第一图书网, tushu007.com

<<产品开发设计>>

图书基本信息

书名：<<产品开发设计>>

13位ISBN编号：9787534420801

10位ISBN编号：7534420806

出版时间：2008-2

出版时间：江苏美术出版社

作者：李亦文

页数：140

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

内容概要

《高等院校产品造型基础教程：产品开发设计》就是围绕产品开发设计的特征，从产品创新和产品开发的概念入手，穿插实际案例，并对新产品战略与组织管理、新产品开发设计程序、产品创新方法、产品评估和产品市场导入五个方面作了全面的讲述。
《高等院校产品造型基础教程：产品开发设计》的目的是想让产品设计专业的学生开阔视野，更好地认识产品设计在企业整个商业运作中的角色，从而更好地驾驭设计，并为学生在有机会的条件下参与企业产品开发项目的管理工作提供必要的基础知识。

作者简介

李亦文，广州美术学院设计学院教授，长期从事工业设计教育和产品开发设计实践。
参与设计开发的产品类型有电子产品、电器产品、家具产品、家居用品以及机器设备。
主要研究领域为产品开发设计、设计方法论和地域文化研究。
李亦文先生20世纪80年代初毕业于无锡轻工业学院工业设计系，80年代中期赴英国进修，80年代后期回国创办深圳大学建筑系工业设计专业，90年代初获英国伦敦中央圣马丁艺术与设计学院工业设计系硕士学位。
李亦文先生在英国DCA和ATD皇家设计公司工作多年，期间参加了澳大利亚新干线的设计项目和美国米勒公司（Miller）未来厨房家具的设计项目。
李亦文先生回国后，出版了相当数量的专业论文和著作，同时亦参与开发设计了大量的产品，所设计的产品获国家专利近百项，并多次在国内外有影响的设计评奖中获奖。
特别是在20世纪90年代初开发了具有前瞻性的环保竹制品系列，在1995年美国纽约家居用品博览会上获得“最新原创产品奖”，为在国际市场开拓中国产品原创设计的疆土做出了贡献。

<<产品开发设计>>

书籍目录

前言第一章 产品开发设计导论1.1 产品创新1.2 产品开发第二章 新产品战略与组织管理2.1 新产品战略2.2 产品开发设计组织管理第三章 新产品开发设计程序3.1 产品开发设计程序模式3.2 产品开发设计程序重点分析第四章 产品创新方法4.1 设计思维4.2 创新理论概述4.3 设计表现第五章 产品评估5.1 产品评估系统5.2 产品战略与产品概念阶段的评估5.3 产品方案筛选与原型测试5.4 最终产品测试5.5 试销第六章 产品投放市场6.1 市场导入决策6.2 产品投放周期6.3 新产品营销计划6.4 产品定价策略参考文献作者简介

章节摘录

第一章　产品开发设计导论　　产品是企业赖以生存的基础，是企业开发设计和生产管理水平等综合素质的体现。
企业发展的重要目标，如市场占有率、利润等都依附于产品的开发设计。
一个企业如果有了自主的、深受市场欢迎的产品，企业就会迅速发展；否则，即使有市场欢迎的产品，也会因为不是自主开发的而走下坡路，甚至被迫退出市场。
特别是在中国加入了WT0的今天，没有自主的知识产权、自身的品牌形象，更会在市场竞争中严重受阻。
在2007年的CeBit汉诺威消费电子展上，就出现了中国著名品牌厂家的数码产品遭专利阻截，被警方扣押并逐出CeBit展场的事件（图卜l）（详见2007年CeBit汉诺威消费电子展期间的新闻报道）。
由此，我们不难看出，中国企业要参与国际市场竞争，就必须改变观念，认　　清产品自主创新、自主开发的重要性。
对市场而言，任何时候、任何企业所拥有的产品优势都只是相对的、暂时的，没有常胜不衰的产品。
许多曾经辉煌一时的大企业、大品牌，如法国汤姆逊彩电、阿尔卡特手机，美国第四大家电品牌美泰克，中国永久牌自行车、飞人牌缝纫机、万宝冰箱、商务通掌上电脑，如今都衰败了。
其主要原因就是原来产品的优势逐渐消失，而后续的新产品开发未能及时跟上或定位不准。
作为世界上第一家推出笔记本电脑的厂家，日本东芝公司的笔记本电脑曾经是日系笔记本电脑的领军品牌（图卜2），目前在笔记本电脑市场上已经被其后来者惠普、戴尔、Acer等公司超越，其原因在于本世纪初东芝笔记本内置的FDC（软盘控制器）有瑕疵，使原来产品的质量优势在消费者心目中逐渐消失，而其后续的新产品开发又在战略上未能提出优于其他品牌的高招。
相反Acer公司以良好的新产品开发战略及出色的产品品质和极高的性价比，以及产品外观的精美设计，加上一贯坚持的“创新关怀”的服务理念，挤入了全球第三大笔记本供应商的行列，取代了东芝原本第三的位置。
根据市场调研公司Dis—playSearc最新发布的一份研究和Digital Home网站报道：“以2006年第四季度各家厂商在全球笔记本电脑市场所占的份额来说，惠普居首，市场占有率为20%；其下依次为戴尔15．O名、宏基l3．3%、东芝9．8%和联想8．4%。
前五大笔记本电脑厂商市场占有率合计为67%。

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