

《蔡慧贞@台湾设计力》

图书基本信息

书名：《蔡慧贞@台湾设计力》

13位ISBN编号：9787209078169

出版时间：2015-8

作者：蔡慧贞

页数：248

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

内容概要

【好评推荐】

张光民 / 财团法人台湾创意设计中心执行长

徐莉玲 / 学学文创志业股份有限公司董事长

连惠心 / 菁茵蒂生物科技股份有限公司总裁

Ralph Wiegmann / iF 总裁

Peter Zec / red dot 总裁

张惠辛 《中国广告》杂志社社长

刘裕俊 金盟集团苏浙汇餐饮有限公司 董事长

蔡慧贞，她是历来台湾在德国iF传达设计奖上获奖最多的设计师。在2008年iF传达设计奖受邀的16位国际评审中，她也是唯一的东方面孔和少数的女性设计师之一。在以“欧洲”与“男性”主导的设计国度中，蔡慧贞成为首位主流高度推崇的亚洲女性设计师。

但关于本书，她是这么说的：

“本书不是在发表我有多少的得奖作品，也不是在宣告世人这些品牌有多么的成功，而是用单纯的心念在记录，成就这些品牌的过程中，我的每一个感动与学习。这里的每一个品牌都不是世界的知名品牌，但都有自己独特的DNA与美丽的内在，并且与土地、文化紧紧的相扣与联结。希望透过设计美学的形塑让这些仍在进行式的品牌故事呈现东方之美，透见本土之爱！”

蔡慧贞的设计常从汉字、台湾等东方文化经验出发。例如，透过“金木水火土”的五行概念将拉面以五色呈现，将原本庶民日的便宜面条，营销成为健康养生的礼品，让产品在设计包装后，有了不同想象，也增加了产品的价值。这也表示，台湾产业若能加入精致的文化营销，一定可以大幅增值，换言之，设计创造力将是台湾产业升级的关键。

蔡慧贞在专业的成就与成功，也显示了越来越多台湾产业不断的自我提升、追求发展的新契机。而本书，让我们看到台湾设计力的原点与展现，原来是可以“东学西用”、“本土不土”、“老东西新时尚”的。

百年老店如何永续经营？传统行业如何赶上时代潮流？

地方性产业如何走向国际、迎向世界？

设计师如何打造“品牌设计力 = 企业竞争力”的双赢作品？

.....

《蔡慧贞@台湾设计力》

作者简介

蔡慧贞

现任知本形象广告有限公司总经理，娴熟平面、产品与空间设计，擅长将东方美学融合现代产品设计，并常在其设计中引入台湾文化元素，极具风格。

近年来在各重要国际设计奖项获得高度肯定，从2007年到2015年，其作品获得德国IF设计奖获奖34项、red dot红点设计奖获奖29项、Pantaward金银铜奖共7项，共计70座国际大奖，是亚洲获得最多国际设计大奖的女性平面设计师，并以全球性的设计获奖为台湾设计师、台湾设计作品开拓了知名度。曾获台湾地区领导人肯定，特别接见并颁发奖章、奖状，以鼓励更多以设计创造为职志的年轻人工作者，继续在这条专业的道路上坚持理想。蔡慧贞也因为其经历过底层的奋斗被称为“从跑腿小妹变成的设计天后”。

书籍目录

1. 形体之外的演绎，静定时空的境界
平面设计系列
2. 传递东方人文美学与茶道精神
白居易茶组
Bai Ju Yue Tea Ware
3. 从成全设计到成全整体
泰山 御奉茗茶
Emperor Love
4. 品牌的信仰来自于对土地的情感
中兴米 中兴谷堡
Rice Castle
5. 用好设计亮出新面孔
兴霖企业 五木拉面
WU-MU
6. 设计遇上传产，让新价值得以蛋生
吴记蛋品
Mr. Wu Egg
7. 设计的原点来自单纯的感动
丰兴饼铺
Feng Shing Food
8. 时尚新意注入古典汉方
古典药园
Eastern Herbal Garden
9. 原创的品牌精神与美学态度
辉盟实业 LOHAS 服饰
LOHAS
10. 考验前端设计与后端制程的同步性
锦达实业 PARTAKE
PARTAKE
11. 深化人与环境相互依存的生态美学
珑山林 苏澳冷热泉渡假饭店
RSL Cold & Hot Spring Resort
12. 整合品牌形象，为企业注入新动能
士林电机
SHIHLIN ELECTRIC
13. 透过品牌形象，传递在地的脉动
HCT 新竹物流
HCT LOGISTICS
14. 以简约形塑美感轻体验
菁茵蒾
GENEHERBS
15. 纯净本心包装在地的美好
阿原肥皂
Yuan Soap
16. 情境体验的快乐设计
长颈鹿美语
GIRAFFE ENGLISH

17. 演绎东方美学的西方家具

维励家具

La Vie

18. 零下23度的新度假美学

七家 京悦芳泉行馆

Chi Spring

19. 素净中的高调

胜泰五金

Justime

20. 向外闪耀、往下扎根的内在光芒

雷耀

LUMEOS

21. 西方融合东方的戏台展演

吉而好

POOdEHII

22.2011 世界设计大会

IDA CONGRESS

跨域的舞台 交锋的展演

23.上海金萌苏浙汇餐饮

JARDIN DE JADE

顶级江南美食 vs. 完封国际设计大奖

《蔡慧贞@台湾设计力》

精彩短评

- 1、现在的书真是，逼格易有，干货难求。这都算好的了，嗯，这样的书，还是没有买的必要，嘤嘤，心疼钱。
- 2、美轮美奂的书，颜值高高，让人大开眼界、大开心界、大开脑界！
- 3、平面设计的两个案例姑且可以一看，其他案例本身就一般文字更是写得特别无趣，不是空洞的夸耀就是繁琐的简介，根本没有写出设计者从构思到设计中的所思所感。
- 4、坚持
- 5、她做的设计都很不错，书里讲了很多她的案例
- 6、喜欢第一章里面的平面设计。挺喜欢书里她说的一句话：我一直相信，一个好的设计师，要爱漂亮，爱美食，爱音乐，爱旅游，爱生活，懂得敬天，敬地，敬天生地养的资源，才能在一草一木一石一景中找到灵感，也能在一茶，一食一物一品中得到感动。
- 7、真的很一般 图书馆到的新书 我看这人简介也不错还是实际案例就借了 但有些作品真的挺吃藕的 不知道怎么得的奖 而且设计成品也很少展现 实用性不强 有些理论还行
- 8、没有谁会真正倾尽所有，把自己一生所学在一本48块钱的纸质书籍上教给你——蔡慧贞是良善的，她已经给出心法，看你自己悟不悟得到了。
- 9、不错
- 10、点非常清楚。作者很聪明，很有经验。

1、设计力就是创新力 本书作者蔡慧贞，她是历来台湾在德国iF传达设计奖上获奖最多的设计师。在2008年iF传达设计奖受邀的16位国际评审中，她也是唯一的东方面孔和少数的女性设计师之一。在以「欧洲」与「男性」主导的设计国度中，蔡慧贞成为首位主流高度推崇的亚洲女性设计师。关于本书，作者是这么说的：本书不是在发表我有多少的得奖作品，也不是在宣告世人这些品牌有多么的成功，而是用单纯的心念在记录，成就这些品牌的过程中，我的每一个感动与学习。这里的每一个品牌都不是世界的知名品牌，但都有自己独特的DNA与美丽的内在，并且与土地、文化紧紧的相扣与联结。希望透过设计美学的形塑让这些仍在进行式的品牌故事呈现东方之美，透见本土之爱！蔡慧贞的设计常从汉字、台湾等东方文化经验出发。例如，透过「金木水火土」的五行概念将拉面以五色呈现，将原本庶民日的便宜面条，营销成为健康养生的礼品，让产品在设计包装后，有了不同想象，也增加了产品的价值。这也表示，台湾产业若能加入精致的文化营销，一定可以大幅增值，换言之，设计创造力将是台湾产业升级的关键。蔡慧贞在专业的成就与成功，也显示了越来越多台湾产业不断的自我提升、追求发展的新契机。而本书，让我们看到台湾设计力的原点与展现，原来是可以「东学西用」、「本土不土」、「老东西新时尚」的。本书主要介绍了，平面设计系列、形体之外的演绎，静定时空的境界、白居月茶组、传递东方人文美学与茶道精神、御奉茗茶、从成全设计到成全整体、中兴米 中兴谷堡、品牌的信仰来自于对土地的情感等多个方面，我们可以看到作者娴熟的设计工艺、设计思想卓越、设计能力高超，简直达到了炉火纯青的地步了，是我们设计方面的人士不可或缺的一本好书，的确值得细读。蔡慧贞现任知本形象广告有限公司总经理，(女闲)熟平面、产品与空间设计，擅长将东方美学融合现代产品设计，并常在其设计中引入台湾文化元素，极具风格。近年来在各重要设计奖项获得肯定，在2007年到2012年间，其作品获得台湾设计奖金奖五项、铂金奖二项，在德国iF设计奖获奖26项、red dot红点设计奖获奖18项、Pentaward金银铜奖共5项，并以全球性设计奖为台湾设计师、台湾设计作品开拓了知名度。并曾获总统肯定，特别于台湾之光系列人物行程中接见，以鼓励更多以设计创造为职志的年青人与工作者，继续在这专业的路上坚持理想，追寻梦想。

2、坚持成就设计力 ——读《蔡慧贞@台湾设计力》 邓勤 年初部分国人日本游抢购马桶盖使其断货成为报章热点，再一次彰显了日本制造的魅力。其实何止是马桶盖，电饭煲、吹风机、陶瓷菜刀、保温杯等日货，都有国人抢购。只不过马桶盖事涉私密，又具有温水洗净、暖风干燥、除臭加香等功能，才在抢购潮中脱颖而出。一个毫不起眼的马桶盖也能火，可见这世上根本没有夕阳产业，只有夕阳企业和夕阳的人。一个产品要在残酷竞争中杀出重围成为行业翘楚，产品设计是关键，而设计师就是产品的灵魂。但是看看我们生活中的产品，山寨化、同质化严重，特别是城市建设千城一面丧失个性，这怎么能让大家满意呢？小到一枚纽扣，大到一部汽车，我们都可以通过精心设计，让其焕发出与众不同的活力来。设计不能靠抄袭，只要我们立足于中国五千年的历史文化传统，立足于这件产品所传递出来的本源理念，像小米手机一样不断试错，不断征求消费者的意见，就一定能设计出叫好又叫座的产品来。德国制造、日本制造雄踞世界上百年，中国制造只有奋起直追，从外到内精心设计，跨越式发展，变中国制造为“中国智造”，才能在世界市场上摆脱低端产品的固有概念，创造出中国制造的辉煌来。中国人并不比外国人笨，这方面台湾设计师蔡慧贞已经用其成就给我们做出了示范。蔡慧贞现任知本形象广告有限公司总经理，娴熟平面、产品与空间设计，擅长将东方美学融合现代产品设计，并常在其设计中引入台湾文化元素，极具风格。近年来在各重要国际设计奖项获得高度肯定，是亚洲获得最多国际设计大奖的女性平面设计师，并以全球性的设计获奖为台湾设计师、台湾设计作品开拓了知名度。蔡慧贞在最新出版的《蔡慧贞@台湾设计力》一书中，让我们看到台湾设计力的原点与展现，原来是可以“东学西用”、“本土不土”、“老东西新时尚”的。蔡慧贞的设计常从汉字、台湾等东方文化经验出发。例如，透过“金木水火土”的五行概念将拉面以五色呈现，将原本庶民日的便宜面条，营销成为健康养生的礼品，让产品在设计包装后，有了不同想象，也增加了产品的价值。这也表示，台湾产业若能加入精致的文化营销，一定可以大幅增值，换言之，设计创造力将是台湾产业升级的关键。蔡慧贞在专业的成就与成功，也显示了越来越多台湾产业不断的自我提升、追求发展的新契机。关于本书，蔡慧贞是这么说的：“本书不是在发表我有多少的得奖作品，也不是在宣告世人这些品牌有多么的成功，而是用单纯的心念在记录，成就这些品牌的过程中，我的每一个感动与学习。这里的每一个品牌都不是世界的知名品牌，但都有自己独特的DNA与美丽的内在，并且与土地、文化紧紧的相扣与联结。希望透过设计美学的形塑让这些仍在进行式的品牌故事呈现东方

《蔡慧贞@台湾设计力》

之美，透见本土之爱！”蔡慧贞认为一个优秀设计师必须是超越设计的私心与单一目的，而愿意扩大视野与心量，全心去成就他人，才是完成客户交付使命的本意。要想在设计上有所成就，“一切只是有无信念与坚持而已！”《蔡慧贞@台湾设计力》；蔡慧贞/著；山东人民出版社；2015年8月；定价：48元

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