

## 三菱电机和大学的产学研合作②

# 重视用户的三菱电机 产品设计

近年来,中国消费者的消费习惯发生了巨大变化,人们从满足于能尽快购买到最新家电的时代向挑选适合自己生活方式商品的时代变迁。对于企业而言,如何研制和开发符合今日中国消费者喜好的产品,是使自己的品牌在市场中立于不败之地的关键,也是当前企业急需解决的重要课题。基于此,三菱电机通过与大学合作,在研制未来产品的同时协助培养中国设计人才。



### 注重消费者需求的三菱电机产品开发

随着中国经济的不断发展,消费者对于流行逐渐敏感,人们在选购商品时,对于产品本身有了更高的要求。企业单纯凭借产品的品质和性能要在市场中占据绝对优势变得比以往更为困难。如何研制和开发符合今天中国消费者喜好的产品,成为各国厂家亟待解决的课题。因此企业制定品牌战略的第一步,首先是通过调查研究了解当地消费者的喜好和生活习惯,进行本地化开发。

作为一家世界领先的拥有50多年生产经验的空调厂家,



三菱电机空调新产品是在对中国消费者所作调查的基础上开发设计的。

三菱电机的空调在二十世纪80年代就已经成为令人憧憬的品牌。今天,三菱电机除了将其卓越的节能和环保技术致力于中国的经济建设以外,还加强了对中国消费者的喜好与生活习惯的研究。“三菱电机在中国拥有生产空调的工厂,为了收集产品开发所需的资料,我们在上海设置专门人员对产品进行调查和开发。”三菱电机设计开发人员的介绍,可以让人感觉到三菱电机从当地消费者角度出发的产品开发立场。

### 提高中国的产品竞争力从人才教育开始

据中国社会科学院研究表明,2004年中国工业制成品的国际市场占有率达到8.25%,名列世界第三,然而具有独特技术含量的产品所占的比例却非常小。可见,要想真正提高中国产品的国际竞争力,最重要的是培养工业设计领域的研究开发人才。

早在四、五年前三菱电机就敏锐的意识到中国的产品设计将会迅猛发展,在对中国市场产品进行开发的同时重视培养人才。通过与上海、浙江等地的著名大学合作,实施一系列产品的市场调研。最近,更是在重点领域进一步加深了产学研合作。



从2001年至2005年,三菱电机首先与上海东华大学合作,对中国的时尚中心——上海的流行色动向和年轻人进行调查。其目的是研究今后将主导中国消费市场的年轻人的文化和流行趋势。2003年,开始与浙江工业大学的合作,共同进行市场调研。在2006年,进一步加深了具体课题的研究,在其设计专业中开设家庭空调的设计课程。据浙江工业大学负责课题项目的张露芳副教授介绍:“三菱电机在“人与机器关系”领域的研究卓有成效,通过合作将使学生亲身体验世界一流企业的产品设计过程。而对于中国制造业而言,培养具有实战能力的学生是提高国际竞争力的当务之急,通过产学研合作,学生可以从实践中学会产品的研发,毕业后成为社会急需的专业人才。”



值得一提的是,参与课题研究的学生都具有非常敏锐的设计灵感。与企业的设计人员不同的是,他们的设计方案灵感多是来源于日常生活。学生的这种思维方式给企业的设计人员带来很多新的启发,这种无形的产学研财富今后也将运用到三菱电机面向中国市场的产品开发上。

三菱电机在提升企业品牌的同时,通过参与培养中国制造业人才等社会活动,与中国的消费者共同创建21世纪的美好生活。



浙江工业大学成果发布会

## 三菱电机通过与大学的产学研合作,试行开发符合中国国情和中国消费者喜好的产品。



在工业设计领域,产品不仅需要具有先进的性能,更需要符合消费者喜好的产品。而如何开发出符合中国消费者喜好的产品是当前所面临的巨大难题。三菱电机首先通过与浙江工业大学、上海东华大学等国内著名大学合作,对空调等家用电器为中心的工业产品设计进行研究。在与浙江工业大学的合作中,对中国人的生活习惯以及消费者的爱好进行研究,并根据调查结果研究未来空调的设计。

通过与活跃在企业第一线设计人员共事,能够为中国培养出更多具有实战能力的工业设计人才。三菱电机的目标不仅为市场提供优质的产品,更将为社会的发展、产业的进步和中国人才教育的提升做出巨大的贡献。

# 技 创 源

浙江工业大学 艺术学院工业设计系 张露芳 副教授

让学生从日常生活中获取设计灵感,并将其体现于实际的产品设计中。以此来培养具有实战能力的设计人员。



## 诚信协作 造福社会

- 公共设施
- 工业产业
- 个人生活

# 三菱电机

MITSUBISHI ELECTRIC

Changes for the Better

三菱电机株式会社 / 日本国东京都千代田区丸之内 2-7-3

www.MitsubishiElectric.com.cn