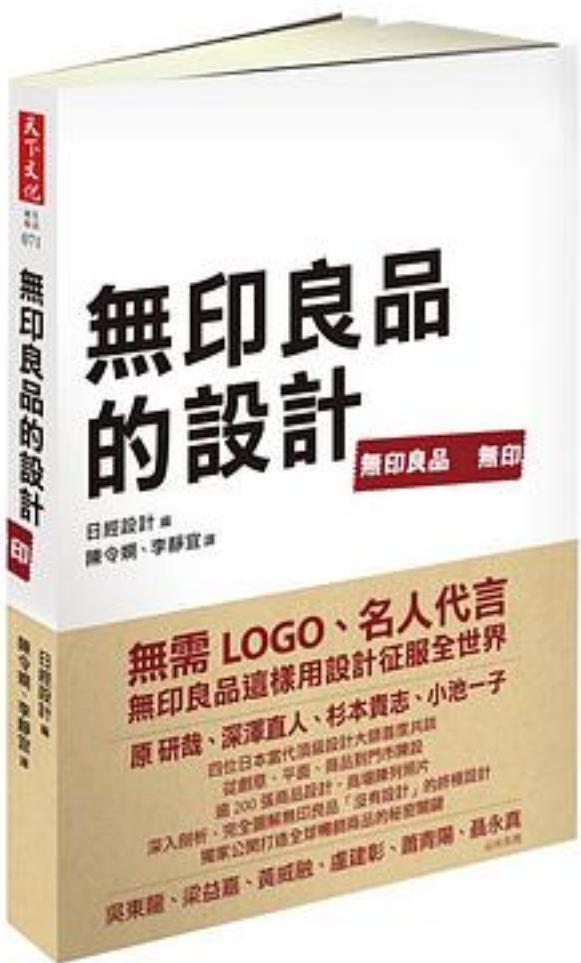


# 無印良品的設計



[無印良品的設計\\_下载链接1](#)

著者:日經設計

出版者:天下文化

出版时间:2015-10-30

装帧:平装

isbn:9789863208563

沒有設計的設計，如何征服全世界？

第一本深入剖析無印設計的中文專書

原研哉、深澤直人、杉本貴志、小池一子

四位日本當代頂級設計大師首度共談

從創意、平面、商品到門市陳設

逾200張商品設計、商場陳列照片

深入剖析、完全圖解無印良品「沒有設計」的終極設計

獨家公開打造全球暢銷商品的秘密關鍵

大家都知道，無印良品的成功90%靠制度；

大家也知道，無印良品在培育人才方面，有很獨到的祕笈；

然而，如果光有制度和人才，而沒有好的設計，

無印良品絕不可能像今天一樣，

征服世界各地文化、品味、需求各異的廣大生活者。

創業30多年來，從日本西友超市的自有品牌開始發展，

時至今日，不論是在講究生活品質與美感的歐美先進城市，

或是歷史悠久、擁有獨特文化的中東、中國等地區，

無印良品與其思想，跨越文化藩籬，獲得廣泛共鳴，

隨著事業版圖的擴張，更已跳脫零售業的範疇…。

無印良品到底是怎麼做到的？

在這本書中將深入探討無印良品成功的秘密。

質樸看似沒有設計的商品 | 商品設計

無印良品的目標是極致的「這樣就好」，不以昂貴的名牌自居，也不靠低廉人力大量生產低價商品，而是採用最合適的素材、制定最合宜的價格，追求以「素」為旨的極致設計。

「不限定產品的使用方式和形象，而是留下很多空間，以接受各種可能性。」

空無風格的視覺與文案 | 傳達設計

海報的模特兒選角、文字配置、照片調性和文案風格，都與流行做出明確的區隔。看起來或許好像沒有刻意控制什麼，但為了不過度陳舊、也不過度新潮，做了非常周密的控制。

「不高聲宣揚理念、不絮絮叨叨說明這個、解釋那個，讓觀看者自己詮釋。」

## 不只好看，還要好賣 | 門市設計

以永恆不變的媒材——木材、紅磚與鐵板，展現簡約無華的無印思想，搭配持續進化的陳列策略，在世界各地打造一家家深具無印風格，卻又各有特色的門市，預計2017年海外分店的數量將會超越日本國內。

「不須刻意討好消費者，也無須勉強自己引人注意。」

### ※無印風格怎麼來？誰決定？

書中收錄影響無印設計的四位核心人物專訪，

他們的思想牽動無印良品的每一步！

創意 | 小池一子 Kazuko Koike

自無印良品草創初期起便開始負責文案、廣告創意

空間 | 杉本貴志 Takashi Sugimoto

從無印良品1號店至最新的世界旗艦店，皆出自他手

平面 | 原研哉 Kenya Hara

將無印良品的日式「空無」美學發揚至全世界

商品 | 深澤直人 Naoto Fukasawa

親自參與所有無印商品的開發與設計

### ※品味推薦（依姓氏筆畫順序排列）

吳東龍、梁益嘉、黃威融、盧建彰、蕭青陽、聶永真 共同推薦

無印良品從80年代的西友超市，迄今成為席捲世界的一大生活品牌。30多年間它如何與時俱進，在設計的理想與環境的現實間抓出平衡點？如何不斷推陳出新，讓商品背後的生活意識更加迷人？這本書裡藏著更多設計的故事與秘辛。——吳東龍（日本設計觀察作家）

"無印"，像是沒有填入內容的「」，「」中存在人們對於生活價值的不同看法；"良品"沒有準備好的答案，但捫心自問卻可以發現無限的可能性。——梁益嘉（台灣無印良品總經理）

喜愛無印良品的人很多，理解他們的思想、設計和廣告的人有點少，非常佩服日本雜誌同行做出這樣的書。——黃威融（《Shopping Design》、《小日子》創刊總編輯）

在廣告業，我們常和攝影、美術、造型人員溝通「ㄟ，那個我要無印TONE喔」，然後對方就會說「好，我知道」，同時臉上流露認同的神情。是的，有哪個品牌能夠具體地成為美學的代名詞呢？而時間過去，我們會死去，這樣的東西卻將活著，並證明這時代有美存在。——盧建彰（詩人導演）

「無」本當是生活與反思文明的初始，MUJI讓它成為了建立在品味認同上的消費，提醒了全世界「無擾的設計才是最好的設計」。——聶永真（設計師）

作者介绍:

## 日經設計 | 編

《日經設計》是一本專門報導如何在商業或經營上活用設計的綜合情報誌。深入探討熱賣商品背後與設計相關的各式主題，例如「如何打造品牌」、「顏色的趨勢」、「暢銷的包裝」、「如何創新」等，剖析因設計而成功的各式商業實例。[business.nikkeibp.co.jp/ND/index.html](http://business.nikkeibp.co.jp/ND/index.html)

### 目录: 編者序

#### 第1章 商品設計

圖解無印良品的商品開發過程

無印良品廚房家電的變化

#### 顧問委員專訪

陷入價格競爭，便失去設計家電用品的意義

深澤直人 商品設計師

column 3D列印開拓新的可能性

column 「把人變成馬鈴薯」的沙發是這樣來的！

column 無印良品的智慧財產權訴訟

#### 第2章 傳達設計

不變的態度，刻意與流行保持距離

#### 顧問委員專訪

無印良品的強項在於「感化力」

原研哉 平面設計師

商品開發也是和顧客一起進行

培育及傳達無印良品的概念

#### 顧問委員專訪

經營者和創造者的共識，正是無印的力量所在

小池一子 創意總監

column 後311時代的無印良品

#### 第3章 門市設計

永恆不變的基本——木材、紅磚與鐵板

#### 顧問委員專訪

無印是日本的重要創作

杉本貴志 室內設計師

展示豐富品項的魔法——新式貨架

持續進化的VMD策略

#### 第4章 新的挑戰

為成田機場新航廈妝點色彩的無印良品家具

無印良品與BALMUDA的合作

無印良品世界旗艦店在中國  
MUJI AWARD 2014 in China  
實現「好感生活」的住宅

專訪  
無印良品之所以一直是無印良品的理由  
金井政明 良品計畫會長

從熱門商品回顧無印良品  
· · · · · (收起)

[無印良品的設計](#) [下载链接1](#)

## 标签

设计

日本

无印良品

生活

艺术

经营策略

经营

在单向空间读的

## 评论

如果我要买房的话，那首选会是无印良品之家（当然我的人生目标里没这一项

-----  
为啥没有我的小CD机？

陈列时候可以按照逻辑打破分区。高货架反而比让店铺一目了然的低货架更能提升销售，因为减少视线内可见的物品反而能看见更多物品。连锁店因为在地化而有不同侧重。最最重要的是它在“观察用户行为”和坚定坚持贩售自己的理念之间的平衡。以及对muji开发设计的房子好有兴趣，可惜书内没有更多内容。muji的设计真漂亮啊。

-----  
从心，实用

[無印良品的設計 下载链接1](#)

## 书评

设计一个产品之前考虑功能性，比如“懒人沙发”，设计目的是在杂货和家具之间存活的物品，该用什么材料，该是什么形状，以功能性为参考。

注重知识产权，市场的类似设计应引起注意，适当维权。

不陷入价格战争，追求这样“就”好。“就”不是意味着放弃，而是刚...

[無印良品的設計 下载链接1](#)