

《設計是門好生意》

图书基本信息

书名：《設計是門好生意》

13位ISBN编号：9789868980907

10位ISBN编号：9868980909

出版时间：2013-8-29

出版社：奇光出版

作者：Nikkei Design,日経デザイン

页数：256

译者：夏淑怡

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.tushu111.com

《設計是門好生意》

內容概要

《設計是門好生意》

作者簡介

NIKKEI DESIGN

《日經設計》是一本報導在商業經營如何活用設計的綜合情報誌。主題鎖定在相關設計的「經營」、「投資」，或是「色彩」、「品牌」、「文字」、「包裝」等來深入挖掘其中熱門話題背後的故事。以取材自企業經營者、產品開發現場的豐富實例為基礎，闡述如何利用設計將商業導向成功，詳加解說什麼是「賣得出去的設計」。

《設計是門好生意》

書籍目錄

推薦序一 設計與原創 企業離開紅海駛向藍海的藍圖願景 陳禧冠，仁寶創新設計本部副總經理

推薦序二 勾勒企業經營藍圖的設計CEO 馮亞敏，喜事國際時尚集團執行長

推薦序三 長的都一樣好看，你選誰？ 馮宇，設計企劃公司IF OFFICE負責人

推薦語 王陳彩霞 官政能 吳翰中 張光民 謝榮雅

前言

訪談

出井伸之 SONY前董事長．量子突破創辦人：「經營者要加倍意識到品牌與設計的價值」

Part 1 製造業

1-1 鈴木 喬 S.T.社長：「只有社長可以決定設計」

1-2 詹姆斯．戴森 Dyson創辦人暨首席工程師：「設計和工程技術之間是沒有界限的」

1-3 葉田順治 Elecom社長：「用設計開拓新市場」

1-4 宮本 茂 任天堂專務情報開發本部長：「互動設計讓世界更快樂」

1-5 谷口幸生 Kamoi加工紙專務：「一舉成為人氣品牌的『工業用』製品」

1-6 安藤德隆 日清食品控股專務．行銷長暨日清食品副社長：「經營者要致力於包裝設計，直到上市前的最後一刻」

1-7 林 善博 Hikari味噌社長：「擺脫同質化競爭」

Part 2 時尚業．製造零售業

2-1 三宅一生 時尚設計師：「再次進軍世界，日本業界應該做的事」

2-2 越智勝寬 Tabio社長：「好好傳達商品的優點」

2-3 金井政明 良品計畫社長：「以合理價格提供舒適生活」

2-4 橋本雅治 IDEA INTERNATIONAL社長：「活用設計，讓消費者驚豔」

2-5 田中 仁 JINS社長：「改變費用體制，看清投資的要與不要」

Part 3 服務業．廣告業

3-1 遠山正道 Smiles社長：「經營者最低應有的修為」

3-2 星野佳路 星野集團社長：「真心話相互撞擊才會誕生理想的空間」

3-3 橫井啟之 ABC Cooking Studio CEO：「一舉加快開店速度」

3-4 井上英明 Park Corporation代表：「一成的開店費用於投資新設計」

Part 4 中小企業．地方企業．農業

4-1 奧田章雄 Marumo印刷代表：「運用自身技術，自行開發產品」

4-2 若林 均 Maruhan董事：「鎖定新世代女性，開發出生活雜貨店也能販售的綠茶」

4-3 森宮祐次 Acarine社長：「一個人也可搞定的家電生意」

4-4 百瀨和幸 百瀨褌褌米店代表：「利用設計的磁吸效應引來眾多伙伴」

4-5 篠原和仁 LACUE代表：「以CI企業識別策畫農產品的差異化與形象策略」

4-6 杉浦正樹 Haguruma信封社長：「將活用設計的商業風險降至最低」

4-7 宮崎勝弘 宮崎椅子製作所社長：「運用設計來擺脫對代工的依賴」

4-8 玉川 惠 丸屋本社社長：「融合百貨公司與美術館，孕育新空間」

《設計是門好生意》

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.tushu111.com