

همه طراح اند

每个人都是设计师

Everyone Is Designer

محسن جعفرنیا

莫森

Mohsen Jaafarnia

湖南大学
设计艺术学院
SCHOOL OF DESIGN
HUNAN UNIVERSITY

MJ

Ghochan, Iran 2017 - ایران، قوچان ۱۳۹۶

Title	: Everyone Is Designer	每个人都是设计师	همه طراح اند	نام کتاب
Author	: Mohsen Jaafarnia	莫森	محسن جعفرنیا	تالیف
Publisher	: MJ	MJ	محسن جعفرنیا	ناشر
Print	: First print 2017	第一次出版 2017	اول / ۱۳۹۶	نوبت چاپ
Circulation	: 300 Hard copy	300	۳۰۰ نسخه چاپی	تیراژ
Persian editor	: Sahar Boroomand	陆曼	سحر برومند	ویراستار فارسی
Persian editor	: Majid Rahmadoost	马吉德	مجید رحماندوست	ویراستار فارسی
Persian translator	: Kosar ShariatiMehri	科萨	کوتر شریعتی مهر	مترجم فارسی
English editor	: Anupa Lahkar	阿努帕	آنوپا لاهکار	ویراستار انگلیسی
Chinese editor & translator	: Gao Meng	高梦	گا مینگ	مترجم و ویراستار چینی
Chinese translator	: Zou Zhao	邹翌	زو چاو	مترجم چینی
Assistant	: Zhuolu Fan	范卓璠	جو لوفن	دستیار
Model	: Jagriti Kumar	杰格力提	جگرتی کومار	مدل
Price	: See the next page	参見下页	به صفحه بعد مراجعه نماید	بها
ISBN	: 978-600-04-7870-4	978-600-04-7870-4	۹۷۸ - ۶۰۰ - ۰۴ - ۷۸۷۰ - ۴	شابک
Industrial Design	موضوع : یادداشت : کتابنامه	مشخصات نشر : قوچان: محسن جعفرنیا، ۱۳۹۶	عنوان و پدیدآور: همه طراح اند/ تالیف محسن جعفرنیا	سرشناسه : جعفرنیا، محسن، ۱۳۵۴
	شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۵۱۹۹۰	نوع : طراحی صنعتی	مشخصات ظاهری: ۳۸۴ ص: مصور (بخشی رنگی) : ۱۷×۱۰ س	وضعیت فهرست نویسی : فیبا
		بده بندی دیویی: ۷۴۵/۲	رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ۷۸۸ ج TS۱۷۱/	یادداشت : چینی-انگلیسی-فارسی.

Copyright © Mohsen Jaafarnia, 2017

All students design idea copyright © Students of HNU, USJ & IITG, 2017

New car generation Copyright. consumer can design the front face and back face of car by himself using an App of phone © Mohsen Jaafarnia, 2017
New car generation has registered patents in 2016. Therefore, please do not use this idea illegally. Benefit of this invention goes to the noble cause. Three lawyers from Iran, China and Europe are employed to protect the right of this invention. We request you to apply for permission from Mohsen Jaafarnia. designmo85@yahoo.com

کلیه حقوق برای نویسنده محفوظ است. All rights reserved for author

Publisher: MJ

No. 97, Kolahdooz St., Motahari Ave. Ghochan, Iran

Contents

فهرست	Page	内容
- Introduction	6	前言
- Target Group	8	目标群体
- Dictated designs	9	专制设计
- Product Development Process	11	产品开发过程
- Car design overview	15	汽车设计概述
- Consumers need design skills	18	消费者需要设计技巧
- Demassification	22	多元化
- Production for use	24	产品的使用价值
- Production for exchange	27	产品的交换价值
- Free Employee, Free Design	30	免费员工，自由设计
- Consumer + producer	32	消费者+生产者
- What is the beauty?	34	美是什么？
- Desire lines	39	需求线
- User experience	42	用户体验
- Enjoying while making	45	乐在“创”中
- Design Semantics	46	设计语义学
- Magic and illusion	50	魔法和幻想
- Eye movements	79	眼球运动轨迹
- Facial expressions	80	面部表情
- Sustainability	96	可持续性
- 3D printer	98	3D 打印机
- Indian trucks	100	印度卡车
- Changeable car parts	102	多变的汽车组件
- DIY	103	DIY
- Self-checkout, Vending and ATM machine	104	自助结账机，自动售货机和自动取款机
- Futuristic car	106	未来派汽车
- Final words	119	后记
- Design Method	121	设计方法
- Projects	122	项目
- Note	378	注释
- References	379	参考文献