

《佐藤可士和十年创意集》

图书基本信息

书名：《佐藤可士和十年创意集》

13位ISBN编号：9787534438349

10位ISBN编号：7534438349

出版时间：2011-7

出版社：江苏美术出版社

作者：佐藤可士和

页数：171

译者：高森

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

《佐藤可士和十年创意集》

内容概要

《一册完全收录-佐藤可士和(2000-2010)》，本书完整收录了当今日本顶尖设计创意者佐藤可士和10年来的创意设计旅程。从优衣库、国立新美术馆、麒麟LAGER等大型项目到与村上隆之间不为人知的合作，网罗佐藤10年的精彩作品所制作的最新版图书。本书首次采用全彩印刷，以作者历年来设计精华的图片为主，辅以篇幅短小精悍的介绍文字，并加入了作者在设计中的创意方法和心得体会，更具有现实性和客观性，是无限接近创意者学的必看之书！

《佐藤可士和十年创意集》

作者简介

佐藤可士和Kashiwa Sato，艺术指导，创意指导，1965年生于东京。1989年毕业于多摩艺术大学，毕业后进入日本知名广告公司“博报堂”。2000年成立设计工作室“SAMURAI”。

佐藤可士和为日本当今广告业界与设计业界的风云人物，作品包罗万象，跨足广告平面设计、产品设计、空间设计，被誉为“能够带动销售的设计魔术师”，其简单、创新并富有视觉震撼力的作品，一再为品牌形象及商品营销提出新的可能。具代表性的作品包括：SMAP的宣传活动、麒麟极生的商品开发乃至广告活动、TSUTAYA TOKYO ROPPONGI的VI和空间指导、FAST RETAILING、乐天集团、明治学院大学的品牌形象、NHK教育台“游戏学英语”的艺术指导、NTT DoCoMo“FOMA N703iD”的产品设计、UNIQLO纽约旗舰店的创意指导、东京国立新美术馆的VI和标志计划等等，创新的观点以及整体的创意深获各界高度评价。

曾获东京ADC大赏、东京TDC金赏、每日设计赏、朝日广告赏、龟仓雄策赏、JAGDA新人赏、日本包装设计金赏等多个奖项，也是东京ADC、东京TDC、JAGDA会员。

《佐藤可士和十年创意集》

书籍目录

成为话题的大项目 完全呈现
震撼世间代表作 彻底解剖
被（整理）逼近的创意哲学
村上隆X佐藤可士和
佐藤可士和是被做出来的呢

《佐藤可士和十年创意集》

精彩短评

- 1、佐藤可士和一系列的书都喜欢，喜欢他的设计。值得收藏
- 2、留意佐藤有一段时间了，怎么能错过这本好书呢
- 3、刚看完，就丢失在招商银行了。可以丢钱，不可以丢书...
- 4、快速浏览佐藤可士和的最佳途径。
- 5、完整记录佐藤作品，补完之前不了解的部分，深深被折服，列为偶像！
- 6、很好的作品欣赏集。每个设计前后的那一点点故事也颇有启发性，尤其是设计对商业和环保的价值体现。对我这种设计不了东西但又无限向往设计的人来说，看这本书简直很享受。
- 7、想看实质性的没有太多，作品很多~
- 8、两颗星的设计书，四颗星的牌书。解构力与方向感
- 9、满满的案例建议搭配整理术一起看！
- 10、只是成功案例图集
- 11、2013年完整阅读的第二本书，这几天一直在利用各种闲暇时间，有些章节去年查阅资料时已经看过，今年再次阅读，在篇幅有限的只言片语中还是会发现新的收获。自认还在吸收阶段不擅长总结和表达，也看出佐藤的一些道道，他追求简洁至极的东西，用大量重复的图形和强烈的对比造成你无法忽视和忘记的视觉冲击力。他说：“最重要的是平衡，寻找绝妙的平衡是我的工作。”
- 12、确实很懂商业设计，印象很深的是优衣库，smap还有儿童饮料及honda stepwgn的手绘设计。
- 13、不错的作品集，可以收一本做收藏。
- 14、“只依靠灵感和创意的设计会有些不平衡。正如你所知道的，每个人都是用左脑和右脑去控制感觉和逻辑。我想，一个好的设计同时需要美感和严格的逻辑。”佐藤可士和如此表达灵感和逻辑对于一个设计师的意义。
这本书将佐藤的大部分作品都介绍了一下，对于创意人很有帮助，书的印刷质量还可以，唯一遗憾的可能就是每个案例的篇幅少了些，毕竟这么多作品，不然的话就成了厚厚的一本集子了。
- 15、一流的设计师。虽然这本书只是简单的叙述了佐藤的创作历程，收录他的一些代表作，但你完全能感受到佐藤超凡的设计理念，以及国外对设计师的尊重和信赖。
好的商业设计，不是什么狗屁“高端大气国际化”，而是让人心悦诚服喜欢和愿意付出金钱的，同时，还能得到人性化的附加值。
- 16、还蛮喜欢这种的，总的说来活泼亮丽风啊...
- 17、基本图片居多 比那两本中的作品更具体些
- 18、对于佐藤可士和设计作品的总汇，里面也讲了创作理念，总体浅显易懂，读着很流畅，没有枯燥的感觉，一气呵成的读完了。
- 19、已经读完了，佐藤可士和的创意集让我悟出了很多道理，值得看的，推荐
- 20、买错了==但都是图看得很轻松
- 21、了解了很多设计思想，学习了！
- 22、翻译有点绕，但是看图已经很美满！
- 23、佐藤的书还是有思维方式有过程的看着比较爽，这里只有成品堆积，显然是凑个数~
- 24、原来他有这么多优秀的设计。很受启发，可读性也很强的一本书。
- 25、看了，基本上非常完整，没事了翻一翻。非常好
- 26、挺好的书，里面有他的作品的图片，文字较少，图片为主，看完很快，也能学到点东西
- 27、佐藤真正的厉害之处
- 28、这本书是同事介绍的，很好，值得一看，很有帮助
- 29、虽然这本书只是佐藤近十年的作品收录，但是我觉得设计师就应该用作品说话，即使没有任何文字解释能让别人为这些设计而感到振奋或惊喜，这中设计才是成功的。看完这本书的第一个感受是：WOW原来设计还可以这样的辽阔，创意可以这么的自由。别局限自己。
- 30、整体都很好，书的质量也好，发货也快，相当满意。
- 31、这本是佐藤可士和10年来的点点滴滴，是本不错的书，会认真看完
- 32、印刷质量很好！
- 33、一般 没太多营养

《佐藤可士和十年创意集》

- 34、里面最有趣的果然还是Drink!Smapl!这个
- 35、越来越喜欢在当当里买书了！很满意！
- 36、介绍了佐藤先生很多优秀作品，很受启发
- 37、第一次在网上买设计书籍。很不错。
- 38、无论你是否是学设计的，真的很值得一看！强烈推荐大家！
- 39、感动 惊讶 清新 明快 设计构思尤其精到
- 40、用一生的热情去经营设计，活得很明白。
- 41、很喜欢 想买他的所有书
- 42、全新，质量不错，内容肤浅了点，作者是不是出书太勤了点，桶里缺水了
- 43、非常好的设计作品集案例，平面设计和策划上都是很好的，本人做空间设计的，读后还是很有启发的，总体感觉日本设计师对色彩的运用会比较轻松年轻的感觉，一直关注好的作品中。
- 44、为什么书市上设计方面的好书，都是日本人写的？中国的设计师呢？难道还没有出生？
- 45、很无耻的一本书
- 46、不错,多看看大师的作品!
- 47、应该不错的书，还没有到手，很期待。
- 48、十年，却感觉没那么丰硕的内容。有触发到灵感，它就是好书。喜欢，即将继续阅读佐藤可士的其他书籍，谢谢。
- 49、很喜欢他的设计呢~
- 50、后悔花了一个半小时看这本书，看过超整理术的就没什么必要看了
- 51、很有感染力的设计。我不是学设计的，但是作为一个二十年的消费者，我能分辨出什么是吸引我的，甚至让我感到心悦诚服的设计。佐藤可士和真的是大师级别的人物呢
- 52、佐藤可士和喜欢直线，热爱整理，崇尚简洁。他在设计和工作中寻找绝妙的平衡，可爱、严肃、艳丽、时尚、朴素.....这些风格的设计都应该出现在最合适的时空下。他对品牌性格、气质塑造非常深入贴切，对产品的世界观塑造，概念可视化，拟人化的品牌故事更是加深了消费者的品牌印象和感知。
- 53、整体还是不错的。不过这本书的封面设计我不是很满意，每个作品的介绍没有我想象中的多。。大概是图片太多的原因。。不过受益还是匪浅的。。。
- 54、不错，文字与图片结合，不会觉得枯燥，很有趣，他的想法，他的创意，很喜欢。。。
- 55、佐藤的名字常听到，他的书以及讲到他的书也看过一些，但这是第一次如此仔细地看到他的作品。
- 56、对这个人感兴趣，不仅是因为他的设计理念和艺术上追求的简洁美感，更多的是对那种工作的向往。
- 57、强烈视觉冲击感的色块给人以一见难忘的感觉。
- 58、作品集，仅此而已。只有配合整理道和创意之术，才能更好的解读其作品。——其实上Samurai官网看就够了啊！！
- 59、跟书的内容相比，稍微有些。。。贵。。。
- 60、对于学习设计的人很有帮助
- 61、很喜欢佐藤可士和
- 62、做视觉传达类工作首要目标就是带给消费者全新的感官体验。
- 63、没有心得，没看完
- 64、创意很好，简单而有活力。
- 65、一直都很喜欢这为设计师，设计师必看，里面的全彩图片，值得一看
- 66、很喜欢佐藤的设计，这本算是作者比较全的作品展示，对专业设计人士有很好的借鉴作用。
- 67、送朋友的，就是书有点薄
- 68、一直喜欢崂山啤酒的罐装设计，和极生有一曲同工之妙啊
- 69、在明治大学VI设计的part里，附了一堆校园的照片，干净得像刚刚成立一样，怀疑是不是大家都不上课。
- 70、以图片为主的 很适合快速阅读
- 71、不可否认，日本的设计一直很值得瞻仰学习，这本书将佐藤大师的设计理念表述的很完全，惊诧

《佐藤可士和十年创意集》

于他对设计和产品市场定位很精准的直觉，可以说他的设计是艺术与商业很完美的结合，非常值得我们深思学习！

72、简洁明快的表达很有说服力

73、随便看看。。。

74、讲述和介绍了佐藤10年来设计之路的创意历程让我受益匪浅！

75、配着其他书看，了解一下

76、每一个设计案例都很精彩，没有原研哉那种超大的背景世界，反而非常活泼，和村上隆还挺配

77、很喜欢佐藤的书

78、我觉得应该制作的再大几号，比如A3尺寸，把他的海报啊设计啊都做成图册，还是图片太少了啊，不过瘾啊，想买啊。。

79、样样都是精品

80、佐藤出的所有书 做过的所有案例 都是我必学得 推荐给所以还在做设计的人

81、佐藤老师经典的案例，唯一不好就是送过来的时候书脊磨损了！！

82、图片量非常大，文字信息少。直观作品图片。值得收藏。

83、佐藤可士和的作品集，还行，有参考和学习的价值。

84、值得学习。

85、一流的创意，一流的工作模式。

86、这本里有私服和沿志奏逢1，一页字一页画

87、哈哈，好多的图画啊，没什么字啊

88、面向世界制作符号是广告的职责，但是将颜色作为符号，因为它是图形中最基本的东西，所以到目前为止都没有人将它看做创意。不喜欢优衣库的那个品牌项目，喜欢smap。

89、图片色彩比我在店里看的差一些 不知道怎么回事 书本身是好书没的说 价格便宜还算值了 以前一直去买优衣库 看了设计者的思想启发还是蛮大的哈

90、很好的汇编，如果是大开本看起来会更舒服

91、日系的书纸质、装帧、排版都很好。

92、佐藤可士和的近期案例，图片较为详细（后来发现他网站上更多，完全不需要买这本书）

93、作者创意历程的收录 能给读者在设计上许多思考

94、还没看，本人一直很喜欢日本的设计。一定会好好学习的。

95、“一册完全收录”倒是真的，“彻底解剖”则不然。同样是讲品牌思路，李永铨的那一本更能给人启示。或许它的定位只是作品集。

96、佐藤一系列的书都有购买

97、同事介绍的。

98、佐藤可士和之所以有那么多符合自己意愿的作品出街，很大程度上是因为他知道如何去向不懂设计的客户解释他的设计。他说他“想制造设计方面的乐谱”，就是在为大众提供一个了解设计的方法，只有把大众拉进设计的框架中，才可以明明白白地卖设计给他们。

99、Tharaud bought me this book for a gift. :)

100、他是個好設計師同時是個好商人。設計的最高境界不是兩者同時兼顧嗎~：D~可敬可畏。簡潔的設計永不褪色~

101、值得收藏，多看几次会本他的作品感化，得到启发，你也会有进步！

1、无论从整理还是设计的角度来看，佐藤的行事风格都趋向于日本的“极致”美学。要么是极致的铺陈（Uniqlo的T恤案例），要么是极致的留白（佐藤本人的工作室）。若要追根溯源的话，多少会令人联想到武士道精神——注重仪式感，极端的自我控制，禅宗式的修炼。在这种不断强化的秩序之中，当事人也获得了某种有序可循的安全感。从表面的整理到以寻找本质为目的的整理，也可说是一种“术”与“道”的关系。在整理之“道”中，佐藤借用了弗洛伊德的理论，强调要将无意识意识化。用反复设问和跳出既有框架的方法，对冗杂无序的信息进行整理，提炼出相当主观化和精神化的观点。意识到这种思考方法的人应该并不少，但如何保持耐心直到找到最终的答案，才是真正的课题。佐藤接受的案子里，进行了一两年才出结果的并不少见。这本书里的很多案例都很可爱，以至于联系到佐藤君的长相，觉得有那么点违和……同时也发现了自己喜欢日本设计的原因——不仅仅在于“简洁”“纯净”这些表象的因素，更重要的，大概是常常能够从中感受到一种将物品拟人化的温情。这点在佐藤对一些面向低龄受众的设计中也都有体现。具备着孩童式的视角，由此而来的情感和好奇心是这些案例中必不可少的存在。这里，观点也不是无中生有的新观点，观点就深藏在我们内心的潜意识当中。“从图像到情感，从情感到论点。这就是我们的道路。”

2、不是所有的商业设计都要“大气高端国际化”。佐藤创造了一流的商业设计。我不是专业人士，只是觉得看到这些设计，会有触动想去体验产品。优衣库的成功已经是莫大的肯定，佐藤聪图形设计到品牌推广，充分说明设计无所不在，是一条贯穿的线。就像他从很小开始确定要画画，要一生做这个，到现在骄傲的说“喜欢设计”，这样明确的人生也让人觉得羡慕和感动。尤其喜欢他设计的幼儿园，或许这就是好设计的魔力——人性化和艺术完美结合而让人产生的幸福感。

章节试读

1、《佐藤可士和十年创意集》的笔记-第1页

感谢江苏美术出版社赠书。
右边ipad里是他给国立新美术馆做的LOGO。
觉得有些相似就放在一起了。

2、《佐藤可士和十年创意集》的笔记-第1页

将幼儿园设计成一个巨大的游乐场。圆圆的四处相连，给孩子们“同伴始终围绕在身边的感觉”。Chibi Lemon。讲述了Chibikko在Chibi Lemon的世界里展开冒险的故事。Chibi Lemon。讲述了Chibikko在Chibi Lemon的世界里展开冒险的故事。体质水。概念是“在便利店也能买到的简单中药”。NHK《游戏学英语》节目中的角色。分别是黏在衣服上的毛絮和年糕。太萌了！

《佐藤可士和十年创意集》

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