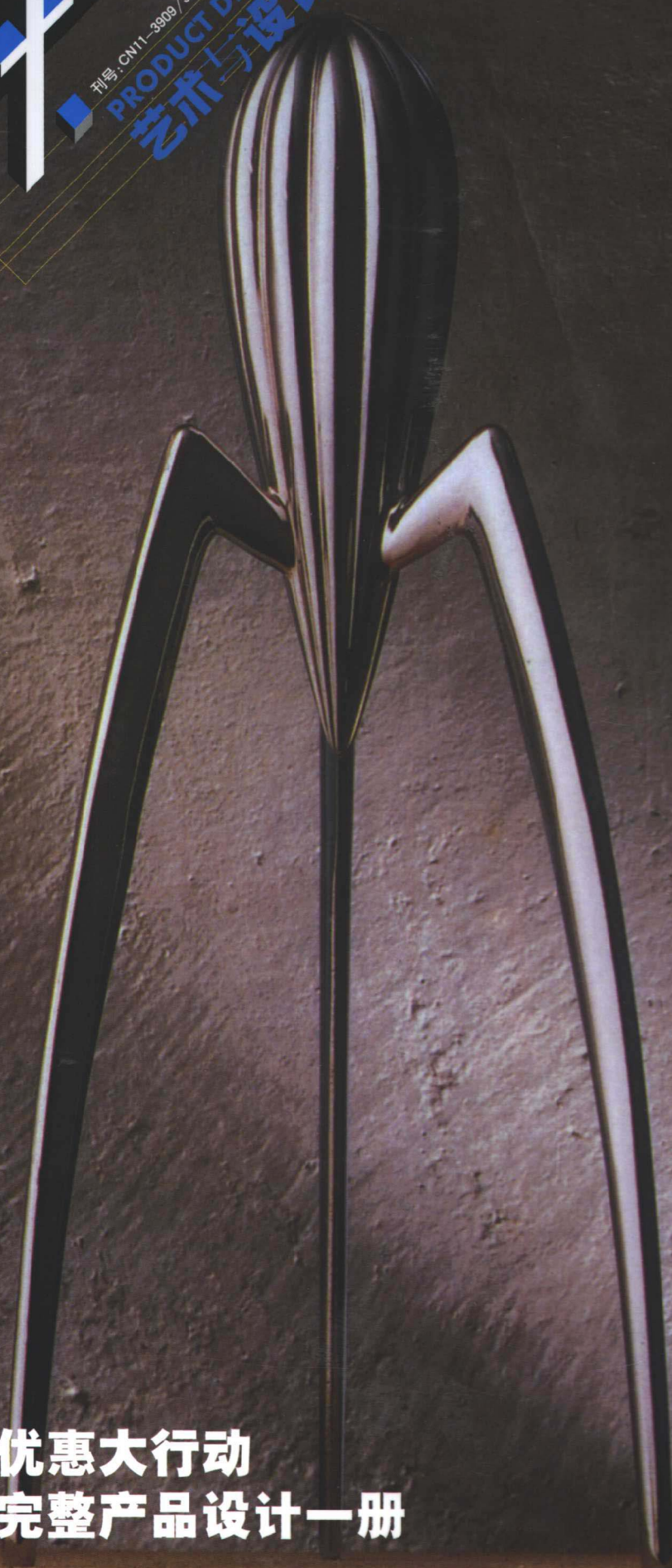


产品设计

刊号: CN11-3809/J 总第039期 定价: 25元

PRODUCT DESIGN
艺术与设计



**本期优惠大行动
附赠完整产品设计一册**

我们诞生了

这一份杂志为中国的企业家和设计师而生。

离开设计的企业是没有前途的企业，离开了企业的设计师并不是设计师，而是“艺术家”。面对产品设计，我们有着太多的遗憾：设计教育的落后、部分企业家的短视，甚至是国家和公民们的不重视。丹麦、芬兰、日本等国早已打出了设计立国的旗号，并且，它们的制造业确实也因为“设计”而蓬勃发展了起来。而堂堂中华却只能模仿它们！模仿，现在是我们不得已而为之的办法，或许认真的模仿会使我们的制造业快速地发展起来，但，这毕竟不是长久之路。

今天，我们的制造业面对国际产品的冲击，更面对冲出国门的挑战，我们的产品出路何在？高科技的开发、新材料的探索、造型与色彩的现代时尚、对使用者的全面研究与关怀……我们面临着太多的问题：我们不了解人机工学，我们也不了解世界范围内的专利使用情况，我们不知道材料科学发展的前沿状况，我们更缺乏国际一流设计企业和设计师提供给我们的无穷创意的渠道……

但时代要求我们以创新和设计来开辟市场、把握产品竞争的脉搏，因此，不管有再多的艰难，“设计”是必须走下去的路，作为出版界的一份子，我们有理由、更有责任为我国企业界和设计师们提供一份专门介绍、研究产品及工业设计的期刊。虽然，我们也仅是刚刚起步，但是，毅力和责任会促使我们办出一份有用的杂志。

我们关注创造力，关注能够为企业界带来生机的设计！

目录

CONTENTS

艺术与设计·产品设计

PRODUCT DESIGN 2002-06

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版总署
General Administration of Press and Publication
P.R.China

出版 Published by:

艺术与设计杂志社
Art and Design Publishing House

编辑 Edited by:

《艺术与设计·产品设计》编辑部
Art and Design Press

总编·社长

Editor in Chief, Director General
钱竹 Qian Zhu

副总编(兼发行主管)

Vice-Director General
李红菲 Li Hongfei
Tel:010-68570938

责任编辑

Executive Editor
胡小惟 Hu Xiaowei 冯 娴 Feng Xian
Tel:010-6857 0906

设计 Designer

吴 铭 Wu Ming

读者服务: 沈静

Tel:010-6858 7265

广告部: 吴笛菲

Tel:010-6857 0912

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)
ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)
出版日期: 2002年6月

本刊地址:

北京市西城区阜外大街 34 号干 3 号楼 5 层
邮政编码: 100832

Fax:86-10-6857 0937 (稿件)

86-10-6857 0933 (发行)

COPYRIGHT BY ART AND DESIGN PUBLISHING HOUSE ©

本刊稿件版权所有, 未经许可, 一律不得转载。

印刷: 北京雅昌彩色印刷有限公司

如有印刷、装订质量问题, 请与北京雅昌彩色印刷有限公司联系。

电话: 010-88114211

地址: 北京市海淀区阜成路 42 号 4 栋 A 座 3 层

邮编: 100036

定价: 25 元

特稿

Feature

12

接触东芝设计

东芝设计中心供稿 本刊编辑部编译

Touching Toshiba Design By Toshiba Design Center Edited by Art & Design Press

20

红点设计大奖 2001

彼得·莱克

Red Dot Award 2001 By Peter Zec

设计空间

Design Space

50

折叠 (二)

本刊编辑部

Collapsibles By Art & Design Press

74

话说“时间”

滕菲

Invisible Time with Visible Design By Teng Fei

家具线报

Furniture Report

31

运动让椅子充满活力

Dynamic Chair

32

玩积木, 搭书架

Bookshelf as Toy Bricks

39

生活在厨房 艾米莉亚诺·甘朵菲

Living the Kitchen By Emiliano Gandolfi

46

艺术与设计的亲缘关系——艺术灯具

Affinity between Art and Design — Art Lighting

48

新材料 EVA

New Material EVA

讯

News

02

图片新闻

新华社、路透社、本刊编辑部

Photo News Xinhua \ Reuters \ Art & Design Press

33

新闻

本刊编辑部

News Art and Design Press

49

无印良品

小惟

Marklessness of Excellence By Xiao Wei

外刊速览

Foreign Magazine Browsing

06

美国 I.D. 杂志

本刊编辑部

I.D. Magazine By Art and Design Press

09

意大利 Ottagono 杂志

本刊编辑部

Ottagono Magazine By Art and Design Press

三边联谈

Tripartite Talk

35

设计管理

张福昌 张寒凝

Design Management By Zhang Fuchang & Zhang Hanning

57

西方产品设计新趋势

龚克 赵江洪

New Trend in Western Product Design By Gong Ke & Zhao Jianghong

档案

Archive

64

迷一样的平民设计师——迈克尔·格瑞夫斯

朱莉·艾欧弗茵

Riddle Like Civilian Designer By Julie Iovine

70

少就是多——阿莱西公司的创意产品

陈旭

Less is More By Chen Xu

广告索引

封三 佳能扫描仪 封底 Effetti 厨房用品 5 博洋家纺 11 FENDI 家具 19 新书广告
56 宝里图动感之都 80 LAUFEN 卫浴

目录

CONTENTS

艺术与设计·产品设计

PRODUCT DESIGN 2002-06

主管单位 Attached to:

中华人民共和国新闻出版总署
General Administration of Press and Publication
P.R.China

出版 Published by:

艺术与设计杂志社
Art and Design Publishing House

编辑 Edited by:

《艺术与设计·产品设计》编辑部
Art and Design Press

总编·社长

Editor in Chief, Director General
钱竹 Qian Zhu

副总编(兼发行主管)

Vice-Director General
李红菲 Li Hongfei
Tel:010-68570938

责任编辑

Executive Editor
胡小惟 Hu Xiaowei 冯 娴 Feng Xian
Tel:010-6857 0906

设计 Designer

吴 铭 Wu Ming

读者服务: 沈静

Tel:010-6858 7265

广告部: 吴笛菲

Tel:010-6857 0912

刊号: CN11-3909/J (国内统一刊号)
ISSN 1008-2832 (国际统一刊号)
出版日期: 2002年6月

本刊地址:

北京市西城区阜外大街34号干3号楼5层
邮政编码: 100832

Fax:86-10-6857 0937 (稿件)

86-10-6857 0933 (发行)

COPYRIGHT BY ART AND DESIGN PUBLISHING HOUSE ©

本刊稿件版权所有, 未经许可, 一律不得转载。

印刷: 北京雅昌彩色印刷有限公司

如有印刷、装订质量问题, 请与北京雅昌彩色印刷有限公司联系。

电话: 010-88114211

地址: 北京市海淀区阜成路42号41栋A座3层

邮编: 100036

定价: 25元

特稿

Feature

12

接触东芝设计

东芝设计中心供稿 本刊编辑部编译

Touching Toshiba Design By Toshiba Design Center Edited by Art & Design Press

20

红点设计大奖 2001

彼得·莱克

Red Dot Award 2001 By Peter Zec

设计空间

Design Space

50

折叠 (二)

本刊编辑部

Collapsibles By Art & Design Press

74

话说“时间”

滕菲

Invisible Time with Visible Design By Teng Fei

家具线报

Furniture Report

31

运动让椅子充满活力

Dynamic Chair

32

玩积木, 搭书架

Bookshelf as Toy Bricks

39

生活在厨房 艾米莉亚诺·甘朵菲

Living the Kitchen By Emiliano Gandolfi

46

艺术与设计的亲缘关系——艺术灯具

Affinity between Art and Design — Art Lighting

48

新材料 EVA

New Material EVA

讯

News

02

图片新闻

新华社、路透社、本刊编辑部

Photo News Xinhua \ Reuters \ Art & Design Press

33

新闻

本刊编辑部

News Art and Design Press

49

无印良品

小惟

Marklessness of Excellence By Xiao Wei

外刊速览

Foreign Magazine Browsing

06

美国 I.D. 杂志

本刊编辑部

I.D. Magazine By Art and Design Press

09

意大利 Ottagono 杂志

本刊编辑部

Ottagono Magazine By Art and Design Press

三边联谈

Tripartite Talk

35

设计管理

张福昌 张寒凝

Design Management By Zhang Fuchang & Zhang Hanning

57

西方产品设计新趋势

龚克 赵江洪

New Trend in Western Product Design By Gong Ke & Zhao Jianghong

档案

Archive

64

迷一样的平民设计师——迈克尔·格瑞夫斯

朱莉·艾欧弗茵

Riddle Like Civilian Designer By Julie Iovine

70

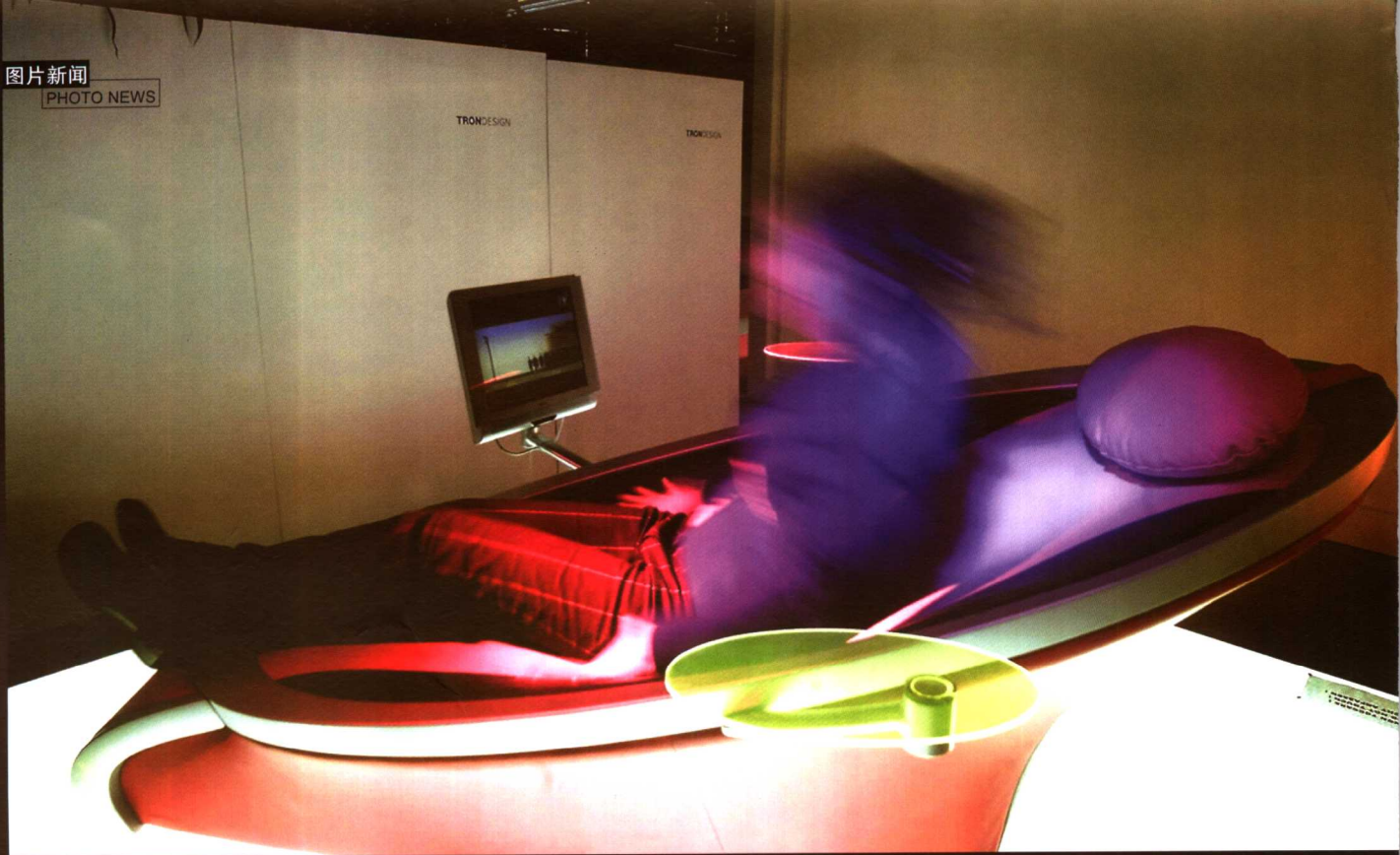
少就是多——阿莱西公司的创意产品

陈旭

Less is More By Chen Xu

广告索引

封三 佳能扫描仪 封底 Effetti 厨房用品 5 博洋家纺 11 FENDI 家具 19 新书广告
56 宝里图动感之都 80 LAUFEN 卫浴



米兰设计展

2002年4月10日-4月15日，在意大利米兰举行了每年一次的设计展，意大利的设计师们带着新作纷纷登场。在这个时尚之都，人们兴奋地呼吸着未来生活的设计空气，体会浓厚的现代品味。图为一名妇女在试用一个专门为看电视和使用电脑而设计的沙发。

新华社/路透



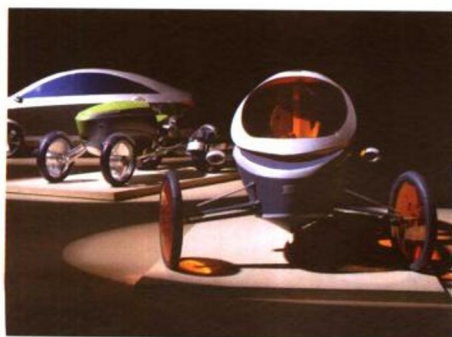
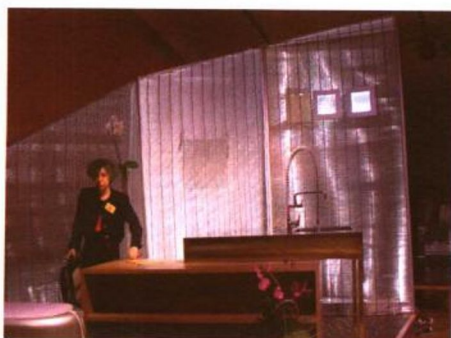
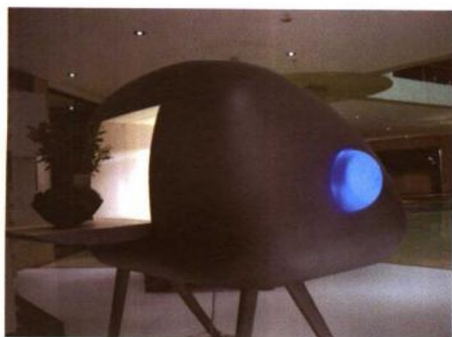
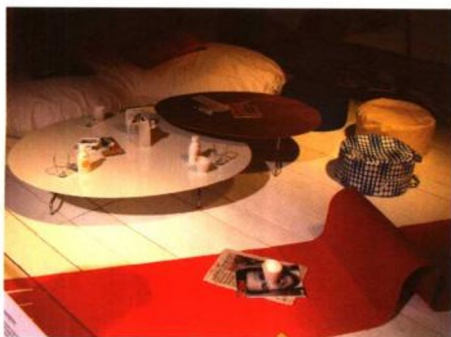
水上自行车

2002年5月30日，泰国发明家普拉维特·杨克瓦尼奇骑着自已发明的水上自行车在曼谷的一条河上前进。普拉维特称，这种自行车价格便宜，而且可以避开城市街道上的塞车。新华社/路透



新型“安静”座椅

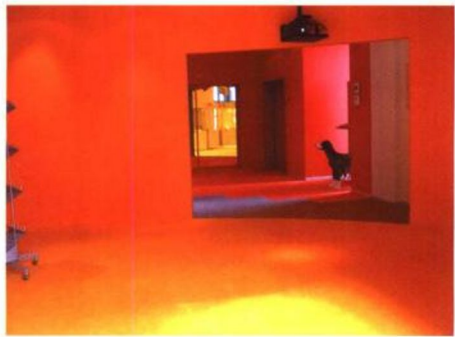
2002年4月24日，在芬兰首都赫尔辛基举行的室内设计展上，一名女士在试用一张叫做“安静”的座椅。现代工作与生活中，紧张与喧闹让人们很难找到平和而安静的空间，这款家具的设计初衷是为使用移动电话打电话的人不受干扰，而它的效果却让人们意外的得到了一份宁静的天地。此款家具很适合用于开敞式布置的办公室。新华社/路透



- 从上至下, 从左至右
- ◎欧洲新概念敞篷跑车, 玻璃为围堰式
 - ◎客厅矮式家具趋势展示
 - ◎最新室内装饰性储存式照明照
 - ◎最流行的厨房水阀展示
 - ◎新型单人太阳能概念车
 - ◎地面起降式会议桌
 - ◎简单风格的会客场所设计
 - ◎多种功能的虫形工具集, 各个部位各是一种功能的工具
 - ◎充气式室内设计展示
 - ◎奇特艺术化造型家具展示

欧洲生活方式设计展

巴黎卢浮宫于 2002.05.02-06 展出了欧洲二十余所设计院校和设计公司的设计作品数百件。涉及平面、工业产品、家具、建筑、环境、服装等领域, 从多个侧面反映了欧洲青年设计师对欧洲生活方式的诠释。从中也可以看出欧洲生活方式的多元化以及欧洲一体化对设计文化融合所带来的影响。与此同时, 欧洲艺术院校联合会的学术研讨会和学生的服装展示会也在卢浮宫的多功能厅举行。在卢浮宫举办现代的设计展览还是不多见的。(摄影: 肖勇)



乐高，玩具的趋势

lego 的玩具产品让人们回味儿童时代美好的记忆，今天的乐高产品也逐步走出原有的模块组合，向成人玩具、智能玩具和游戏玩具等更多领域发展。今年5月初，在法国巴黎的乐高玩具展上，我们看到了乐高开发新玩具的趋势。(摄影：肖勇)



从上至下，从左至右

- 乐高玩具展长廊的休息厅
- 展览里儿童动手玩的房间
- 介于两层展厅的大型玩具
- 小巧型游戏玩具厅
- 为多人游戏玩具演示设计的场所
- 色彩活泼的游戏场所，里面布置了各种智能玩具角色参与游戏
- 新型智能杠杆玩具演示
- 从休息厅看去的玩具长廊展厅
- 大型的成人玩具展厅





| 自然的 温馨的 博洋的 |

Living with a Free Soul

博洋家纺

BEYOND

HOME TEXTILE



<http://www.china-beyond.com>

▶▶▶▶ HOME TEXTILE

I.D.(International Design)杂志是美国的一份综合设计杂志,介绍家具、产品、汽车等设计的资讯和理论研究,在设计界中的地位很高。从2001年起改版后,杂志整体风格偏向设计商业化,虽然学术性和专业性减弱,但对设计话题的讨论很有探索性。我们从今年第4—5月号I.D.可以见其一斑。



Expo 栏目 (资讯)

一家具:

由设计传统躺椅的 La-Z-boy 公司赞助的 Bailey House 房产经纪行第 14 届年度“敞开心灵拍卖会”上,有七位著名设计师应邀出席。因为是拍卖他们设计的家具,吸引了许多收藏者,拍卖总值达到 30000 美元。活动收益将为爱滋病人提供住所。设计师欧德汉姆的 Buster 椅子,结合了各种色彩的塑料效果,让人感觉像躺在面包和三明治上。



一技术: 飞行救火机

David Metreveli 与其以色列的 Aero Safe 集团合作完成了一个概念性的垂直升降救火机——鹰。因为质量轻,且用抗热橡胶环绕四周,装有四个管道扇引擎,能不间断前后、垂直运动 5 个小时。这一设计将有可能改变未来高空救火的情况。

专稿栏目:

永远的 T 恤 (by Marc Weingarten)

(探寻 T 恤的历史与设计文化价值,既是对历史性设计现象的追思,又引发今人对未来设计文化的探索)性感、英雄主义、魅力,在 T 恤上得到了无与伦比的综合展现。在过去的 100 年里, T 恤成为了时装最大的文化载体。不昂贵、大方、实用、风格和内涵可以无限变化,并能上面创造喜爱的一切。T 恤几乎成为了时尚的变色龙,时尚潮起潮落,而 T 恤的魅力不减。T 恤的历史与美国神话紧密编织在一起,经历过战争与和平、衰退与繁荣,但它总能成为记录时代永不褪色的印记。但奇怪的是,这种大规模生产的产品,却被视为表现和塑造个性的象征。

作为文化的记号, T 恤通过特殊的审美观来表现观点和态度。图为来自 freshjive 的 T 恤设计。



→ T 恤时尚对音乐的强大推动力。来自 Screaming Mini 的经典 T 恤; Experience Music Project 收藏的音乐 T 恤精品。

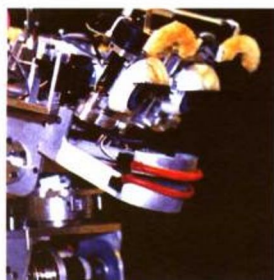
移动的家具 (by David Pescovitz)

自行车生产商与设计师对自行车有了新的理解。舒适性、功能经济学的考虑越来越重要。Biomega 与设计师 Marc Newson 合作设计未来概念型自行车。Marc Newson 的设计要求使用特殊的超型铝，焊接采用环氧技术，而这些工艺只常见于飞机制造。但 Biomega 专为此请来 Saab 汽车制造公司的材料工程师，研制复合材料。经过改进与大胆试用，他们得到了这种即蕴涵高技术又具功能经济价值的自行车。另外文章还介绍了由伦敦的设计师 Lovegrove 以特殊的空心材料设计的自行车，并借用建筑式的内置结构，将控制线藏在管状结构中，旨在探索产品新材料的开发和使用思路。



↑ 黑暗中的发光体“Bonanza”，车身为绿色荧光材料，使用超型铝制架“Extravaganza”，它们的车身为Z形，由伦敦设计师 Marc Newson 为 Biomega 公司设计，是工程学与美学结合的一件杰作。

← 由伦敦设计师 Ross Lovegrove 为 Biomega 设计的自行车 BioLove，所有的控制线都藏在框架里。这种创意和技术适合于一切管状材料，如竹子。



① 成长着的机器人 (by Mark Frauenfelder)

99年索尼的玩具机器狗艾波 (Aibo) 的诞生似乎预示着人类机器伙伴时代的到来。它们有触觉、听觉，能控制速度、温度，会辨识距离和摇摆震荡，虽然由电脑程序控制，但与人互动时却像是具有人的情感交流能力一样，这些功能都是通过电脑传感器来运行的。

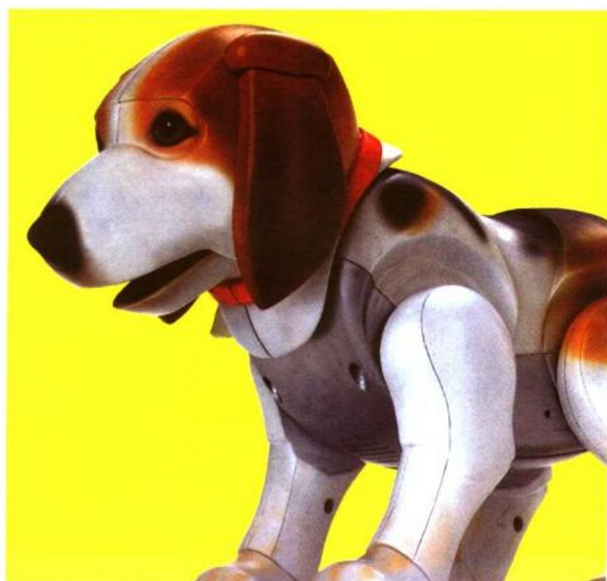
麻省理工学院 (MIT) 的人工智能实验室研究设计了能模仿人的行为、表现人的情感的机器人。但人们也越来越担心，这些人工智能太真实的时候，人类又会感到恐惧。科技的发展与人文社会的冲撞为我们的留下了一个三思而后行的问题。

① Hasbro 的智能昆虫，能穿透障碍物寻找家庭用品中放射的辐射。

② 麻省理工学院人工智能实验室设计的智能机器人

③ 消费者调查显示：人们更喜欢索尼最初设计的 Aibo (左)，而不喜欢后来设计得更真实的 Aibo 第二代 (右)。

④ Boomer 是 Manley 玩具商设计的最新一代玩具机器狗



设计进化——向大自然寻找人类问题的答案 (by Barry M. Katz)

仿生学将成为设计的一门新生但充满了未来意义的科学，仿生学将改变人类工业文明的方向。肥皂泡能色彩缤纷，孔雀的羽毛有令人艳羡的光泽与色彩，是因为它们对光的反射和折射，而不是靠油漆或外衣。蜘蛛的丝比钢还硬5倍，贝壳能阻挡子弹的穿射，也是因精细微小的生物过程实现，而不是靠铸造等什么工业过程……自然的循环过程是没有浪费的，而工业时代的人类却无时无刻不在浪费。资源的短缺与环境的危机使人们不得不寻求解决浪费问题，我们应当学会从自然宝库中寻找创意，而不是把它当作一个材料库。现代设计的进化越来越要求合作：工艺师、建筑师、设计师、机械师、电子工程师、科学家和互动设计师（人机工学、人体学、人种学和设计心理学）各种专业的融汇。

品牌驱动力 (by Phil Patton)

新的设计现象：汽车制造商开始涉足产品设计，以汽车设计的审美观去设计的这些产品，让设计师在不同的设计规律中有更广阔的发挥天地。

以往汽车设计师从赛车和飞机的设计中寻找灵感，而现在转向更生活化的产品。这一趋势带动产品设计师向汽车设计拓疆。如阿迪达斯的科比·布莱恩特鞋便是来自奥迪汽车。

宝马下属的MINI汽车从产品角度诠释MINI内涵：MINI收音机、闹钟、儿童赛车、手表等，都以MINI风格贯穿，树立了MINI汽车更丰富的品牌形象。现在几乎大品牌汽车商都开始受此风潮影响，这得益于传奇式设计师Chuck Felly建立的设计艺术中心大学，因为他的学生后大都成为世界顶级汽车设计师，并传承他以系列产品打造汽车品牌的风格。无论是汽车还是其他产品，都是在讲述品牌的故事！

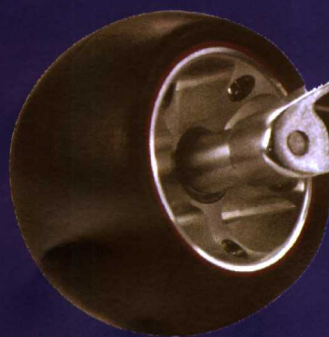


← VOLVO 启瓶器：柔软、半透明表现了VOLVO的审美观。

↓ MINI 儿童赛车：从小感受驾驶的乐趣。



↑ MINI 闹钟：每小时都会有一辆MINI车出来报时，表现MINI时代。

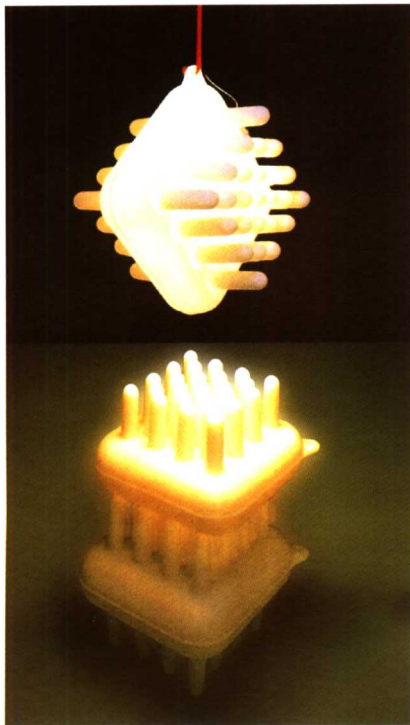


↑ BMW 街头滑板：借用BMW5系列的摆动系统，让滑板能遇阻以摆动减震系统来平衡。



Ottagono

Ottagono, 创办于1966年的意大利著名设计综合月刊。本期我们选择“肖像”栏目的“设计空气”介绍给大家。



↓ 充气桌灯 \ Nick Crosbie 设计

← 吊灯罩 \ Nick Crosbie 设计

↓ ↓ 瓶塞 \ Nick Crosbie 设计



设计空气

——对Nick Crosbie, 伦敦最有创造力的设计工作室创始人的访谈
设计能给生命以意义, 它更能给生命以生动的意义。

空气塑造观点。充气的想法使我们惊叹不已, 它用超乎想象的简洁来解决复杂的问题, 同时展示出一种顽皮的、精灵似的形象, 这种形象将观念附托在形状和颜色上。Nick Crosbie 和 Mark 与 Mike Sodeau 兄弟俩绞尽脑汁地思考产品的工艺, 穷尽一切可能性, 这样他们可以获得对于基础和各种细枝末节的最深刻的体会。制作的每一个环节都充满创意, 制作完成后可以不做任何更改, 这也许就是这个伦敦工作室的成功之道。

问: 1995年你开始了充气设计, 之后是浸铸, 之后是旋转浇铸, 那么下一步将是什么? 你的创造力是和选用的材料联系在一起的吗?

答: 在我们工作的全部过程中, 从高频度焊接, 到浸铸, 到浇铸橡胶, 我们都首先努力探索生产的技艺, 这样有可能发现新方法, 来创造出别人意想不到的产品。过去六年里, 我们发明了许多新工艺, 这些发现使我们提供给客户更多的选择。现在, 我们仍拥

有自己的机器, 这样我们可以在家里把自己的新想法变成现实。充气是一种最富于变化的技艺, 我们可以创作出小到明信片、鸡蛋杯, 大到拥有建筑结构的“巨M”那样的产品。

问: 从客户需要到生产过程都是你关心的对象, 并且通过实验的办法来关注后者, 这样做有什么好处?

答: 制造工艺的知识使我们可以给各种客户提供一次到设计和生产办法。通过我们自己现成产品的范围, 我们越来越清楚各种工艺的局限在哪里。我们能够探索现有特殊可能性, 这种探索使



们可以给各位的过圈品越在哪里工艺的能够通过设计和生产过程, 用充满创造性的快捷方法指引我们的顾客。如果你不了解生产过程, 那你就无法真正地用有创意的办法解决顾客的问题。唯一的办法就是你自己去摸索。换句话说, 充气产品



↑ 充气装置 \ 充气工作室设计

↘ Ushida Findlay 竹项目 \ 充气工作室设计。将竹子的坚固和充气作品的灵活结合在一起。这个项目的想法是创造未来生活的环境。它将天然和人工巧妙地结合起来。

← 雏菊牛奶包装 \ Dan Tayler 设计

↓ 镜子 \ Nick Crosbie 设计

能够为顾客提供他们所需的设计,而且我们会多给他们一些东西,这是他们无法想到的。这也是我们区别于其他顾问的地方。

问: 所有项目拥有唯一的表达方法, 还是反过来, 每个项目需要不同的材料?

答: 我们不赞成用同样的材料和生产过程来表现每一个项目。重要的是要有一个整体的感觉, 并将外在的影响和过程包括进来。然而, 探讨一个产品加上设计之后会怎么样却很有趣。举个例子, 设计充气汽车几乎是不可能的。但是这个想法却能开启多种可能性, 在这些可能性中, 材料会成为最适宜的最终解决办法。设计充气汽车会有很多问题, 于是我们不得不重新思考什么是汽车, 这与 Newson 为 Ford 设计汽车的方法正相反。正是重新思考而非简单接受将设计师和我大胆称作“时尚师”区别开来。现在我们作品的材料以塑料和橡胶为主。对我来说, 重要的是我们从制造过程的层面来影响设计。用木头和金属会变得更加棘手, 而且

总有变成工艺品的可能!

问: 小型和大型物品的设计有什么不同?

答: 差别当然是巨大的。针对小型物品的设计, 必须对材料, 局部雕琢和包装等环节高度敏感。设计很小的物品有时需要和设计大型物品一样的时间。经常要面对紧缩的预算, 而用心把握你一步是达到最终效果。当制作大型物品我们将更注重安全和运输、贮藏问题, 周围的环境。



而且, 你设计过程的每的关键。反之, 和雕塑时, 我们动力学, 运输, 贮藏以及周围的环境。



FENDI

从一个可靠的视点去设想人们和社会需要的东西，在充分考虑将来有可能使用这些产品的人的立场和环境后创造出新的价值--这就是东芝的设计口号“接触的价值”（“Value to the Touch”）背后的哲学。东芝最佳设计奖获奖的13组45款东芝产品（包括两款获得长期畅销产品奖的产品）正是实践了东芝的设计哲学所得到的丰硕成果。

2001年日本产业界的G-mark设计奖被授予了45种产品，包括两款获得终身设计奖的产品，一款赢得家用产品金奖的电感应加热烹调炉。我们认为，赢得家用产品组G-mark设计金奖的IHC-25PA电感应加热烹调炉，是最能体现东芝的用户介入设计，实现良好的可操作性和视觉美感理念的产品之一。此外，东芝的梦幻盒子项目通过来自不同地方的设计人才的协作来迎接新的创造力的挑战，这一概念也被引入到产品的设计过程中。

Touching Toshiba Design

接触东芝设计

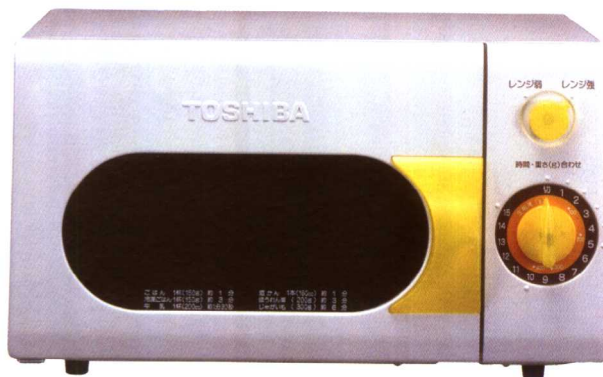
■东芝设计中心供稿

By Toshiba Design Center

↑空气净化器 CAF-05A

◎产品信息：结构紧凑、高性能的空气净化器能够满足人体健康和舒适性的需要。

◎重点设计考虑：我们旨在设计一款外形和色彩能够带给用户安全和可靠感觉的产品。因此，该款产品要同一般家庭的室内设计相协调。



↑微波炉 ER-VS11

◎产品信息：一种拥有19升容量并带有两级热量控制的微波炉。为配合不同家庭的内饰装修采用六种不同色彩。

◎重点设计考虑：我们在这一简单的设计中加入了一些流行口味以激起那些独居的潜在用户的兴趣。



↑ 金奖产品：电感应加热烹调炉 IHC-25PA

○ 设计师：HIROKO MATSUMOTO

○ 在我的产品设计中，我总是试图有一定独创性。对于这一款电感应加热烹调炉，我在设计中运用了消费者的视角。这一产品的开发仅仅源于一个简单的想法。我设想了一个条件，即能够采用灶、锅一体的设计并试图实现餐具的完美价值，同时在与专业制造商和相关技术部门合作时尽可能的不作出妥协。

电磁炉具备很多优点，包括其热量可根据功率从低到高进行设置，同时具有安全和易于清洗的特点。然而，其优越性能还不为使用者详尽了解，因此，该类产品的普及率非常低。在设计该款电磁炉的过程中，我们将该产品定位于主要由普通家庭使用。锅的储藏功能也被纳入考虑范围，因此电磁炉整体紧凑的结构要求与锅以及可回收控制面板的外形搭配和谐、美观。因而又专门设计出一种与该电磁炉配套使用的锅。用户通过阅读该产品详尽的说明，可以充分利用锅里面有限的空间，盛放一定量的食物。同时，我们在设计中强调，电磁炉的控制面板和锅在组合使用时能够形成一个统一的整体。为了实现创造一种完美的烹调工具的目标，从而能够使用户感受到其完美的性能和电磁炉的魅力，我们在制造控制面板和锅时采用了高品质不锈钢材料。为了在使锅成为该产品的一部分的同时，能够保持不锈钢的高品质，生产部门在最后的完工阶段付出了大量的努力。这还是采用滑动可调控组件的第一次尝试，尽管不断尝试又不断失败，但是设计师的设计意图在产品开发研制的过程中受到了尊重。

这是一项联合开发产品，产品开发计划部门在产品开发过程中扮演了不同以往的积极角色，他们使电磁炉在制造过程中与不同产业的产品制造部门形成密切联系，它同时包含日本新泻地区的一家烹饪用具制造商的主要技术和性能出众的间接加热控制技术。这些努力产生一种结果，即前卫的设计思想能够在最终面世的产品身上得以实现，设计师最初的设计意图几乎没有任何改变。公司未来将积极采纳具有前瞻性的建议，包括那些需要其它产业合作的建议。所有这些建议都要认真考虑要从使用者的角度出发，该产品给众多使用者留下诚实、不赶时髦的新式通用烹饪用具的深刻印象。



↑ 真空吸尘器

○ 产品信息：强力真空吸尘器具有大尺寸手柄，可象提包一样方便握持。

○ 重点设计考虑：我们提出的新的人性化设计目的在于使清洁工作变得更加轻松愉快。当用户使用该款产品时，其柔和的凹面贴和用户的身体。稳重的色彩使用户能够在相当长的一段时间内对该款产品钟爱有加。



↑ 电磁炉 MR-A25LH

◎产品信息：应用电磁烹饪的小型电器。许多人尤其是老年人可使用该产品安全地进行烹饪。

◎重点设计考虑：设计该款产品时，我们对它的吸引力和人们对陶瓷餐具的钟爱作了充分的想象和考虑，从而使该款产品简单易用。



↑ 有线电视用调制解调器 PCX2000

◎产品信息：CATV（有线电视）网络为宽带基础设施之一。有线电视用调制解调器是将个人电脑与网络相连接的接口设备。

◎重点设计考虑：最近，由于普通消费者越来越关注产品的设计，日本的电视购物商店的数量在不断增加。在这样的环境下，我们在设计时需要充分考虑产品外观是否具有吸引力，即使是这种个人电脑的外围设备也不例外。打开包装并检视该产品是安装的第一步。该产品能够为那些希望充分享受高速互联网的用户带来兴奋，同时我们也希望充分体现这一感觉。



↑ 存储式录音机 VOICE BAR DMR-1800V

◎产品信息：该款数字式录音机在录音时间、便携性和音质方面处于领先水平。使用者仅用一只手就可以自如的操纵。可放在一般衬衣的口袋中随身携带，其尺寸比老型号缩小了10%。在同类型产品中，其录音时间最长，达到17小时40分钟（DMR-1800V）。

◎重点设计考虑：我们设计这款产品，意在使其成为比其他同类产品更加小巧、更加简洁的顶级商用设备。

← 存储式录音机 VOICE BAR IC-SD1

◎产品信息：这是第一款采用 S-Dram 内存的数字式录音机。可播放 AAC 和 MP3 格式的音乐文件。东芝通过引入该款产品将数字式录音机的功能扩展到娱乐领域。

◎重点设计考虑：该款产品的外观适于个人和在商业场合使用。我们同时使之具备一定的商业功能如全球时间和双时区管理系统以强化这一概念。

