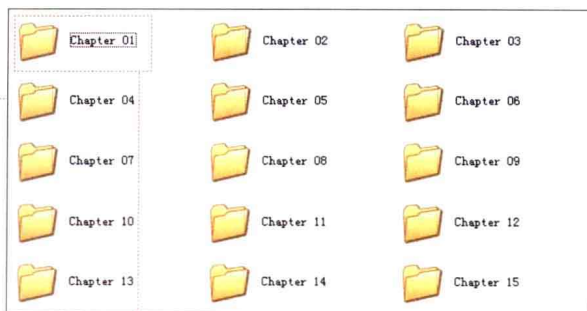
使用CoreIDRAW软件打开



acdsee8



使用看图软件打开



打开“Chapter 01”文件夹



目录

学前预热：产品设计基础知识..... 1

01 认识产品设计..... 2

- 1.1 什么是产品设计.....2
- 1.2 产品的功能与作用.....3
- 1.3 产品的分类.....5

02 产品设计要求..... 6

- 2.1 社会发展要求.....6
- 2.2 产品使用要求.....7
- 2.3 制作工艺要求.....8

03 产品设计的设计流程与方法..... 8

- 3.1 调查分析.....8

- 3.2 构思与定位.....9

- 3.3 方案表现.....9

- 3.4 产品设计方法.....10

04 产品设计基本原则..... 10

05 产品设计造型与工艺..... 12

- 5.1 产品造型与材料.....12

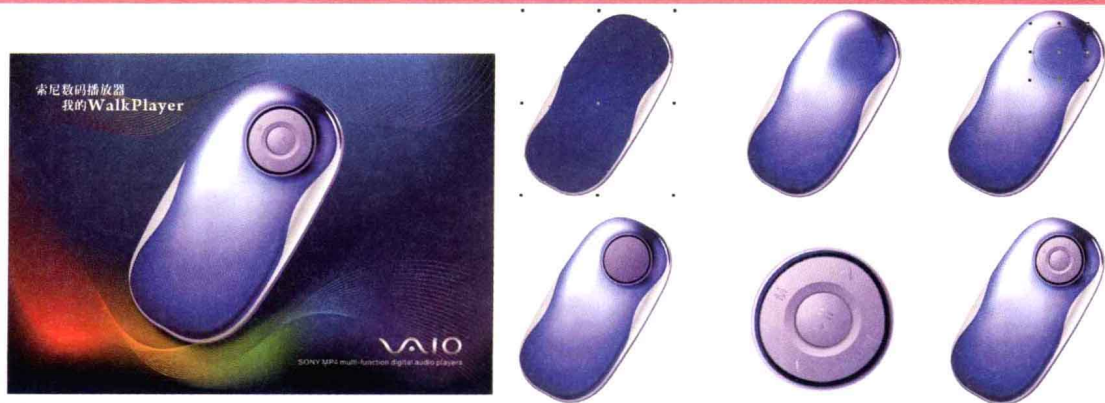
- 5.2 产品制作工艺.....13

- 5.3 产品设计与视觉表现.....14

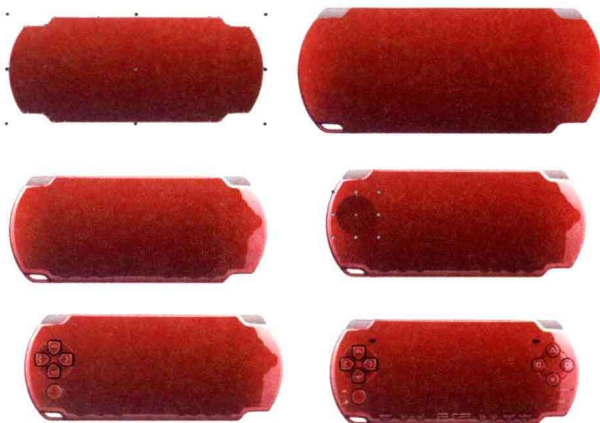
Chapter 01 手机造型设计..... 17



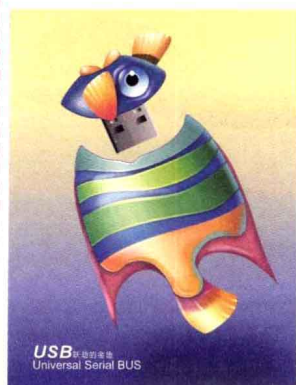
Chapter 02 MP4造型设计..... 39



Chapter 03 PSP造型设计 55



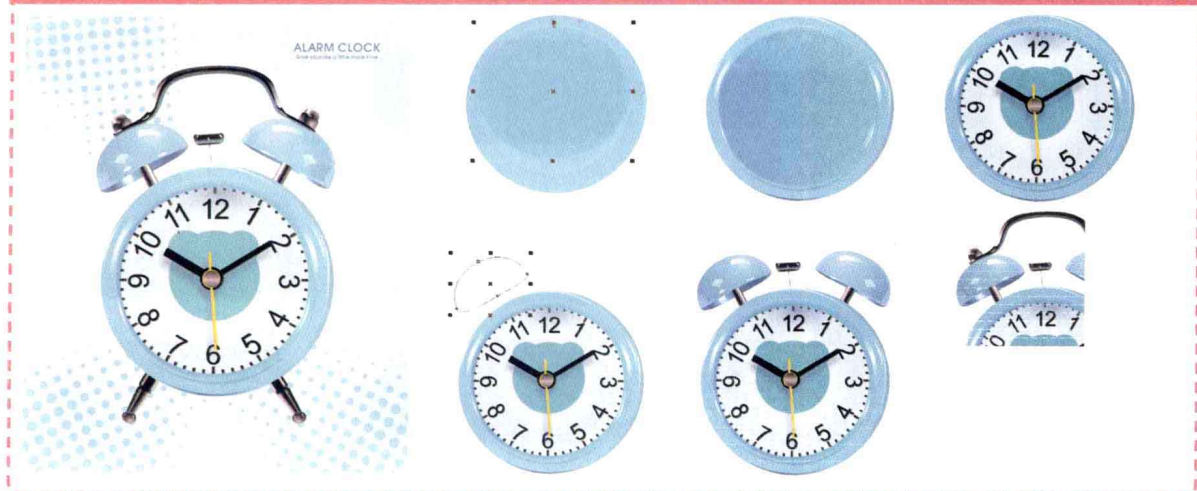
Chapter 04 U盘造型设计 77



Chapter 05 数码相机造型设计 99



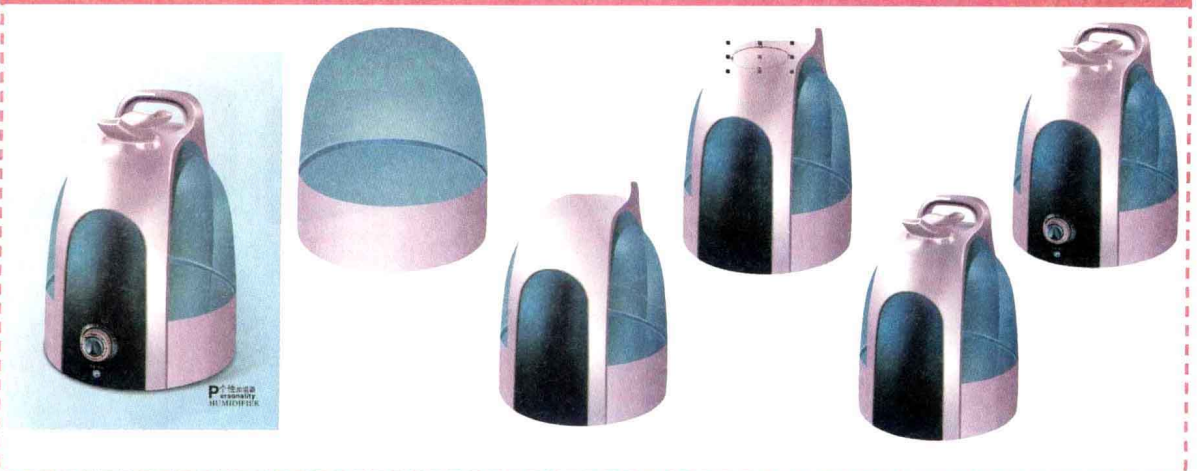
Chapter 06 可爱闹钟造型设计 121



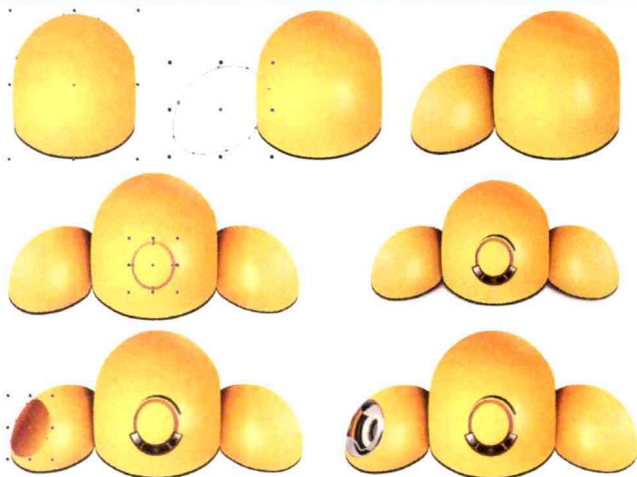
Chapter 07 个性鼠标造型设计 143



Chapter 08 个性加湿器造型设计 163



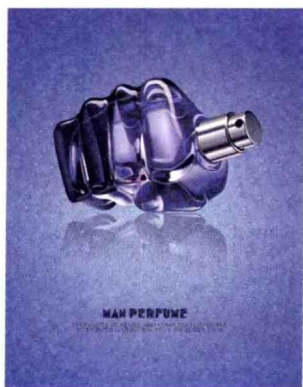
Chapter 09 创意音响造型设计 187



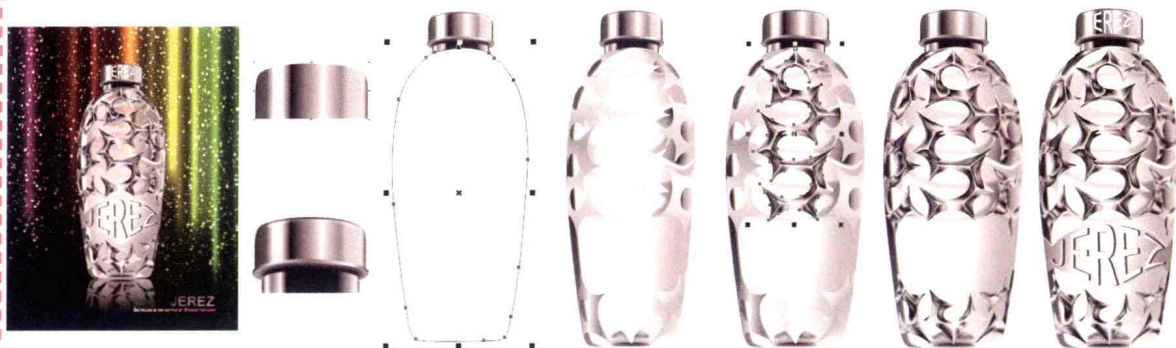
Chapter 10 化妆品造型设计 205



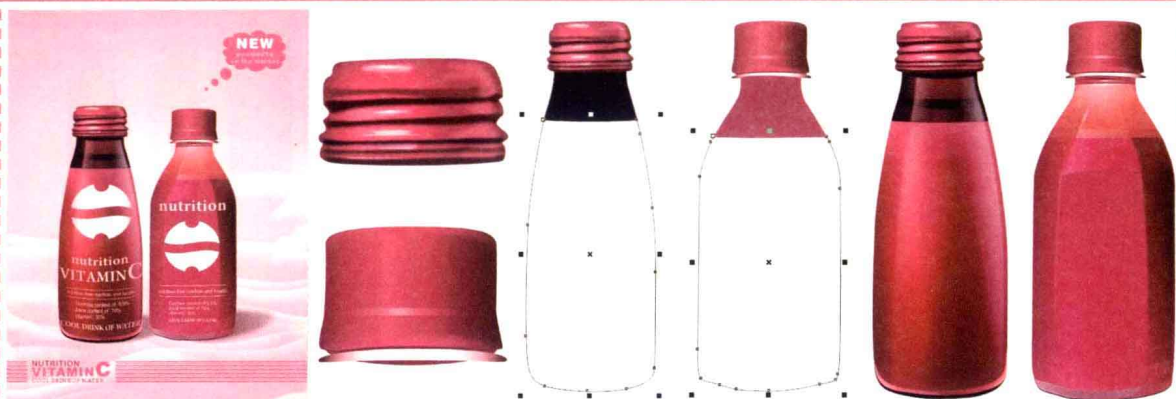
Chapter 11 香水造型设计 223



Chapter 12 酒瓶造型设计 255



Chapter 13 饮料造型设计 281

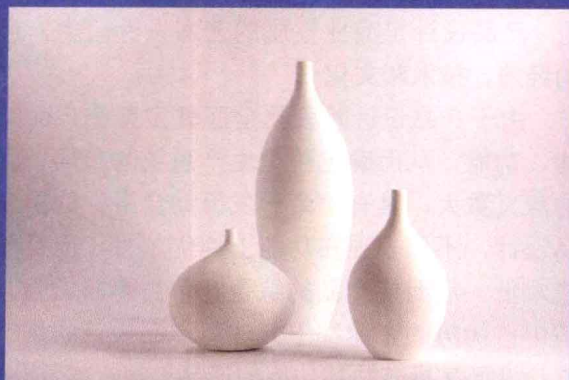


Chapter 14 儿童玩具造型设计 305



Chapter 15 手表造型设计 341





学前预热：产品设计基础知识

产品设计是商业性质的艺术设计门类，反映着一个时代的经济、技术和文化。

由于产品设计阶段要全面确定整个产品策略、外观、结构、功能，从而确定整个生产系统的布局，因而，产品设计的意义重大，具有“牵一发而动全身”的重要意义。好的产品设计，不仅表现在功能上的优越性，而且便于制造，生产成本低，从而使产品的综合竞争力得以增强。许多在市场竞争中占优势的企业都十分注意产品设计的细节，以便设计出造价低而又具有独特功能的产品。

01 认识产品设计

现代产品设计是一种深入人心的造物活动。产品发展到现在，不再是单纯的物质形态，而应看作是与人交流的媒介。认识产品设计，有助于设计者从使用者的心理角度出发和考虑，让产品在心理上谋和人们的欲望，在情感上满足人们的需求。产品设计就是对产品的造型、结构和功能等方面进行综合性的设计，以生产出符合人们需求的既实用又美观的产品。

1.1 什么是产品设计

产品设计也就是狭义的工业设计，是针对人与自然的关联中产生的工具装备的需求所作的响应。包括为了使生存与生活得以维持和发展所需的，诸如工具、器械与产品等物质性装备的设计。

产品设计是一系列技术工作的准备和管理，即从确定产品设计任务书起到确定产品结构止的这一过程，是产品开发的重要环节，也是产品生产过程的开始。产品设计是一个创造性的综合信息处理过程。它通过线条、符号、数字、色彩等把产品显现在人们面前，具有极强的综合性。



产品的核心是产品对使用者的身心具有良好的亲和性。它要求设计者必须具备一定的结构造型设计能力，以及对图形、文字、色彩等视觉造型语言的把握能力，也要对产品的制作工艺、制版印刷、产品所需材料、产品生产成型等技术环节有充分的了解。此外，还需要掌握一定的电脑辅助设计的手段。并且能够结合消费心理学、市场营销学、技术美学等学科内容，从而将人的某种目的或需要转换为一个具体的物理形式或工具，把一种计划、规划设想、问题解决的方法，通过具体的载体，以美好的形式呈现出来。

1.2 产品设计的功能与作用

功能是产品存在的前提。它是基于人们的使用需求和审美需求而产生的。不同的功能决定了产品的不同形态，产品脱离了功能，其形态也将不复存在。

产品设计的功能是指产品的作用和效应以及存在的基本价值。随着时代的发展，产品所被赋予的功能会不断地增加。但是，产品设计的功能是产品与使用者之间最基本的关系。人们在使用一件产品的过程中，经由功能获得需求的满足。

《辞海》中，对“功能”的解释是：“一为事功和能力，二为功效、作用”。

美国建筑师路易斯·沙利文提出了“形式服从功能”这一理论。它突出了功能在设计中的重要地位，明确了功能与形式的关系，追求功能、结构和材料的合理统一，崇尚精确、简洁、有道理的造型语言。

产品实质上就是功能的载体。产品的设计与制造过程中的一切手段和方法实际上是针对产品的功能而进行的。功能才是产品的实质，是产品设计的初始要素，也是产品设计的最终目标，它决定着产品的意义和存在的价值。例如，储物柜实际上就是储物功能的载体，储物功能决定着储物柜的意义和存在的价值。



从功能的性质角度,可以把功能分为物质功能和精神功能两种。

1. 物质功能

物质功能指产品的实际使用功能,包括材质功能以及产品的适用性、可靠性、安全性和维修性等客观性功能。

2. 精神功能

精神功能则是指产品的外观造型给人的审美感受和产品的物质功能本身所表现出的审美反馈。精神功能具有一定的情感化设计的特征。

例如,椅子是为人提供的休息工具。花瓣形的椅背和扶手既在物质功能上满足了人们的需求,也在一定程度上满足了人们的审美感受。

太阳镜和糖果盒也同时具有物质和精神功能。设计的最终目的是为人服务,人的需求和感受是设计的重要元素。

进一步讲,产品的设计主要从两方面来满足人的需求。一方面是生理和心理层面需求的满足,在“以人为本”的思路指导下,设计者需要借助现代人机工程学来使产品适应人的生理、心理和使用习惯,提高产品在使用中的便利性和宜人性。另一方面,是审美和文化层面需求的满足。产品设计通过对造型、材质和色彩等方面的合理组合,给使用者带来审美的愉悦。而产品的文化需求涉及社会价值观念、民族习俗和伦理道德等多方面的因素,因而设计者要在了解消费者的喜恶倾向的前提下,依靠自身敏锐的感知力对产品的功能和形式进行设计。

从功能的重要程度而言,可以把功能分为基本功能和辅助功能。基本功能即产品设计最主要的功能,无论产品的附加功能怎样扩充,产品的基本功能都是无可替代的。

例如,手表最基本的功能就是显示时间,给人提供方便。现今的手表功能繁复多样,但无论其增加了语音功能还是音乐功能,手表最基本的显示时间的功能都无可替代。



从使用者的需求来划分，可以把功能分为必要功能和不必要功能。必要功能属于实用性功能，这种功能必须满足使用者的需求。在进行产品设计时，也需要考虑到同一产品对于不同的使用者而言产品的必要功能的区别，从而使产品设计更加人性化，以满足人们的需要，体现其使用价值。

例如，手机必要的功能就是接听电话、发送短信。而手机的其他功能多种多样，如手机游戏，对于大多数年轻人来说是必不可少的。但是，相对于部分老年人来说，就是不必要的功能了。而老人手机的适时出现，更加体现了产品的人性化，也满足了部分老人的需求。

1.3 产品设计的分类

在工业造型设计范畴内，产品应具有产品是“用品”、产品是“制品”、产品是“商品”三方面的意义。产品可以从不同喜好、角度进行分类，如产品内容、产品性质、产品材料、产品技术以及产品风格等方面。

按照产品内容可以分为：日用品类、食品类、烟酒类、化妆品类、医药类、文体类、工艺品类、化学品类、五金家电类、儿童玩具类以及土特产类等。

按照产品性质可以分为：商业产品、储存产品以及特殊用品等。

按照产品材料可以分为：纸质产品、金属产品、玻璃制品、木制品、陶瓷制品、塑料制品以及棉麻和布制品等。

按照产品技术可以分为：防水产品、真空产品、压缩产品等。

按照产品风格可以分为：可爱的、卡通的、怀旧的、时尚的、情调的、浪漫的等。



02 产品设计要求

一项成功的设计,应满足多方面的要求。对于产品设计来说,也同样需要满足多方面的要求。这些要求,有社会发展方面的,有产品功能、质量、效益方面的,也有使用要求或制造工艺要求。很多人认为,产品首先要实用,必须具有一定的使用价值。因此,设计产品首先要满足人们对其功能的需要,其次才是产品的外形、颜色和构造等;也有一些人认为,产品设计应是丰富多彩的、异想天开的和使人感到有趣的,应该满足人们心理上的愉悦和喜爱之情。所以,设计者在进行产品设计时,要综合考量多种方面的要求,从而使产品发挥其更大的作用。

2.1 社会发展要求

原始形态的产品,是伴随着人类维持生存的需要而进行的最初级的容器产品而出现的。

在人类漫长的文明进化历程中,每一项科技发明、社会变革、生产力的提高,人们生活方式的进步以及生存环境的变化,都对产品的发展产生着重大的影响和促进作用。产品设计作为人类文明中的一种文化形态,始终处于举足轻重的状态,了解它的发展和演变,对现今的产品设计有着重要的意义。

从古到今,设计和试制新产品,必须以满足社会需要为前提。这里的社会需要,不仅是眼前的社会需要,而且要结合历史发展,看到较长时期以后的发展需要。为了使产品设计满足现今和以后的社会发展的需要,就必须开发先进的产品,加速技术进步。为此,必须加强对国内外技术发展的调查研究,尽可能吸收世界先进技术。有计划、有选择、有重点地引进世界先进技术和产品,从而填补技术空白,赢得经济效益。

例如,器皿随着人类文明的进化过程呈现出千姿百态的变化。现代科技的发展更为其提供了更多的技术支撑。

