## 第09章 产品设计

```
定义:产品——能给顾客带来期望利益的东西
             企业竞争优势依赖产品战略的支持
概述
   产品设计的思路来源:企业内部来源、企业外部来源、研究和开发(R and D)
     产品开发的驱动方式:市场拉动模式、技术推动模式、竞争驱动模式
                  循序渐进的产品开发方法:早期(设师) \to 制造 \to 销售。环节脱节,方案反复修改。周期长 + 成本高 + 质量无法保证
          产品开发方法
                              (产品开发相关的各个职能领域的人同时参与产品开发
跨职能产品开发过程
                              ,
产品开发过程并行(同时在设计的上游考虑下游的可制造性、可装配性、成本、质量
                           质量屋:目的:使设计团队充分收集和了解客户需求,并将其转化为设计要求,促进跨职能合作
                                 以用户为中心的设计
                    定义:从最初了解产品到具体研究、获得产品、安装使用、服务更新等全过程对产品的感知
             全部用户体验
                    要达到使用户满意的目标,应当着眼于用户体验的所有环节,它们最终形成产品的顾客价值
                顾客价值的定义:因使用产品而为顾客带来利益
                价值分析
                        产品是否以有效率的途径创造了顾客价值
          顾客价值
面向顾客的产品设计
                     主要用于分析处于生产过程中的产品价值与功能
                      目标:在产品投产前削减成本
                      价值 = 功能 ÷ 成本
                     基本雲求
           顾客满意度模型
                     期望需求
                   (兴奋需求(品质)
          顾客参与和体验式产品设计——基础:模块化
             面向制造的产品设计(DFM)
             面向装配的产品设计(DFA):简化产品设计,设计便于装配的零部件,零部件通用化、标准化,模块化设计
             零部件标准化和通用化:提高可制造性、可装配性,减少设计、准备、制造过程的时间和成本提高可互换性、可靠性、可维修性
面向制造与装配的产品设计
                   (定制化解决策略:在进行市场侦测、功能分析的基础上,划分并设计出通用模块,依据用户要求,组合出不同的产品
             模块化设计 〈定制化的关键——模块化
                   优点:既能满足多样性,又能降低生产制造成本
          在产品设计中考虑产品生命周期的各个阶段对环境的影响,将环境污染和资源消耗降至最小
             易于拆卸与更换零部件,可以通过维修、更换零部件来恢复功能,达到循环使用
```