

《鲸鱼在喷水》

图书基本信息

书名：《鲸鱼在喷水》

13位ISBN编号：9787508647343

出版时间：2014-9

作者：[日]佐藤卓

页数：350

译者：蔡青雯

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

《鲸鱼在喷水》

内容概要

日本中生代最具分量的设计师佐藤卓分享了30余年来，73个重要设计案例决策过程中的思考。书中记录了佐藤卓在设计当下的时刻，脑中思考的事情，有成功的经验，也有失败的经验。但每个案例都能感受到他通过对日常生活的观察，不断反思与质疑既有的设计，从而提出具有颠覆性的设计提案，将产品价值与消费者联系起来，这就是佐藤卓最为人称道的“日常设计”！

《鲸鱼在喷水》

作者简介

佐藤卓 (Taku Satoh) / 平面设计师

佐藤卓是日本中生代最具分量的设计师之一，从企业识别到产品设计涉足多个设计领域，累积了为数众多的优秀作品。他的平面设计是从“一甲纯麦芽威士忌”的商品开发起步，接连设计“乐天薄荷口香糖系列”、“乐天木糖醇口香糖”、“大正制药Zena营养饮料”、“明治好喝牛奶”、“都科摩手机”等商品，并且为BS朝日电视台、首都大学东京、金泽21世纪美术馆、三宅一生设计文化基金会等进行识别设计，担任NHK教育台“日语游戏”的企划与艺术总监，此外，参与以设计观点解剖量产品的“设计的解剖”企划等。

佐藤卓可谓是当今日本最受业界推崇的设计大师，以他作品为主的展览有：新装饰主义展、设计的解剖展、松屋设计画廊、潜藏在都市的LUMEN展、设计的原形展策划参展、“无形的设计——No”佐藤卓展、“ANATOMIADODESIGN a obra de Taku Satoh”佐藤卓展“纸的化石展”，以及2006年在水户艺术馆展出、以设计的观点探究日常样貌的“日常的设计”展。

佐藤卓获奖无数，主要有：每日设计奖、东京ADC奖、JAGDA新人奖、东京TDC奖、纽约ADC奖、日本包装设计大赏金奖、G MARK大奖、设计论坛金奖，原弘奖等。设计之余另著有《设计的解剖》系列、《设计的原形》、《设计师与道具》、《鲸鱼在喷水》等书。他同时也是东京ADC、东京TDC、JAGDA、日本设计协会、AGI会员，并担任21_21 DESIGN SIGHT展览馆董事。

书籍目录

- 经验的设计 一甲纯麦芽威士忌 (1984年)
- 小堆 一甲桶酿威士忌 (1985年)
- 质疑概念 蜜丝佛陀fec.系列化妆品 (1986年)
- 失败的委托案 一甲玉米&黑麦威士忌 (1987年)
- 一点点的设计语言 蜜丝佛陀薄荷系列化妆品 (1987年)
- 以进化为前提的设计 湖池屋咔辣姆久薯片 (1989年)
- “便利”带来的损失 会津清川有机农法纯米酒 (1989年)
- 以颜色作为“招牌” 日东超市茶包 (1989年)
- 举止的设计 佳丽宝口红ROUGE'90 (1990年)
- 色彩的勾玉 美宝莲彩妆 (1990年)
- 自己的工具 佐藤卓设计事务所的海报 (1991年)
- 科技带来的可能性 《内景》杂志海报 (1991年)
- 设计的轴心 卡乐比玉米片 (1991年)
- 消失的设计 可尔必思乳酸饮料 (1993年)
- 建构甲类烧酌现代设计 宝酒造的委托案 (1992年)
- 多目的的形状 宝酒造回收酒瓶 (1993年)
- 日本美式设计 福乐冰激凌 (1992年)
- 艰难时代的艰难选择 BANCO绘图工具 (1989年)
- 一个人的眼光 高丝蔻丝魅宝系列化妆品 (1993年)
- “不知道”设计 大正制药ZENA营养饮料 (1992年)
- 有意义的形状 富士银行收银盘 (1993年)
- “后来”的设计 重建 (1993年)
- 日本第一支多米尼加舞乐乐团 阿拉斯加乐团 (1997年)
- 垂涎欲滴的设计 食品的包装 (1986年)
- 联系人和人之间的设计 乐天口香糖薄荷系列 (1994年)
- 小小的整理整顿 东洋水产的委托案 (1994年)
- 声音的影像 铂傲海报 BANG & OLUFSEN (1995年)
- “日本人”这个主题 圣保罗美术馆展览会海报 (1995年)
- 世界第一轴心 和纸堂《和纸文化辞典》 (1995年)
- 日本的饮食文化和保鲜盒 保鲜盒 (1996年)
- 企业的介面 林原生物化学研究所 (1991年)
- 为创作人而进行的设计 作品集的委托案 (1991年)
- 设计的隐喻 乐天木糖醇口香糖 (1997年)
- 你已经知道了 千鸟屋的委托案 (1997年)
- 未知世界的设计 大王制纸 怡丽卫生巾 (1997年)
- 我在这里 卫材嘉龄霜 (1999年)
- 封存的设计 封存设计 (1998年)
- 设计的符号性 轩尼诗 NA-GEANNA (1998年)
- 望着兄长的身影,设计弟弟 轩尼诗 CLASSIQUE (1999年)
- 消失这件事情 菲婷资生堂的委托案 (1994年)
- 寄托在一张海报上的想法 冲浪主题海报 (1999年)
- 设计风土 OKESA 制果“柿之舞”甜品 (1999年)
- 满怀感激的赠礼 志贺昆虫 (1999年)
- 抽出记忆的包装 P.G.C.D. 化妆品 (2000年)
- 理解环境,发现共有事项 RMK肌肤保养系列 (2000年)
- 操作记忆的实验 东京艺术指导俱乐部大展2000 (2000年)
- 方便运用的舞台 《日经设计》杂志设计 (1999年)

《鲸鱼在喷水》

衍生无限可能性的两点 蓝色音符adding:blue 酒吧餐厅 (2001年)
脑中的交差点 BS朝日电视台标志 (2000年)
“原有风味”的设计 明治乳业的委托案 (2001年)
设计是什么 “设计的解剖”展 (2001年)
以使用为目的的设计 狮王香皂 (2002年)
看得见、看不见的设计 大塚食品的委托案 (2002年)
以“自己”为标准的少量产品设计 远东眼镜 (2003年)
小委托案的小常识 许愿的 金平糖果盒 (2003年)
配角的设计 孟买蓝宝石金酒展示架 (1992年)
之间的形状 高田汽车安全装置视觉识别设计 (2003年)
设计的“辨别” 明治制果“身体导航”系列保健品 (2003年)
工作的速度 ±0 家用产品设计 品牌形象 (2003年)
消失的“光的重组” 宝酒造碳酸饮料 (2003年)
设计的诊疗 神户可乐饼 (2003年)
电视节目的设计 NHK教育台“日语游戏”节目策划 (2003年)
成长的记号 金泽21世纪美术馆标志 (2004年)
潜藏于日常的事物 理发店标志设计 (1996年)
70公分的设计 埋木展览设计 (2004年)
身份识别的发现 三宅一生设计文化基金会视觉识别设计 (2004年)
设计和关键词 “三宅褶皱”杂志广告 (2005年)
内含多项信息的简单形状 首都大学东京视觉识别设计 (2005年)
只是其中一部分的认知 日本电报电话公司都科摩P701iD手机设计研发 (2005年)
日本的设计 北连农业协同组合联合会“八十九” (2005年)
不是创造附加价值,而是创造价值 S&B食品“草药香料”系列 (2006年)
知识与智慧的轮廓 北海道大学视觉识别设计 (2006年)
记号的历史 商标 (1991~2006年)
冲浪
鲸鱼在喷水
后记
相关人员名录

《鲸鱼在喷水》

精彩短评

- 1、没有佐藤可士和的书好看，一是因为作者的表述能力一般，二是没有形成自己的方法论，都是单个case的解读。
- 2、一本比原版晚出版6年的书，并且我看晚了三年，阅读起来感觉就是时光穿越，原本只有视觉记忆的项目，有了背后的故事。从随笔的文风也可以看出，佐藤卓同原研哉以及另一个佐藤对设计的思考的不同，这种不同同时也体现在他们的策展项目里。书里刚好没有收入21_21美术馆的项目，可能因为刚好是2006年，是美术馆开张的前一年。
- 3、可爱的日本设计师。
- 4、每一篇文章都写的不长，很好读，也很受启发，很欣赏。
- 5、反映了平成年代日本平面设计的审美，还有很多日本人的文化习惯。
- 6、有能力的建议阅读原文，翻译不好。
- 7、佐一杯咖啡。
- 8、去年寒假在中信书店读过。一页一个案例一个评论。反映了一些设计思想但书太松散了...
- 9、感受到日本设计非常独特的思考方式，以及人文关怀
- 10、来自细节的感动
- 11、朋友强烈推荐，直接把书拿来给我读。生动的设计语言与幽默感。
- 12、平面设计很好，但是理念不行，感觉这位是由着性子来，自己说好就好那种
- 13、2015年已读080。三星半。抽奖中的书，封面是太软了点，我这种路读的人，一不小心就会造成破损。读过一些日本设计师、建筑师、广告人的书，发现这些家伙文字能力真的不一般，简练、直接，却不乏洞见——当然，也因为没有相关知识储备，初见都觉得好厉害。就像真的挖出了一块肉，却没有一丝血流出。书名有专门一节解释，也是卖了一个好关子。
- 14、光是冲着“很好读”这一点就值得看一看了。乐天口香糖的案例里，让五只企鹅里的一只悄悄举起手，回报给“知道旧包装后方有一条鲸鱼在喷水”的人，真是莫名其妙地让人感动..... 在商业世界里游刃有余的同时保留一点点纯真任性的艺术气质，这一点太招人喜欢了
- 15、读完才明白腰封封底这串企鹅的寓意。爱王志宏更多了。佐藤卓在全书300多个案例里，像鲸鱼这样的案例，只有四五例吧。这苦心经营的四五例，能被消费者、读者识别的有多少呢，大概也不会超过1/100吧。在完成委托使命的同时，传达被委托物中一旦被发现就会大满足的小细节，太美好啦，明晓之时心跳停三秒。
- 16、打眼一看没觉得怎样，但是一篇篇看下来会有不少收获。翻译也不错，看得我挺乐呵。
- 17、只看了几眼就看不下去了，翻译问题太多。把Docomo生硬的译成“都科摩”，就好似非要把iPad译成“爱帕得”一样。而且这样的问题一再出现。纸质也很差，以后还是直接找原版看好了。
- 18、有些表达自己对设计的思考，只是不够深入。
- 19、根据案例解说设计思路和理念，值得一看。中西方设计上的差异源于文化的不同。我确实更喜欢东方设计
- 20、喜欢东野的前同事妹子借我的，日系设计书读起来总是很有意思，又积累了很多品牌的豆知识。
- 21、想当初，还是我把佐藤卓的设计介绍给老师的~
- 22、企鹅好可爱哈哈哈哈哈
- 23、2006年出的书，差不多10年后才引进，所以里面的案例虽说很多很经典，但是毕竟已经失去了当下时代的代表性。乐天五只企鹅的设计和小把戏非常赞，另有一部分案例非常有说服力，但至少一半的内容并没有讲出和设计有关的文字内容，只是蜻蜓点水般的随笔而已。
- 24、3星半。设计、材质、触感通通都重要。
- 25、好久没写长评了~
- 26、比较白开水，可能也是简约风吧。只有若干个点想记录：1.乐天口香糖的包装，考虑到在货架上能看到两个侧面；让五只企鹅里的一只悄悄举起手，回报给“知道旧包装后方有一条鲸鱼在喷水”的人，让他们发现这小细节。2.设计师总被委托“以销售为目的”进行设计，然而也有“以使用为目的”进行的设计。3.啤酒瓶并不是完全的直线哦，下方略膨胀，这样才伤不到标签。
- 27、一本简约清新的书，就像作者的设计。
- 28、非常好的一本书，热爱生活的人都应该读一读。很多设计来自生活，但又应用在生活中。

《鲸鱼在喷水》

- 29、佐藤卓作品集，设计师崇尚简单传统的理念，作品中加入需要顾客主动发现的小心思。另外，乐天口香糖的系列包装太有意思了。
- 30、做了好几个出名包装案子的设计师啊，这才第1次看。不知是翻译原因还是作者本身笔力有限，感觉比原研哉少了好几个段位。最喜欢乐天那系列重包装，还有投币那个机器蛮巧妙的。酒瓶子和护肤用品的比较平淡（不过也可能是原作太早的缘故）。末尾关于自己对设计的思考，写了一些精彩见解，3星半。
- 31、上海汉源书店
- 32、喜欢里面的部分设计，不过确实写得比较浅
- 33、为了研究生我也是拼了
- 34、设计这东西大概没有为什么吧 因为信息接收者也是各种各样 揣如何和目标人群对口 这本更多的是设计师自己的随记之类的感觉
- 35、因为某人的推荐，所以读了这本书。就设计本身来说还是不错的，但是单单这么两页表达过于简单，不能全面和更多体现出设计的过程和精髓
- 36、小日本的设计还真是招人喜欢
- 37、好玩。
- 38、佐藤卓是个在设计中，特别认真地考虑产品特性和委托人需求、同时兼顾设计感和实用性的设计师，当然偶尔任性的会带来不便的作品也有独特的坚持在（笑）。总之能够从他对每一个设计案例的解说中收获很多呢。
- 扣一星是因为翻译，总会有成语炫耀性地出现在奇怪的地方.....() #不会拽文就老老实实说人话好不啦#
- 39、很棒的案例集，不乏神来之作。
- 40、佐藤卓作品集
- 41、简单好读。非常喜欢轩尼诗酒瓶设计的对比。
- 42、先说书..... 不是很喜欢这种一个一个策划分析的结构 感觉什么也没看出来 读到最后没什么印象 设计的话..... 20/20吧 有些蛮喜欢有些不是很能欣赏... 比如好几个酒器的设计我觉得都很平庸而且都很相似 ==
- 总之没我想象的那么好 还好去图书馆借到了 花58买一本这样的书不是很值.....
- 43、开始觉得设计思想略主观，不够为大家而设计，看到后来觉得挺有意思，尤其是乐天凉薄荷的企鹅和鲸鱼那篇。佐藤卓先生的风格挺一致的，挺喜欢。
- 44、设计简洁有味，文字也不错，特别是关于冲浪的观点。
- 45、本来可以是本好书，可惜翻译得像一潭死水...

《鲸鱼在喷水》

精彩书评

1、看过《鲸鱼在喷水》。导演拍电影，要一支竹筏，一叶芦苇都恰恰好，不多不少的调试半天，一晃而过的画面也要苦苦营造出萧瑟漂泊又柔情缱绻的画面来；情节设置要留一笔，就算续集无望，经营出“其实”这种背后又是另一番风景的氛围来也好，让媒体影迷久久讨论来延长作品的生命，而且显得深沉和隐忍，有做大作的潜力。这种深沉隐忍的样子，是很奇妙的；就像自己明明白白，而听的人、看的人嚷嚷着不懂不懂的时候一样，总会生出优越感来，与此最般配的画面便是创作者眼神不变，然后一边嘴角微微翘起却不言语的小坏模样，很迷人。这种优越感，最常体会到的怕就是诗人了。他只言语几句，还没等别人看清他嘴唇的张合，就堪堪的闭了口，用盛着飘渺笑意的眼神望向观众们，心想，我可是什么都知道的呦。一副轻松自在的样子，其实早用他发达的神经末梢把枝枝节节想了个清楚。情诗，作者自己看来怕就是简简单单“我”、“爱”、“你”三个大字，只在旁人眼里才氤氲出悠悠荡荡的细密情愫，或者被看作是无病呻吟、层层叠叠、卖弄词藻的废话。总是这样想着发呆，每次都感慨自己是个什么都不懂的小笨蛋结束。《鲸鱼在喷水》这本书，是佐藤卓先生作为一位平面设计师，整理自己往年的设计作品，对之前的设计巧思和经验进行浅浅总结而成的，其间多是为大众商品进行广告设计的例子。看着包装熟悉、但实际并没有使用经验的日本商品，听它们的设计者讲述灵感的乍现和与现实中高速发展的商品经济的妥协磨合，真是从来没有过的体验。因为之前很少接触设计类的书籍，细细品了这本书，那种熟悉的惭愧感觉又席卷而来。作为需要投标竞争和向客户展示设计作品、推销设计理念的设计事务所负责人，佐藤先生自己也说，虽然尽量提醒自己误犯，但不时还是会显出粉饰太平的倾向。我以为，佐藤先生所说的这种力有未逮，就是作品怎么说便可怎么理解的，仿若云里雾里的“现代艺术”一般的抽象罢。但其实，广告设计、食品包装设计、就算是颇为精英气的大学视觉识别设计和行业内与其它设计者交流的会展作品，佐藤先生也做得一面典雅克制，一面充盈着欢快可乐的市井烟火气，解释起来乐趣横生，读者要是惭愧，也会由于恍然大悟而惊喜。如佐藤先生自己所言，读过了这本书，知道了他设计时藏于某个商品包装的小秘密，一定会迫不及待的、欣喜的告诉其他还不知道的人，由此来完成物品与人的连结、人与人的交流，完成他赋予自己设计的使命。诶，真有种英气勃发又儒雅睿智的指点江山运筹帷幄之感啊！佐藤先生说，他这样那样于细微处的用心思考和耍出来的小花招，当时总不希望被打印在外包装上、或者在电视广告里被明明白白的展示出来；“以销售为目的的设计”和“以使用为目的的设计”是不同的——佐藤先生是这么说的。所以他希望商品的使用者自己去发现和利用他的用心，并且从中感觉到乐趣。诶诶，我对佐藤先生刚开始的敬佩欣赏之情，叨叨了一堆以后感觉发酵成了迷恋似的。如果我发现了佐藤先生藏在设计里的，或用于宣传、或用于使用的小秘密，希望他能送我一盒千鸟屋饼干，饼干盒上的提洛族小人嘴唇一张一合的悄悄对我说“你已经知道了”；或者送我一条乐天凉薄荷口香糖，说，从右数第二只企鹅正举着手，代表鲸鱼在喷水像你祝贺呢。

《鲸鱼在喷水》

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