

《設計就是要解決問題》

图书基本信息

书名：《設計就是要解決問題》

13位ISBN编号：9789866200649

10位ISBN编号：9866200647

出版时间：2012-10-3

出版社：木馬文化事業股份有限公司

作者：佐藤可士和

页数：168

译者：賴庭筠

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《設計就是要解決問題》

內容概要

日本當紅設計師佐藤可士和

現身說法

UNIQLO、麒麟啤酒、SMAP合唱團形象廣告操刀第一人

告訴你設計背後的創意思考過程！

一般人往往認為「設計就是讓產品外觀變得更好看」，但我認為應當將設計視為傳達產品價值和意念的「解決方法」。 佐藤可士和

雖然噴槍設計能更輕易將化妝品擠出來，但動作卻不優雅，該如何解決這個機能性的問題？

日益重視健康的日本社會，人人偏向喝茶或水，如何讓清爽香甜的碳酸飲料重振往日業績？

老舊的校舍、長滿樹木的幼稚園，該如何和都市建築新穎、設備齊全的新建築幼稚園競爭？

設計，就是以創意解決問題！商品設計中所蘊含的創意，和你思索問題、找出解決之道是一模一樣的。日本當紅設計名師佐藤可士和要告訴你的不是「創意怎麼來？」而是創意就像你解決任何生活上的大小事，是一項針對問題提出解答的思考術。

日本流行文化中，隨處都可見到佐藤可士和的設計：SMAP（木村拓哉為團員之一）的宣傳、麒麟極生啤酒、UNIQLO等。本書就是佐藤可士和集結自己用「創意思考術」解決客戶宣傳需求的眾多案例，讓你一窺設計師如何挖出客戶想要傳達的理念、找到問題點，以及運用創意思考術解決問題的完整思路過程。

書中附有多張精美彩色產品照片，讓你讀得到佐藤可士和的創意思考過程，也看得見創意思考術的真實魅力。

創意思考術這樣用案例1：LISSAGE化妝品

【思考挑戰】

噴槍式容器的優點是取出液體時非常省力，但往往不具美感

【創意思考術】

改變顏色和質感，看起來就會不一樣，增添美感，因此LISSAGE成為業界首次使用噴槍式容器的先驅

創意思考術這樣用案例2：麒麟小檸檬

【思考挑戰】

在重視健康的社會，碳酸飲料如何從茶飲和果汁重振往日業績

【創意思考術】

製作前所未有的小保特瓶，在超商一排飲料中只有一瓶比其他飲料矮，很醒目，以前無法喝完整瓶飲料的女性顧客也很喜歡

創意思考術這樣用案例3：富士幼稚園

【思考挑戰】

老舊校舍改建，打造全新的教育環境，以提高入學率和吸引好老師

【創意思考術】

保存校園內的老樹，並圍著一棵大山毛櫸建設甜甜圈型校舍，學童可以爬樹上到校舍屋頂，並從屋頂溜滑梯下來，園舍就是孩子們的大玩具

《設計就是要解決問題》

作者簡介

佐藤可士和為日本當今廣告業界與設計業界的風雲人物，作品包羅萬象，跨足廣告平面設計、產品設計、空間設計，被譽為「能夠帶動銷售的設計魔術師」，其簡單、創新並富有視覺震撼力的作品，不斷為品牌形象及商品行銷提出新的可能。

代表性的作品包括：UNIQLO紐約旗艦店的創意指導、SMAP的宣傳活動、樂天集團、明治學院大學品牌形象、富士幼稚園改建設計、NHK教育台「遊戲學英語」藝術指導、麒麟極生商品開發乃至廣告活動等等，創新的觀點以及整體的創意深獲各界高度評價。

佐藤可士和一九六五年生於東京。一九八九年畢業於多摩藝術大學，畢業後進入日本知名廣告公司「博報堂」。二〇〇〇年成立設計工作室「SAMURAI」。曾獲獎項包括：東京ADC大賞、東京TDC金賞、每日設計賞、朝日廣告賞、龜倉雄策賞、JAGDA新人賞、日本包裝設計金賞等多個獎項，他也是東京ADC、東京TDC、JAGDA會員。中文出版書籍有《佐藤可士和的超整理術》等書。

《設計就是要解決問題》

精彩短评

- 1、还是觉得整理术比这本好~~~这本的精华在于四个字“改变观念”。
- 2、很棒的设计理念
- 3、章节内容虽然有些交叉，但很受启发。
- 4、师兄送的毕业礼物，很喜欢，值得反复来读。
- 5、对我还是有蛮大帮助。特别是我对设计的一些“偏见”，都有被真诚扎实地劝慰到。

《設計就是要解決問題》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com