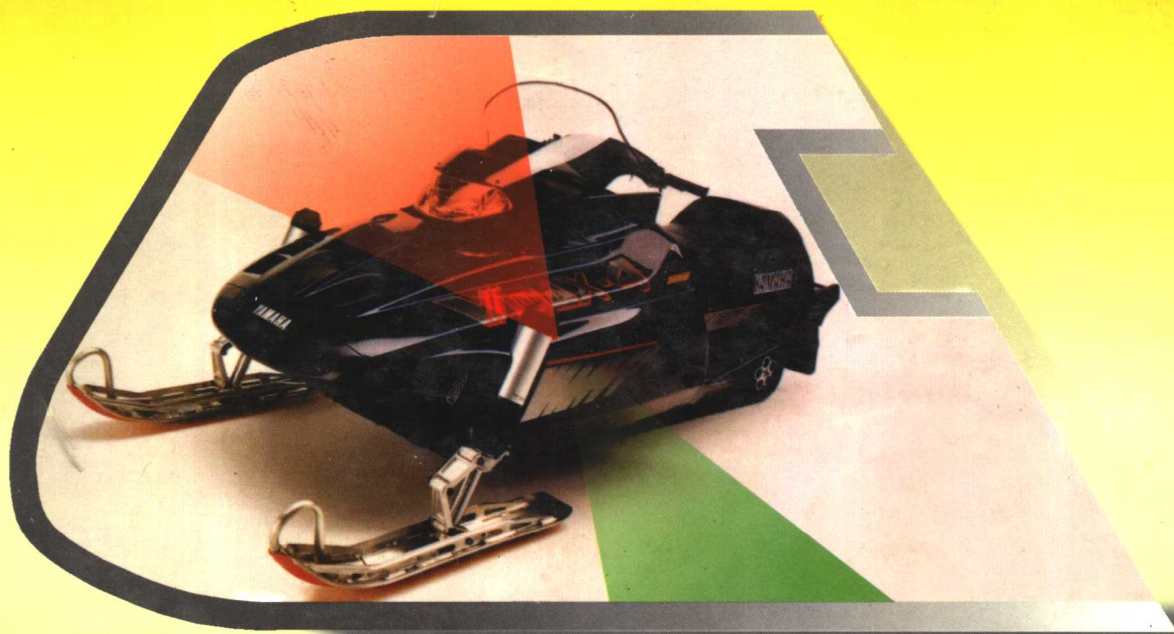


世界实用美术精品屋



世界现代实用工业产品设计

沈 榆 周 峰 牛秀英 林升耀 编

安徽美术出版社

·沈榆 周峰 牛秀英 林升耀 编

世界现代实用工业 产品设计

主编:宋子龙 策划:周峰

安徽美术出版社

责任编辑·宋子龙

封面设计·宋文川

电脑制作·宋文川

系列丛书目录

世界火柴盒贴设计集

日本电话磁卡和商业名片

当代建筑室内设计集

广告摄影特殊技法

世界邮票中的卡通形象集

产品样本的封面设计集

世界啤酒商标集萃

世界商品包装装潢集

世界现代实用工业产品设计

世界儿童书籍插图选

国外 VCD 光盘封面设计选

国外商业摄影作品集

世界现代实用工业产品设计

主编:宋子龙 策划:周峰 ·沈榆 周峰 牛秀英 林升耀 编

安徽美术出版社出版 开本 889×1194 1/24 印张:5

安徽省新华书店发行 1998 年 10 月第 1 版

安徽新华印刷厂印刷 1998 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 7-5398-5398-0589-7/J·589

定价:28.00

现代产品设计启示录

沈 榆

20 世纪初,美国福特汽车公司首次用流水线生产方式装配黑色 T 型车,并使 1 万余个零部件全部实现标准化生产,降低了成本,增加了产量,从而占领了 50% 的美国市场。此时,另一家美国汽车公司悄然崛起,这便是通用汽车公司,它推出了造型更具现代感,并且色彩明亮的汽车,使看惯黑色 T 型车的消费者耳目一新,群起而“购”之,最终福特公司不得不终止已经生产 20 余年的 T 型车而开发新车型,这一场商战的赢家由此进一步坚信,新产品的设计和开发是在市场竞争中克敌制胜的秘密武器。

第二次世界大战结束以后,对日本来讲可谓国破而山河在,他们在自叹自然资源贫乏的同时开始仿造美国的产品,为此还被指责为“设计小偷”。然而,当他们拥有了以彩电、空调、汽车为代表的各种现代生活用品的时候,才真正体会到,工业产品作为一种“神器”对于生活质量的改善是何等的重要。事实上,产品设计的效应不仅造就了日本国内经济的腾飞,也在全球范围内给日本带来了巨大的经济财富。同时,今日的“丰田”、“索尼”、“东芝”等名称无疑是当代优良设计的代名词。

当代人类的生活是处在各种各样产品的包围之中,一件经过精心设计的产品能够延伸人体各个器官的功能,如天文望远镜延伸了人的视觉,扬声器可以扩大人的声音,而汽车、自行车则可以扩展人行走的能力。进一步探讨产品设计对人类生活的影响可以看到以下几个方面的作用:

(1)改良作用:所谓改良是指通过使用一件经过设计的产品能对生活产生辅助和帮助作用,促使生活质量提高。如以 CT 诊断仪为代表的现代医用器具的诞生,能使人的健康得到进一步的保障。

(2)再构造作用:所谓再构造是指通过开发新产品能使不同地区的合理生活方式综合起来,产生一种新的、优于传统的生活方式。如日本现有的浴室、厕所采取了日本式和欧洲式合二为一的做法,即将便桶改为坐式(原为蹲式),浴槽、洗脸盆仿效

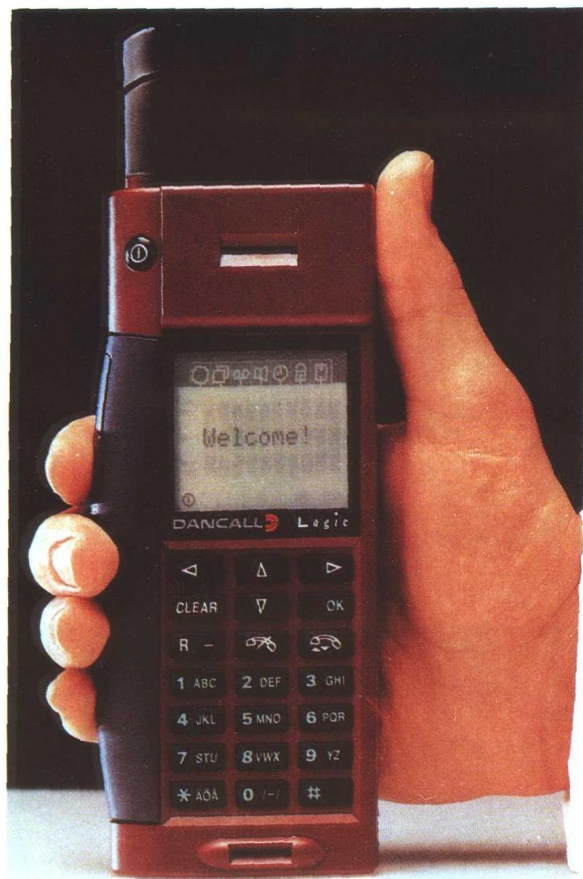
欧洲,但尺度乃至组合方法仍按照日本人的使用习惯设计。

(3)革新作用:所谓革新是指通过设计一种产品从根本上改变原有的生活方式,如随身听放音机的设计成功,一改过去听音乐只能在特定场合下才能进行的状况,扩大了人们享受音乐的时间与空间。

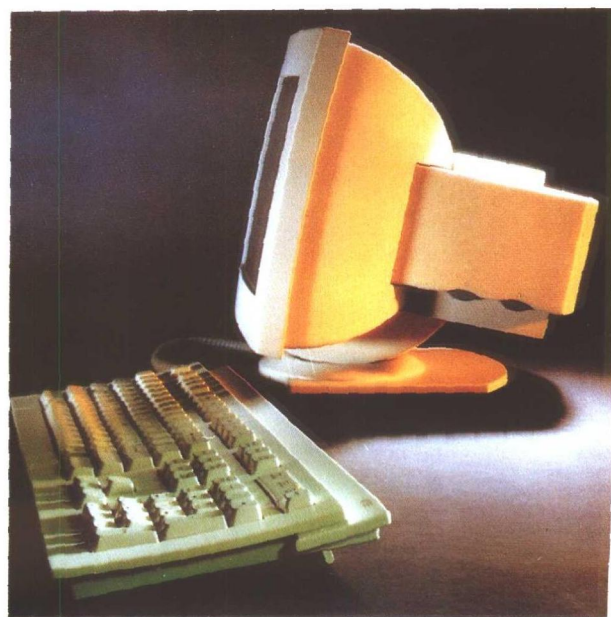
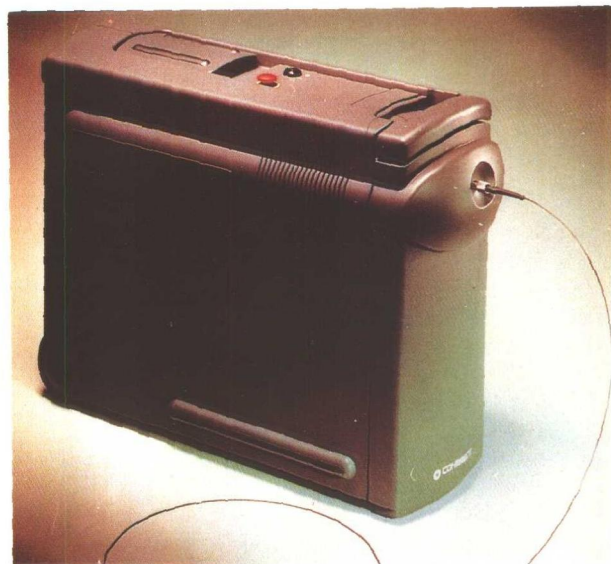
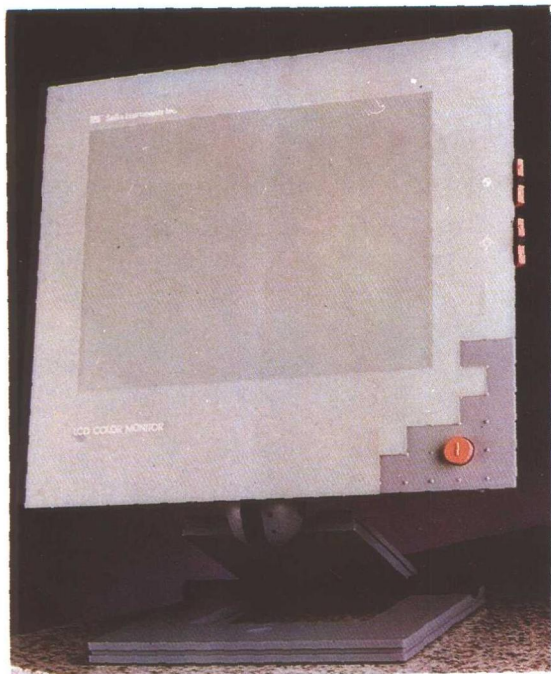
在被称作“生命时代”的今天,产品设计为人服务、为生活的思想越来越深入人心,产品物理功能设计优先的思考正被重视人精神需求的深思熟虑所替代。当现代科学技术革命不断向纵深发展的时候,新的技术会促进产品的更新换代和新产品的诞生,但只有在我们通过设计将其转化为具体产品之时才能体现新技术对人类生活的恩惠,而技术本身却无力促进生活的改善,由此可见产品设计将越来越成为实现人类优良化生活的一种催化因素。

从人们的消费形态来看,对同类产品,甚至于同种产品的差异化要求越来越高,产品的小批量、多品种生产将进一步要求设计师在产品的造型、色彩、肌理等方面进一步发挥想象力。美国未来学家托夫勒曾预言:在未来的社会中信息和想象力是起决定作用的因素。而产品设计正是通过想象将自然科学成果和社会科学等各方面成果组合起来的一门学科。展望未来,在一片保护人类生存环境的呼声中,“绿色产品设计”的概念脱颖而出,具历史责任便是在 21 世纪阳光普照大地的时候为人类历史翻开一个新的篇章,再创人类优良、合理生活方式。

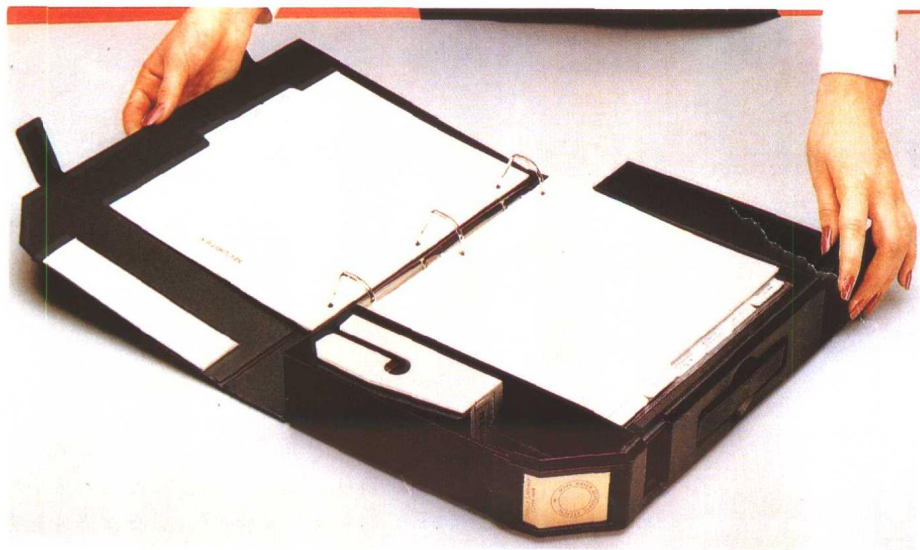
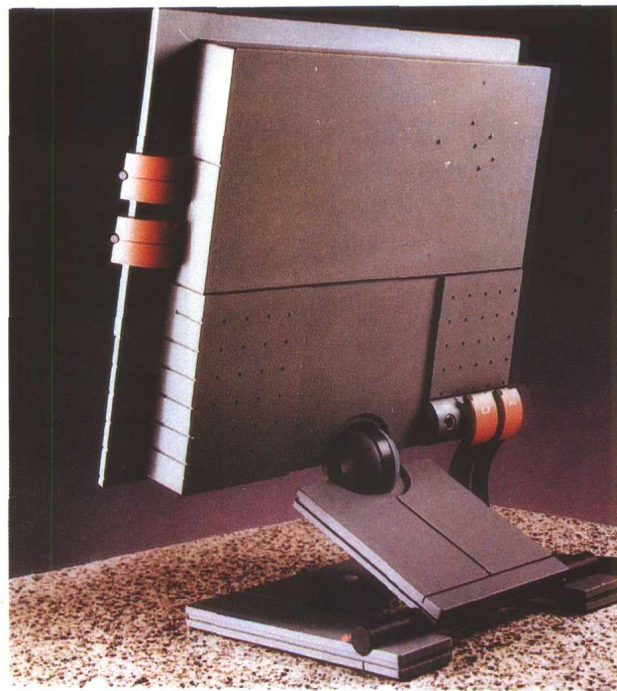
本书收集的产品涉及各个方面,其目的是供国内同行学习参考,并以此呼唤中国优良产品设计的诞生。



运用电子技术或微电子技术设计的各类产品外型应力求简洁,给人以操作便捷的感觉,同时,其外型设计应根据人机工程学的原理来进行,使产品满足使用者“握得舒适”、“按得轻松”、“看得明了”等要求。另外,这一类产品的色彩以白、灰、黑为主,肌理则以粗质亚光为好。

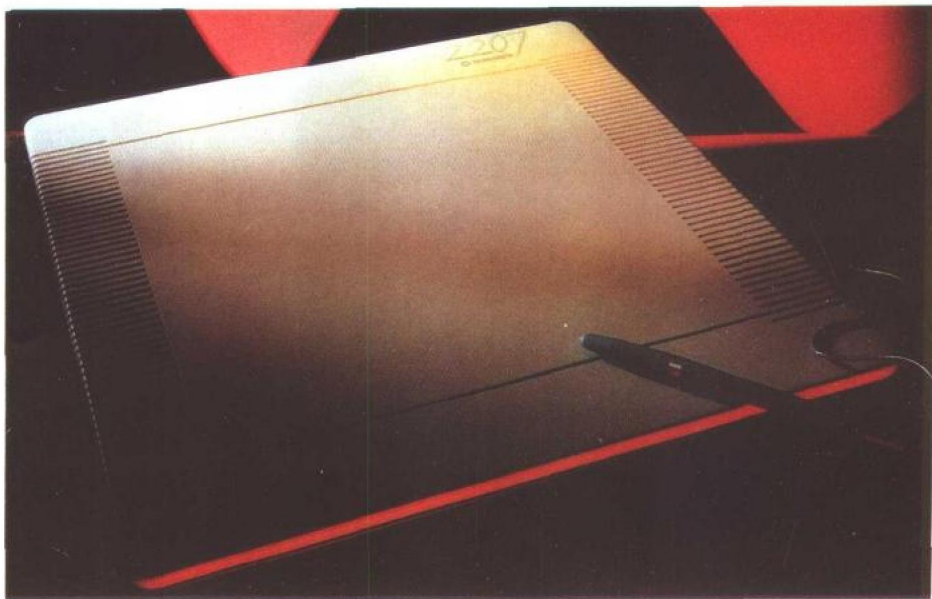


计算机产品的设计已打破了原来传统的立方型造型，这是因为一方面其内部机件高度集成化，并采用液晶显示屏幕(如上图)，另一方面，过去计算机都被认为是一种办公用品，因为在外观设计上注重功能，较少关注造型特征，随着计算机越来越深入人们的日常生活，作为一件必备的生活用品，其造型也越来越讲究柔和、变化。



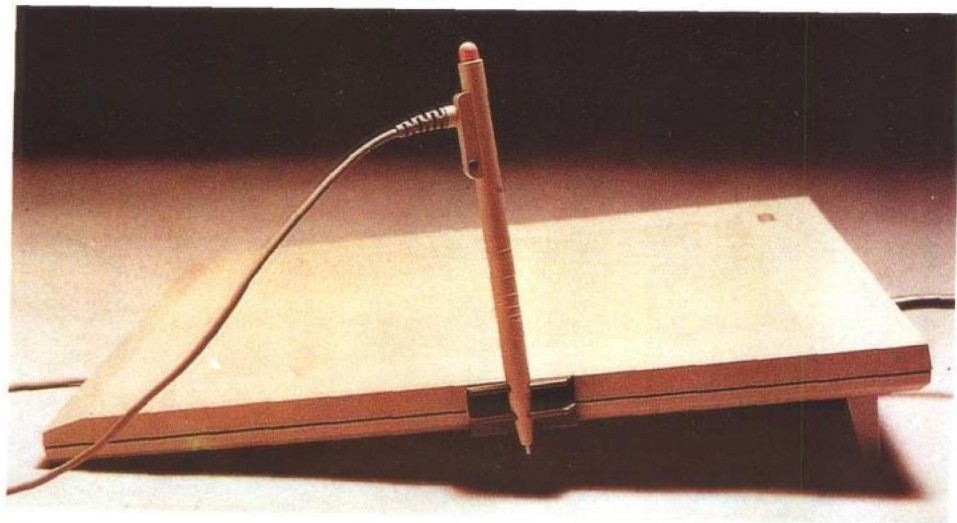
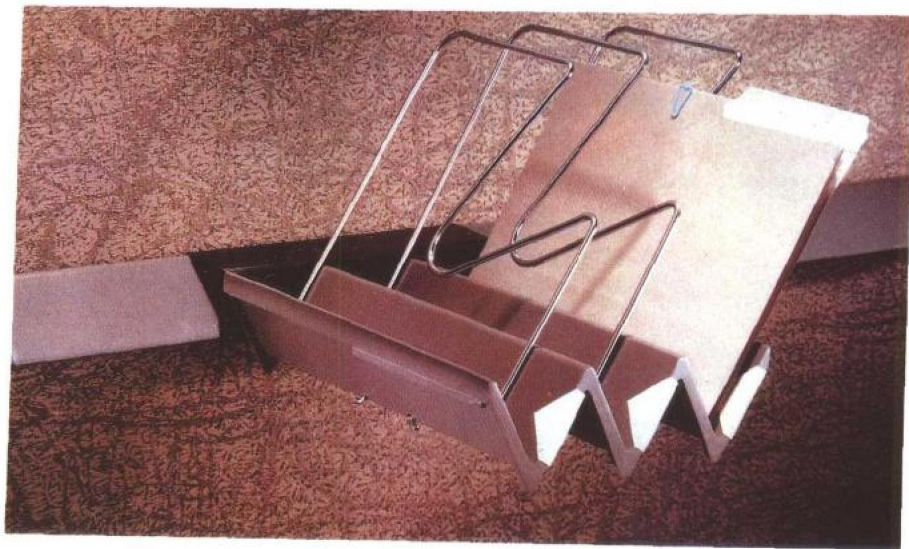
现代办公用品除了必须具备良好的功能以外,追求产品的高级感、精致感是其设计的一项主要任务。如左上图所示的文件夹,外观似高档手提箱,皮质外表,铜质铭牌,做工颇为精致,加上亚光的黑色处理,更合适白领人士使用,符合其身份,打开以后(下图)则便于书写。

虽然在设计上追求简洁造型,却不能忽视了通过造型提示人们正确使用产品的要求,如上图所示光笔书写输入板左右两侧的线条处理,从物理功能上看是增加了摩擦力,便于手握,从心理功能上来看是提示使用

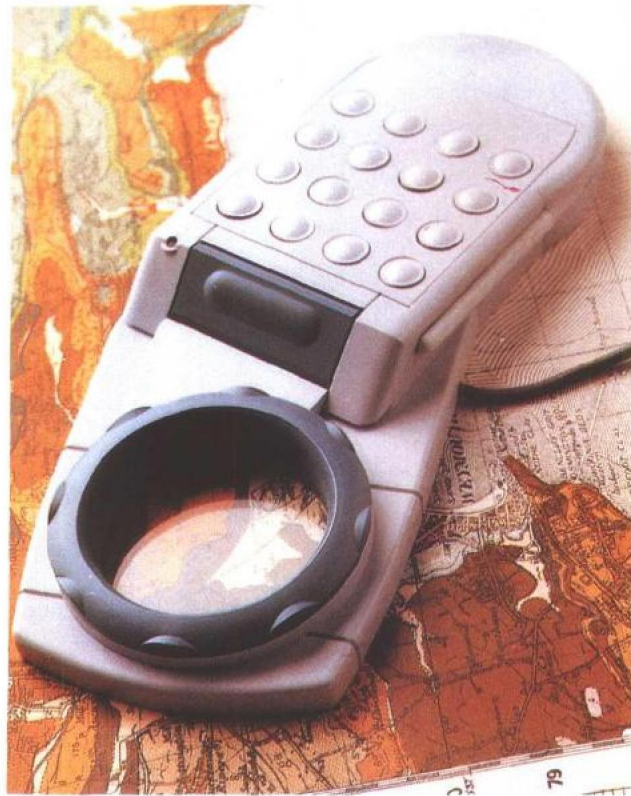
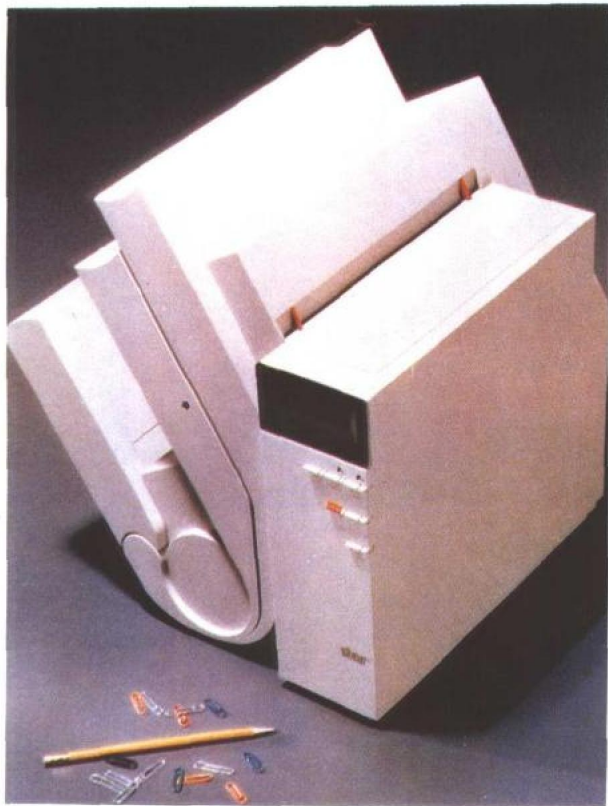


者可握在此处。下图是可供存放文件稿的盒子,前端略尖,提示文件稿可从前端“推”入盒中,因为当多个单位重叠起来的时候,只有这样才能方便地使用。

如上图所示的文件架是整个现代化办公室系统中的一件物品,固定于墙上的轨道上,节省了橱柜占有的空间,设计者刻意创造了一种全新的“置物”形式,因而使得该产品具有十分鲜明的个性:简洁、实用、新颖。



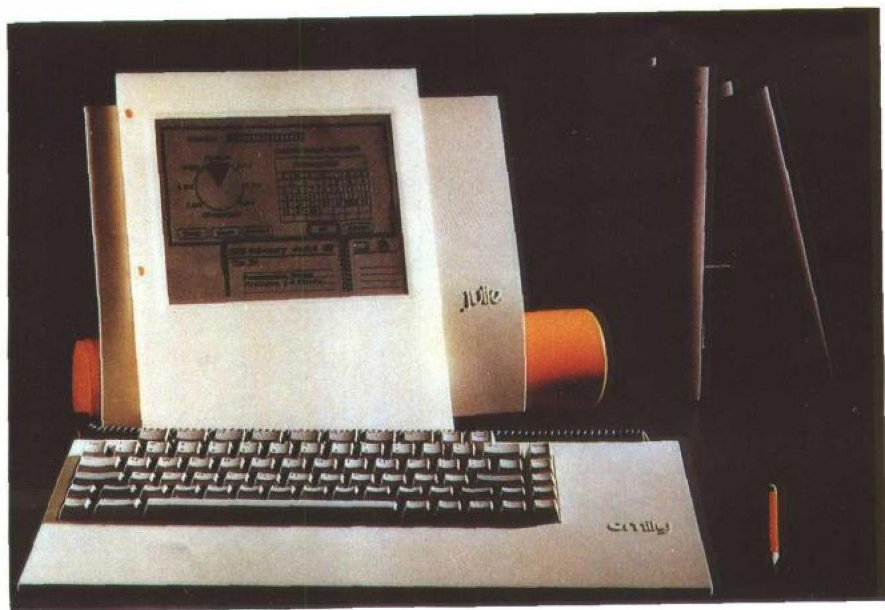
如下图所示是一套光笔输入装置,大面积的平面似乎没有设计新意,但在输入板的下端一个小斜面设计却倾注了设计师的心血,如果是一块平板,在使用功能上并没有什么影响,但就产品与使用者的关系来讲就缺少了一种缓冲关系。另外输入板斜放在桌上,小斜面设计表示了产品到桌面的有机过渡,使人(操作者)——物(产品)——环境(桌面)三者互相协调。



本页两种产品均采用白色为主色调,左图为彩色喷墨打印机、右图为光标输入器,可将图形扫描输入电

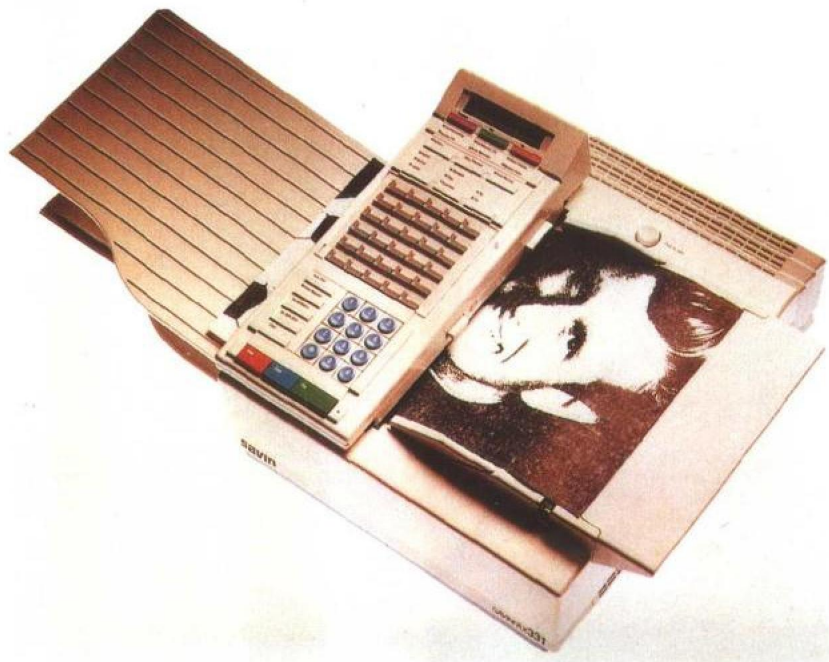
脑。由于这两种产品经常与白纸打交道,故被设计成白色,反之会使操作者有担心白纸或被扫描件所污染

的感觉。在产品的细节设计方面(如按钮),力求精巧,重要操作按钮用色彩加以区别。

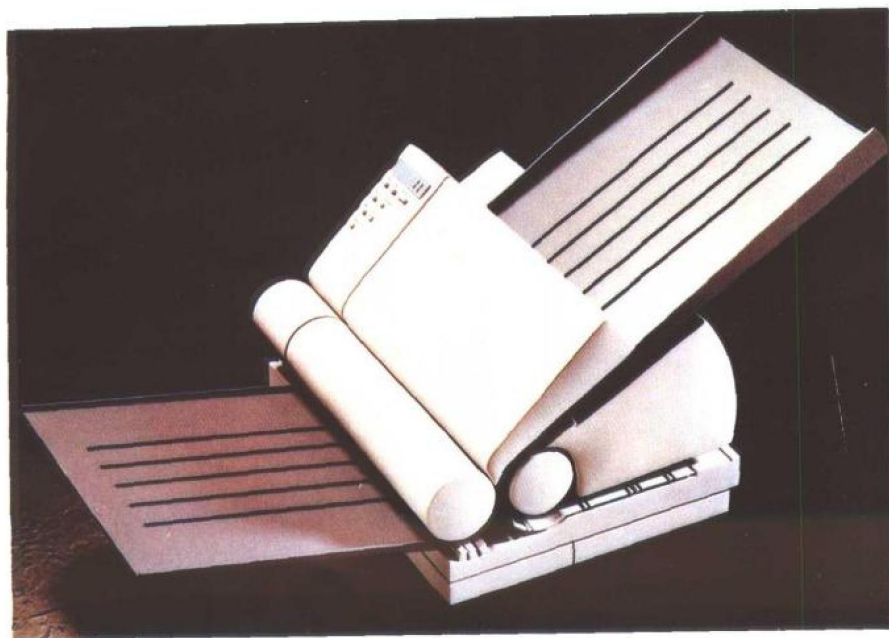
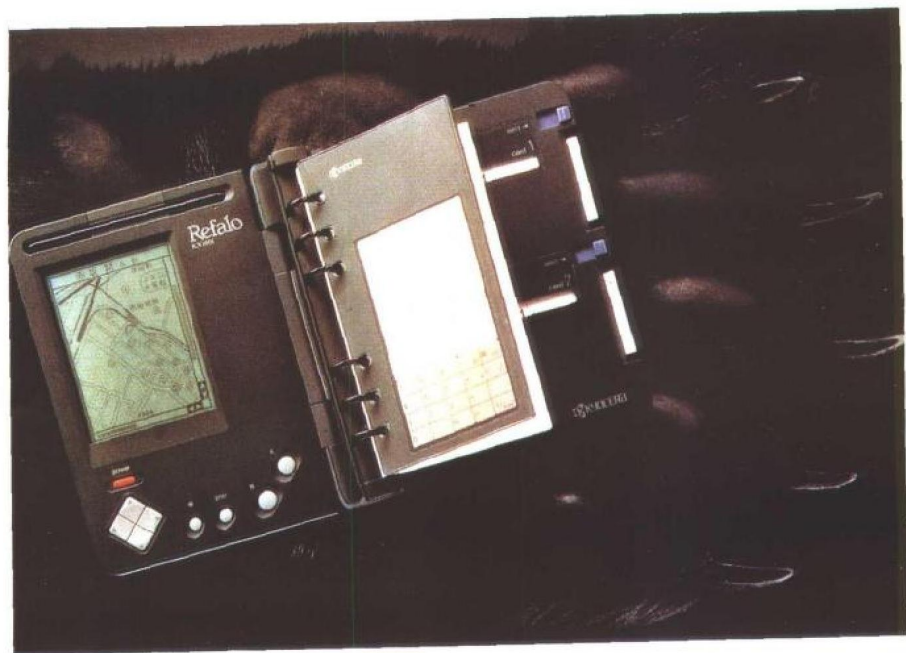


现代电子产品的造型个性来自于设计师对产品的重新定位和认识,其中,个人使用程度越高的产品就越会注意造型、色彩、肌理的变化,这三要素被称为产品的“感性价值”,当一件产品在技术上趋于成熟的时候,要想在市场上占有更长的时间必须依靠增加产品的“感性价值”来实现,同时,这种设计是创造产品附加值的有效手段,如上图的计算机。

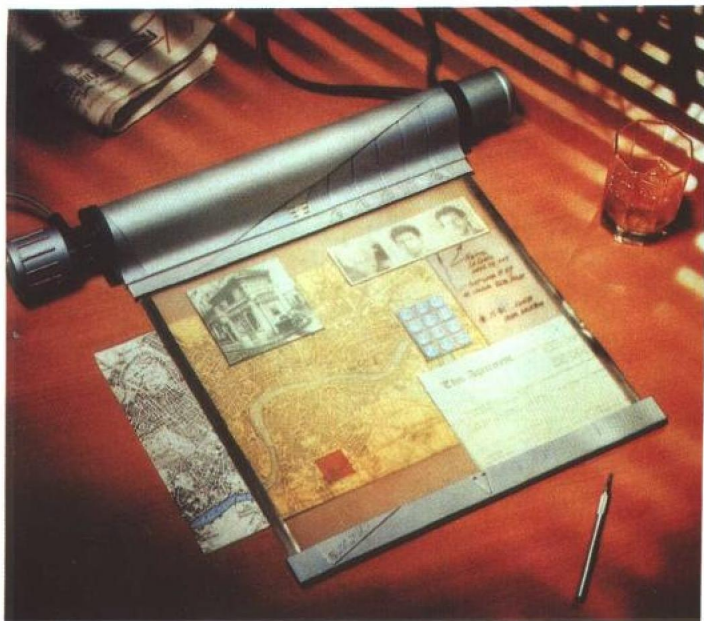
下图所示的传真机主要用于传送图形,通常不会每人都拥有一台,而是置于一定环境中供大家使用,为了照顾不同个性、爱好的使用者,产品被设计成比较中性,没有突出的个性。又因为这种产品不像某些产品会较快地更新换代,因而造型趋于保守,考虑到会使用较长时间。



现代人对于信息的需求正如人对阳光、空气的需求一样重要,同时,现代人又处于不断的流动中,因此,随身携带的“信息产品”设计要求是小巧、便利、多功能。如上图所示的微型计算机不仅可以实现计算、信息

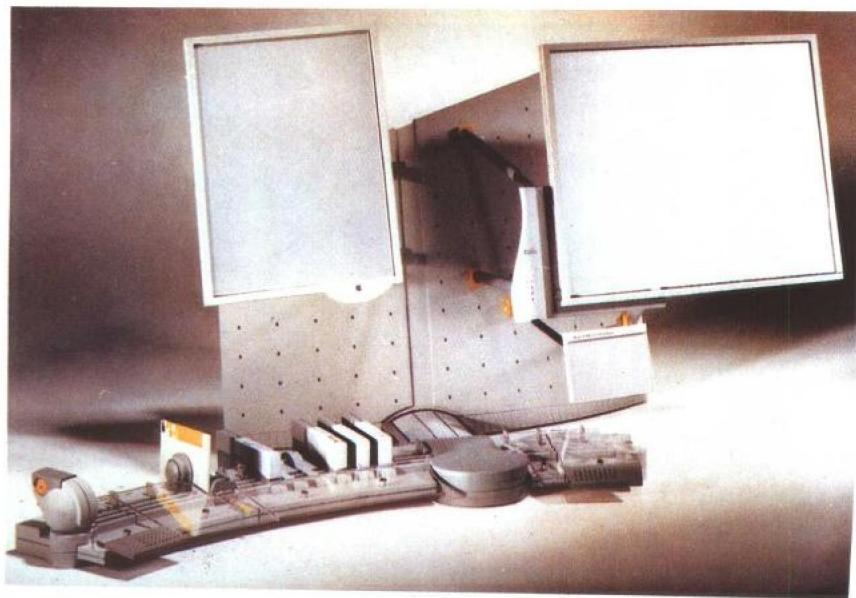


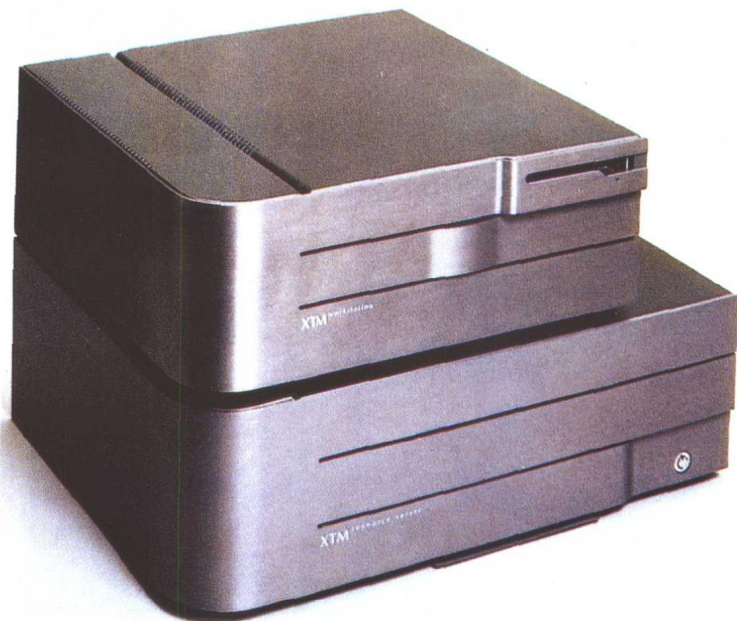
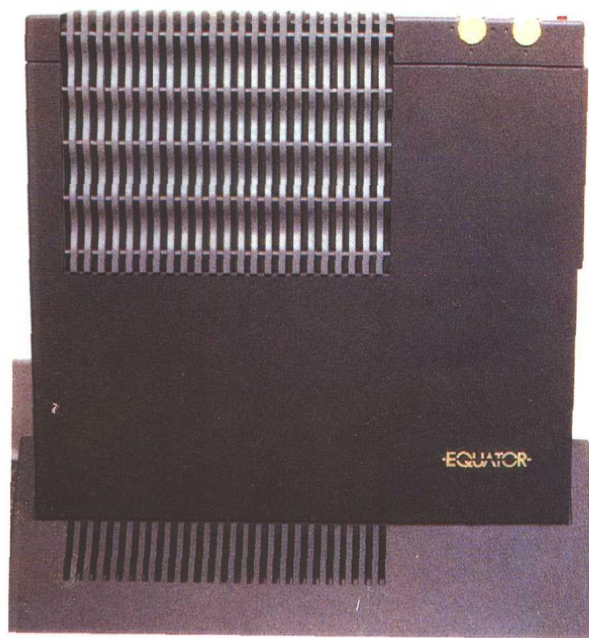
查询等功能,同时还可当作地图使用。另外,按钮的设计也有特色,尤其是左下方的方向按键指向明确,组合合理。磁卡插在封底上,节约空间。整个产品给人以高档感。



现代化办公方式的基础是新颖的办公设施,哪怕是一件小产品也必须独具匠心,如上图所示是办公桌用的垫板,以替代传统的玻璃垫板,在不使用的时候可以卷入筒中。

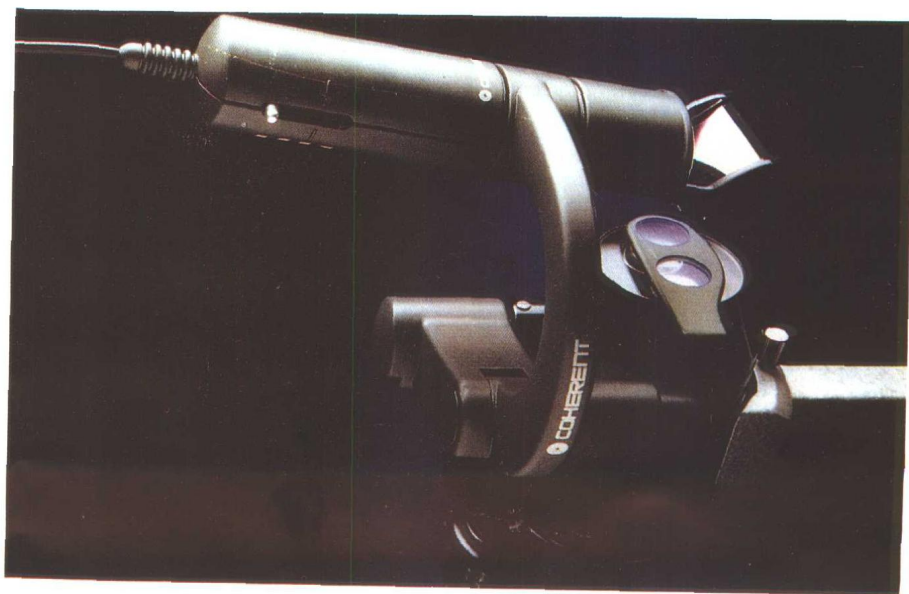
下图是影视图像与音响合成设备,桌面上的操作面设计成弧型,使之处在人手臂可及的尺度内,符合人机工学原理,整个产品设计风格清新,虽为工作设备,却不乏生活产品的人情味,可使操作者减少视觉疲劳感,增加工作成功的信心。



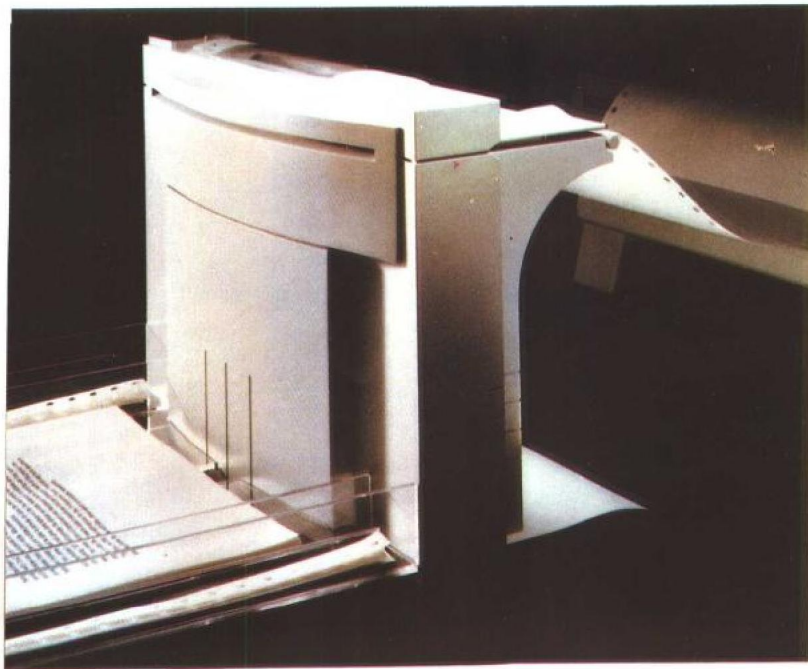


产品细部设计是一种品牌产品区别于另一种品牌产品的重要条件,其设计是否有特色,且能与产品功能相适应是衡量一件产品设计水平高低的一杆标尺。在计算机产品设计方面显得尤为突出,如右上图所示是新型桌上计算机工作站的设计,侧面转角及弧型设计淡化了长方体的感觉,给人一种亲切感。另外,产品的外壳采用铝合金材料,使之有“太空用产品”的感觉,进一步增加了产

10 品的高级感。



“产品造型的秩序感”是指产品每一部分互相关系的合理存在,它会对人的操作方式及操作时的心理状态产生影响,好的产品设计就意味着良好关系的创造。如上图的激光打印机(附纸加切割功能)从每一个立面看都显得干脆利落,没有多余的装饰设计。



下图的电话机设计遵循了飞利浦公司一贯提倡的设计原则:简洁、温馨、删除不必要的功能,突出重点功能。值得一提的是听筒搁置朝向的设计,按图中的方法搁置,电线便能妥贴地置于下方留出的空间中,如果左右反向放置电线则会游离于机体之外,成为累赘。另外听筒上拨号按键显露在外,明显地表示出产品的“身份”。

现代电子产品的基本风格是稳重、精致、高档感及技术个性, 本页三件作品都具有这些性格。

