第一图书网, tushu007.com

<<立体造型>>

图书基本信息

书名：<<立体造型>>

13位ISBN编号：9787560950938

10位ISBN编号：7560950930

出版时间：2009-6

出版时间：华中科技大学出版社

作者：陈嬿 编

页数：108

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

第一图书网, tushu007.com

前言

“立体造型”是高校设计专业的一门重要必修课程，教学计划一般安排60学时。
它作为产品设计专业的基础主干课程，其目的在于通过大量的造型实践过程，使学生获得一定的专业设计基础知识，最终掌握通常的造型规律及有效的立体创新方法。
它承担着提高造型能力、建立创造性思维方式，帮助学生向专业大门迈进的重任。
本书是在多年造型理论研究及相关内容教学实践积累的基础上，按照教学大纲及相关要求编写的。

一直以来，造型能力都是工业设计教育和实践所关注的重要内容，然而目前国内仍盛行以“三大构成”为主要形式的设计专业基础教学模式。
这种模式相对于学院派过去以素描、色彩、图案作为造型基础的训练的确是进了一大步，但实际上仍不能满足各设计专业特别是工业设计专业的基础教学需要。

本书站在实用的角度上，不仅介绍了立体造型的相关概念、要素及具体工作面等基本知识点，而且从方法论层面上对三维造型设计的具体程序、方法及评价系统都作了详细而具体的讲述，无论是在造型理论研究、还是在造型设计教学和实践方面都具有较高的参考价值。
本书案例具体、生动、详实，作为教材具有较好的指导性和可操作性。
我们希望能借此新书抛砖引玉，为造型设计和工业设计的教学和研究尽微薄之力。

本书的第1至第4章由江南大学工业设计系陈嬿编写；第5章由江南大学设计科学与文化研究所张寒凝编写；第6章由陈嬿与江南大学公共艺术系周震共同编写。

值此新书问世之际，谨向张福昌教授、马库·萨罗教授（芬兰）、刘观庆教授、江建民教授、唐文渊教授、于帆副教授、赵英玉博士（日本）和所有支持本书著写工作的设计、科研和教学单位，以及为此付出辛勤劳动的其他参与人员表示最诚挚的谢意！

本书系初次编写，其内容在国内外可借鉴的教材也不多，由于时间和编者水平有限，不免有错误和粗糙之处，请广大读者批评指正。

愿这份献给国内设计类高校学子们的礼物，能帮助我国的设计类高校培养出更多优秀的设计人才，为创造人类更舒适的物质与精神生活做出新的贡献！

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书从教学的角度入手，将立体造型设计的理论研究与设计实践相结合。
首先概括性地介绍了立体造型的相关概念、重要性及具体工作面等基本知识点，较为系统地介绍了立体造型设计的评价系统及三维形态的分类方法；然后根据设计教学的需要，将立体造型设计的内容按照三大造型要素的概念进行分述，同时对三维形态的创新、立体造型的色彩设计及材质运用方式进行了阐述。
书中展示了大量具有针对性的课题案例和设计案例，同时辅以必要的分析和评价。
　本书主要是为满足目前国内众多工业设计专业基础教学的需要，可以作为此类课程的教材；也可以作为以三维造型为具体设计内容的产品专业设计课程及其他专业设计课程的教学辅助资料；同时还可作为设计爱好者进行自学的参考资料。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

陈嬿，女，毕业于江南大学工业设计专业，现任江南大学设计学院工业设计系教师。
设计作品曾获江苏省优秀作品奖和TCL全国工业设计大赛铜奖。
目前主要研究方向：设计方法。

书籍目录

第1章 概述 1.1 基本概念 1.2 造型的价值与意义 1.3 立体造型的基本要素 1.4 立体造型的基本工作面第2章 立体造型的评价系统 2.1 立体造型的评价标准 2.2 造型审美的影响因素第3章 立体形态的分类 3.1 立体形态的基本分类 3.2 其他分类方式第4章 立体形态的创造 4.1 寻找素材 4.2 空间思维的锻炼 4.3 命题设计方法 4.4 立体形态的创造方法第5章 立体造型的色彩设计 5.1 色彩设计基础 5.2 立体造型的色彩设计表现 5.3 立体造型的色彩设计程序与方法第6章 立体造型的材质运用 6.1 材料的种类与特性 6.2 材质设计表现 6.3 立体造型的材质运用

章节摘录

红色：最为初始的色彩语言，艳丽、强烈、热情并充满活力，是生命的色彩。
在中国文化里，红色象征喜庆吉祥，是节日庆典中使用最多的色彩。
红色的纯度最高，诱目性强，因此成为色彩计划中不可或缺的颜色。
另外，红色又象征危险和禁止，红色信号灯意味着限制、禁止通行，工厂机器上的红色按钮及车厢中的红色把手都是在紧急情况下使用的。
橙色：由黄与红混合而成，既温暖又光明，是最活泼、最富有光辉的色彩。
在自然界中，橙色的果实很多，如橙、桔、菠萝等，因此橙色能引起食欲，使人感觉充足、饱满、成熟、愉快并富有营养。
明亮、健康、兴奋、温暖、愉快、芳香、辉煌之感的橙色，曾被高级权贵和宗教界垄断。
橙色的穿透力和诱导性都很强，常被用作信号色、标志色或宣传色。
黄色：色彩中最亮的色，给人以光明、辉煌、灿烂、轻快、柔和、纯净和充满希望的印象。
在自然界中，许多花卉（如秋菊），秋收的五谷，以及水果等都呈现娇嫩的黄色，因此黄色给人以丰硕感、甜美感和香酥感，是一种能引起食欲的色彩。
由于黄色的光感最强，容易让人看得清楚，常使用在需要引起人们注意的地方来表示警戒，如交通隔离栏、危险区域与地带等。
另外，商家在产品市场营销的展示中常利用黄色突出产品，达到吸引流动人群视线的效果。
绿色：在各种色相中，绿色处于中庸、平静的地位，象征着生命与希望。
绿色是使眼睛最能得到休息的颜色，不仅能消除疲劳，还能够安抚情绪，给人以平静的感觉。
特别是在提倡健康、环保、安全、可持续发展的今天，绿色更有着丰富的意义和用途，不仅在食物的包装上，还是在生活用品、美容化妆品中都能看到值得信任的绿色。
蓝色：蓝色很容易让人想到天空、海洋、湖泊、远山、冰雪与严寒，并给人以崇高、深远、纯洁、透明、冷漠的感觉。
蓝色是让人感到信赖的色彩，在医疗器械和商品的包装中很能博得好感。
蓝色不能引起食欲，却能表示寒冷，因此常常成为冷冻食品的标志色。
紫色：紫色是色相中最暗的色彩。
具有神秘感的表现效果。
当它大面积出现时会制造恐怖，带有强烈的宗教感。
紫色也能给人高贵、优越、奢华、幼稚、流动和不安感。
紫色让人联想到性感的女性，因此在女性使用的商品中经常会看到紫色的大量使用。

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