第一图书网, tushu007.com

<<UG NX 7.0产品设计行业应用实>>

图书基本信息

书名：<<UG NX 7.0产品设计行业应用实践>>

13位ISBN编号：9787111318279

10位ISBN编号：7111318277

出版时间：2010-10

出版时间：机械工业出版社

作者：黄成　等编著

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：http://www.tushu007.com

前言

内容和特点Siemens PLM Software旗下子公司UGSs是全球生命周期PLM)领域软件与服务的市场领导者。
IJGS公司的产品主要有为机械制造企业提供包括从设计、分析到制造应用的Unigraphics软件(简称uG)、基于Windows的设计与制图产品Solid Edge、集团级产品数据管理系统IMAN、产品可视化技术ProductVision以及被业界广泛使用的高精度边界表示的实体建模核心Parasolid在内的全线产品。
本书以uGNx ’ 7．0的草绘模块、建模模块、装配模块、渲染模块以及Imageware模块为基础，向读者详细地讲解了产品造型设计的整个流程。
主要内容包括产品设计前期分析、曲线构建、曲面与实体造型、组件装配、产品外观渲染、产品逆向造型等。
其中特以一个典型的电动剪刀产品设计为项目应用主题，按照项目的设计流程分别进行讲解，最终完成整个产品设计。
全书共9章，第1～8章分为“ 相关专业知识 ”、“ 软件设计知识 ”、“ 实例分析 ”、“ 应用项目 ”和“ 应用拓展 ”5个部分，第9章为综合实例。
在“ 相关专业知识 ”部分主要从产品设计实战角度，介绍与本章产品设计流程相关的基础及应用知识；在“ 软件设计知识 ”部分主要介绍与本章产品设计流程内容相关的软件绘图命令及操作方法；在“ 实例分析 ”部分则以构建产品图形元素的实例形式对本章相关的软件知识予以诠释；“ 应用项目 ”部分则是对工程项目的实现，在每章中讲解该产品设计项目的一个设计环节；“ 应用拓展 ”部分从专业知识和软件应用两个方面，更进一步介绍与本书内容相关的软件操作及产品造型的UG应用知识。
本书从行业知识入手，以应用UG软件来设计产品为主线，以实例为引导，按照由浅入深、循序渐进的方式，讲解软件的新特性和模具设计方法，使读者能快速掌握uG产品造型设计技巧。
本书通过实例和方法的有机统一，使内容既有操作上的针对性，也有方法上的普遍性。
本书图文并茂，讲解深入浅出、贴近工程，把众多专业和软件知识点有机地融合到每章的具体内容中，能够开拓读者思路，提高读者阅读兴趣，使其掌握方法，提高对知识综合运用的能力。

内容概要

本书以UG草绘模块、建模模块、装配模块、渲染模块以及Imageware模块为基础，向读者详细地讲解了产品造型设计的整个流程，包括产品设计前期分析、曲线构建、曲面与实体造型、组件装配、产品外观渲染、产品逆向造型等。
其中特以一个典型的电动剪刀产品设计为项目应用主题，按照项目的设计流程分别进行讲解，最终完成整个产品设计。
　本书图文并茂，讲解深入浅出、贴近工程，把众多专业和软件知识点有机地融合到每章的具体内容中。
本书可作为大中专院校相关课程的教材，也可作为使用UG软件进行产品设计的人员的参考书。

书籍目录

前言第1章 UG产品设计基础 1.1 产品设计概述 1.1.1 产品的含义 1.1.2 产品设计理念 1.1.3 产品设计方法 1.1.4 产品设计准则 1.2 UG产品设计 1.2.1 UG产品设计过程 1.2.2 应用于产品设计的UG功能模块 1.3 UG NX 7.0入门基础 1.3.1 NX用户界面 1.3.2 产品设计常用的辅助工具 1.3.3 基本操作 1.4 先导实例——沐浴露瓶设计 1.4.1 设计分析 1.4.2 沐浴露瓶建模过程 1.5 应用项目——电动剪刀设计 1.6 思考与练习第2章 曲线设计第3章 曲面建模第4章 特征建模第5章 装配建模第6章 工业造型与渲染第7章 工程图第8章 UG逆向设计第9章 综合实例附录 UG NX 7.0快捷键命令及说明

章节摘录

插图：期望产品是指购买者在购买该产品时期望得到的、与产品密切相关的一整套属性和条件。
例如，顾客购买汽车就期望得到安全保障，那么一系列的安全措施就是期望产品。
4.延伸产品延伸产品是指顾客购买形式产品和期望产品时，附带获得的各种利益的总和，包括产品说明书、保证、安装、维修、送货和技术培训等。
5.潜在产品潜在产品是指现有产品包括所有附加产品在内的、可能发展成为未来最终产品的潜在状态的产品。
潜在产品指出了产品可能的演变趋势和前景。
1.1.2产品设计理念产品设计理念是产品设计的核心和灵魂，是产品得以“ 存在 ”的基础。
对于产品使用者而言，产品设计理念是在一定的环境、条件下，产品通过其形态及功能实施对使用者所产生的生理及心理的“ 体验 ”；就设计师而言，产品设计理念则是指针对某一特定的设计目标（产品、现实或概念性的生活方式），基于特定的目标人群、地域、市场，以特定的科技、人文、社会为背景所进行的全方位、多层次、多因素、全局性、前瞻性的构思与展望。
就一般意义而言，产品设计的成功与否在一定程度上取决于其设计理念的“ 效应 ”，即设计理念能否给予使用者某种“ 启示 ”，一种积极的、健康的、向上的生存和生活方式导向。
产品设计理念的这种“ 效应 ”依据其作用的时间段，可分为短期效应和长期效应。
短期效应作用于“ 当下 ”，即设计理念是基于一定时期内的人群价值取向（审美、功能等）、市场调研、产品状态、生产技术、科技水平等因素所形成的构思，其作用结果常与现有的产品相关联，是现有产品一定程度的改良，称为现实性设计；而长期效应则作用于“ 未来 ”，即对上述诸多要素，以前瞻性、积极性、预测性的“ 态度 ”面对，提出的是富有建设性的设想与展望，未雨绸缪、标新立异可谓是这种“ 效应 ”的最佳释义，称为概念性设计。

编辑推荐

《UG NX 7.0产品设计行业应用实践》：典型的应用案例，挖掘您最需要的软件知识和行业技能。
全新写作模式，带您进入实际的行业操作流程。
点线面结合，让您在学习软件的同时领略行业技巧。
应用拓展，让您了解更多的软件技巧和行业规程，开阔视野。
赶走“中懂软件基本功，不会实际应用”的缺憾，直面实际工程，轻松快速步入梦想的岗位！

第一图书网, tushu007.com

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:http://www.tushu007.com