

第一部分 产品设计事务管理内容体系推演

第一章 现状与问题

第一节 现状 / 2

第二节 问题的提出 / 11

第二章 企业产品识别设计管理的目标界定

第一节 目标与任务 / 17

第二节 从产品设计的本源诉求分析管理的研究内容 / 20

第三节 从设计管理到企业产品的识别设计管理 / 28

第三章 产品识别设计管理的理论框架推演

第一节 从企业品牌到企业设计文化的历史溯源 / 36

第二节 形式设计文化的内容推演 / 40

第三节 企业产品的品牌实现及其文化内容推演 / 46

第四节 企业产品的识别设计管理之理论框架推演(1+3+1 体系) / 51

第二部分 产品识别设计事务管理内容基础理论

第四章 如何从工业设计的角度评价产品设计

第一节 产品设计的概念评价 / 65

第二节 产品设计的审美评价 / 68

第三节 产品设计的人机、材料、工艺、结构、维护、成本评价 / 76

第五章 如何从企业的角度评价产品设计

第一节 用态势图来评价企业产品的识别设计定位 / 81

第二节 产品设计的企业管理 / 89

第三节 产品设计的战略评价 / 95

第四节 产品设计的策略评价 / 99

第五节 企业产品设计的识别体系评价与案例 / 102

第三部分 企业识别设计管理的产品体系构建

第六章 如何描述一个企业

第一节 企业描述的目的、任务、基本思路与方法 / 106

第二节 如何定义一个企业 / 111

第三节 描述企业的基本工具之一——历史坐标图系 / 123

第四节 描述企业的基本工具之二——企业的特征形态集合与原型数据库的描述体系 / 127

第五节 描述企业的基本工具之三——特征文字描述体系 / 134

第七章 企业的产品描述

第一节 企业的产品概念 / 147

第二节 产品的分类与创新内容 / 153

第三节 企业的产品层级体系构建 / 161

第四节 企业的产品树图 / 170

第五节 企业产品的生命周期及其设计与管理应用 / 178

第八章 企业产品识别设计的原型体系

第一节 产品形态中的原型现象 / 184

第二节 产品设计的原型符号 / 189

第三节 从意象到原型的结构转换 / 192

第四节 原型的置换与变形——形态修辞 / 196

第五节 企业产品识别设计中的原型体系 / 202

第六节 把原型作为设计文脉的实现工具 / 212

第九章 企业产品识别设计的主题体系

第一节 从产品的设计设想到设计概念 / 219

第二节 企业产品的设计主题 / 223

第三节 企业产品识别设计的主题体系 / 228

第十章 企业产品的识别设计的品牌体系与政策体系

第一节 企业产品品牌的概念辨析 / 236

第二节 构建企业产品识别设计的政策层级体系 / 242

第四部分 产品设计事务管理内容体系应用

第十一章 企业产品识别设计的案例分析

第一节 吉罗通多项目中的原型理念形成解析 / 252

第二节 吉罗通多项目中的品牌命名的文化原型和识别战略的关系形成研究 / 259

第十二章 设计师队伍的档案与选择

第一节 现状与任务界定 / 265

第二节 选择适合企业需要的设计师梯队的思路 / 268

第三节 设计师档案的创建与选择及案例分析 / 277

后记 / 295

参考文献 / 301

