

专业实践工作总结

艺术设计学院 罗庆锦

实践时间：2019 年 7 月 14 日—2019 年 8 月 30 日

实践项目：婴童玩具设计开发

实践公司介绍：广州点乐玩具设计有限公司致力于玩具产品及动漫延伸产品的原创开发设计及生产。

暑假期间，广东轻工职业技术学院艺术设计学院为贯彻理论联系实际的教学原则，加强实践性教学环节，要求每位老师利用暑假期间到企业一线参与实践锻炼，通过在企业实践锻炼从而提升教学的实际理论，加深对理论知识的理解，增强动手能力与解决实际问题的能力，加强日后的教学效果与个人能力。在此本人做了一个简单总结：

一、暑期社会实践的前期准备筹划工作：

- 1、与公司进行沟通与了解，大致了解公司的文化与公司的定位；
- 2、根据公司相关要求进行针对性的市场调查；

二、实践阶段：

实践时间 2019 年 7 月 10 日止至 2019 年 8 月 30 日止。在此期间本人深入参与该公司的设计项目，发挥本人的专业能力帮助该公司完成产品的设计开发。创新设计项目具体内容：

本项目一共分为以下五个设计方向系列，乙方设计组严格按照需求方向进行设计开发。乙方应满足甲方需求，达到每方向两款的设计（共 10 款设计）。

1. 戏水玩具系列（花洒、转转乐、发条戏水、电动戏水、搪胶网兜套装、沙具系列）
2. 过家家台型系列（厨房、化妆台、工具台、医疗台、甜品台、宠物站等主题）
3. 过家家可变形（主题同上，通过变形实现收纳、外带、增加玩

法等卖点)

4. 0岁—1.5岁婴童益智玩具(牙咬、床铃、多功能六面、学步车,卡通电动宠物)
5. 1.5岁—3岁儿童产品(敲琴、电子琴、存钱罐、售货机、收银机,画板、学习桌,钓鱼盘)

1、市场调研:

目前市面的玩具有很多玩具产品存在很多的缺陷和漏洞,这些都是源于设计师的水平能力,他们这样的简陋设计风格和传统是很难开发适应儿童需求,满足时代要求的玩具的。儿童玩具的设计不是单纯在于可玩功能,要考虑的因素很多,如儿童成长生理和心理特征,儿童时代审美特点,儿童玩具安全要求等等。因此,在儿童成长玩具设计课程前阶段我们必须有针对性引导学生去了解儿童成长生理和心理的特征以及审美特点。掌握了一定的儿童的心理特征与行为特征知识之后,我们把这些知识理论结合玩具设计方法进行教学

2、产品定位讨论:

产品定位策划是指企业为建立一种符合消费者心目中特定地位的产品,所进行的产品策划及营销组合活动。每个企业的产品都有自己的特点、优势和不足,只有根据竞争对手产品所处的市场地位,并结合本企业产品的特点和优势,确定产品进入目标市场的位置,才能够扬长避短,把产品优势转化为市场优势。这就是产品定位的目的所在。我们即将开发的产品该处在什么地位,扮演什么产品角色。采取多品牌战略的企业,则需要考虑每个品牌旗下各种产品的地位与角色定位,以避免产品地位的冲突、角色的重复,或者是产品地位的缺位或错误、产品角色的缺失或错误,造成产品结构的不合理和产品阵容

的不整齐、不适当，缺乏产品整体的市场竞争力。并且造成与企业目标市场策略的脱节。形式产品是产品的物质实体层面，包括产品的材料结构、质量档次、外观款式、功能配置、体积重量和包装工艺等，这些都是产品研发必须面对的具体而实际的问题，产品定位必须提前做好这些形式产品的定位策划，并做出正确决策。其中材料结构定位、体积重量是与产品制造技术密切相关的，主要受技术手段和工艺的约束，在此不作讨论。质量档次、功能配置、外观款式和包装工艺等与营销策划的关联比制造技术更多。因此，下面将具体讨论。

一款产品的质量档次定位到什么程度，是值得研究的。从企业角度看，由于产品质量定位不同，产品制造工艺技术和成本也就不同，质量保证成本也就不同，产品档次形象也就不同。产品营销要体现优质优价，体现品牌溢价。从消费者角度来看，不同收入程度的消费者对产品的质量档次要求也不同。从产品种类上来看，消费者对其耐用性等质量的重视程度也不一样，比如对于一次性消费品，消费者的质量要求一般不高，而对于耐用消费品，消费者的质量要求就比较高。产品质量档次定位策划的依据和策略主要是以下三个方面：

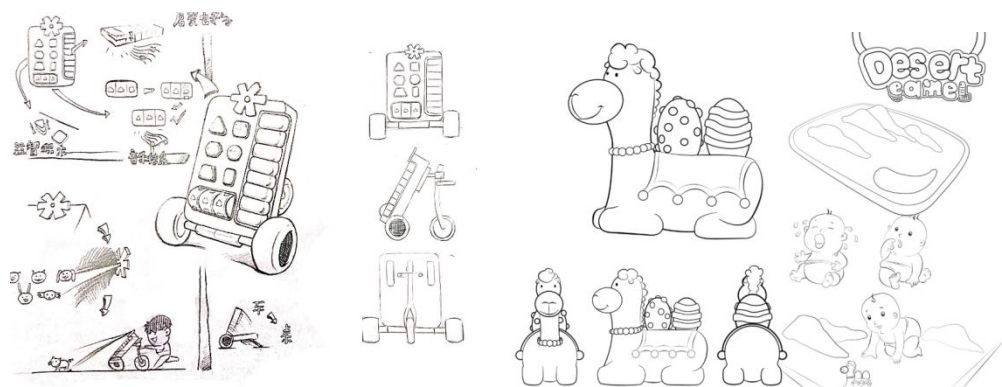
- (1) 该产品已经确定的品种角色定位。高端产品质量档次定位要高，中端产品次之，低端产品最低；
- (2) 该产品已经确定的目标消费者定位。定位于高收入消费者的产品，质量档次定位一般要高，通过优质优价体现品牌价值，并通过产品和品牌溢价，给予消费者更高的心理价值，使得企业能够获得更好的效益；定位于中等收入消费者的产品，质量要均衡，档次和价格要合适，

通过良好的质量性能价格比获得中等收入消费者的好评，获得最大的市场份额；定位于低收入消费者的产品，质量不能出问题，但是需要降低成本做到价格实惠；(3)产品的品牌定位。产品的质量档次定位应该与其品牌相称，一般质量的产品不能使用代表高质量的品牌，否则会伤害品牌；高质量产品也不要使用中低端品牌，这样会形成消费者认知障碍，难以被消费者接受。

3、产品设计开展

首先进行产品设计前，首先开展用户研究，客户的需求可以改变，所以用户研究，趋势的研究和原型设计是设计过程的一部分。

其次就是拟定的初步设计、确定所需的人员、材料和工艺来生产。这其中，需要进行外观及结构设计。外观设计大大的提高了消费者的购买欲。结构设计让产品更大程度的贴合消费者的使用习惯，产品体验更加舒适。（图 1）



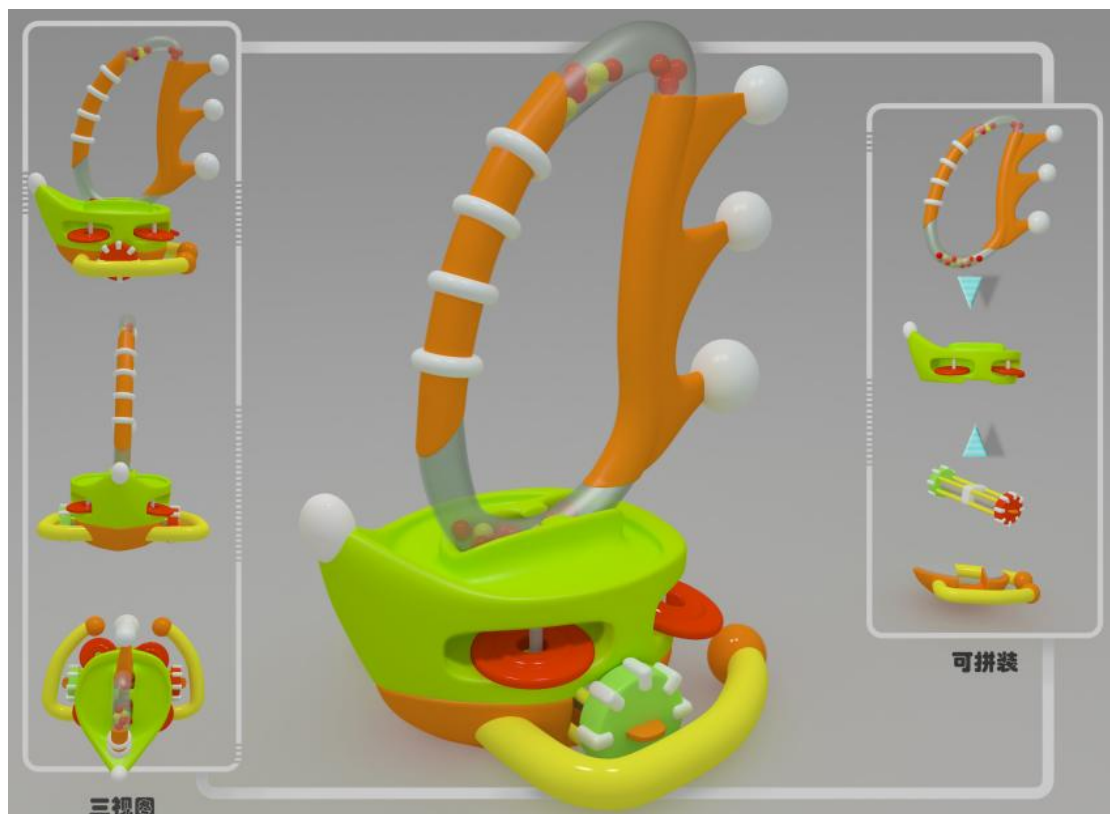
（图 1）

之后就是创建一个原型、进行用户试验以评估新产品。用户试验后进行修订并建立一个最终的设计。产品设计开发的主要目的不仅要

集中在现有客户，同时也要瞄准新客户，并进入新的市场。所以，工业设计公司进行创作时不仅要改善产品的不足及满足用户需求，更要明确这个道理。

4、成果展现：

从设计概念到产品落地这是一个相对漫长的过程，中间我们要处理设计和工艺之间的配合，最后才能实现现在的产品市场化。



三、结语：

1、个人专业能力提升一次实践锻炼。实践设计从图中到实现产品过程，并提高了动手实践能力，同时深入行业企业，学习和掌握了最

新的技术及发展趋势，使其更好地了解社会需求，有针对性地为今后的教学工作做好准备。

2、深度接触行业企业，感受了市场的环境和企业的文化。本次实践使我更新了知识观念，增长见识，全面提升了专业的综合素质。通过企业实践，熟悉学生未来职业生涯的就业环境和工作范围，完善了知识结构。

3、实践有利于校企合作。本次实践使企业与学校进行了有效沟通，相互进行了考察和项目合作，为实现共赢奠定基础。

在企业中领导和完成具体设计项目时，对如何运用有限的资源和时间在最大程度上满足客户需求和克服各种意想不到的困难积累了很好的经验，为今后课程内容的拟真化设计提供了真实案例基础。今后可在课程中加强学生在创意延伸及扩展方面，特别是跨专业资源的运用上提供了探索研究的实践基础。