

# 《知日·杂货》

## 图书基本信息

书名：《知日·杂货》

13位ISBN编号：9787508647432

出版时间：2014-9-1

作者：苏静

页数：182

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](http://www.tushu000.com)



## 作者简介

撰稿人

feature

米力

天生的玩家，后天的杂货创作者，擅长为“物”注入灵魂，现任知名卡片公司创意总监，米力生活杂货、温事创办人。以优雅的插画、简洁的文字，创作出清新的图文作品而广受欢迎。著有《米力的幸福讲义》《我爱横条衫》《我爱花花世界》《生活家的器物》等。

regulars

毛丹青

外号“阿毛”，中国国籍。北京大学毕业后进入中国社会科学院哲学所，1987年留日定居，做过鱼虾生意，当过商人，游历过许多国家。2000年弃商从文，中日文著书多部。现任神户国际大学教授，专攻日本文化论。

刘联恢

旅居日本多年，现为北京第二外国语学院汉语学院教师，专职教授外国留学生汉语和中国文化，每年为日本京都外国语大学等学校的暑期访华团做中国文化讲座。

吴东龙

从事设计观察的作家、讲师、设计师，也是课程与书籍的规划者。在多面向的设计工作里，长期关注日本的设计场域，著有《设计东京》系列书籍，作品见于两岸三地。现在是“东喜设计工作室”、创意聚落“地下连云企业社”负责人。

夏达

中国著名漫画家，中国著名漫画团队夏天岛工作室签约作者。代表作品：《子不语》《长歌行》《哥斯拉不说话》《游园惊梦》。其中《子不语》在国内连载后登陆日本，作品《长歌行》同步连载于中国漫画杂志《漫友》和日本主流漫画杂志《Ultra Jump》，销量火爆，引起热潮。

受访人

中川淳 株式会社中川政七商店 第十三代社长

1974年出生。2002年进入中川政七商店，担任常务董事，加速“遊中川”品牌的直营店进程，并确立了日本首个以工艺为基础的SPA（制造零售业）行业形态。2003年推出新品牌“粹更kisara”，2008年就任社长。以“中小企业的品牌推广”为主题，进行了众多面向经营者、设计师的演讲。著有《品牌的创立法》《品牌的塑造法》等。

安藤雅信 陶艺家

1957年出生于日本岐阜县，24岁从武藏野美术大学雕刻专业毕业，1998年建立“百草画廊”。专注陶器制作，作品种类超过千种，类型多变，在国内外有很高人气。著有《美与生活——百草画廊》一书，并曾举办多个展览。

坂田佐武郎 文具设计师

1985年出生于京都，2009年在京都成为独立设计师，活跃于平面设计和产品设计领域。2013年曾受上海玻璃博物馆邀请，参加“国际创意玻璃设计展”。

花代 艺术家、摄影师

1970年出生于东京。大学肄业后，曾于东京向岛进行艺伎学艺。1996年出版第一本摄影写真集《ハナヨメ》。现以艺术家、摄影师的身份活跃于东京、柏林、伦敦、巴黎、香港等世界各地。

特别鸣谢

株式会社良品计划、ギャルリ百草（Galerie Momogusa）、白山陶器株式会社、HAKUSAN SHOP、株式会社中川政七商店、Klala、Archeologie、BRICK&MORTAR、LEAD ME HOME by RIVERGATE、designshop、SALT、townphoto.net

中川淳、安藤雅信、坂田佐武郎、米山胜范、花代、冲泽康平、sunkist



## 精彩短评

- 1、各种想买
- 2、内容还不错，不过东西的细节比较少
- 3、看图
- 4、对于日式杂货 大多数人都会很喜欢吧？
- 5、下一个创业项目。
- 6、我喜欢的啊！让我想到钰的那些餐具，还有叶叶送我的杯，还有我的香插，都好好看让人心情舒服。
- 7、有了一定的经济基础，就追求生活品质了。国内还要假以时日。
- 8、无印良品，杂货文化，每次看知日系列都感觉最后几篇随笔好看。
- 9、水到不行。想说食帖那期“大丈夫生于厨房”，每次看到都在心里默默加一句“死于厨房”
- 10、怎样让“商品介绍”变的不像是“商品介绍”，显然知日的编辑是不理解的，所以说造成了这本杂志有种付费DM的感觉。
- 11、好温暖～看到了上次去奈良时候要寻找的中川政七商店，虽然骑着自行车暴晒三小时～
- 12、只可看图。太轻飘飘。选题虽好，架不住每次演绎都让人失望。
- 13、挺有爱的一本书，奈何人变得浮躁，即将毕业了，加油！
- 14、杂志风格，被手绘图片迷住了。  
对文具那篇幅很喜欢，还有MUJI。
- 15、蛮有味道的日常才是生活最真实的一面 那些与自己相伴的事物 最终也将在自己所在的空间里生长开来。所以选择一些美好的东西 放在自己的身边 也是很有必要的。日式杂货的美感与趣味 与北欧杂货有的一拼。当然 或许还是更喜欢北欧的多一份粗犷的细腻 而不是精致的细腻 即使蕴藏着相近的温度。
- 16、知日总给我一种堆砌罗列信息的感受。
- 17、看完很想去学做陶器。
- 18、在杂货方面，还真是羡慕日本的环境，对于卖的和买的，都是最好的。
- 19、太有意思了。zakka。
- 20、还不如料理那个排版好呢
- 21、看复杂一点的杂志困难的原因就是 有时候生涩难懂的知识是我不知道的 如果一开篇叙述得没什么逻辑性 就会云里雾里不知其所云 然后整个思维发散 静不下心来了
- 22、就算都是广告也是我爱看的广告！
- 23、也就封面能看
- 24、杂货店的型态容易让人心生向往
- 25、相对其他主题，这本的内容比较丰富，看后不会有看了等于没看的感受。开一家杂货铺的观点很有意思。
- 26、监考时翻完.....
- 27、每个人都有一个zakka dream
- 28、太喜欢霓虹了 萌物到处有
- 29、知日的水准持续下降，这本书读罢感觉就是一本广告册。
- 30、算是知日系列里相对走心的一本。
- 31、为了在飞机上打发时间买的 应该说一系列的选题都很好 但是内容太差了 排版甚至不如校报 都是泛泛而谈没有多方位深度开发选题 简单堆砌图片不值这个价
- 32、记了几个店名。
- 33、随手翻过
- 34、日式美学的设计风格让人十分喜欢，但是这本就一般了...
- 35、过分追求精致大概反而离简洁的初衷越来越远？
- 36、这是多久没看知日了啊，1年了？epub无压力。
- 37、白山陶瓷 G型酱油壶
- 38、软广？还是草草放在一起就收工了？

## 《知日·杂货》

- 39、断断续续看了一个月，关了书，什么都忘了。
- 40、杂货，其实是家居，是生活；想到日本的杂货街，其实中国也有很多，比如南锣鼓巷，厦门的各角落，绍兴古城里的小巷子等等。如果是写中国的杂货，读起来又是什么样的趣味呢？这本《知日·杂货》在我看来大概像是旅游小册子吧。
- 41、偶然遇到 才发现对设计以及家居不是特别兴趣
- 42、一般般
- 43、三星纯粹是因为看书时间不需要很多。。简直就是刷微博的感觉
- 44、之前买的一直没读，不知道的还以为是本企业的宣传手册和购物指南呢，太没有诚意了。
- 45、败家指南，器物之美，北欧、复古、和风、素色、原木 生活的情趣就在于杂货之间。
- 46、日本 Zakka 浅尝辄止
- 47、善于学习并内化的民族，东西实用美观
- 48、想开一家杂货店
- 49、“造物的原点即‘无可替代的便利性’和‘与生活融为一体’。不华美，但也不平凡；有新意，但又不被时代左右。能持续使用且不被厌倦的设计才是美丽的。”
- 50、本来看介绍觉得应该是有趣的，但是觉得写得不够深入，很多东西看着并不是很有趣，有种在看广告的感觉。。。

1、日式杂货，贩卖的本质更多的是一种生活美学趣味，而且给了你很多去选择的可能因为专注于日常旧物的集成经营，所以最大的原则就是，所有入仓的货品，首先必须是经历过时间沉淀的，几乎都要30年以上。而我很爱的手工艺选品，更是经过了数百年甚至上千年的传承而留下来的，比如水吉的建盏、贵州的手工纸、福州漆器和手工锡器等。其次是这些物品，通过再造，能有再用于当下日常生活空间的可能，而不只是纯装饰，生活曾经在它们身上留下的时光印迹，能得以继续。对于我而言，过去的生活与时光，才是最大的设计师，所以我相信时光之选。于各种破烂之间，更容易发现原来人们生活的质朴与用心。我希望这对前往的客人是一种有温度的提示，是该回归生活本身的时候杂货店往往是一座城市人们生活的缩影，当人们开始着眼于当下平凡的日常，便会试图去将家和生活的细节变得更生动且有趣。杂货代表一种个人风格、一类生活方式，同时也代表了一座城市的可能性。日语中有一个词叫“无骨”，也写作“武骨”，近年来常被用来形容一些店铺的风格。直译过来是“粗糙的”、“不高雅的”，然而在最近的用法中明显透出褒义的倾向，形容设计风格简洁朴拙、不矫饰、不附庸风雅、偏中性化、着重实际功用。与这家店的风格倒是十分贴切。○和风系杂货在日语中叫作“和雜貨”。虽然也是传统杂货，但它和古董系不同，更注重表现日式风格，松竹梅、富士山、浮世绘、樱花、祭祀庆典场景等，都是常常可以看到的元素白色与原木色为主的装修给人以舒服平和的感觉，同时能提升所陈列商品的质感，适用于杂货店。三角构成法：将商品堆叠摆设为三角形，能给人以安定、平静的感觉

2、大概每个人多多少少都是有一些恋物情节的。比如我，最痴迷的是各式文具，其次则是大大小小的厨具，每次路过贩售这两类物品的杂货店，必进去留恋一番，即使未有斩获，也能心满意足离开，这感觉不亚于看了场好电影，激动之余，出门还念念不忘其中情节。此时，若有一位同样恋物成瘾的好友一起逛店，那是最好不过的，扫荡杂货清空钱包的心得，收藏爱物的体会，能就此絮絮叨叨交流好久，绝对是一场令人兴奋的谈话。正因为如此，这期《知日》的选题让我稍稍有些为之振奋。以无印良品为代表的杂货制造商倡导的“简单但有质量的生活”理念，也是在我看来日系杂货特别有借鉴意义的重要原因。书中介绍了“无印良品”“遊中川”“graf文具”等品牌的理念及其代表性的商品，这些品牌背后折射出来的关于工业设计的引人深思。田中一光在《设计的觉醒》一书中回叙了日本战后平面设计的发展，提到无印良品的诞生是出于1980s-1990s泡沫经济前后时期浪费奢靡浮夸的设计风格的一次反思。彼时若包装小小一捧糖果作为手信，必定是里三层外三层，和纸洋纸花朵缎带一齐上，以至于收礼物的人人拆了三层又三层，中间是相对于华丽的包装而言太小太小的礼物。因此，无印良品在西武百货柜台率先尝试推出了精简包装、统一品质、朴素简洁的商品，后来形成了品牌，以物美价廉收到人们的推崇。值得一提的是，从青山店开始，店面的设计也充分考虑到了消费者的感受，布置成了日常生活的模样，实在而又亲民。同样，本书中提到的其他品牌，无论是以光大日本传统制造为出发点，还是以现代设计或北欧风格闻名，无一不体现出风格简洁、注重实用的特点，在此基础上，达到一物多用和在维持整体功能的基础上追求细节完美的特点。当功能的完善结合了工业设计之美，我想这也是日系杂货和北欧风格在全球获得无数拥趸的本质原因吧。这场从货品开始的简化生活的变革，无疑是非常成功的。一间成熟的杂货铺，必定有其特有的风格，这风格离不开两点：其一是店主人精心挑选有品质可入眼之物，怀着对生活和物品双重的热情和喜爱，展现其审美的方方面面；其二是对于杂货独具匠心的陈列，仿佛每一家店面都是美好生活的一面，因此杂货铺子也打破了固有的平铺式格局，化身为展示间，在这间艺廊里，比陈列物品更重要的是展示一种与之相关的生活方式。因此，对于在杂货店里乐不思蜀淘心头爱物的人而言，感受被精心陈列的生活方式，绝对是一种愉悦感很高的体验了。不限于品牌店和个体经营的杂货店，杂货的魅力还在于其无所不包涉及到生活的方方面面，从文具到洁具到厨具再到户外用具，能够淘宝物的地点还可以有市集小摊和神社，若将这本书看做一本开展杂货之旅的攻略指南也未尝不可。最后，祝各位发现之旅愉快，肆无忌惮地用各式杂货拼凑出自己理想中的美好生活吧。

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](http://www.tushu000.com)