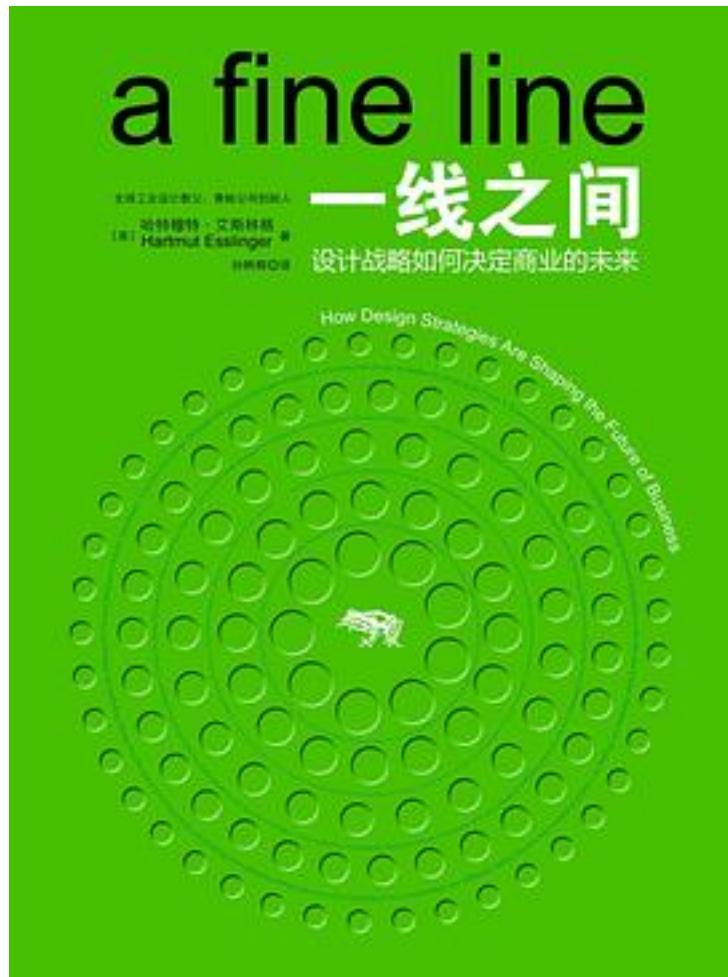


一线之间



[一线之间_下载链接1](#)

著者:哈特姆特 · 艾斯林格 (Hartmut Esslinger) [美]

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2012-8

装帧:

isbn:9787300161082

◆全球工业设计教父，世界顶级创意咨询公司青蛙公司创始人哈特穆特 · 艾斯林格，首次揭秘设计战略如何塑造商业的未来，如何将创新型战略融入机构的竞争战略框架之中

。

◆《一线之间》汇集了艾斯林格40年来最为宝贵的实践财富，记录下了他和青蛙是如何帮助苹果、微软、路易威登、汉莎航空、迪士尼等企业成为这个世界上最具有辨识度品牌的过程。

◆艾斯林格以独特的视角、丰富的故事和全球化思维，在《一线之间》中探索了如何构建具备环境可持续性的、有益于创建繁荣而持久的全球经济的商业解决方案。

◆艾斯林格认为，商业领导者和设计师可以协力构建创意型战略，这种战略可以保证公司在未来获利更丰厚、更具可持续性。

◆设计战略决定商业的未来。在锐意创新和安于现状之间有一道分水岭，设计必须跨越这条将商业与文化割裂的线。本书的精髓就存在于这“一线之间”，它穿过喧嚣的商业文化，让杰出的设计战略脱颖而出。在模仿与创新、平庸与卓越的一线之间，你选择待在舒适的这一端，还是迈向无限的未来？

作者介绍：

哈特穆特·艾斯林格（Hartmut Esslinger）

◆艾斯林格是全球工业设计教父，世界顶级创意咨询公司青蛙公司创始人。

◆艾斯林格是全球知名企业在背后的打造大师，为苹果、微软、IBM、西门子、索尼、戴尔、通用、惠普、摩托罗拉、雅虎、思爱普、美国电话电报公司、太阳计算机系统公司、花旗集团、迪士尼、柯达、LV、阿迪达斯、宏碁、Swatch以及本田等成功创造了畅销而经典的产品。

◆艾斯林格开创了苹果“白雪”设计语言，催生了苹果II计算机系列，这一设计获得了1984年《时代周刊》年度设计奖。

◆艾斯林格被美国《商业周刊》尊崇为自“1930年以来美国最有影响力的工业设计师”，以及首位“高科技设计超级明星”。

◆艾斯林格曾获得数百项设计和创新大奖，以及帕森设计学院的荣誉艺术博士学位。他的作品被纽约现代艺术博物馆、史密森研究院和慕尼黑新艺术中心永久收藏。

目录：《一线之间》目录

各方赞誉

推荐序 设计改变商业

中文版序 一线之间在中国

引言 站在平庸与卓越的一线之间

◆是设计使技术人性化，帮助企业直达人的精神；是设计将商业根植于历史，并将其与更深远的未来连接在一起。

◆设计必须跨越将商业性与文化性割裂的那条线，让“杰出”的创意战略从“好”的创意

战略中脱颖而出，让“卓越”从“平庸”中脱颖而出。

第1章 第一次就做对

◆只有勇于探究和冒险的战略，只有那些愿意给人类带来惊喜和激励的战略，才有希望在不断发展的经济中赢得胜利。

◆一个公司必须首先认识到，在塑造创新驱动型商业战略的过程中，设计具有生死攸关

的重要作用。

第2章 永远不要失去自己的灵魂

◆很多公司的领导者甚至无法认识到一个简单的事实——一个公司今天所取得的成功来自于其领导层过去所做的正确决策。

◆坚定不移地从事合乎道德的商业活动，是领导层的基本责任以及机构创意战略的核心元素。

第3章 只要最好的

◆只要最好的工作，只要最好的客户，只要最好的战略，只要最好的实施。如果你想成为最好的，你不能固执己见，你必须为必胜而战。

◆文化+过程=利润！不管是商业领域还是设计领域的创意战略家，必须携手并进，不断自我完善和提高，为自己、为公司、也为这个世界创造更光明的未来。这是取得成功的终极战略。

第4章 “头脑”击败“金钱”

◆创新是一场思想和过程的博弈，仅靠金钱是无法获得成功的。保证项目成功的最终决定因素是“人”，是卓越的设计头脑。

◆密斯·凡德罗曾说过：“上帝存在于细节中。”但是，要想让你的创新工作为客户及其消费者带来经济上的利益，则“上帝存在于实施中”。

第5章 来一场“绿色思维”的革命

◆设计师的工作构成了连接人类与科学、技术、商业之间的桥梁，他们有责任、也有机会成为“绿色”新经济的驱动力。

◆我们所大量生产的那些“廉价”商品，从文化、社会和环境意义上来说，都过于昂贵了。事实上，它们正在戕害我们的生命，而“绿色思维”将最终成为一个政治上和经济上的主流问题。

第6章 创造“下一个更好的东西”

◆一个产品的合作开发者可能同时也是这个产品的消费者。这意味着我们可以进一步推进这种合作，不止于形式上的、专业的开源设计模式，而是在社交网络内进行的合作设计。

◆开发并实现可持续的战略性商业模式，并用战略创新作为驱动力，目标是为了开创环境更友好、更具经济效益的未来。这样的改进具有至关重要的意义。

第7章 让“生产先锋”把一切变为现实

◆一个工厂就像一个巨大的钢琴，能够给生活带来创造力。没人限定我们一次只能弹出一个音符，如果我们了解我们手中的乐器，我们就能演奏出真正的音乐。

◆“将‘我们’的产品生产出来”，这一重大职责不能仅靠制造商来承担，设计师也需要参与进来，并协助这一过程的完成，与“生产先锋”联合，并真正将设计推向极致。

结语 设计战略，迈向卓越的未来

◆“过去、现在和未来的实质是什么？”答案是“当下，明天”。对我来说，过去和现在是我们的生活，明天是我们的机会。

◆设计，是我们人类的目标和需求，是连接我们与物质文化之间鲜活的纽带。当我们准备进入商业、科学和工业领域中广阔的创意新世界时，对

“当下”挑战的把握，可以引导我们去开启“明天”的探险。这将是一段充满活力、富有人情味的旅程。

译者后记 122

· · · · · (收起)

[一线之间](#) [下载链接1](#)

标签

设计

青蛙公司

工业设计

创新

商业

艾斯林格

设计驱动

产品经理

评论

算是Frog的宣传手册吧，基本上就是在表述，接受我们设计战略的公司都伟大了，不接受我们设计战略的公司都凄惨了。很多时候，成功者抒写的胜利历史总包含不自知的自我偏见，着实无趣。

有错别字，有不通顺的语句。翻译不给力，SAP居然被翻译成思艾普。的地得不分，编辑太让人失望了！

frog公司的安利水平比37signals的差远了…

艰难的看完了……翻译外加古怪的版式实在太影响阅读了……撇看这些，内容还是存在相当数量的干货的。

感觉这是一本自吹自擂的书

写得比较泛

有点过。

第三章是谷歌翻译的吗。。。我不相信一个靠设计能力和沟通能力全球顶尖的咨询公司创始人写出来的东西会是这样的

作者站的位置很高，大谈全球战略。书中重复的内容比较多，也就是说谈来谈去就是那么几个观点。比较有意思的是对于“效率经济学”的反思，并给出了世界工厂带来的“外包问题”三种解决策略——智慧外包、本地外包和私人工厂。尤其是对于私人工厂的论述，很具备前瞻性。除此之外，如果你想看看顶级工业设计的案例，那么这本书可能会让你失望了。

实质内容并不多

收获小于期待

这本书并非讲设计，而是讲设计战略。多了战略这两个字，一下把立意拔高了不少。与大部分成功商业畅销书一样，感觉每个企业每个CEO都有其特质并与当时的环境相结合，说的直白一点就是“成功不可复制”。这类书随便看看，可以作为谈资。

: F270/4444-10

战略设计？落地太难

没讲什么具体内容，有一些趋势判断，一些概念还是有借鉴意义的。

粗读，晚些有需要再仔细看看。

太战略了。适合管理人员和创业者看。

干货不多

这本书可以引申出很多不同方面的话题

产品和设计 矛盾永远在那里

[一线之间_下载链接1](#)

书评

1
本书讲的层次都很高，涉及到公司的各种战略。这也是作为公司创始人的角度来写。主要是设计和商业完美结合。
2
内容有企业应该注重长远的创新和设计，而不是近期的财务表现、从产品最初就考虑环境、智慧外包、开源来实现共同设计等。
3 书中将这些主题的时候，会结合青蛙公司...

以一个工业设计师的角度来畅谈商业战略的现状与发展，前两章涉及到设计方面的知识多一些，后面的章节更多的是对环境，对企业发展提出自己的看法，有点越界，但也在

情理之中吧！跟购买时设想的内容有所偏差，但这也正是探索跟学习的乐趣吧！

曾经读过杨明洁的类似题材的书，大概叫以产品设计为核心的企业OOXX策略云云，而
这本副标题叫设计策略如何改变未来商业的E文书，无疑更给了我今距离研究今日企业
设计的机会。

杨的书更像是自己和自己公司的广告，其功利性用脚后跟也能看出来，但华丽题目和洋洋洒洒案例的背后却...

我其实完全不太懂技术，我做金融的，主要是我爱人在看，连着看了几个晚上了。今天
早上翻了一下，刚好看到第二章。

很多公司的领导者甚至无法认识到一个简单的事实——一个公司今天所取得的成功来自
于其领导层过去所做的正确决策。想要取得长期的、可持续的成功，要求有强有力...

[一线之间_下载链接1](#)