

《搞设计》

图书基本信息

书名：《搞设计》

13位ISBN编号：9787112074365

10位ISBN编号：7112074363

出版时间：2005-9-1

出版社：中国建筑工业出版社

作者：李雪如

页数：167

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

本书作者为我国台湾工业设计领域既有理论水平，又有工业设计实践的专家，他们在多年教学与实践的基础上总结、编写了本书。本书从工业设计的流程、设计的思维、设计师的生活、设计的管理等多方面系统地、深入浅出地向我们解答了在工业设计学习及实践中所遇到的问题。

本书对从事工业设计的设计人员、室内设计师、建筑师，相关专业在校师生具有较好的参考借鉴价值，对于内地的工业设计发展不失为普及工业设计教育的一本好的教学参考书。

导读 迎接一个大写的DESIGN时代/008

代序 管理设计 管理直觉-浩汉经验15年/015

设计的流程

lesson01 学习如何学习 从学徒到大师/022

lesson02 学设计流程 设计三部曲：概念、视觉，量产/028

lesson03 学分析市场 市场，设计中/036

lesson04 学创意发想 从脚踏车到健身车/044

lesson05 学开动脑会议 馊主意变好主意/050

lesson06 学团队合作 设计，好戏上台/052

lesson07 学善用工具 工具上手设计上路/056

lesson08 模型的制作与色彩 打造完美的工匠精神/062

lesson09 学工程面的创意及美感 美感，来自知识产生的直觉/066

lesson10 谈设计规范 以最少的规范产出最多价值/070

设计的思维

lesson11 设计与人性 手机行为学/076

lesson12 设计与环境 你放安全帽，我藏大把钞票/082

lesson13 开发具有未来概念的商品 是电脑还是高档家电？/086

lesson14 学全球化与当地化 全球思考，当地设计/094

lesson15 解读流行密码 如何打造复古风/102

lesson16 学运用材质的创意 色彩材质会说话/108

设计师生活

lesson17 设计师的生活美学 设计—就是一种生活方式/114

lesson18 学感受能力 设计，从笨问题开始/118

lesson18 学习忍受挫折 打赢理性与感性的脑内战争/124

设计的管理

lesson19 学知识管理 知识，就是资产/130

lesson20 管理冲突 当喝咖啡的设计师碰到穿制服的师傅/138

lesson21 设计师的纪律 纪律，打造设计明星/142

lesson22 设计公司的管理 管理·混沌/144

lesson23 学习不同的角色扮演 从设计师到经营者/148

OTHERS

2003设计长征 缘起/156

2003设计长征 设计长征 在路上/164

推荐阅读/166

作者简介

现任《数位时代双周》记者，长期负责杂志中“数位美学”、“设计师群像”等与设计有关的议题，主跑工业设计线。

《搞设计》

书籍目录

导读：迎接一个大写的DESIGN时代
代序：管理设计 管理直觉-浩汉经验15年设计的流程 从学徒到大师
设计三部曲 概念、视觉、量产；市场，设计中 从脚踏车到健身车 馊主意变好主意 设计，好戏上台
工具上手 设计上路 技术打造完美的工匠精神 美感，来自知识产生的直觉 以最少的规范产出最多
价值设计的思维 手机行为学 你放安全帽，我藏大把钞票 是电脑还是高档家电？ 全球思考，当地设计
如何打造复古风 色彩材质会说话设计师生活 设计-就是一种生活方式 设计，从笨问题开始 打赢
理性与感性的脑内战争设计的管理 知识，就是资产 当喝咖啡的设计师 碰到穿制服的师傅经律
，打造设计明星管理·混沌从设计师到经营者

章节摘录

认识一件商品，一般都是从商品的外型开始。外型是消费者认识商品的第一个界面，就像认识一个人，我们首先看到的是外表，之后透过交谈交往，才能进一步了解他的思想跟行为。商品就像是一个公众人物，首先在媒体上塑造形象，让大众无需与他面对面接触，就可以透过媒体而认识他，之后大众再透过实际的购置、拥有、使用，进而造成口碑，最后的后果会反映在销售上，有时成功，有时失败。媒体，是消费者认识商品的主要媒介。今天各种新商品之间竞争激烈，不论是国际品牌，或是国内品牌，都费尽心思希望透过媒体，在广告宣传或是促销策略上，使消费者快速地认识自己的商品。这中间的关键就在于，如何成功地透过媒体塑造出独特的形象，并在消费者心目中留下鲜明的印象。“工业设计”在行销和商品开发方面具有两种意义。一个是“传达意念”。比如Nokia提出“科技以人为本”、Ford诠释自己的车子能让消费者“活得精彩”、飞利浦认为自己企业对于消费者的价值在于“Let's make things better”等。这些概念借由媒体持续传播与塑造，由企业透过一连串有计划推出的新产品设计，让消费者一步步去接受讯息、接触产品，进而认同企业的经营理念，借此建立企业在业界中的独特形象。另一个意义是“改变认知”。比方说，当数码相机推出时，虽然无法完全取代传统底片的照相机，但因为在产品的操作方式、观念与传统底片的相机大不相同，为了要区分并表现出该产品在数字化上的方便与功能上的差异，因此透过工业设计“Form follows function”（造型即机能）来改变造型，以调整消费者对原先相机的认知，形成一种被认可的新需求！当球鞋变成不只是在运动场上使用的产品时，运动鞋的造型必然会跟随认知而改变，进而设计成为一种强调流行，或是一种意念象征的新产品！这些改变有计划地在传播媒体中透露讯息，酝酿逐渐被接受的充分理由与建立新的使用情境。

《搞设计》

编辑推荐

《搞设计：工业设计 & 创意管理的24堂课》从多年工业设计实践的经验出发，对工业设计流程、设计实务方法、设计管理理念和成功设计案例进行简明清晰的论述。该书通俗亲切，读此书如与作者们品茶聊天，从中借鉴和了解到工业设计创新方法与流程中的许多经验和知识。

精彩短评

- 1、 我想去浩汉~
- 2、 两星半，老生常谈，半小时内可以翻完的书，而且案例也不咋样。
- 3、 我看这个数的时候差不多是大二,05年前后把如果没有记错的话,大三在一家设计公司实习的时候送给了当时的老板.后来又买回来,作为自己书架上的一分子,还是很欣喜地.我觉得这不仅仅是一本介绍自己成就的书,更重要的是,将设计管理放到桌面上,拿自己的经验和大家分享.欧美日设计厉害,了得!韩国也在有自己的方式探索~,而讲中国话的,只有台湾和香港可以算是优秀,那么拿一个较我们先进的管理经验来教育我们不为过!这本书里的浩汉设计,由很多不错的设计作品,从企业内部设计组变成了一家独立的设计公司,一直都在求新求变!而这本书的内容,一方面可以帮助初学者了解这个行业,并帮助自己在行业中定位.另一方面可以给从业者也分享,同时可以给管理者以建议!同样的设计管理类图书,我还推荐CD不易为
- 4、 设计要怎么搞呢?24堂课怎么能讲得清楚呢?不过在一些设计生活中的经验还是很值得借鉴的!
- 5、 24段人生与职业的心得笔记
- 6、 对于学设计的人来说,这是本不错的参考书。以一个成功企业的身份向设计学习者提供了多种可参考的经验和方法。如果能将这些方法运用到平时的学习实践中,会是很有帮助的。作为一名老师,对我的课堂教学起到了不少参考作用。
- 7、 记得当时看得津津有味的,现在又忘记了~~唉,再看一遍
- 8、 大学时候看的
- 9、 让我觉得设计的前途是一片光明,更加坚定了设计道路上继续走下去的信心。
- 10、 很不错的一本书,完全基于实践和经验的内容。
- 11、 最近正在看,暂不做评论!
- 12、 相对于比国内设计公司的管理体系完善太多的设计管理丛书
- 13、 工作过看感觉很不一样,就是老了点
- 14、 此书很好阐述了设计商业化的流程。NONA作为中国本土设计公司无疑是给后面的很多人树立了范例。其中强调的整合、沟通、管理能力是设计团队成功的关键。
- 15、 般般
- 16、 产品设计
- 17、 从工业设计的流程、设计的思维、设计师的生活、设计的管理等多方面系统地、深入浅出地向我们解答了在工业设计学习及实践中所遇到的问题。很直接简单真实的文字。
- 18、 教科书
- 19、 着本书让我在专业方面有了很大的认识.很喜欢...慢慢去分析面的东西.发现.做设计师是见很高雅的事.
- 20、 浩汉设计
- 21、 不通也不痒。可看可不看
- 22、 专业必读,设计救国
- 23、 今天刚收到,与预期想象的相差甚远。而且价格太贵了。还没开始看,不知道内容对我是否有帮助、
- 24、 lesson22还过得去
- 25、 没啥感觉 难道是我对设计没啥感觉?
- 26、 kan书
- 27、 还没有看!~~~~~不过这书是朋友介绍的.希望有用!~
- 28、 再读一次
- 29、 很多废话,有一些资料还有点用。
- 30、 本来很早就有的书 很晚才看
- 31、 比较切合实际,挺不错
- 32、 上学时候的一本教程,被弄掉了,甚是怀念~当时上学的时候看不懂,后来工作了在看才产生了许多感悟与共鸣。依稀记得里面讲了很多台湾设计师的实例,其中有个我映像最深刻的就是“好点子都来自馊主意”呵呵,怀念一下

《搞设计》

- 33、 有点帮助~~~~~
- 34、 “当知识有一定的积累后，我们才会对一些事物提出疑问。”
- 35、 台湾浩汉设计/已过时，由此可见浩汉距离一个顶级的设计公司，好有一段距离
- 36、 只是不喜欢封面的设计
- 37、 很一般
- 38、 读不进..
- 39、 我们公司老总的吆喝
- 40、 不知道落哪了?南京还是上海??
- 41、 很多设计思维，很不错
- 42、 一般般。
- 43、 台湾的工业设计公司
- 44、 不太记得细节了
- 45、 一些设计的思路

《搞设计》

精彩书评

1、1、本书讲述的是智力管理的事情，对管理咨询工作有借鉴的意义。他们的知识管理系统与我们的hola有异曲同工之妙，只不过他们的功能比我们更强大。2、里面提到的借助工具思考给我的感触很大。在干瘪枯燥的环境里有时候难以取得灵感，这也是我们很多头脑风暴和座谈会应该借鉴和学习的。3、问题概念化这个提法也对我冲击比较大。问题给他个名字固化下来，对接下来的研究和分析都会有所帮助吧。4、个人觉得这本书作为浩汉设计经验的分享，本身就是一种有益的营销、一种有趣的设计。5、十一期间正好有机会去了DRC北京工业设计创意基地。结合这本书的感触，发现我们现在已经开始重视对工业设计的推广，但力度还显得不够。就像本书所说的，设计和创意不能只是在学院和创意中心的，社会应当有这种“设计的氛围”。6、相比台湾，大陆的工业设计起步较晚，成绩有限。这或许跟我们的模仿文化有关吧！因为我们有了很多东西可以借鉴，使得我们丧失了创造的能力，不断在模仿，山寨机的流行也是基于此吧。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com